

11.
2ej.



**Universidad Nacional Autónoma
de México**

**Escuela Nacional de Estudios Profesionales
ACATLAN**

**Análisis de la Imagen
Fotográfica Periodística en
las Secciones Primera Plana
y Espectáculos del Diario
EL NACIONAL (Agosto-
Septiembre, 1984)**

**Tesis Profesional que presenta
Iván Abelardo Muñoz Valle
para obtener el Título de
Licenciado en Periodismo y
Comunicación Colectiva**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

	Pag.
INDICE	iv
INTRODUCCION	vii
CAPITULO 1 ESBOZO HISTORICO DE LA FOTOGRAFIA	1
1.1. Antecedentes del fenómeno	1
1.2. Nace la fotografía: el daguerrotipo	5
1.3. El calotipo, la albúmina y el colodión	12
1.4. El celuloide, culminación de una búsqueda	14
1.5. El desarrollo técnico-mecánico	17
1.6. La fotografía como producción humana	22
1.6.1. Aparición y propagamento	22
1.6.2. La fotografía en la sociedad	26
1.6.3. El fotoretrato y la fotografía costumbrista	26
1.7. Fotoperiodismo	31
1.7.1. Inicio del fotoperiodismo	32
1.7.2. La fotografía del diario	35
1.7.3. LIFE	40
1.7.4. Tendencia contemporánea	48
1.8. Fotografía periodística en México	52
CAPITULO 2 ANTE TODO, UNA IMAGEN (Generalidades de la imagen)	62
2.1. Introducción a la imagen	62
2.2. El modelo hipodérmico	64
2.3. Gestalt	68
2.4. La imagen comunicativa	71
2.4.1. La imagen denotada	74
2.4.2. Imagen connotada	79
2.4.2.1. Plano de expresión	79
2.4.2.1.1. Composición	80
2.4.2.1.2. Técnicas visuales	86
2.4.2.2. Plano de contenido	90
2.4.2.2.1. Códigos y subcódigos	91
2.4.2.2.2. Retórica de la imagen	95

CAPITULO 3 LA IMAGEN FOTOGRAFICA 99

3.1. Función referencial: el analogón 101

3.2. Ubicación de la fotografía 103

3.3. La fotografía como mensaje 108

3.3.1. Código icónico 111

3.3.2. Código técnico 114

3.3.3. La fotografía como texto semiótico 114

3.3.3.1. Sustancia de expresión 114

3.3.3.2. Forma de expresión 115

3.3.4. Letras en las imágenes fotográficas 116

3.4. Tres observaciones 117

3.4.1. Connotación perceptiva 117

3.4.2. La fotografía como continente código 119

3.4.3 La perspectiva de Joan Costa 122

3.5. La fotografía periodística..... 126

3.5.1. La fotografía como documento..... 128

3.5.2. La fotografía "live" 129

3.5.3. El foto-reportaje 130

3.5.4. El foto-ensayo 132

3.5.5. La fotografía institucional 134

3.6. La fotografía inscrita en un diario 139

CAPITULO 4 ESTUDIO DE CASO 144

4.1. El diario 144

4.2. El estudio 145

4.3. Unidades de análisis y pasos 150

4.4. Introducción a El Nacional 152

4.5. Análisis morfológico de la fotografía en el diario 154

4.5.1. Caracterización de El Nacional 155

4.5.1.1. Biografía técnica de El Nacional 155

4.5.1.1.1. Registro de identificación 155

4.5.1.1.2. Expediente de personalidad 156

4.5.1.2. Unidades naturales en las que se divide el diario 159

4.5.1.3. Superficie total e impresa 159

4.5.1.4. Elementos de la estructura 160

4.5.2. Uso de la fotografía en cada unidad redaccional 162

4.5.2.1. Primera plana	164
4.5.2.1.1. Motivos	164
4.5.2.1.2. Relación nota principal-fotografía principal	173
4.5.2.1.3. Imagen denotada en la primera plana	174
4.5.2.1.4. Imagen connotada en la primera plana	180
4.5.2.2. Sección de espectáculos	184
4.5.2.2.1. Motivos en la Primera Plana de espectáculos	185
4.5.2.2.1.1. Fotografías de carácter noticioso	189
4.5.2.2.1.2. Fotografías sin carácter noticioso	190
4.5.2.2.2. Denotación-connotación	193
4.5.2.2.3. Fotografías periodísticas	196
4.5.3. (F) Conclusiones comparativas	199
CONCLUSIONES Y PROSPECTIVAS - La imagen fotográfica- uso de la imagen, -la imagen comunicativa,- conclusión final	202
BIBLIOGRAFIA Y HEMEROGRAFIA	209
ANEXOS Estudios de valoración. Datos cualitativos y cuantitativos del- estudio	218

I N T R O D U C C I O N

Cuando se desarrolla un trabajo de recepción profesional en Ciencia - de la Comunicación, el propósito menos recomendable parece ser el realizar una investigación alternativa sobre un tópico original o diferente a los - considerados en el Plan de Estudios específico . En este sentido, el fruto de esta intención innovadora será, bien el contrapeso que incline la balanza en favor del "emprendedor" pasante, bien la soga de la que deba pender su atrevida humanidad.

Ser original no es sencillo. Pese a ello, éste fue un propósito general en la presente obra, una vez que se hizo caso omiso a las experiencias y consejos de primera mano que demostraban que en muchas ocasiones se fracasaba en el intento y que, en las más, el producto no pasa de ser el involuntario eco de alguna obra mayor reconocida.

En este caso particular, elegí para su análisis un fenómeno que, a mi parecer, es tratado de una manera incipiente por los comunicadores sociales nacionales: la fotografía. De ahí el pretendido principio original. Mi objetivo fundamental: recatar la riqueza comunicativa que siempre he creído que posee este medio, en el supuesto de que, salvo los "artistas de la lente" - -fotógrafos sociales reconocidos- , el comunicador promedio ignoraba el valor y riqueza de un medio que inunda el entorno periodístico.

En este sentido, a tanto parece haber llegado el descrédito de la comunicación icónica fotográfica que en el Plan de Estudios bajo el cual estudié la carrera no sólo no se mencionó ésta como una posibilidad comunicativa, sino que ni siquiera existió una asignatura dedicada específicamente a las facultades informativas de la imagen. Y como sólo existe una universidad en el país que imparte la licenciatura en fotografía (Autónoma de -- Veracruz), la confianza innovadora no me abandonó en ninguno de los capítulos desarrollados.

Respecto a la investigación, el lector descubrirá que la fertilidad - comunicativa de la fotografía, y aun de la imagen, ha tenido que sobrepo-- nerse permanentemente tanto a una subvaloración informativa general como a una cultura prolingüística que no termina por aceptar que puede ser supera da por un signo visual. De ahí que en la actualidad exista un uso tan anti tético en revistas como LIFE o diarios como Le Monde (que no recurre a -- fotografías); o, en un plano más cercano, entre publicaciones cotidianas - como La Jornada y El Nacional.

¿Por qué, si una imagen dice más que diez mil palabras, sigue ocupan do el lugar complementario de una información escrita? ¿Por qué el éxito - de LIFE y la existencia de la "foto institucional", su desvalorizado con-- trario? Había que rescatar el valor comunicativo, histórico y social de la fotografía para estar en condiciones de analizar objetivamente su uso en - el diario nacional.

Para abarcar el marco teórico, debió deambularse por el terreno de la semiótica, para reconocer las propiedades significantes de la imagen y las de la fotografía en particular -aunque ambas reconocieron estar en cier-- nes (en especial la segunda, como una semiótica "no verbal"); Las incerti dumbres y suposiciones nunca estuvieron ausentes en un camino en el que la semiótica icónica subsiste en la permanente discordia de la validez o inva lidez de muchas de sus propiedades, como su carácter analógico y connotati vo. Aquí, previendo profundización excesiva en un terreno inbricado, se - accedió a esta vertiente sólo en lo considerado como necesario para esta - obra, para no provocar una confusión ni de términos ni de conceptos.

De cualquier manera, la intención de reconocerle a la fotografía sus - facultades informativas, su validez como proceso, sus característi de trans misión, el fundamento de su poder manipulativo, su valor histórico-social y su uso cotidiano en los medios impresos nacionales perduró hasta el final.

La estrategia fue la siguiente: en el primer capítulo se hace un es-- bozo histórico de la fotografía, con un énfasis puesto en las repercusiones

sociales que acarreó este "instrumento documental por excelencia". El incluir historia a un enfoque ciertamente estructuralista, se debe a que me pareció incompleto el exponer el valor comunicativo formal de la fotografía sin dejar sentado que el uso y reconocimiento social y documental son también históricos. El fenómeno también es fruto de su historia y el lector medio que no hubiera accedido de buenas a primeras a reconocer a la imagen como una posibilidad comunicativa total sino conoce el valor que la historia le ha conferido. A este respecto, con la breve información disponible se estructuró un subcapítulo para la historia de la fotografía periodística en México.

El segundo capítulo proporciona un conocimiento global de las particularidades de la imagen, marco general de la fotografía. Consideré imprescindible este punto porque el principal problema de la imagen fotográfica es que, por lo general, no se sabe siquiera cuáles son las propiedades y facultades de una imagen. Así que para especificar las particularidades de una de sus manifestaciones era imprescindible reconocer al marco que la posibilita; la teoría de la comunicación icónica.

En esta segunda sección se presentan los elementos de la comunicación icónica, su sistema de transmisión y aquellas características que hacen -- concebir la ilusión de semejanza analógica, de objetividad y de universalidad en las producciones de este tipo.

El tercer capítulo se dedica a la imagen fotográfica. En él se ubica a la imagen argentífera como una producción icónica exclusiva y se analizan sus propiedades. Una vez reconocidas éstas, se desarrolla una clasificación de la fotografía, para despuntar a la periodística con sus subdivisiones más reconocidas. Aquí se puntualiza su valor como medio informativo -- noticioso.

Al respecto, anoto una clasificación fotográfica no consignada tradicionalmente para la fotografía de diario: la "institucional", género que reproduce un verdadero tipo de imágenes condicionadas, desvalorizadas y cuyo

fin generalmente son los archivos muertos. Este, como el capítulo primero y ciertos puntos que así lo requieren, sale de la perspectiva formal histórica del estudio del fenómeno para tratar de explicar de manera más clara ciertas particularidades.

En este orden de ideas, anoto dos observaciones propias en esta sección y una perspectiva nueva -la de Joan Costa- que, sin estar en posibilidades de aplicarse aquí a fondo, es muy interesante por considerar a la fotografía como un objeto semiótico único, y no como una reproducción.

El estudio de caso se ocupa del análisis morfológico de la fotografía en el diario (perspectiva en la que comparte créditos con los textos y los títulos) y de los planos de denotación y connotación de las imágenes fotográficas aparecidas. Respecto a la elección del objeto de análisis, se hicieron las siguientes consideraciones: como para encontrar validez a lo que se estudiaba se tenía que elegir un diario típico de compromiso definida tal vez con giros momentáneos pero no profundos, difusión nacional y recursos estables. La elección fue El Nacional, diario de línea históricamente reconocida y sin dificultades estructurales profundas. Al partir de la confianza de factores constantes, se tendría mayor seguridad de estar analizando una fotografía no influida por alteraciones circunstanciales o modísticas.

El estudio de caso se aplica a la Primera Plana de la Primera Sección (reconocida por su valor como una unidad "aparte") y a la Plana Principal de la Sección de Espectáculos, aparente información de secundario énfasis, de acuerdo al compromiso de su línea política (es más importante implantar su ideología que preferir la información de espectáculos). En este sentido, el uso y cuidado de las imágenes fotográficas debían responder a prioridades. La comparación de ambos y el valor que se le reconocía a la fotografía de manera particular, así como los motivos, arrojan resultados sumamente interesantes.

Cabe aclarar en este punto que, como se anotó desde el principio, el

objetivo principal de esta obra es el de analizar el valor total del medio en cuestión y no solamente su uso en el estudio de caso. El título cons--triñente de la presente obra fue producto de la lógica reserva que se guar--da al principio de toda investigación y que obliga a mencionar sólo aque--llo que con toda seguridad no podrá ser desechado en el trabajo. Sin em--bargo, el sobretítulo "teoría y practica de la fotografía" pudiera haber sido más adecuado.

Por último, las conclusiones y prospectivas retoman los puntos más im--portantes y conclusiones particulares, para recapitularlas en una serie --de enunciados de teoría, historia y práctica que conforman una idea final sobre el fenómeno integral de la comunicación fotográfica.

Quede pues, la presente obra, como un obstáculo para aquellos edito--res, diagramadores y lingufstas que siguen considerando a la fotografía --como la hiciera Baudelaire- "la más umilde servidora de las ciencias y las artes".

La fotografía ha sido el punto de partida -- de los mass media que hoy desempeñan una -- función todopoderosa como medio de comunica ción. Sin ella, no hubiesen existido ni el cine ni la televisión. Mirar cotidianamente la pequeña pantalla se ha vuelto una droga de la que ya no pueden prescindir millones de seres humanos. El inventor de la fotogra fía, Nicéphore Niépce, realizó desesperados esfuerzos para imponer su idea. Sólo obtuvo fracasos y murió en la miseria. Hoy poca -- es la gente que conozca su nombre, pero la fotografía, cuyo alcance él fue el primero en comprender, ha llegado a ser el lenguaje más corriente de nuestra civilización.

Gisèle Freund

(La fotografía como documento
social.)

CAPITULO 1. ESBOZO HISTORICO DE LA FOTOGRAFIA

1.1 Antecedentes del fenómeno

Fotografía es imagen, y ésta ha sido siempre una realidad viva en el entorno humano. No podemos considerarla característica de nuestra época por el mero hecho de disponer ahora de una tecnología que nos permite observar todas sus múltiples manifestaciones (televisión, cine, publicidad, fotografía).

Desde siempre el hombre ha luchado por comunicarse con sus semejantes y por representar a la naturaleza. Como lo menciona Doménec Font, ya desde -- las civilizaciones más antiguas se contó con sistemas icónicos llamados pinturas rupestres, "que salvando las comparaciones, eran sistemas bien codificados en la representación figurada, simbólica del entorno social y humano -- en el que se desarrollaban"(1).

La invención de la escritura, el paso reconocido de la prehistoria a la historia, constituye a su vez la afirmación del poder del agente visual como instrumento de comunicación. Los pictogramas (representación de objetos o -- animales como letras), y los ideogramas (signos gráficos sin ninguna figuración) vinieron a institucionalizar indiscutiblemente a la vista como sentido privilegiado para percibir las codificaciones de la realidad, al reconocer -- su inmediatez y el permanente contacto que se establecía entre el individuo y su entorno.

La pintura, antecedente icónico de la fotografía, comenzó rupestre para dedicarse, en una de sus vertientes, a la imitación fiel de la realidad perceptiva: un "naturalismo" que coexistió con la tendencia a la abstracción, -- de menor reconocimiento pero igual valor: "El arte genuino ha satisfecho en todos los tiempos una profunda necesidad psíquica, pero no el puro instinto de imitación" (2).

Empero, la diferencia práctica era que el naturalismo tenía un modelo a imitar, y la mayor semejanza con éste se convirtió, con el paso del tiempo, -- en una obsesión: no fue suficiente el parecido, sino que era imprescindible la máxima fidelidad posible.

Durante el Renacimiento, momento cultural más próximo a la fotografía, la pintura desarrolló con avidez la reproducción. Aquí, personajes como Leonardo Da Vinci ya realizaban observaciones específicas tratando de encontrar una equiparación más accesible para el objeto representado y la realidad, la distancia y la profundidad de campo. Verbigracia:

La perspectiva se divide en tres partes principales:
 La primera trata de la disminución que sufre la dimensión de los cuerpos en función de las distancias; la segunda concierne a la atenuación de sus colores, y la tercera, a la impresión de las formas y los contornos - según distancias diversas. (3)

Como la intención humana era insuficiente, el ingenio creó, como en cualquier ámbito y época, artefactos auxiliares. El aparato original para la captación de la imagen, en un sentido práctico, fue la cámara oscura, que consistía en una caja negra con paredes planas ("cámara" significa habitación pequeña), en una de las cuales se destacaba una abertura que permitía la proyección invertida, sobre la pared opuesta, de los objetos iluminados situados en el exterior.

Si bien el origen de la cámara oscura es discutido para todos los autores que la mencionan -el árabe Ibn al Haitam para Font, en 1039; Al Hazen poco antes, para Gisèle Freund; Alhakem de Basora hace unos mil años para Julián Hurtado; y Giovanni Battista Della Porta en 1553 para Beaumont Newhall y Gernsheim, en "Magiae Naturalis"- lo cierto es que ninguno de ellos manifiesta en lo absoluto ser su descubridor, y su origen se remonta muy probablemente a la época de Aristóteles, aunque sin mucha certeza.

La cámara oscura, principio físico de la cámara fotográfica, se perfeccionó y apareció en el mercado hacia 1657, con una lente en el lugar de la abertura. Con el nombre de camara box se volvió un auxiliar del dibujante y el pintor, para acercarse un poco más al futuro invento revolucionador.

A pesar del auxilio óptico y de la presencia de personalidades como Miguel Angel, Leonardo, Velázquez o el Greco, las imprecisiones perceptivas parecían un escollo insalvable para la tendencia reproductiva, así que hubo -- que crear más facilidades materiales para la labor.

Anexo a la cámara oscura, otros instrumentos de copia se desarrollaron en Europa, centro de los movimientos artísticos renacentistas, y especialmente en Francia como directora de las innovaciones científicas y sociales (ss. XVIII y XIX). Los principales fueron:

La Silueta.- Aparato de calca en forma de superficie transparente para copiar, en una placa esmerilada, el perímetro de un busto (debe su nombre a una primera imagen de este tipo como burla al ministro francés de Finanzas - De Silhouette);

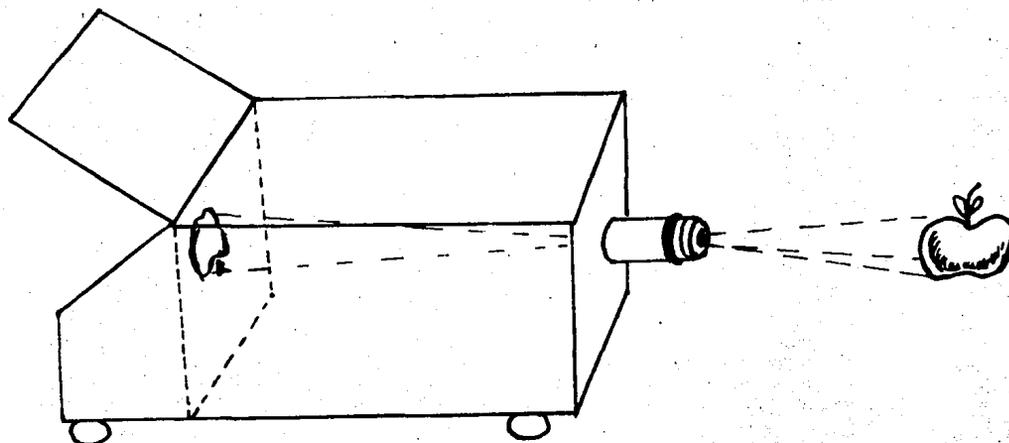
El Fisionotrazo.- Suerte de pantógrafo inventado en 1786 por Chrétien - para reducir o ampliar un dibujo.

La Cámara Lúcida.- Inventada en 1807 por Hyde Wallaston; no era más -- que un dispositivo de prisma que se empleaba a modo de gafa para proyectar - sobre un block de dibujo la imagen virtual de la persona que se encontrara a un lado, y así copiarla.

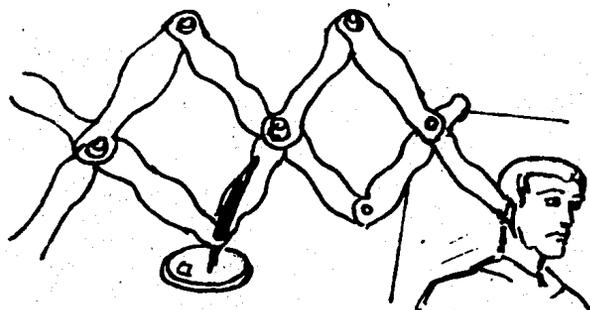
Los retratos dibujados o pintados eran comunes a finales del siglo XVIII, así que el fisionotrazo y la cámara lúcida adquirieron gran popularidad. Prueba de esto fueron las exposiciones de hasta 600 retratos que en 1797 se presentaron en París. ¿Por qué ese interés por la efigie?

Freund relaciona las tendencias reproduccionistas de Francia con la mentalidad revolucionaria de la época. A raíz del movimiento libertador de - - 1789, el ciudadano común, el de la toma de la Bastilla, era aquel ser que -- deseaba mostrar el ascenso de su condición y su situación democrática el retratarse como lo hicieran los príncipes en sus óleos. Lógicamente la emancipación cultural comenzaba por la imitación.

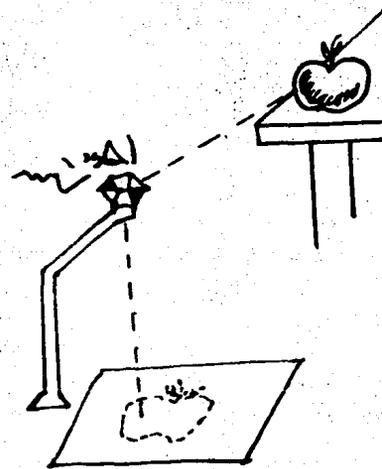
Respecto al retrato, los medios mecánicos y la invención de la imprenta también auxiliaron en la impresión de una imagen producida. Su auge se apoyaba en las necesidades informativas de una sociedad capitalista en vertiginoso desarrollo, que necesitaba saber más y mejor sobre el mundo que deseaba - dominar.



Cámara oscura



Fisionotrazo



Cámara lúcida

Auxiliares ópticos del artista del siglo XVIII

De acuerdo a la tendencia, la prensa, la xilografía y la litografía - - (formas de grabado en madera y planchas metálicas), se utilizaban desde 1486 para ilustrar, aisladamente en ese principio, los textos. Como ejemplo se registra el primer libro con grabados en el mundo a "les Peregrinations", de Breydenbach, en esta fecha, en Francia.

Con el tiempo aparecieron las planchas de cobre y el grabado en buril, más precisos y reproductibles, que fueron usados por toda una escuela de pintores como Alberto Durero, Pedro Pablo Rubens, Montegna y Callot, quienes mediante la reproducción de cuadros y aguafuertes en blanco y negro se mostraron siempre como los más interesados en las imágenes múltiples.

Hacia 1780, y con el anterior panorama de avances tecnológicos, los pintores, los retratistas y los miniaturistas -pintores venidos a menos que se contentaban con realizar bustos en polveras y dijes- reproducían intensamente las expresiones de la gente, y aguardaban, o provocaban, el siguiente auxiliar perfeccionado. No imaginaban que éste vendría a rivalizar con la pintura misma y a volver a sus retratos expresiones imperfectas e indeseables.

1.2. Nace la fotografía: el daguerrotipo

La fotografía nació en Francia en el siglo XIX, producto de la investigación científica y del deseo artístico de reproducir objetivamente la realidad. Ambos factores, el científico y el estético, fueron necesarios para su concepción.

Químicamente, se requería la existencia de una sustancia sensible a la luz, que pudiera registrar la imagen invertida que producía la cámara oscura. El invento lo desarrolló Johan Heinrich Schulze en 1725, por su cuenta y sin pensar que sería retomado para este propósito.

Schulze, profesor alemán de anatomía, observó que la plata podía presentar un ennegrecimiento en sus sales, debido no "al calor del sol o al aire, como se había creído hasta entonces, sino exclusivamente a la luz". (4)

El invento de Schulze, denominado "scotoporus" (portador de oscuridad, por su acción inversa con la luz), fue publicado en 1727 en una memoria de la Academia Imperial de Nuremberg. De ahí siguieron otros como el de Wilhelm Scheele, químico sueco que hizo una observación parecida del cloruro de plata; y el sueco Jean Senebier, bibliotecario de Ginebra, que en Mémoires physico-chimiques sur l'influence de la lumière solaire (1782) habló sobre la -

velocidad con que los colores oscurecían el cloruro de plata.

Otros investigadores y químicos, o pseudoquímicos, hicieron las mismas observaciones, pero por la diferencia de tiempos y lo oscuro de su ubicación geográfica, no lograron salir del anonimato.

Una vez conocida la facultad sensible de la plata (de la que ahora dependen todos los procesos fotográficos), su primera utilización exitosa para registrar las imágenes de la cámara oscura se tiene con los hermanos Joseph-Nicéphore y Claude Niépce, oficiales del ejército y la marina, respectivamente, cuando estaban estacionados en Caligari, Cerdeña, en 1793.

Los Niépce se habían dedicado a hacer estudios desde finales del siglo-XVIII con las sales de plata, y fue Nicéphore quien continuó las investigaciones con diferentes materiales sensibles a la luz, en aras de copiar, mejor que como lo hacía la litografía, la imagen de la cámara lúcida. La razón de esta necesidad era que el grabador de la familia, su hijo, se había enrolado en el ejército.

La primera fotocopia, o copia de contacto, se realizó en julio de 1822. El motivo fue un grabado de cobre que representaba a un bodegón, y el procedimiento consistió en colocarlo sobre un plato de cristal recubierto con betún de Judea, especie de asfalto que con la luz se volvía resistente a fluidos corrosivos. Después de impresionado se lavaba el recubrimiento, y caía el betún que no había recibido exposición, con lo que se producía una imagen "negativa".

Las investigaciones continuaron y finalmente los Niépce pudieron desarrollar la primera fotografía indiscutiblemente reconocida en el mundo, el 12 de junio de 1826.

Realizada sobre una placa de peltre, la imagen representa la vista desde la ventana del cuarto de trabajo de la casa de campo de Nicéphore, en la aldea Chalon Sur Shone. En ella aparecen un palomar a la izquierda, un peral, un trozo de cielo, el techo inclinado de un pajar, y el ala de una casa vecina.

El resultado exitoso requirió en la superficie de peltre un recubrimiento de betún de Judea disuelto en aceite de espliego, una cámara oscura construida por el óptico Charles Chevalier, y ocho horas de exposición. Dicha duración, que permitió que ambos lados de la fotografía presentaran una iluminación pareja, se debió tanto a la poca sensibilidad del betún como al lente que Chevalier había adaptado a la cámara, demasiado oscuro para la fotografía -su luminosidad era f.42, 974 veces menos luminoso que los lentes comerciales f.1.4 de la actualidad.

Nicéphore dio el nombre de "heliografía" (dibujo solar) tanto a las impresiones hechas con la cámara como a los positivos copiados por superposición (como se anotó, el betún producía imágenes invertidas, es decir, "negativos").

Una vez dado el primer gran paso, Nicéphore se dedicó a mejorar su invento. A la cámara le acopló un sistema de diafragma y el descentramiento de la imagen así como muchos tipos de superficie de impresión. Como consecuencia de esto, el inventor francés se vuelve popular y es presentado con un pintor muy interesado en los avances sobre la materia, Louis Jaques Mondé Daguerre, con el que firma un convenio de sociedad el 4 de diciembre de 1829.

Pintor y coinventor del diorama (espectáculo para teatro de panoramas enormes pintados sobre lona), Daguerre, también francés, había estado intentando durante muchos años fijar las imágenes de la cámara oscura, que utilizaba profusamente, en lugar de tenerlas que dibujar él mismo. Ahora, con el avance de Niépce y la sociedad por diez años, creyó deambular por un camino seguro.

Niépce murió a los cuatro años de iniciado el convenio, y Daguerre continuó los experimentos con el principio de su socio y un mucho de intuición, para llegar a la utilización de una placa de plata, vapores de yodo y mercurio, y cianuro de potasio para registrar y fijar una imagen ochenta veces -- más sensibles que la heliografía.

Una vez patentado el invento perfeccionado, al que el continuador llamó "daguerrotipo", éste fue tratado por las autoridades francesas el 7 de agos-

to de 1839, y hecho público diez días después, en una reunión de la Academia de Ciencias y Bellas Artes. Así, la fotografía nació oficialmente.

El gobierno francés adquirió el invento de inmediato, "para cederlo libremente al mundo", al tiempo que Daguerre, como publicirrelacionista innato - que era, sacaba a luz un folleto de 79 páginas -Historique et description du procédé du Daguerrotipie et du Diorama- y se agenciaba con Chevalier para la producción masiva de cámaras para aficionados.

El éxito comercial del invento, todavía compartido con el hijo de Niépce a causa de la sociedad, demuestra la popularidad e interés que adquirió - el fenómeno para el mundo, así como su influencia en la totalidad de las capas de la sociedad europea.

El famoso folleto explicativo del procedimiento de la daguerrotipia apareció en más de treinta ediciones, traducciones y resúmenes, y se publicó, - en el lapso de un lustro, en las siguientes ciudades: Amsterdam, Barcelona, - Berlín, Boston, Copenhague, Dublín, Edimburgo, Génova, Graz, Halle, Hamburgo, Karlsruhe, Leipzig, Londres, Madrid, Nápoles, Nueva York, París, Filadelfia, Posnen, Quedlinburg, Roma, Saint Gall, San Petesburgo (Leningrado), Estocolmo, Stuttgart, Tokio, Viena y Varsovia. ¿Es acaso ilusorio hablar de un boom social frente a tamaño despliegue, en una época -1839- en la que el avión -- era una fantasía?

A consecuencia de la difusión del invento, muchas personas se aprestaron a reclamar la paternidad del mismo, infructuosamente; sin embargo, hubo algunos que al quejarse hicieron del conocimiento público tanto adelantos -- destacables, como intentos dignos de consideración.

William Henry Fox Talbot, hombre de ciencia inglés, matemático, botánico, lingüista y erudito de los clásicos, amén de su reclamo informó haber inventado la fijación de la imagen con sal o yoduro de potasio.

John Frederic William Herschel, quien además de su querrela fue el hombre que utilizó por primera vez en Europa la palabra "fotografía", para - - reemplazar la expresión "dibujo fotográfico" con la que se comenzó a nombrar

al invento, así como las expresiones "negativo" para la copia revertida, "y 'positivo' para la re-revertida" (5). Junto con Talbot dominaban el panorama inglés;

En los países sin extraordinario desarrollo destacan primordialmente -- Hans Thoger Winther, abogado noruego que parece haber hecho los mismos experimentos que Daguerre; Friedrich Gerber y el reverendo J.B. Reade en Suiza; y hasta un bresileño, Hércules Florence, a quien sólo el historiador Beaumont Newhall dedica una pequeña mención, pero la investigadora María E. Haya un -- gran reconocimiento.



Foto 1. Reproducción de la primera heliografía de Niépce (1826).

Hijo de franceses, Florence es defendido tenazmente por la investigadora cubana como el verdadero inventor del proceso, más de un lustro antes de que Daguerre hiciera acto de presencia en la Academia de Ciencias y Artes de París. Lo curioso es que esta afirmación se apoya, según lo atestigua Haya, en la existencia de este reconocimiento en una enciclopedia:

Florence había publicado su descubrimiento en el periódico El Fénix - el 26 de octubre de 1839, cuando el daguerrotipo no había llegado a Brasil...y en la Enciclopedia y Diccionario Internacional, Vol. VII publicado en 1920 bajo el título de Floréncia Hércules, aparece la siguiente cita:...se le debe el descubrimiento de la poligrafía y la fotografía (1832) porque los trabajos de Niépce, Daguerre, Talbot y Pitevin son de 1833, 34 y 50. (6)

Salvo la incertidumbre del procedimiento, lo que parece más probable es que el brasileño Florence sólo haya utilizado por primera vez la palabra "fotografía", antes que Hershel. Sin embargo, en lo absoluto esto no debe demeritar su esfuerzo e ingenio, pues Haya consigna que este pionero llegó a utilizar la orina como agente fijador.

De cualquier manera y salvo las disputas de paternidad, es universalmente reconocido que la fotografía nació en 1839 y que obedeció al ideal de los pintores y retratistas, que en su menor o mayor grado hicieron aportaciones progresivas; los mismos Niépce y Daguerre son un ejemplo. De esta manera, no resulta aventurado aceptar la afirmación de autores que ubican al fenómeno - como "hija de la pintura naturista" (7), en su obsesión reproductiva.

Aunada a la explicación de su origen, no está de más remarcar que lo -- que nació en un principio fue un antecedente de la fotografía, pues el daguerrotipo no era lo que ahora conocemos en su versión más acabada. La diferencia más clara es que el invento de Daguerre no permitía la reproducción múltiple de la escena fotografiada, al producir un positivo único, que era el - producto.

Además, no es posible comparar los tiempos de exposición tan prolongados -minutos- que requerían de "apoyacabezas" para el retratado que, debía - esperar petrificado, con las actuales novedades comerciales con capacidad de disparo de hasta un cuatromilésimo de segundo.

Por otra parte, parece no ser casuístico, como lo anota Freund, que Francia fuera el vértice y hervidero de la novedad. En efecto, parece que el -- ciudadano producto de la revolución de la Bastilla era un ser más interesado por el acontecer humano y por sus producciones artísticas, debido a una democracia que le hacía interesarse por sus iguales.

Por otra parte, y como suele suceder, también la fotografía generó litigios con su aparición. Saber si el aparato era tan sólo capaz de reproducir la realidad de manera mecánica, o si podía considerarse un auténtico medio de expresión artística fue la pregunta que se hicieron los involucrados desde 1839. La opinión pareció centrarse en los críticos de arte y los daguerrotipistas, en una polémica que se dirimió en periódicos y hasta en tribunas. Al respecto, la iglesia alemana hizo su particular aportación:

"El deseo de captar los reflejos evanescentes no solamente es imposible", clamaba indignado el Leipziger Stadtanzeiger, "como se ha demostrado por las investigaciones alemanas realizadas, sino que el solo deseo de conseguirlo ya es una blasfemia. Dios creó el hombre a su imagen y ninguna máquina construida por el hombre puede fijar la imagen de Dios ¿Es posible que Dios hubiera abandonado Sus (sic) principios externos y hubiese permitido a un francés en París dar al mundo una invención del diablo...? ...el señor Daguerre ...quiere eclipsar al Creador del mundo. Si todas -- esas cosas fuesen en algún modo posibles, ya se habría hecho algo parecido hace muchísimo tiempo, en la Antigüedad, por hombres como Arquímedes o Moisés. Pero si aquellos hombres sabios no sabían nada de imágenes en un espejo hechas permanentes, en ese caso se puede decir que el francés Daguerre, que se vanagloriaba de poder hacer tales cosas jamás oídas, es el más loco de los locos." (8)

De cualquier manera, el fenómeno cambió la apreciación de la actividad reproductiva. Los pintores retratistas, especialmente el miniaturista y el operador del fisionotrazo, se vieron reducidos a malos copiadorees desde los cuarentas, y condenados a la desaparición, desde la publicación del invento.

La frase de Delaroche de esta época "¡Desde hoy la pintura ha muerto!" -- parece ser la evidencia de un estigma, aunque el tiempo se encargó de bifurcar la tendencia de ambas artes, de acuerdo con sus facultades visuales.

1.3. El calotipo, la albúmina y el colodión

¿Qué pasó con los avances químico-físicos del invento?

La daguerrotipia no devino directamente en la fotografía, sino que fue el principio de un proceso.

El procedimiento que superó al de Daguerre fue el talbotipo de William-Hery Fox Talbot, quien había reclamado infructuosamente la paternidad del daguerrotipo, con el argumento de su artículo "Some account of the art of Photogenic Drawing", que apareciera el 31 de enero de 1839.

Lo que la historia no negó a Talbot fue el descubrimiento del revelado de la imagen latente formada durante una exposición muy corta, mediante el uso del galonitrato de plata y el yoduro del mismo metal, en un papel corriente, en vez de una placa. El resultado producía un negativo resistente (no transparente) que podía realizar innumerables positivos. El método, llamado calotipo y bautizado "talbotipo" por su autor, se patentó el 8 de febrero de 1841.

Este procedimiento ofrecía la ventaja de producir, a partir de una matriz, muchísimas copias, mientras que el sistema de Daguerre sólo obtenía imágenes únicas. De esta manera, el invento original, a un año de su aparición "quedó como un cul-de-sac en la fotografía": inutilizado (9).

A pesar de esto, el uso del daguerrotipo no desapareció sino hasta la muerte de algunos de sus adeptos, dos o hasta tres décadas después.

Pese al avance que representaba, el talbotipo no tuvo un uso y aceptación populares: Por una parte, debido a la confianza y reconocimiento que los entendidos tenían sobre el método que conocían y manejaban en la mayoría de Europa; y por la otra por la no disponibilidad del equipo específico, amén de la existencia de una patente. Fundamentalmente ésta última fue la razón que impidió la popularidad referida, pues el fotógrafo innovador debía pagar un impuesto si quería utilizar el invento. Solamente en Escocia la patente no existía, pero la historia consigna ahí muy pocos calotipistas.

El avance químico no se detuvo. En 1841, George W. Prosh inventó un -- acelerador que redujo el tiempo de exposición de la placa sensible de cuatro - minutos a 25 segundos (aunque el tiempo estándar era de dos minutos), con po sibilidad de tiempos más breves, de acuerdo a la luz que proporcionara el -- sol.

Otto Stelzer asegura que en esta época se realizó la primera "instantánea" (fotografía cuya exposición mínima "congela" el movimiento) gracias a - un tal Marc-Antoine Gaudin, desde el Pont Neuf de París. Parece difícil - - creer en una impresión de este tipo, con una información contraria más con-- vincente de 25 segundos mínimos de exposición, así que es prudente anotar co mo las primeras instantáneas a los calotipos de olas y nubes de Le Gray, en- 1856.

El invento que supera al calotipo e introduce la fotografía sobre vi- drio es el proceso de la albúmina. Publicado por Abel Niépce de Saint-Victor -primo de Nicéphore- en junio de 1848, la albúmina consistía en recubrir una- placa de cristal con clara de huevo sensibilizada con yoduro potásico, hume- decida con una solución ácida de nitrato de plata, revelada con ácido gálico, y fijada con hiposulfito sódico.

La exposición duraba más tiempo que el talbotipo, de cinco a quince mi- nutos, y si bien no era lo mejor para el retrato, no representaba inconve- - niente alguno para los paisajes, arquitectura y reproducciones de arte. Los positivos eran excelentes como diapositivas de proyección en el antepasado - del proyector de transparencias, la linterna mágica.

Apenas en los 50', el colodión viene a suplantar todo lo antecedente.

Inventado en 1851 por Frederick Scott Archer, presentado en Londres y- publicado por la revista Anateum, el colodión, que contenía yoduro potásico, era vertido con una fluidez determinada sobre una placa de vidrio, que era - cuidadosamente ladeada hasta formar un recubrimiento uniforme sobre toda la- superficie.

La desventaja de manipulación (que obligaba siempre a portar un cuarto oscuro) se compensaba con la ganancia en sensibilidad sin detrimento de la calidad, con tiempos de entre diez segundos y un minuto y medio.

Con el colodión los retratos encontraron posible su realización convincente. La calidad de los resultados y el bajo tiempo de exposición convirtieron al ambrotipo (retrato hecho con el colodión) en un éxito fotográfico, favorecido por las mencionadas tendencias democráticas de la época. Baste decir en este sentido que la Dresden Albuminopapier Fabrik, la mayor productora de papel albuminado de Europa, llegó a utilizar para su producto "60 000 huevos y un total de 18 millones al año". (10)

Sin embargo, el inconveniente del colodión estaba en su manipulación. La sustancia sensible debía estar húmeda para la impresión, así que era prácticamente inutilizable para los fotógrafos paisajistas; una placa seca de -- las mismas características era la exigencia.

El avance en turno se produjo en 1871, cuando el doctor británico Richard Maddox sustituyó colodión por una emulsión de gelatina al bromuro de plata, seca.

El invento hizo época, y para 1878, 4 firmas británicas producían cantidades industriales de placas secas que, entre otras cosas, ya realizaban exposiciones en fracciones de segundos.

El único inconveniente que quedaba ahora era el peso de la placa, y su relativa fragilidad. Habría que aplicar un soporte flexible y resistente; - el celuloide sintético derivado del petróleo, fue el eslabón final del proceso.

1.4. El celuloide, culminación de una búsqueda

El celuloide, placa seca flexible que sustituyó a la de vidrio, fue inventada en 1861 por el inglés Alexander Parkes.

Parkes convenció en 1888 a un fabricante para que produjera placas finas de celuloide, que fueron recubiertas con una emulsión de gelatina no tan sensible como la albúmina, pero de mejor manejo. El problema del vidrio se solucionó con esta película.

Un año después, la Eastman Kodak Company empezó la producción industrial de película de nitrocelulosa en rollo, mucho más delgada. La nitrocelulosa, basada en la innovación del nitrato de plata en el material flexible, fue desarrollada de manera independiente por el reverendo Hanibal Goodwin en 1887; ésta permitió exposiciones verdaderamente instantáneas.

Simultáneo a este ascenso científico, el color se desarrolló desde 1861, fecha en la que el físico inglés James Maxwell obtuvo la primera fotografía de este tipo.

El nuevo adelanto se basó en el descubrimiento de que todo matiz de color podía obtenerse de tres colores "primarios": rojo, azul, verde, así que desarrollado un proceso aditivo de sales metálicas sensibles coloreadas.

Después de seguir un desarrollo similar al blanco y negro, y apoyándose en los avances generales, este antecedente fue retomado comercialmente por las nacientes compañías fotográficas, la Kodak y la Agfa, en 1935 y 1936, -- respectivamente.

Ambas empresas comerciales produjeron una película con tres capas de -- emulsión superpuestas sobre un soporte de celuloide. La capa superior era -- sensible a la luz azul, la intermedia a la verde y la inferior a la roja; en conjunto hicieron la gran diferencia que desde entonces y hasta la actualidad se aplica en los rollos de color.

Debe quedar claro que el proceso de color, si bien implicaba un adelanto sin precedentes, no padeció las mismas inclemencias que su similar: las técnicas que con trabajos descubría el especialista en blanco y negro y que podían ser adaptadas, se adaptaban: El decidido apoyo de las compañías industriales fue, a su vez, fundamental.

Así, con el tiempo, recursos e interés, la poca sensibilidad de las películas quedó como un lejano recuerdo a partir de 1936, año en el que el doctor Robert Koslowsky, para Agfa, logró incrementar la sensibilidad de la película de uso común a 21°DIN ó 100°ASA, grados utilizados en la actualidad para los rollos de color, y producto de sistemas de medida alemán y yanqui, -- respectivamente.

En la actualidad, la química se ha dedicado fundamentalmente al mejoramiento de los productos comerciales en existencia, especialmente en calidad y sensibilidad. El mercado fotográfico dispone de material para producciones en blanco y negro, color, diapositivas y hasta película infraroja, en formatos de 110 (1 x 1.24 cm); 135 (2.4 x 3.6 cm); 126 (formato de cartucho de la Kodak); 120 (6 x 6 cm o más); 4 x 5 (4 x 5 cm), y aun formatos más grandes.

La sensibilidad, especialmente para las películas más comunes -135 y -- 120- tiene el siguiente rango de disponibilidad:

25, 50, 64, 100, 125, 400, 800, 1 000 y 1 600 grados ASA. ¿Existe acaso punto de comparación con los primeros materiales fotográficos, cuya sensibilidad era de apenas 2 ó 3°ASA, y con los cuales no sólo se intentaron, sino que se lograron producciones de calidad? Pese a que en México se dispone prácticamente de sólo dos sensibilidades de película, 125 y 400°ASA (la de 1000° ASA de la Kodak está disponible también, pero su costo es sustancialmente -- más elevado) para impresiones sobre papel, el rango de cobertura y las propiedades de las cámaras modernas permiten satisfacer cualquier necesidad.

La Polaroid, las cámaras autofocus, y toda aquella suerte de instrumentos que se encargan de producir positivos inmediatos, son muy útiles para la fotografía artística, publicitaria y de retrato, pero su uso periodístico es mínimo. De aquí que su desarrollo no sea fundamental para nuestros propósitos, aunque son un precedente de producción expedita y de calidad instantánea. La verdad es que la fotografía del "momento preciso" es tan aleatoria como los sucesos espectaculares que más fama le han dado, y no depende ya -- tanto de la cámara.

1.5. El desarrollo técnico-mecánico

Las cámaras fotográficas sufrieron una evolución tan vertiginosa como los procedimientos que hicieron a las películas más sensibles y maniobrables.

El lente fue lo primero. No era lo mismo tomar una escena con un Chevalier como el del primer daguerrotipo, que hacerlo con un lente verdaderamente luminoso, pues su valor mínimo era f.14-f.16.

Para superar la deficiencia, primero se aplicó un espejo cóncavo a la caja, gracias al ingenio del norteamericano Wolcot, quien descubrió que esta forma hacía incidir más luz sobre la placa. Esta innovación de mayo de 1840 se vio superada por el lente f.3.5 de Friedrich Voigtländer, que desde enero de 1841 hizo posible el retrato gracias a su definición, y a ser treinta veces más rápido que cualquier otro objetivo de la época.

De hecho, este objetivo -el primero diseñado específicamente para retratos fotográficos- continuó siendo el modelo más ampliamente conocido en todo el mundo hasta la introducción del anastigmático Carl Zeiss en 1889. (11)

Fuera del lente Voigtländer, que fue único en su época, la ciencia se iba abriendo paso para el desarrollo de objetivos compuestos de varios elementos -que culminarían en el mencionado Zeiss anastigmático- a la par del formato del cajón de la cámara que devendría más pequeño.

La cámara promedio de los '50 tenía el tamaño de las actuales para estudio: pero como no existía en un principio las ampliaciones: si se deseaba -- una fotografía más grande, o una reducción, debía construirse un artefacto -adecuado. Así se tuvieron extremos como la de 100 x 90 centímetros de John-Kibbe, en 1860, que requería placas de 20 kilogramos de peso, y la 8 x 11 milímetros de Steinheil que utilizó para fotografías secretas de guerra.

Una cámara singular para su época fue la "Pistolgraph", del inglés Thomas Skaife, maravilla de los '40 por la claridad de su lente y lo original de su constitución, semejante a un arma de fuego.

Este aparato tenía un obturador de resorte que se disparaba mediante un gatillo, e iba provisto de un lente inverosímil para la época: "uno de los - objetivos más rápidos que se han construido, una combinación Dallmeyer con - una apertura efectiva de f 1.1 que tomaba instantáneas de unos 3 cm de diámetro." (12)

Una anécdota en torno a la "cámara pistola" demuestra que el público no estaba listo aún para este avance: en una ocasión Skaife apuntó hacia la reina Victoria, y casi fue arrestado por "atentar" contra la vida de la dama. - El fotógrafo tuvo que abrir la supuesta pistola para convencer a la policía - de que sus disparos eran instantáneas fotográficas inofensivas. Aquí parece situarse el origen de la palabra "disparo" para la toma de fotografías, mencionado por Herschel desde 1860.

En 1890, y con la ventaja de contar con placas secas de gelatina y celuloide producidas comercialmente, aparecieron cuatro variedades de cámaras para las diferentes exigencias:

La de cajón o de recambio, con una cámara de recambio adherida al cuerpo;

Las cámaras de almacén, con doce placas, que se guardaban en un almacén en el interior del cuerpo de la cámara;

Las cámaras réflex, con uno o dos objetivos en los que se podía ver la imagen a través del lente que participaba en la exposición; y

Las cámaras de película en rollo, que se harían más populares por su facilidad de uso desde 1900, con la aparición de la "Brownie" de la Kodak.

De las anteriores, la cámara para película en rollo fue la solución para los problemas de manejo. El material sensible enrollado en dos carretes en lugar de placas de vidrio resultó un indudable avance en el manejo y el peso.

De aquí en adelante el camino se reduciría fundamentalmente a la cámara réflex de un objetivo, y el formato 135 de uso cinematográfico con la Ermanox y la Leica, inicio de la época contemporánea en los artefactos.

La primera cámara verdaderamente resistente y versátil de 135, la Leica de la casa Leitz, en Wetzlar, Alemania, fue concebida en 1912. Su compañera, la Ermanox, pese a ser posterior salió a la venta un año antes que ésta, en 1924.

La Ermanox superó momentáneamente la popularidad de la Leica. Pese a ser una cámara de 4.5 x 6 cm, su poco peso y un lente f.2 la hacían única para instantáneas de mítines políticos y manifestaciones de toda índole, en interiores. De ella se valieron pioneros del reportaje como Erich Salomon y Félix Man.

Hacia 1929, la Leica había acabado por imponerse; su formato 25 x 38 mm y sus dimensiones aproximadamente de 5 x 6 x 13 cm, la volverían el modelo a seguir para los futuros aparatos, entre los cuales no tardaron en aparecer similares como la Contax y la Minnograph, también alemanas. En ese mismo año apareció la Rolleiflex de Franke & Heidecke, precursora también de las réflex de formato 6 x 6 cm.

Después de la Segunda Guerra Mundial se manifestaron dos tendencias en la producción de cámaras fotográficas: el perfeccionamiento de las de formato 6 x 6 cm. con la Hasselblad, y el boom de las japonesas de 135.

La Hasselblad fue creada por Víctor Hasselblad Aktiebolag, en Göteborg, Alemania. Este artefacto es considerado actualmente como la mejor cámara del mundo por la calidad de sus lentes -que en una parte de su proceso todavía se tallan a mano-, su precisión mecánica y la versatilidad de sus formatos (una misma puede volverse de cualquier formato, inclusive Polaroid, dependiendo del molde intercambiable que se coloque en la parte posterior del cuerpo).

Respecto a la comercialización y avance de los japoneses, éstos han hecho del formato 135 el rey del uso periodístico y fotográfico cotidiano, por la calidad de sus lentes, lo liviano del tamaño de las cámaras, y la alta definición de los positivos. Cabe mencionar que más del 70 por ciento de las cámaras que se venden en la actualidad son japonesas de formato 135.

La necesidad de objetivos de diferente distancia focal, y consecuente - alcance, fue subsanada con la creación de lentes más cortos o largos, dependiendo de las exigencias: los largos, cuales pequeños telescopios, se volvieron teleobjetivos o telefotos; los cortos, grandes angulares. Estos eran - intercambiables y se montaban o enroscaban al cuerpo.

La dificultad de variación de un objetivo focal a otro se superó con la invención del Zoom de foco variable, introducido en 1959 por Voigtlander en Braunschweig, Alemania. Con este instrumento, la variación de una distancia-focal a otra dependía del giro de un anillo en el lente, y no de la molesta-necesidad de cambiar uno y otro dispositivo óptico.

El problema del cálculo de la intensidad lumínica de la escena retratada se superó con la introducción del fotómetro a base de células fotoeléctricas, que apareció por primera vez en el modelo de 1932 de la Leica. Con él, el problema de la combinación correcta abertura de diafragma-velocidad de -- disparo se vio reducido a la simple concordancia de una varita que, en la -- pantalla, indicaba un factor, con otra, que anotaba el otro.

Una vez que se consolidaron las cámaras pequeñas, el mundo mecánico se-transformó con la aplicación de la electrónica. Fábricas comerciales como - la Pentax sacaron a la luz pública las primeras cámaras semiautomáticas hacia 1950, y de automaticidad completa poco después. Esto quiere decir que el artefacto controlaba la abertura del diafragma y la velocidad de exposición, - con lo que el fotógrafo sólo se preocupaba por enfocar.

Por si esto no fuera poco, en la actualidad existen cámaras autofocus, - de automaticidad absoluta -hasta en el enfoque- que trabajan a base de rayos infrarrojos, láser y sistemas digitales computarizados.

Seguidas por la Nikon y la Canon, en todos sus modelos, el mundo de la-fotografía de 35 milímetros pertenece a la tecnología japonesa, que se ha -- adueñado de los fotógrafos con nombres como Pentax, Minolta, Olympus, Chinon, Cónica, Práctica, Exacta, Ricoh, Fujica, Miranda, Mamiya, Yashica, Vivitar y muchas otras.

Con lentes multitratados y excelente luminosidad (f.1.4 e inclusive -- f.1.2 para algunos modelos de 55 mm), sistemas de enfoque de corte de imagen y micropirismas, y células fotoeléctricas y diodos para la exposición, se puede decir con certeza que cualquier tipo de escena que posea un mínimo de luz, aun en las peores condiciones, puede ser impresionada. Y si de casos extremos se trata, existe película infraroja que capta la imagen en la oscuridad total.

Aunque ambos factores, cámaras y película, han hecho la gran diferencia, la disponibilidad de lentes tampoco se queda atrás: se les consigue desde el super gran angular "ojo de pescado" de 7 mm y ángulo de cobertura de 180°, -- hasta el objetivo catadióptrico de 2000 mm (que cuesta cuatro mil dólares), -- capaz de imprimir con claridad las cordilleras de la luna. La disponibilidad, en el caso de la Nikon, del sistema más completo, es:

7 mm, 11 mm, 13 mm, 15 mm, 23 mm, 28 mm, 35 mm, 42 mm, 50 mm (lente estándar), 55 mm, 75 mm, 85 mm, 135 mm, 150 mm, 205 mm, 300 mm, 400 mm, 500 mm 1000 mm y 2000 mm.

En el caso de los objetivos zoom éstos cubren prácticamente toda la gama desde los 38 hasta los 400 mm.

En relación con la velocidad de disparo, factor del que no se ha hecho mención, éste también ha caminado acorde a los adelantos de la ciencia. El rango disponible en cualquiera de las cámaras anotadas anteriormente es:

1 (un segundo), 2 (1/2), 4(1/4), 8 (1/8), 15 (1/15), 30 (1/30), 60 (1/60) 125 (1/125), 250 (1/250), 500 (1/500), 1000 (1/1000), en cámaras normales.

En cámaras como la Canon A1 la velocidad más lenta de exposición es de 30 segundos; y en las Nikon F3, FE2 y FM2 el extremo contrario es de 1/4000-de segundo. ¿Existe aún algún impedimento para obtener cualquier tipo de impresión en cualesquier tipo de condición que pueda ser afectada por los factores arriba anotados?

Por si fuera poco, o más bien para redondear la idea, se mencionará que las cámaras Nikon y Canon, que son las que en un 95% usan los fotógrafos de-

los diarios de circulación nacional, poseen motores que se acoplan al cuerpo de la cámara y le posibilitan realizar hasta seis disparos por segundo, con lo que las fotos de momento preciso, si se tiene idea que pueden darse, no deben encontrar mayor impedimento que el estar en el lugar y el momento adecuado.

Las demás cámaras líder: la Olympus, Pentax y la Minolta, sin menosprecio de sus inmediatas perseguidoras, poseen prácticamente las mismas propiedades en el motor, con diferencia de sólo uno o dos cuadros por segundo. El mundo de la perfección domina a esta especialidad, y en la actualidad se puede decir que depende del fotógrafo la obtención de una buena impresión, y ya no de la cámara, el lente o la película.

1.6. La fotografía como producción humana

Desde el punto de vista social, la invención de la fotografía fue un bomn que abarcó, además de pintores, a inventores, científicos, interesados y hasta hombres de letras.

Como el eje del desarrollo científico y de las innovaciones de la época era Europa (Alemania, Francia y Gran Bretaña, principalmente), las primeras manifestaciones masivas del fenómeno se sucedieron ahí. Esto no significa que los Estados Unidos y Latinoamérica se quedaran atrás: las buenas relaciones comerciales que se mantenían entre los dos mundos y la pujante influencia del capitalismo industrial los mantuvieron en contacto. Cieratamente -- los mismos fenómenos se daban con una pequeña diferencia de tiempo.

1.6.1. Aparición y propagamiento

Con la publicación del primer proceso químico-óptico por parte de Arago en 1839, el fenómeno fue una verdadera bomba, al grado que se puede afirmar que la fotografía se hizo del dominio público hacia 1841.

En Francia "todo París fue presa de la deguerrotipomanía" (13), se afirmó a dos años de la invención. Esta aseveración se apoya en pruebas constatables tales como las descripciones de los cronistas de la época, y en las 29 reediciones del folleto oficial de Daguerre. He aquí un ejemplo de los comentarios de esos momentos:

En todas las plazas de París podían verse cajas oscuras con tres patas, plantadas delante de iglesias y palacios. Todos los físicos, químicos y hombres sabios de la capital se ocupaban de pulir placas plateadas, e incluso los propietarios de las más selectas droguerías consideraban imposible el negarse a sacrificar algunos de sus productos en el altar del progreso. (14)

El daguerrotipo provocó una impresión semejante en las principales ciudades de Europa.

En Alemania: el impacto se puede inferir con ediciones del proceso, tan sólo en 1839, y el establecimiento. En este país, del primer estudio heliográfico formal en septiembre de 1841.

Con la aplicación de la técnica y el arte, se dan a conocer personalidades como Carl Ferdinand Stelzner, considerado por algunos como el productor de los más bellos daguerrotipos del mundo. Stelzner no sólo imprimió paisajes y retratos, sino que desarrolló la primera impresión de un acontecimiento histórico: las ruinas de Hamburgo después del fuego devastador de mayo de -- aquel año.

En Inglaterra: pese a que esta nación casi caminó de la mano con Francia en los avances, el éxito se difirió por unos meses: era el único lugar en el que la daguerrotipia había sido patentada, así hubo que esperar hasta que Richard Beard, comerciante en carbón y especulador de patentes, se interesase personalmente en el invento, para comprar, en junio de 1841, los derechos de invención del sistema. Beard inauguró el primer estudio fotográfico público de Europa, en marzo de 1841, con entrada diaria de 150 libras que no deja duda de que el fenómeno era popular en cualquier estrato de la sociedad. Además, como se anotó, Talbot y Herschel se encargaron de propagar ahí sus propios métodos.

Austria contó con el apoyo e interés de Voigtländer y Petzval en cuanto a difusión, pues ellos determinaban directrices en cuanto a óptica. El primer estudio del país se abrió en 1841, propiedad de los hermanos Joseph y Johann Natter.

En Suiza, Johann Baptiste Isering, carpintero y grabador, pasó a la historia como la primera persona que presentó una exhibición pública de retratos fotográficos, el primero que retocó heliografías, el primero que intentó darle a los daguerrotipos aspecto de pinturas a base de colorearlos. Además, su catálogo de 39 páginas con 39 retratos y paisajes, publicados en el St. -Dallen en agosto de 1840, fue el primero en su tipo.

De acuerdo, el dominio público era evidente, ¿Pero, qué impresión causó la fotografía en la sociedad, como movimiento artístico?

Con el tiempo, los primeros enemigos declarados de la fotografía fueron los mismos sujetos que habían promovido su creación: los pintores. En el campo de trabajo, el daguerrotipo no sólo perpetuaba las imágenes virtuales que captaba la cámara oscura, sino que lo hacía con tal fidelidad que el resultado era envidiable para cualquier retratista de la época. La discordancia en la producción de fotografías en blanco y negro en vez de color pareció también ser obviada en consideración a la calidad de las reproducciones.

A pesar de ubicarse en un principio como hija de la pintura naturista, la incipiente fotografía "cambió la visión que el hombre tenía del arte" (15) y superó a su madre postiza al cubrir a la perfección las exigencias del momento. Quizá el motivo del antagonismo acérrimo es que la fotografía ridiculizó a la pintura en algo más que un estilo, pues el naturalismo era más que esto, una obsesión reproductiva.

Era... un principio ligado al mismo de la imitación, y basado expresamente en el profundo deseo humano de conseguir una reproducción objetiva del entorno en su totalidad o en sus aspectos parciales. (16)

No debe por ello considerarse fortuito que Da Vinci nos hablara de la cámara oscura en sus bocetos, ni que Rubens, Durero o el mismo Daguerre, fueran pintores interesados en la creación del invento fotográfico, desde la an

tigüedad

Asimismo, la daguerrotipia, la cámara lúcida, la oscura, el fisiotrazo y la silueta misma, no demuestran desde su origen más que el interés del pintor por registrar la realidad circundante y los rostros de la gente que se hacía pinturas o miniaturas, sin móviles modísticos, ni temporales.

Una vez enfrentados los dos movimientos, el cuestionamiento inmediato no hizo esperar: ¿el nuevo fenómeno era un "arte", un sustituto de la pintura (como lo declarara Delaroche con su "¡Desde hoy, la pintura ha muerto!") o una simple técnica reproductiva? Esta era la pregunta que atormentaba a la élite, mientras el fenómeno caminaba con paso firme hacia la masificación por el abaratamiento de los costos. Esta disputa, anotada anteriormente como cuestión de honor para los artistas y de la cual hasta la iglesia opinó, parecía infinita.

Como respuesta a Delaroche, se objetaba que el daguerrotipo era vacío. Decían: el novelista elige, agrupa, distribuye: el daguerrotipo, en cambio, ¿realiza el mismo esfuerzo?

La controversia vino a resolverse con el paso del tiempo y la inclinación de la pintura hacia otro tipo de manifestación visual que no fueran la copia: el impresionismo y el simbolismo, antecedentes de la pintura abstracta, y el cubismo.

Una cosa es verdad con relación a la foto: el compromiso con el realismo y la verdad objetiva tendrían otros cauces, y no los de la llana impresión de escenas estéticas. No fueron los paisajes o las vistas de otros -- países lo que hizo tener un daguerrotipo en casa, ni mucho menos hacer largas filas fuera de los estudios. Fue la gente y lo que para ella representaba una impresión de su persona, lo que desarrolló un interés masivo más -- real hacia la creación química-mecánica. Aunque nunca ha terminado la disputa arte-registro (disputa en la que nos encontramos a favor del primer -- término, pues una fotografía no es más que el resultado de un sinnúmero de selecciones intencionadas), es importante destacar que desde un principio -- existió, aunque el inicio de una maner francamente rivalizadora.

1.6.2. La fotografía en la sociedad

El daguerrotipo no vivió en la disputa de su valor: trascendió, por su accesibilidad, a los distintos estratos de la sociedad, y aquí halló su verdadero gran valor como medio de comunicación masiva.

En efecto, la fotografía no sólo sirvió para tomar caras, sino que llevó el mundo a los rincones más apartados de las sociedades.

"Mostraba paisajes que hasta ahora (sic) sólo se conocían a través de -- las descripciones inexactas de viajeros o de grabados exagerados que eran mi rados con recelo desde que la fotografía revelaba la verdad".(17)

El realismo fotográfico reemplazaba al filosofismo y el romanticismo, - con lo que ahora el mundo entero se veía a través de los ojos del fotógrafo, quien optó por captar verídica o artísticamente, las imágenes más diversas de la realidad.

De las tendencias humanas los primeros tipos de fotografía, de acuerdo a la visión del mundo y el propósito: surgieron las siguientes:

La fotografía de exploración.

La fotografía de paisajes.

El uso de la fotografía con fines arquitectónicos.

El fotoretrato y la fotografía costumbrista.

La fotografía como documento social, que involucraba el prolegómeno de lo que sería el fotorreportaje de guerra.

Todos estos, incidieron fundamentalmente en el uso futuro de la fotografía como fenómeno social, y en especial los dos últimos desembocaron, con la impresión de sus temas en medio de información, en el fotoperiodismo.

1.6.3. El fotoretrato y la fotografía costumbrista.

El fotoretrato y la fotografía costumbrista fueron la primera motivación

social de la fotografía. Una vez inventada la daguerrotipia, todo mundo quiso, antes que otra cosa, imprimir su efigie.

En 1841 ya se había consolidado el fotorretrato en Francia, y su influencia se propagaba por toda Europa y América. Para esta fecha, y en el marco de una reluciente sociedad fotográfica ("Société Heliographique") y la publicación del primer libro ilustrado con calotipos, Italie Monumentale de Roger Frangente, aparecieron infinidad de fotógrafos retratistas.

El origen de la necesidad social del retrato se halla en el desarrollo sociocultural del viejo continente, y en especial de Francia. Como se afirma anteriormente, el ciudadano francés ahora era tan libre como su inquietud de retratarse como los nobles, a bajo costo: "en su origen y evolución todas las formas de arte revelan un proceso idéntico al desarrollo interno de las formas sociales" (18).

A causa del bienestar que trajera Napoleón a Francia, las tendencias democráticas de la época reivindicaron los derechos del hombre y del ciudadano, colocándolo en un nivel de importancia semejante al de los nobles: "mandarse hacer el retrato era uno de esos actos simbólicos mediante los cuales los individuos de la clase social ascendente manifestaban su ascenso" (19).- Si antes se fotografiaban solamente personalidades, el daguerrotipo devino en un sucedáneo común, por su precio, desde 1840.

Pero la emancipación económica no caminaba a la par de la emancipación cultural, así que dichas clases ascendentes sufrieron uniformemente la tendencia a imitar las estructuras estilísticas reconocidas, que pertenecían a la nobleza. De esta manera, se comenzó el registro de realidades posadas, - falsas, en detrimento de un posiblemente valioso valor documental:

La búsqueda de un parecido en el retrato del cliente francés bajo Luis XV y Luis XVI puede definirse por la tendencia general a falsear y - hasta idealizar cada rostro, incluso el del pequeño burgués, para que se pareciera al tipo humano dominante: al príncipe. (20)

En todos los estratos y paisajes, y en su proporción, el fenómeno era -semajante. Su proceso de democratización por una vía u otra, privilegiaba de cualquier manera al retrato como una necesaria manifestación del paso de uno por la vida.

Asimismo, el natural deseo de recordar la apariencia pasada de los nuestros o poseer la imagen del ser querido, hallaron sustancia a sus aspiraciones.

Con esta filosofía, nacida desde en la Revolución de 1789, aparecieron fotógrafos retratistas como los ingleses Isering, David Octavius Hill, Julia Margaret Cameron, Lewis Carroll (célebre por "Alicia en el País de las Maravillas"), y un francés, Félix Nadar.

Dentro de la perspectiva del artista fotógrafo, Félix Tournachon Nadar representó el ejemplo más famoso del noble retratista. Dibujante, caricaturista, escritor y aeronauta, Nadar abrió en 1853 un taller fotográfico en la rue Saint Lazare de París. Con el antecedente de una prometedor profesional (la sociedad Heliográfica se había establecido dos años antes), Nadar tiene como primera clientela a la burguesía, que entre artistas e intelectuales nutría sus bolsillos.

Pero el éxito no fue sencillo. Las deficiencias de la época eran muchas y una buena impresión dependía tanto del esfuerzo del modelo (recordemos que las primeras impresiones duraban minutos) como del carácter del artista. La espera eterna en una posición de absoluta rigidez acababa con cualquier expresión agradable o espontánea, así que había que pensar en algo más que una mirada "bonita".

A este respecto es interesante destacar que si bien la rigidez prolonga da era un obstáculo insalvable, algunos autores entablan polémicas en torno a lo positivo o negativo de la larga espera: mientras que para Gisèle Freund las prolongadas exposiciones y el "apoyacabezas" provocaban una rígida sonrisa con la que desaparecía el último contenido individual, en opinión de Otto Stelzer eran excelentes, pues casi dejaban al descubierto la esencia del sujeto:

El aparente primitivismo de este procedimiento resultó ser un recurso estético... Y en la placa podía apreciarse entonces esa expresión concentrada... precisamente porque en un tiempo de exposición tan prolongado el rostro no puede concentrarse en una pose preferida por el retratado o por el fotógrafo, sino que está obligado a relajarse, dando así paso a la expresión propia de retratado. (21)

Amén de tener una cámara, Nadar poseyó la habilidad, lo que le valió gran fama en la época de la naciente fotografía.

Una vez famoso, como Margaret Cameron, Cajart y Le Gray en Inglaterra - (artistas fotógrafos contemporáneos de fama hereditaria), Nadar abandonó temporalmente la profesión que le dejara muy buenos dividendos para regresar -- después por causas económicas, y dedicarse a promocionar su imagen con impresiones de Francia desde un globo. A partir de este momento y hasta su muerte reclutó entre su clientela a la burguesía alta y baja, con lo que a su paso el arte dejó en el olvido el ser el privilegio de algunos nobles o ricos que podían costear carísimas producciones humanas. Si bien hubo muchos daguerrotipistas como Nadar (treinta mil sólo en París por los '50), ninguno -- tan reconocido como él por sus relaciones públicas y sus incursiones aerostáticas.

En el marco de esta época de pioneros, en 1855 se realizó la primera exposición fotográfica de la "Société", en la que se reunieron retratos de gente eminente y celebridades. El fenómeno fue un éxito como incipiente medio de comunicación de masas: mareas de gente iban a ver la cara de esos personajes famosos, y el fotógrafo se volvía, de un incursionador, en un artista reconocido.

El título de respeto no duró mucho. En ese mismo año, 1855, sucedió un hecho crucial para la fotografía masiva: el fenómeno se halló libre de patentes al expirar la de Talbot y su calotipo. Con esto se atrajo inevitablemente a toda una masa de individuos que, orillados por la falta de cultura u oportunidades para aspirar a profesiones más elevadas, se dedicaron al retrato como medio de subsistencia.

Desde entonces la fotografía se volvió un oficio o profesión, y se masificó inevitablemente; y entre los científicos, pintores y artistas se ubicó el empírico inculto, que sin saber de arte más allá de lo elemental, vio al fenómeno como un negocio que podía aportar dividendos y subsistencia, por su demanda. Antes que pensar en expresiones, como lo hicieron Nadar o la Cameron, buscó concebir fotos "bonitas" en términos generales, y accesibles a -- cualquier bolsillo. En este momento surge a la fama otro hombre prototipo -- del momento: Disderi, creador del "término medio" y la "carta de visita".

Andre Adolphe Disdéri apareció en Francia en 1852 cuando la fotografía -- era una manifestación psicológica imprescindible. La novedad que representó fue que el objetivo fotográfico fue crear una fotografía sin mucho arte, pero tampoco demasiado simple. Para esto él pensó en no poner tanta -- atención a la expresión individual como a la totalidad del cuerpo del sujeto; y para hacerlo interesante, y cubrir probables deficiencias de percepción artística de los competidores cultos, se "maquilló" la impresión con la vestimenta típica del empleo del retratado. Este era el "término medio".

Para su creación, Disderi adicionó todo un arsenal de utilería que servía para representar el cliente en su empleo, con el único cuidado de no chocar con las reglas de la decencia de la época, ni de la clase social (aunque para algunos científicos y pintores, como Delacroix, el desnudo ya era objeto de impresión desde 1846, en producciones que tenían gran demanda en el medio).

Dentro de su tendencia absolutamente expresiva más que de propósitos documentales, Disderi publicó en 1862 una "Esthetique de la Photographie" (!) -- primera obra teórica de su género, en la cual resumió los elementos de su -- "término medio" de la siguiente manera:

1. Fisonomía agradable.
2. Nitidez general.
3. Las sobras, las medias tintas y los claros bien proporcionados.
4. Proporciones naturales.
5. Detalles en los oscuros.
6. ¡Belleza!

La concepción de belleza de la época no era acorde a la actual que pregonan Susan Sontag o Ansel Adams de que todo objeto fotografiable es potencialmente bello:

En las décadas recientes, la fotografía ha logrado parcialmente que todo el mundo revisara las definiciones de belleza y fealdad -de acuerdo con la propuesta de Whitman-. Si (en palabras de Whitman) "cada objeto, - condición, combinación o proceso precisos exhibe una belleza", es superficial señalar que ciertas cosas son bellas y ciertas otras no. Si "todo -- cuanto hace o piensa una persona es relevante", es arbitrario tratar ciertos momentos de la vida como importantes y la mayoría como intrascendentes... Fotografiar es conferir importancia. (22)

Aquí, que este valor se apreciaba al considerar toda la estatura del personaje (ya no sólo su cara), sus accesorios (que "aderezban" el retrato), y una pose expresiva estereotipada de los famosos que habían posado previamente. Con esto feneció el valor de la expresión individual para dar paso a -- una sociedad de fotos escuetamente "bonitas", desde 1985.

1.7 Fotoperiodismo

Quizá el movimiento icónico-comunicativo de mayor poder masivo de constatación -hoy reconocido por su cotidianeidad y presupuesta veracidad- es el fotoperiodismo. Y no sólo son sus ejemplos las impresiones de la crudeza -- humana, como las guerras, los asesinatos, o los niños de Napalm, sino que -- también lo es todo aquello que implica la transmisión de una noticia por este medio visual, y su potencial utilización como documento social.

La foto periodística establece la condición de reproducción de una imagen informativa de interés general en un medio de comunicación periódico. -- Por extensión, dicho término se ha acuñado a aquellas producciones que observan en la fotografía un interés informativo social, aun si no son publicadas en un periódico. Es decir, que el contenido de la imagen ha superado al continente para ubicarse como una manifestación particular de la realidad.

1.7.1 Inicio del fotoperiodismo

El inicio del fotoperiodismo se concerta principalmente con el desarrollo de dos de las tendencias de mediados del siglo XIX: los reportajes de guerra y el uso de la fotografía como documento social, aunque la fotografía constumbrista jugó su papel cuando se utilizó para denunciar situaciones producto de la explotación.

En un principio, lo "periodístico" se estableció por el motivo de lo fotografiado. Así, las primeras fotografías periodísticas parecen haber sido las escenas de guerra entre los Estados Unidos y México, de 1846 a 1848, así como el sitio de Roma en 1849. Tomadas por autores anónimos, su deficiente técnica les hace caer en el olvido, y hacer más reconocidas a las del primer reportaje extenso de guerra, de Roger Fenton y James Robertson, en el sitio de Sebastopol, durante la guerra de Crimea.

Fenton se interesó más por realizar impresiones del suceso bélico de -- Ucrania que por reproducir retratos o escenas comunes de la vida social, con una carreta adaptada como laboratorio, un par de caballos y un sistema de revelado de papel encerado.

Las 360 fotografías tomadas por Fenton en 1855, quien había recibido -- educación artística de Paul Delaroche, no parecen propiamente periodísticas, pues los motivos son escenarios no comunes para la guerra (sitios de resguardo) o seres que posan "simulando" tener movimiento. Este fenómeno atendía a dos razones: la primera es el uso que tenían a las fotografías en esa época, pues las copias se vendían a un público que se hubiera horrorizado al ver -- imágenes de sangre, y la segunda, que ya se respondía a un compromiso político: "la misión de dar una prueba convincente del bienestar de las tropas después del desastre del invierno precedente, que había producido la caída del gobierno" (23).

A pesar de la deficiencia técnica de las producciones, el carácter -- constantivo, de irrefutable veridicción, en esta primera experiencia representó dos importantes avances para el fenómeno: la legitimación del recurso fotográfico como impresión de la realidad, y la sobreposición honrosa a la --

serie de deficiencias que cubrían aún en 1855 el registro y revelado de los sucesos. A pesar de un Fenton que cargaba una carreta-laboratorio limitada, - frecuente usada como blanco, y con una cámara fotográfica cuyas exposiciones fluctuaban entre los diez y los quince segundos, la fotografía superó a la pintura, el dibujo, o el grabado en su propósito de información visual verídica.

Dejado el sitio de Sebastopol por Fenton, J. Robertson, grabador de la Casa de Moneda de Constantinopla, quedó en su lugar para imprimir las gráficas de trincheras inglesas y francesas, así como los fuertes rusos destruidos, expediciones a las que anexó escenas de la insurrección en la India, y fotografías de la guerra del opio en China. Aquí nació el fotoperiodismo.

La tendencia se esparció en Francia. Por su parte, el conflicto de 1859 entre Austria y Cerdeña fue seguido por fotógrafos como Luigi Sacchi, Bérard y los Frériers (éstos últimos se sitúan por cierto como los primeros que reprodujeron los horrores de la guerra con toda su crudeza); en el Este, - - Friedrich Brandt, de Flensburg y Heinrich Graf y Halwas, de Berlín, tomaron escenas excelentes de Prusia y Austria en 1864.

En el Nuevo Continente (Estados Unidos) Mathew B. Brady es reconocido - como el organizador de la documentación fotográfica de la Guerra Civil Americana. Brady, quien decía que "la cámara es el ojo de la historia", recorrió con un equipo de 19 fotógrafos casi todos los escenarios de guerra. Entre estos pioneros destacaría Timothy H. O'Sullivan por sus imágenes patéticas.

En la época de los 70', apareció en Estados Unidos el pionero del segundo gran rubro de la fotografía periodística: el documento social. El danés - Jacob A. Riis desembarcó en 1870 en América y un par de años más tarde era - periodista del New York Tribune. Apoyado por el editor Lewis Hine, Riis tuvo la idea de motivar por medio de la fotografía un cambio en la legislatura sobre el trabajo para menores. Fue a los barrios industriales más representativos y logró impresiones que conmovieron a la opinión pública, e hicieron cambiar la ley al respecto, para beneplácito del fotógrafo y el gremio.

Con sus libros How the Other Half Lives (1890), Riis despertó la conciencia de los neoyorquinos e influyó en el gobernador del Estado de Nueva York, Theodore Roosevelt, para que emprendiera una serie de reformas sociales, entre ellas el derribo de las miserables viviendas de Mulberry-Bend. Actualmente la colonia de vivienda Jacob A. Riis conmemora la gran obra de este fotógrafo. (24)

Con el ejemplo de un Riis inteligente, se dieron a conocer los primeros fotógrafos plenamente reconocidos como de documentación social, quienes a pesar de utilizar una exposición de segundos, estuvieron todavía bastante limitados técnicamente para obtener un gran éxito. Ejemplos de ello fueron Lewis Wickes Hine en Norteamérica, Benjamín Stone en Inglaterra y Nahum Luboshez en San Petesburgo, quienes registraron desde la miseria de inmigrantes europeos hasta las hambres periódicas de 1910 en Rusia.

Hacia 1880, podía hablarse ya de esta manifestación específica de manera cotidiana.

El uso periodístico se amplió, y en Francia no tardaron en utilizarse las diversas aplicaciones de la técnica y el avance científico. Prueba de esto son las minifotografías en los cañones de las patas de las aves mensajeras, fenómeno ya mencionado. Los ingleses, por su parte, editaron las primeras fotografías estereoscópicas durante la guerra de los Bóers en 1899 (Underwood & Underwood Co.) y los alemanes presentaron su auge hacia 1902, en donde tras la crisis política y económica de la gran guerra se convirtieron en los impulsores, según apreciación de Freund, del fotoperiodismo moderno.

Paralelo a esto, en todas las grandes ciudades comenzaron a aparecer revistas ilustradas, como la Berliner Illustrierte y Munchen Illustrierte Press en Alemania, que llegaron a tener un tiraje de dos millones de ejemplares semanarios, al precio de 25 pfenins, solamente por sus fotografías.

Con el paso del tiempo el fotógrafo se especializó en algunas de las manifestaciones de sus gráficas y cuidó de desarrollar óptimamente su elección. Ya no se podía hablar del fenómeno como una manifestación reciente, ni de el fotógrafo como aquél que exclusivamente retrataba. En el ámbito periodístico esta especialización creó una cierta élite a la cual se anexaron-

hombres elegantes y cultos que se interesaban por la sociedad y sus jerarcas; los periodistas que cubrían los eventos cotidianos sin necesidad de exponer la integridad física.

Los fotógrafos que trabajan para esa prensa, ya no tienen nada en común con la generación precedente. Son unos gentlemen que por su educación, su manera de vestirse y comportarse, no se distinguen de aquéllos a quienes deben fotografiar. Cuando se trata de hacer fotos en una noche de ópera, o durante un baile importante, o en cualquier otra manifestación donde -- hay que ir de etiqueta, también visten ellos de etiqueta. Poseen buenos modales, hablan lenguas extranjeras y no se diferencian de los demás extranjeros. (25)

En las fotos de sociedad o las de la vida cotidiana de 1900 se debía -- exigir calidad, técnica y composición, debido a que las características de -- las cámaras de celuloide en rollo lo permitían; sin embargo, no podía ser -- así para un tipo de información visual comprometida con los enfrentamientos humanos.

Al tomar fotografías entre balas, minas, bombas y muertos, no se podía juzgar la calidad de éstas, sino el motivo, el instante, la impresión, y el hecho de haber sido obtenidas en momentos precisos. En este sentido, podemos decir que para principios del presente siglo se consolidaron los dos tipos de valoraciones para la fotografía periodística: por un lado la calidad, y por el otro el contenido.

De este último tipo son las fotos de la guerra de Crimea, que si bien -- no representaron escenas de lo que propiamente sería la contienda, el carácter constantivo fue infinitamente superior al más detallado de los dibujos; -- y la facultad reproductiva fue tal que --como menciona Otto Stelzer-- el ver -- cada brizna de hierba superaba los bocetos de los dibujantes de la guerra, -- como en el caso del francés Constantin Guys, de quien se critica que "no podía saber qué eliminaba objetivamente o no" (26).

1.7.2 La fotografía del diario

La imagen impresa se hizo posible gracias al éxito y difusión que la es tampa y el grabado habían tenido en Europa --principalmente en la Gran Breta-

ña- después de la revolución de 1640 que acabó con la monarquía de Carlos I.

En este momento, época de impulso al tráfico mercantil e industrial en la ciudad de Londres, aparecen el Weekly News y The Spectator como primeras publicaciones periódicas ilustradas con grabados. Estas y otras se popularizaron hasta el siglo XIX, a pesar de estar plagadas de defectos por su deficiente impresión y exagerado precio:

Estos ejemplares primitivos de periodismo ilustrado arrastran todavía muchos defectos. Los grabados y las láminas son, a la par que selectivas, poco nítidas, la impresión descuidada y el entintado fácilmente diluible. Todos estos factores, amén de hecho de estar impresos solamente por una cara, hacen sus precios prohibitivos para la época -alrededor de 7 peniques u 80 francos por ejemplar. (27)

En un mundo de avance, dos inventos fueron fundamentales para el advenimiento del periodismo ilustrado: la aplicación del maquinismo, gracias a - - Friedrich Koenig, por su invención en 1814 de la primera prensa cilíndrica de vapor que permitía imprimir una hoja por las dos caras; y el desarrollo del transporte, con una primera locomotora de vapor que permitía el suministro de materiales para la prensa, y su consecuente abaratamiento en el precio.

De aquí en adelante, aparecerían las revistas ilustradas, sustituyendo a las deficientes hojas grabadas que los juglares vendían en la Edad Media, y para las que usaban la técnica de reproducción del dibujo en madera o arcilla, para después entintarlo.

Los norteamericanos se atribuyen la paternidad de la imagen en un periódico con el dibujo "disfruta o muere" (una serpiente), publicada por Benjamín Franklin en la Pennsylvania Gazette, alrededor de 1750; sin embargo 1832 parece ser una fecha más reconocida con la aparición del semanario Penny Magazine, fundado por Charles Knight, quien también utilizó la imagen. Diez años más tarde haría acto de presencia el periódico reconocido mundialmente como la primera publicación periodística ilustrada: The Illustrated London News, que aprecia en su número 4 de junio de 1842, un grabado elaborado en madera que ilustra el intento de asesinato de la reina Victoria, acontecido días antes.

A pesar de que el Illustrated London News contó en el principio con poco reconocimiento y mucha crítica -al considerar que se distraía el texto-, no tardaron en aparecer publicaciones como la británica en todo el mundo. -- Así tenemos por los 50' ejemplos tan claros y diversos como L'Illustration en París, el Illusttrirte Zeitung en Leipzig (Alemania), L'Illustrazione Italiana en Milán, Gleason's Pictorial Drawing-Room Companion en Boston, Harpers Weekly en Nueva York, la Revista Universal en México, A Illustracão en Río de Janeiro, y The Illustrated Australian News, para mencionar a las -- principales y dejar sentada la difusión del fenómeno.

Gracias al avance en la impresión, la fotografía se integró a los diarios. La primera fotografía que apareció en un periódico fue "Shantytown" - (barracas) el 4 de marzo de 1880, en el Daily Herald de Nueva York. Este triunfo se debió a la aplicación desde ese año del cliché o placa de autotipia, sistema en el que una placa quedaba impresa sobre una chapa metálica cubierta con gelatina bicromada, que dejaba formada la figura por pequeños puntos, intersección de las líneas que cruzaban la pantalla.

La novedosa invención debió sufrir una lenta adopción, pues se siguieron prefiriendo los grabados en madera. ¿Por qué? Porque en tanto reproducción, la fotografía pareció no interesar en un principio a los impresores. Las necesidades icónicas se grababan a partir de dibujos y pinturas que no perdían la calidad reproductiva como la fotografía al pasarse al papel woodburytype, fotolitografía (1855) y el grabado fotoglífico de Talbot (1858). Además "el público lector se había acostumbrado a los grabados sobre madera, y los directores no veían motivo para modificar un sistema colectivo que había obtenido éxito" (28).

A pesar de las críticas hacia las fotografías, como la del poeta inglés Laureate, que dijo "the people who were fed a did of pictures might forget - the important things, reading" (29), (aquél que se alimente de imágenes quizás olvide las cosas importantes, lectura y escritura), los adelantos como - la película flexible, las lentes anastigmáticas, las cámaras manuales, las emulsiones sensibles a los colores, y el perfeccionamiento de la trama fotográfica terminarían por imponerse.

El efecto social de la introducción de esta incipiente foto de prensa a nivel masivo fue definitivo: cambió la visión de las masas. Lógicamente, -- hasta entonces el hombre común sólo había podido visualizar los acontecimientos que ocurrían en su calle o en su pueblo, y al abarcar más la mirada, el mundo se escogió, y pareció tenerse a la mano. La fotografía de prensa se convirtió potencialmente en un medio de manipulación, propagada y constatación por parte de los detentadores de los medios masivos. fueran propietarios, organizaciones o gobiernos.

El 25 de febrero de 1890 apareció en el mercado estadounidense la primera revista totalmente ilustrada The Illustrated American. A pesar de su propuesta de desarrollar las posibilidades todavía inexploradas de la cámara y de los diversos procesos que reproducen la obra de ésta, el público en general no estaba preparado para ver la imagen única como un sistema informativo aparte del texto. Esto quedó de manifiesto al aparecer con el tiempo cada vez más palabras en las páginas de esta revista y seguir así hasta perder el carácter especial de su origen.

Tras un desarrollo lógico, el nuevo tipo de cultura visual se había -- creado. Las sociedades de todo el mundo, poco a poco, se educaron y aprendieron más de las imágenes que aparecieron en los diarios. Se comenzó a conformar un perfil popular del periodista, que no fue exactamente alguno de -- los extremos establecidos por Gisèle Freund: el inculto que ponía un estudio más en los barrios de París (o Nueva York), o el "gentleman" que visitaba -- las funciones de ópera vestido de frac. Había gente como O'Sullivan, Fenton o Riis que basados en el compromiso, no veían en la actividad ni un status -- ni un medio de subsistencia. La fotografía era para ellos un ejemplo, pero -- ello no les hubiera obligado a comprometerse con el retratado; ahora se trataba de una noticia, e implicaba otro tipo de responsabilidad.

En el caso de los fotógrafos más comprometidos, no se necesitó tanto de artificios, luces, composición, poses y sombras como de audacia, nervios de acero y un dominio de la cámara, pues el objetivo periodístico no sería ni -- potencial ni realmente sencillo.

Para el siglo XX ya se contaba con un equipo moderno y un procesado accesible, pues la Leica y Ermanox ya existía desde los 30', y la Agfa y Kodak ofrecían sus adelantos. Con este antecedente se institucionalizaron - los primeros fotoperiodistas contemporáneos, que hicieron su actividad no sólo interesante, sino prestigiada. Un ejemplo de esta aplicación de cultura social, educación y desarrollo técnico, que devinieron en prestigio - fue el Dr. Erich Salomon, fotógrafo que representó al periodista reconocido.

Salomon, como fotoperiodista francés, sabía que para vender fotografías a la prensa de su sociedad, éstas debían ser únicas en su contenido. Por -- ello se motivó a tomar impresiones como la de un tribunal, prohibida, que - le redituó un éxito enorme: se convirtió en el fotógrafo titular de confe-- rencias internacionales, y en un auténtico camaleón que con tal de tomar la foto única hizo hasta lo imposible.

Los diarios se arrebataban sus fotografías, y en un marco de retratos de Chamberlain, Lloyd George, Strauss, Toscanini y Casals, Salomon fue el - primero en disfrutar la experiencia de retratar a la gente sin que ésta se diera cuenta. Su importancia radicaría en que "la nitidez de la imagen ya no será lo que marque su valor, sino su tema y la emoción que suscite" (30).



Foto 2. El doctor Salomon asombró al mundo con sus impresiones instan

táneas de hombres de Estado y otras personalidades, tomadas en momentos imprevistos, especialmente durante conferencias políticas internacionales. En la - foto 2, aparece el estadista francés Astride Briand exclama ante el objetivo: "Voilà le roi des indiscrets".

1.7.3 LIFE

LIFE ha sido reconocida como la revista más importante de un género que surgió alrededor de los 30', en el cual se consolidó la integración de la fotografía como un medio de comunicación, en vez de utilizarse un instrumento- simplemente "ilustrativo".

La fórmula original de la publicación norteamericana fue contar histo-- rias a base enteramente de series de fotos, y publicar artículos que satisfa cieran necesidades psicológicas, con la ayuda de imágenes. Como consigna -- Freund:

El mundo que se refleja en LIFE estaba lleno de luces con escasas som bras. En suma, era un pseudomundo que inspiraba falsas esperanzas a las masas... LIFE vulgarizó las creencias, abrió ventanas hacia mundos por en tonces desconocidos, educó las masas a su modo y contribuyó a que se con ciera el arte (31).

Obviamente el valor particular de esta revista, que llegó a publicar de 446 mil a 8 millones de ejemplares por tirada en unos años, no sólo se halló en sus fines, sino en un medio icónico particular:

La gran mayoría de las demás revistas se fabricaba siguiendo el mismo modelo, pero lo que daba tanta veracidad a LIFE era la utilización masiva de la fotografía. Para el hombre no avisado, la fotografía no puede men- tir, por ser la reproducción exacta de la vida. Pocas gentes advierten en efecto que se puede alterar totalmente su sentido a través del texto que- la acompaña o por su yuxtaposición con otra imagen. A eso se añade la ma nera de fotografiar personajes y acontecimientos (32).

LIFE se volvió el éxito económico y publicitario más famoso, al conju-- gar las expectativas del ciudadano común con las imágenes fotográficas. Sin embargo, su efecto no fue repentino, pese a afirmaciones superficiales, sino -

el fruto de un vertiginoso desarrollo del medio impreso y la fotografía comercial.

En relación al periódico como negocio, los Estados Unidos era el caldo de cultivo adecuado para el propósito, pues desde principios de siglo reinaba en el país -y se exportaba con éxito- el patrón que implantara el padre del sensacionalismo, Joseph Pulitzer.

El periodismo sensacionalista comenzó en 1893 cuando Pulitzer compró - un periódico en quiebra, New York World, y en sólo tres años lo convirtió en el diario más próspero de América mediante el manejo de la curiosidad, lo llamativo y el morbo.

El estilo de Joseph Pulitzer era sencillo. Acuñado como "amarillismo" se dedicó a publicar desde caras de sospechosos de crímenes hasta retratos de ministros, figuras políticas y las "Brooklyn Belles". Para este efecto, el World se apoyó tan fuertemente en la fotografía que esta llegó a ser su elemento primordial.

Con una escuela que se propagó por Europa, hacia 1930 el sensacionalismo producía ventas fabulosas (verbigracia el éxito editorial de su creador) y era muy popular en Norteamérica para un tipo de periódicos: "In their sensationalistic heyday, the tabloids would do just about anything to get a genuine shocker of a photograph" (33). De tal manera que la fórmula para atraer al público ya estaba sentada. Sólo necesitó cierto refinamiento para aplicarse al concepto LIFE.

Con respecto al avance fotográfico que hizo posible la Show book of -- the World -como llama Román Gubern a LIFE-, éste anota:

En realidad, el ambicioso proyecto de Luce difícilmente podría haber nacido mucho antes, pues su viabilidad estaba ligada al espectacular progreso de la técnica fotográfica producido desde comienzos de los años -- treinta y manifestado en tres aspectos: en la difusión de las cámaras - miniatura -tipo Leica- y con visor réflex, en la industrialización de la bombilla-flash desde 1831 y en la aparición de emulsiones fotográficas - cada vez más sensibles (Super Sensitive Eastman). (34)

Por otro lado, el tercer factor que posibilitó la concepción de LIFE -- fue la revista francesa Vu, antecedente directo que a pesar de contar con me nos popularidad y expansión fue, ciertamente, la originadora del estilo. Como dijera Luce: "Sin Vu, LIFE no hubiese visto la luz del día". (35)

Vu se fundó en 1928 gracias a la visión de Lucien Vogel, quien con su formación de editor, periodista, pintor y dibujante combinó por primera vez el poder de la imagen y la utilización de agencias informativas, para conceder a la fotografía una calidad de "ventana de cualquier parte del mundo" y de documento digno de crédito. Esta filosofía se refleja en la presentación del periódico.

Concebido dentro de una nueva mentalidad y realizado con nuevos recursos, Vu aporta en Francia un nuevo método: el reportaje ilustrado mediante informaciones mundiales... Desde cualquier punto donde se reproduzcan acontecimientos notables, llegarán "Vu fotos", reseñas y artículos. Vu, de esta manera, pondrá al público en contacto con el mundo entero... y -- pondrá al alcance del ojo la vida universal... páginas repletas de fotografías, que traduzcan por la imagen los acontecimientos políticos franceses y extranjeros... sensacionales reportajes ilustrados (36).

Con este antecedente bien cimentado, la primera revista espejo del mundo adquirió buen nivel de popularidad, que se propagó por Alemania y la misma Francia con otras publicaciones. Pero la consagración, combinación de desarrollo comercial, técnica y arte fotográficos, esperaba sólo un poco.

La sociedad de LIFE comenzó en noviembre de 1929, cuando el norteamericano Henry R. Luce se asoció con un amigo de estudios de Yale, Briton Hadden, para crear TIME Inc., que contaba con el positivo antecedente de la revista de este mismo nombre, creada en 1923.

Poco después de TIME, revista informativa adaptada al ritmo acelerado de trabajo de la gente, Luce acogió en Estados Unidos la idea del fotógrafo-Stephan Lorent, fotógrafo del Münchener Illustrierte Presse.

Lorent, quien había huido de Alemania por un conflicto entre Hitler y fotógrafos, poseía la visión de apoyar fundamentalmente con fotografías de contenido el tipo de reportajes que Luce, como hijo de un misionero presbite

riano, concibiría como necesarios.

Con la idea de que el público no sólo quiere que le informen de hechos y gestos de personalidades, sino de que el hombre común también se preocupa por temas relacionados con la vida, y que éstos podían ser contados como historias mediante una sucesión de imágenes, el primer número de LIFE apareció el 23 de noviembre de 1963 con un tiraje oficial de 446 000 ejemplares.

El estilo que caracterizó a la revista, y que consolidó a la fotografía, podemos apreciarlo desde la estructura del primer número:

Una sola fotografía llenó la primera página: el nacimiento de un niño, con un tocólogo sosteniendo en sus brazos a un recién nacido y la frase siguiente: "La vida empieza". Era un juego de palabras para introducir ese primer número. El texto seguía así: "El aparato registra el momento más importante de cualquier vida: su principio". Seguían dos páginas sobre los niños de un colegio chino de San Francisco, un álbum de fotos sobre el presidente Franklin Roosevelt; cuatro páginas, tres de ellas en colores, sobre un pintor de moda que se llamaba Curry, cuatro páginas de fotos sobre "la mejor actriz del presente": Helen Hayes, una de ellas en color; dos páginas sobre el Rockefeller Center y su emisora de radio. Cinco páginas dedicadas al Brasil, cuatro a Robert Taylor, estrella de cine, una página sobre Sarah Bernhardt, dos sobre un nuevo mapa meteorológico mundial. En una página un hombre de una sola pierna escala la abrupta cresta de una montaña, dos páginas más sobre la vida en la Unión Soviética, dos páginas sobre un insecto: la viuda negra, y finalmente un reportaje que bajo el título "LIFE asiste a una fiesta" exhibe fotos de un garden party de aristócratas franceses (37).

Un año después de su publicación, LIFE superaba el millón de ejemplares, para llegar vertiginosamente hasta una cantidad de ocho millones para 1972, fecha de su desaparición. Sin embargo, la empresa de Luce se disparó durante su vida al infinito, y con la mística de la fotografía como base de la noticia y la atracción, consolidó un emporio de más de 13 millones de ejemplares semanales (entre TIME, LIFE, Sports Illustrated y Fortune, revistas de Luce), con una organización de 360 oficinas en el mundo entero y 6,700 empleados, una empresa editorial que además vendía 17 millones de libros al año, y poseía cinco emisoras de radio y seis de televisión, fábricas de papel, bosques y pozos en Texas.

Ese fue el desarrollo de LIFE, "la revista espectáculo del mundo", en la que igual se maravillaba uno con los avances de la ciencia, que se descubrían nuevas estrellas. La foto estaba allí, la del "momento decisivo", la "glamur", o la de documento social; contando historias con el apoyo invaluable de imágenes de los fotógrafos free lance más famosos, quienes encontraron un excelente espacio que entendía su perspectiva.

De esta manera y avalada por la presencia de las personalidades de la cámara como Robert Capa, Weston, Alfred Einsestaedt, Peter Stackpole y Thomas D. Mc Aroy, LIFE dio a conocer al mundo y formalizó el neologismo "fotorevistas", pues ahora la información fotográfica era la protagonista de las páginas, dejando espacios blancos subsidiarios que habrían de ser llenados con palabras.

Un elemento importante para el éxito fue la total disposición de recursos para la obtención del mejor reportaje, filosofía que Luce, como partidario ferviente de la libre empresa, apoyó en todo momento. Resulta casi inverosímil advertir la secundariedad que adquiría el aspecto monetario al enfrentarse a la posibilidad de la foto única:

El lunes 5 de febrero de 1965, 35 millones de norteamericanos (LIFE - tiraba por esa época aproximadamente 7 millones de ejemplares) pudieron ver veintidos páginas y media, de ellas veinte en color, sobre los funerales de Winston Churchill. Esa realización necesitó diecisiete fotógrafos y más de cuarenta periodistas y técnicos, una docena de motoristas, dos helicópteros y un avión DC.8. Dos años antes un documentalista ya había establecido la lista confidencial de todo lo que sucedería a la muerte de Winston Churchill... Se redactó la lista de los lugares privados desde -- donde podrían operar los fotógrafos de LIFE con plena seguridad, y tan -- pronto Churchill cayó enfermo, se procedió a alquilar los puntos -- indicados... Las películas se recogen en cinco puntos: Westminster Hall, Saint Paul, Trafalgar Square, desembarcadero del Támesis y Blandon, donde se -- procede a la inhumación... Unos motoristas llevan los carretes al aeropuerto -- donde espera un avión alquilado especialmente para esa contingencia. El avión había despegado la víspera de Nueva York, llevando a bordo 40 -- miembros de la redacción, entre ellos seis especialistas que revelarán los 70 rollos de fotos en color. El avión tardará algo más de ocho horas en hacer el recorrido de 8,500 millas que separan Londres de Chicago, donde se encuentra la imprenta de LIFE... Los gastos del reportaje ascienden a 250,000 dólares. "Nuestros lectores son los primeros beneficiados, escribe el editor... Nos hemos anticipado a las televisiones." (38)

LIFE, sin embargo, desapareció de la circulación en diciembre de 1972. ¿A qué se debió su decaída?

Como una de las razones principales del fin se menciona a la inflación, que había encarecido considerablemente la materia prima y el pago de salarios -"Para el año 1971, se calculaba el aumento de gastos en aproximadamente un 35% con relación al año anterior" (39)-, sin embargo, a nivel comunicativo existió una razón más poderosa, relacionada con un contrincante visual-masivo al que hizo referencia el editor en los funerales de Churchill: la televisión.

En efecto, a partir de 1950 la "revista espectáculo del mundo" tuvo que lidiar, en un país regido por la pugna comercial, con el que vendría a -- ser su mortal enemigo: la televisión. Los números mostrados en un análisis-pueden ser más evidentes (Román Gubern): en 1949, la publicidad televisiva -- percibía 57.8 millones de dólares. Diez años después, 1,510 millones, el do-ble de todos los magazines del país. Las publicaciones, desbancadas como me-dio de comunicación masiva por excelencia, desaparecieron paulatinamente, y LIFE con ellas.

Quizás pudiera surgir la duda de por qué cayó LIFE y no TIME. La respues-ta parece encontrarse en el contenido de las transmisiones televisadas:

La noticia gráfica de actualidad ya no es patrimonio de la revista -- ilustrada, sino de televisión en color... las revistas (sólo podían) competir aportando un análisis informativo más minucioso, una documentación-- más profunda... distinta del impacto visual. Por eso el desplazamiento -- de LIFE hacia los temas perennes del tipo "la maravillosa vida de los mo-luscos"... (40)

El último número de LIFE apareció el 29 de diciembre de 1972; una pági-na completa de colores costaba 61,000 dólares, el tiraje nacional había de-- crecido de más de ocho a sólo seis millones de ejemplares, y existía un défi-cit desde 1969 de 30 millones de dólares. LIFE vendría a seguir el triste -- camino de revistas como Look, Post y Collier's, otrora emporios periodísti-cos.

Pese a todo, la influencia de LIFE sobre las demás publicaciones de la época fue absoluta. Apareció como un contrapeso de la influencia del socialismo que penetraba en el mundo occidental, para mostrar lo "bello y agradable" que era vivir en un país libre:

"Soy un presbiteriano y un capitalista. Estoy en favor de Dios, del partido republicano y de la libre empresa. Hemos inventado TIME, Hadden y yo, y por tal motivo tenemos derecho a decir lo que será. Contamos la mejor manera que nos permiten nuestro saber y nuestras creencias" (41).

Pero superó esa expectativa divulgadora para ubicarse en un nivel psicológico profundo en la sociedad, generalmente.

Se sabía que el hombre se interesa ante todo por sí mismo. Las condiciones humanas y sociales que afecten su propia vida le impresionarían. Y como parte de una labor ideológica, "había que sugerir una esperanza de un mundo mejor", o hacer ver que no se estaba "tan mal":

En un mundo gráfico en el que se olvidaban los conflictos del tercer mundo o la guerra de Viet Nam, las imágenes de niños tocaban el corazón, el presidente era el padre protector, la ciencia hacía milagros, un "garden party" de los aristócratas ponía su vida al alcance de todos (42).

La era de las grandes revistas de interés general terminó con la televisión. Pero su existencia, y concretamente la de LIFE, coronó una filosofía, un hábil manejo de los textos y la apreciación profunda de los elementos denotativos y connotativos de la imagen fotográfica. La composición (texturas, detalles, encuadres, colores) fue la gran panacea que trajeron a Norteamérica un grupo de fotógrafos que huían de Hitler, y que utilizaron para reflejar un mundo icónico artístico lleno de luces y escasas sombras.

Cierto, se contribuyó a la alineación de la gente, se inspiraron falsas esperanzas a las masas, se hizo creer al lector que "se educaba" y "ponía al día": que la vida era un espectáculo gigantesco. Pero todo fue aceptando el poder de la imagen, su incuestionable carácter constativo, y su influencia directa en el lector, que deja sin lugar a duda una histórica fuerza en la fotografía.

Con los avances de la época, LIFE y compañía crearon una nueva cultura fotográfica, la de la precisión técnica, la perfecta composición y "el momento preciso", fruto de la instantánea que Erich Salomon propugnó a principios del siglo: "Se pretendía una atmósfera viva, lograda por la elección del momento apropiado, y por la observación de grupos de personas en constante renovación" (43) y que vino a cristalizar mundialmente con Henri Cartier-Bresson, Eiseastedt o Bourke-White. Por otra parte, la tendencia LIFE se ligó -- por sus producciones a la llamada fotografía de documento social, o "live", - que se había institucionalizado con la creación de la Liga Fotográfica y Cinematográfica de Nueva York, en 1928.

Una vez con la apabullante influencia de la televisión, las revistas fotográficas como LIFE siguieron una ruta distinta de su primera idea informativa.

En efecto, por el lado de las revistas comerciales de reconocimiento -- mundial, el comienzo lo dio TIME Inc. cuando, tras estudios de mercado, se convenció que sólo temas de problemas particulares podrían sobrevivir en los semanarios. Y creó Money, para satisfacer necesidades financieras.

En Europa, Paris/Match siguió particularmente el ejemplo de LIFE, a la que siempre había imitado y modificó su formato, así como la proporción de su material informativo (se redujo el 50% de la parte fotográfica). Se dirigió más hacia el sensacionalismo y aumentó su precio; sólo así pudo sobrevivir una revista del estilo de LIFE que se negó a morir.

Cantidades oficiales comprobaron que los medios electrónicos vinieron para quedarse: "según estadísticas oficiales el 85% de la población francesa se pone al corriente de los acontecimientos a través de la radio y la televisión..." (44). La imagen fotográfica a este nivel se desvió entonces, o -- bien hacia las revistas especiales de corporaciones tales como la RCA, o la IBM, o bien hacia la ilustración de enciclopedias y revistas en fascículos. -- Pese a todo, cierto nivel de utilización como apoyo visual se consolidó indudablemente.

Al margen de estas producciones se encontraron las revistas fotográficas. El ulterior desarrollo de la fotografía estuvo marcado por el desarrollo de sus revistas especializadas, que aparecieron en la etapa posterior a la Segunda Guerra Mundial. Periódicos como Modern Photography y Popular Photography en los Estados Unidos, Camera (de Allan Porter) en Suiza, o Fotografie, de Vaclav Gir , en Checoslovaquia.

El objetivo de este tipo de revistas era específico: en los Estados Unidos, y con una base comercial, proporcionar conocimientos técnicos asimilables para el 'fotógrafo medio y el mercado; en la Unión Soviética, dar a conocer el adelanto técnico como un movimiento de occidente. Para algunos, como los checos, era una tendencia artística de creciente difusión. Y todo salió de LIFE, que indudablemente se consolidó como el precedente de reconocimiento mundial.

1.7.4 Tendencia contemporánea

Ya sea para un periódico o por iniciativa propia, hay en la actualidad dos tipos generales de profesionales de la lente: los fotógrafos para quienes la imagen es un medio de expresar, a través de sus propios sentimientos, las preocupaciones de nuestro tiempo (fotografía de compromiso, la del hambre en Biafra, las bombas de Líbano o los muertos en Nicaragua o El Salvador), y los que piensan que la fotografía es un medio de realizar sus aspiraciones artísticas personales (como David Hamilton o Ansel Adams).

En la parte artística, este devenir sufrió la influencia de personalidades como Heminway, Dreiser, Einsenstein o Podovkin, pero vino a manifestarse claramente con Lazlo M holy-Nagy, pintor que incursiona en 1930 a la fotografía y resuelve la querrela entre ésta y la pintura, al afirmar que se trata de distintas expresiones ópticas, pensamientos que se encarga de plasmar en su personalísima obra fotográfica.

Por otro lado, y con el fotoperiodismo, de los diarios, de LIFE y sus seguidores y sucedáneos se reflejó una actitud ante la humanidad de interés por las formas de vida y cultura de otros países. Aquí la fotografía se --

convirtió en un amplio campo de manifestaciones creativas bajo el tinte de fotografía "live" o "human interest" que se consolidó con la exposición mundial "La familia del Hombre".

Diez años después de la Guerra se concibió con la idea de resumir en Nueva York la trascendencia de la fotografía-documento. Edward J. Steichen, Director del Museum of Modern Art de Nueva York, organizó una exposición "live" que bajo la temática "The Family of Man" reunió las principales manifestaciones de la vida humana, en las cuales participaban los fotógrafos de mayor renombre en el mundo. El nacimiento de un niño, el amor a la vida humana, el matrimonio, la senectud, la alegría, el miedo, encontraron un recinto en una exposición cuyo éxito no tuvo precedente.

Inaugurada el 24 de enero de 1955, la consabida exposición fue contemplada por nueve millones de espectadores, cifra récord que acaba con cualquier duda acerca del interés social del fenómeno. A raíz de este éxito, Karl Pavek organizó tres Exposiciones Mundiales de Fotografía, en las que reunió a fotógrafos, famosos por sus gráficas "live". Aquí se consolidó el poder de la imagen como documento, que permanece hasta la actualidad.

Dos avances más que han influido de manera notable en la extensión del fenómeno fotoperiodístico son: la transmisión de las fotografías por cable, a partir de los años 30', y el desarrollo de agencias mundiales y especializadas.

En el primer caso la transmisión de fotografías se realiza por medio de líneas telefónicas y la radio, ahora modernizada con el uso de sistemas que involucran satélites y rayos láser. A pesar del avance, para este proceso de transmisión es necesario tener el negativo revelado y las fotos impresas para poder transmitir las. A este respecto la ciencia promete avances sin precedentes:

Soon, however, it will not even be necessary for a photographer to develop and print a roll of film before transmitting it. The camera industry promises new equipment that captures images on light-sensitive electronic chips. With that advance pictures will be sent directly from camera to computer, and the transmission of a photographic image will be -

as quick as the reflex that caught it. (45).

(Pronto, sin embargo, no será más necesario para un fotógrafo el revelar e imprimir un rollo de película antes de trasmitirlo. La industria de la cámara promete nuevo equipo que captura imágenes sobre impulsos electrónicos sensibles a la luz. Con este avance, las fotos serán enviadas directamente de la cámara a la computadora, y la transmisión de la imagen fotográfica será tan rápida como el reflejo que atrape).

Un segundo aspecto, que involucra a este primero como instrumento de un fin, son las agencias periodísticas que proporcionan imágenes fotográficas - como parte de su servicio.

Giséle Freund consigna a uno de los pioneros de este tipo de asociaciones, el norteamericano George Grantham Bain, periodista y fotógrafo que enviaba a los diarios sus artículos y clichés de los sucesos. Bain sólo veía publicados estos últimos, y con ese singular estímulo fundó en 1898 la agencia "Montauk Photo Concern", con fines exclusivamente fotográficos.

El constante aumento de la demanda provoca la multiplicación de este tipo de agencias, quienes reúnen a los fotógrafos para utilizarlos, más que para valorar su labor. Una agencia es la excepción, por la manera en que sus miembros valoraron la fotografía:

El fotógrafo, que ha corrido todos los riesgos materiales, no dispone de medios para controlar la venta de sus fotos. Es el motivo de que Capa fundara en 1947, con algunos compañeros, la Agencia Magnum... Para quienes formaban parte del grupo durante los primeros años de su existencia.. la fotografía no era solamente una manera de ganar dinero. Querían expresar, a través de la imagen, sus propios sentimientos y sus ideas sobre -- los problemas de su época. (46)

Andrei Friedman, mejor conocido como Robert Capa, conjuntó un equipo de fotógrafos comprometidos que hicieron de la imagen un arte y un documento. - Entre ellos Henry Cartier-Bresson, David Seymour, Werner Bischof, Ernst Hass y Dennis Stock, de reconocida fama mundial.

"Magnum" se hizo tan famosa como sus fotógrafos, en cuanto que éstos tuvieron la posibilidad -al controlar- de imponer sus puntos de vista. Conocido

a este respecto fue el caso del macro reportaje gráfico "La Juventud Mundial", que los miembros de la Agencia se negaron a entregar a menos que fuera en el orden y la estructura que habían concebido.

En la actualidad, las fotografías periodísticas extranacionales en los diarios provienen, en su gran mayoría, del material que las agencias mundiales proporcionan, más que de las agencias especializadas en la transmisión -fotográfica. Con el conocimiento de que "las Agencias mundiales, controlan el 95% de la información internacional" (47), encabeza esta serie en México el coto angloamericano, con la Associated Press (AP), que fundaba en el año de 1848 cuenta con 1 200 000 Km de líneas telegráficas para sus efectos gráficos y escritos; la United Press International, fundada en 1958 y que tiene más de 1 000 000 km de cable y 200 000 km de cinta télex para cubrir a sus - 6 500 abonados; y la inglesa Reuter, creada en 1846, que en 1960 fundó una - agencia mundial de transmisión de fotografías "la Visnews, en colaboración con la BBC". (48) Esta última se distingue en nuestro país por la difusión de abundante material gráfico a través de su agencia especializada. De una manera importante, la Agencia France Presse (AFP) creada en 1944, también -- proporciona fotografías que ilustran nuestros diarios nacionales.

En términos generales, este es el panorama mundial actual, en el que -- fluyen las fotografías a través de todo el mundo. La telefotografía, así co mo el teletipo y el télex, se han desarrollado óptimamente con sistemas de - transmisión múltiple por cable (channel voice) y la utilización de satélites de comunicación y sus organismos -como "Intelsat"--.

Ahora el fotógrafo y sus producciones de hallan integrados al diario in terno o externamente, pero bajo una estructura claramente establecida. Su - compromiso y línea política, subsisten; sus producciones se verán influidas bien por la autocensura y compromiso (en ocasiones claramente antagónicas), - bien por el filtro mediatizador de una Agencia que finalmente es el dueño -- del negocio. Esta condición provoca siempre la desaparición del periodista- testigo directo e independiente. En resumen:

...el papel decisivo del profesional es mínimo frente a su dependen- cia con sistemas preestablecidos por las reglas del mercado noticieril, de

la comunidad político-social en la que vive y de las intencionalidades de la empresa para la que trabaja (49).

1.8 Fotografía periodística en México

Ha sido a través de la prensa como la fotografía ha contribuido a formar ante la conciencia colectiva una imagen de la realidad; observar la manera como ha sido utilizada esa imagen por la industria de la información nos permite conocer más que los hechos que retrata, la manera como éstos - han sido vistos -o como se les ha querido presentar- (50).

El párrafo anterior manifiesta claramente lo que parece ser el uso de la fotografía periodística en México. Y si bien es verdad que como fenómeno novedoso nunca estuvo en este país al margen de su desarrollo mundial, no es menos cierto que al ser retomado periodísticamente se vio sujeto a feroces condicionamientos editoriales.

México jamás se encontró aislado del movimiento fotográfico. Según se anota, el daguerrotipo llegó al país en 1840, apenas un año después de su nacimiento público. Siete años después, en Saltillo, Coahuila, se realizó el primer fotorreportaje de guerra en el mundo producto de pioneros anónimos; en gráficas que parecen ocuparse de la guerra como un fenómeno de horror y dolor humano, en esencia:

Una de ellas (las impresiones) muestran a un soldado mexicano a quien le cuelga trunca su extremidad derecha, desfigurado el rostro por el dolor y sostenido por sus compañeros mientras el aparente médico militar mantiene aún en sus manos la pierna recién amputada (51).

Muy probablemente María Haya hacía referencia a una fotografía "posada", como las de Fenton en Crimea, pues no se puede hablar de instantáneas en 1847. Sin embargo, su valor documental expositivo rescata estas primeras experiencias como enfoques valiosos del poder del daguerrotipo.

Previo a su uso en la prensa, durante el siglo XIX la fotografía se hizo popular por la elaboración de retratos al estilo del "término medio" europeo, -en estudios- utilería donde fotógrafos como Luis Veraza, Antonio Calderón, Andrés Martínez y Natalia Baquedano -la primera mujer fotógrafo de que se tiene noticia- explotaron el fenómeno desde 1855.

Según lo menciona la historia, esta actividad se extendía fundamentalmente en los estados de San Luis Potosí, Puebla, Aguascalientes y Jalisco, - amén de la Capital, con la fenomenología modística que representaba el impresionar al ser humano de acuerdo a patrones cambiantes.

Posteriormente, la aplicación de la fotografía periodística en la prensa nacional se dio durante el periodo dictatorial de Porfirio Díaz, bajo la imposición de las condicionantes esperadas para una actividad informativa eminentemente política:

En un país presidencialista y centralista el eje de la información es el sitio donde el poder se asienta; la prensa llamada nacional se limita a registrar los acontecimientos en la capital, y menciona a los estados - solamente cuando los atraviesa una gira presidencial o como información - secundaria; el cuidado de la imagen del presidente, y la fotografía que - ratifica su presencia preeminente en la adulación ritual de la primera -- plana... (52).

Apoyado por una subvención económica permanente, El Imparcial, por medio de su director Rafael Reyes Spíndola, funcionaba como el órgano semioficial de la dictadura. De él surgió -gracias al apoyo moral y económico que otorga la incondicionalidad- El Mundo Ilustrado, el primer suplemento semanal ilustrado que se ubicó como una de las diez publicaciones de su tipo en el mundo.

En relación a esta etapa prerrevolucionaria, el gobierno de Díaz se encargaba de ilustrar sólo aquello que conviniera a los intereses de su política. La fotografía fue desde entonces un medio de ocultamiento para la prensa, y el fotoperiodista un instrumento de la empresa, adiestrado para imprimir lo que conviniera al régimen:

Giras, paseos, ceremonias, nombramientos oficiales, recepciones diplomáticas era lo que el régimen incluía como tema de las comunidades indígenas, las actividades de grupos opositores eran consideradas como conductas antisociales que exigían la imposición del orden por la fuerza. (53)

El inicio de la Revolución fue una excelente oportunidad para desarrollar otro tipo de fotografía más dinámica que la amordazada "rompiendo definitivamente con esa tradición retratista y pictórica que había aumentado con

la burguesía porfirista, para hacerla más independiente, sin reglas de composición y una excelente calidad informativa" (54).

Con el triunfo de Madero la prensa vio caer al régimen que la financiaba, lo que permitió una apertura ideológica y visual que se plasmó en semanarios como El Tiempo Ilustrado, La Ilustración Semanal o el propio Mundo Ilustrado, los cuales proporcionaron una percepción menos sesgada de la realidad. Empero, el poder político era el poder político, y se tendió a favorecer a los eventuales caudillos en el poder... por ello aparecieron de los diarios las fotografías de Huerta, Carranza, Villa o Zapata, según se tratara de la fracción triunfante en torno, y no de los ejércitos campesinos de la resistencia, de las Adelitas o los líderes insurrectos.

Pese a esfuerzos de documentación social en esta época, como el de Víctor Casasola -quien obviamente no tenía mucha motivación para tomar fotografías que no fueran a publicarse- la fotografía seguía estrechamente controlada:

...se cuidaba más la toma de escenas que confirmaran los triunfos militares y prestigiaran la personalidad del caudillo que el registro cuidadoso y franco que reflejara las condiciones de las tropas y la situación de las poblaciones por las que atravesaban. (55)

Una vez terminado el movimiento armado, los fotógrafos, que había desarrollado una habilidad en el reportaje y el manejo de la instantánea, generaron una corriente importante de fotografía documental en la que también el campesino y el obrero ocuparon un sitio en la historia.

Durante los años 20' aparecieron más diarios que incluían fotografías en sus ediciones, como La Prensa, El Demócrata, El Universal y Jueves de Excelsior, en los que predomina un manejo convencional de la imagen. A esta época corresponde la llegada a México del fotógrafo Eduard Weston y su alumna Tina Modotti, quienes motivaron una nueva percepción de la fotografía, ligada a la visión de pintores como Orozco y Siqueiros.

Como el reportero gráfico de la prensa sólo puede existir en función de los medios periodísticos, éstos influyen decisivamente en su formación: esta influencia se ejemplifica principalmente por la premura de preparar material

de un día para otro y realizar fotografías precipitadamente; sin embargo logra resaltar la labor creativa de artistas como el propio Agustín Casasola, Manuel Ramos o Agustín Melchado.

Para 1936, el crecimiento industrial del nuevo gobierno había producido transformaciones en la sociedad: las ciudades tuvieron un crecimiento sin -- precedente, el cine y la radio se habían incorporado a la cultura urbana, - los obreros se hallaban representados sindicalmente, los profesionistas y empleados proliferaban. El periodismo ya no estaba tan condicionado, y podía probar nuevos estilos informativos y perspectivas de transmisión.

En este marco, y con la influencia de la recién aparecida LIFE y la presencia en México de más artistas de la cámara como Paul Strand -desde 1930- y Henry Cartier-Bresson en 1934, los periodistas Regino Hernández Llergo y - José Pagés Llergo concibieron lo que sería la versión nacional de la "revista espectáculo del mundo".

Hoy, "la revista que hacía falta en nuestro país, con información objetiva y fundamentalmente gráfica" (56) nació en febrero de 1937 y tuvo una -- enorme aceptación. Incluyó, a la manera de LIFE, reportajes de calidad sobre la vida y el trabajo de la población. Para esto contó con el apoyo humano - del viejo Casasola, Enrique Díaz y el noble Nacho López, después encumbrado-fotoperiodista, entre otros.

A esta época de pleno cardenismo y previo a la segunda contienda mundial corresponde la llegada a México de los hermanos Mayo. Procedentes de España, Francisco, Faustino, Cándido, Pablo y Julio Mayo Sauza, "los hermanos Mayo"- llegaron a nuestro territorio en junio de 1939 al huir de la guerra de ins-- tauración de la República.

Con la idea de transmitir sus mejores impresiones a España, los herma-- nos Mayo se incorporaron al diario El Popular, para fundar posteriormente - una agencia informativa de servicio fotográfico. Esta labor, apoyada por la que desde 1929 desarrollaba Walter Reuter -quien llegó huyendo de una sentencia por publicar la represión y asesinatos nazis de aquella época- representó un importante apoyo para el movimiento periodístico nacional de aquella -

época.

La situación cambió hacia los 50', pero pese a la acción represiva del Estado, el movimiento obrero de apoyo a la revolución Cubana (1958), la nueva generación de fotógrafos comprometidos, con ejemplos como "Dephot", "Magnum" y LIFE, se gestó positivamente. Caso concreto es la labor de Héctor - García y Enrique Bordes Mangel, quienes desde esa época transmitieron su -- versión visual en revistas de compromiso como Política, o especializadas, - como Ojo, una revista que ve (del mismo García).

En esta nueva gráfica la acción no se entiende solamente como la captura del sujeto en movimiento, sino en un movimiento específico que no cabe, impunemente, en una sociedad dividida en clases y edificada bajo el control. (57)

A esta época corresponde un nuevo filtro institucional que tendería a - retomar el valor ilustrativo de la fotografía del diario: la oficina de prensa.

Las primeras oficinas de prensa de dependencias gubernamentales se crean en el período presidencial de Miguel Alemán. Con ellas, el "boletín" y la - "fotografía oficial", el fenómeno parece comenzar su carrera involutiva.

Ahora, con la fotografía oficial de prensa -presentación de la imagen pública de un funcionario-, el vendedor reportero gráfico debió competir con la fotografía social estilizada, por la influencia LIFE, descuidando las potenciales significaciones político-sociales que pudiese tener una buena foto periodística o informativa, para presentar solamente aspectos positivos, como la clásica del "político que acaricia al niño".

Ante tales vicisitudes desarrollistas, un tipo de fotógrafos de prensa - se desliga de los diarios y por su cuenta transmite lacras sociales del pueblo en que vive, y ataca la "belleza" de representación de LIFE para exponer de una manera subjetiva la vivencia diaria de una nación del tercer mundo; - México no es ningún espectáculo rosa o el "cuerno de la abundancia".

Así, junto a fotógrafos como Bordes Mangel o Héctor García tenemos a un Nacho López, Manuel Alvarez Bravo (quien se integró desde 1935 al movimiento fotográfico y le diera un toque diferente al "trato directo con el pueblo"), y doña Lola Alvarez Bravo, quienes han sido reconocidos a través del mundo - entero una y otra vez por el carácter verdadero de ver al pueblo desde adentro.

En una época de actividad política disidente, motivada por la liberación de presos de los movimientos ferrocarrileros y magisterial, aparecieron publicaciones que se basaban en el apoyo fotográfico, como Por qué, Solidaridad, de cierta manera el Excélsior de Julio Scherer, y Política, que fue concebido para contrarrestar la campaña anticomunista de la prensa comercial.

No obstante, el filtro de las oficinas de prensa y el control gubernamental -que además se efectúa con la distribución de papel- manifestaron claramente en 1968 que también la imagen masiva se hayaba controlada.

Basta (comparar) simplemente cualquiera de los principales diarios de la Ciudad de México (para entender la situación que prevalecía esos días), con el reportaje gráfico con el que se inicia el libro La Noche de Tlatelolco, de la escritora Elena Paniatovska, para juzgar la calidad informativa de la gráfica de prensa en 1968. (58)

La información (visual) a la que se refiere Enrique Chavarría parece materializarse claramente en el siguiente párrafo:

La manifestación estudiantil encabezada por el rector Javier Barrios-Sierra, los pistoleros y carabineros al servicio del Estado represivo, -- las pintas, el apoyo de los ferrocarrileros, a las asambleas, las leyendas en las mantas, los cohetones y bombas molotov, el símbolo de la V de la victoria en manos de los estudiantes y maestros, la ocupación militar de la Ciudad Universitaria, las madres de familia protestando en la Cámara de Diputados por la detención y desaparición de sus hijos, la entrada de la manifestación estudiantil al Zócalo (por primera vez después de cuarenta años), la plaza de las Tres Culturas el dos de octubre, el edificio Chihuahua, y en él los líderes del Consejo Nacional de Huelga; Lucio Hernández Gamundi, Luis González de Alva, Manuel Marcué Pardiñas, el doctor Eli de Gortari, José Revueltas y Sócrates Campos Lemus, los soldados -- abriéndose paso a bayoneta calada a la iglesia de Santiago Tlatelolco, -- los cadáveres de estudiantes y trabajadores en los anfiteatros de hospitales y delegaciones, la juventud estudiantil en las prisiones, la guardia de tanques y bazookas alrededor de la unidad habitacional Tlatelolco, así

como la dramática escena del 2 de noviembre (día de los muertos) en la -- Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco, con cantidad de gente rezando -- al lado de miles de veladoras y flores de cempasuchil, por sus hijos masa crados, etc. fueron los principales temas que abordaron los representan-- tes de la prensa gráfica y que la población de nuestro territorio (35% -- analfabeta) supo comprender a través de la interpretación visual, de las injusticias que el Estado estaba llevando a cabo. (59)

La renovación académica del movimiento estudiantil de los 70' vinculó a los centros de educación superior con las luchas democráticas. Como parte -- de este proceso se crearon medios que utilizaron ávidamente la fotografía co mo instrumento para el testimonio y la propaganda, tales como Punto Crítico- y Oposición.

Tras la represión del gobierno de Echeverría sobre el Excélsior, la fo-- tografía debió esperar la aparición del semanario Proceso y el diario Uno -- más Uno. Este último se constituyó en un principio como un punto de apoyo -- para los movimientos sindicalistas democráticos, la denuncia y crítica al -- aparato gubernamental.

La importancia en Uno más Uno para la fotografía fue fundamental, "por que procuró darle un sitio destacado a sus suplementos, estimulando la gráfi ca política y de documentación social" (60). La alternativa fue Cámara Uno, suplemento coordinado por Pedro Valtierra, y que intenta rescatar cotidana-- mente La Jornada, originada por la escisión del diario radical.

Con respecto a la fotografía periodística actual, ésta presenta varias peculiaridades: por una parte, la función dirigida de "muestrario de las vir tudes del régimen" en ciertos diarios nacionales; la acción de la radio y te levisión, que vuelven sistemas de información alternativa; a los periódicos-- la corrupción del medio, que ahoga cualquier iniciativa; y "la apatía, la ig norancia, y el soborno (que) son rasgos que caracterizan el gremio, (y) de -- cuya influencia pocos logran sustraerse" (61).

Las generaciones de fotógrafos comprometidos, como desde los inicios -- del fenómeno, no terminan, y es el turno de profesionales como Andrés Garay, Luis Humberto González, Fabrizio León o el mismo Pedro Meyer, de expresar me

diante imágenes un compromiso, y comunicarlas a la sociedad. Este compromiso -generalmente en diarios acordes- no se confunde ya con el simple registro documental ausente de mayores propósitos (indígenas, indigentes, vendedores), sino que se materializa día con día a riesgo de la integridad física.

El periodismo fotográfico hoy, como hace cien años, es un hecho; pese a las cortapisas habrá que reconocer su función comunicativa, y a sus verdaderos artífices: no sólo a los que toman fotografías, sino a los que saben para qué.

NOTAS DEL CAPITULO 1

1. Doménech Font, El poder de la imagen, p. 20
2. W. Worringer, Abstracción y naturaleza, p. 26
3. Doménech Font, op. cit., p. 22
4. Helmut Gernsheim, Historia gráfica de ..., p. 16
5. Beaumont Newhall, Historia de la fotografía, p. 21
6. María E. Haya, Premisas para la investigación ..., p. 16
7. Otto Stelzer, Arte y fotografía, p. 16
8. Helmut Gernsheim, op. cit., p.p. 23-25
9. Ibídem, p.
10. Ibídem, p.
11. Ibídem, p.p. 39-40
12. Ibídem, p. 45
13. Ibídem, p. 68
14. Ibídem, p.p. 63-69
15. Otto Stelzer, op. cit., p. 35
16. Helmut Gernsheim, op. cit., p. 97
17. Ibídem, p. 97
18. Gisèle Freund, La fotografía como documento social, p. 15
19. Ibídem, p. 13
20. Ibídem, p. 14
21. Otto Stelzer, op. cit., p.p. 30-31
22. Susan Sontag, Sobre la fotografía, p. 38
23. Helmut Gernsheim, op. cit., p. 139
24. Ibídem, p. 148
25. Gisèle Freund, op. cit., p. 102
26. Otto Stelzer, op. cit., p.p. 71-72
27. Doménech Font, op. cit., p. 26
28. Beaumont Newhall, op. cit., p. 247
29. TIME-LIFE, Photojournalism, p. 13
30. Gisèle Freund, op. cit., p. 103
31. Ibídem, p. 129
32. Idem.
33. TIME-LIFE, op. cit., p. 17
34. Román Gubern, Comunicación y cultura de masas, p. 183

35. Gisèle Freund, op. cit., p. 114
36. Idem.
37. Ibídem, p. 128
38. Ibídem, p.p. 130-131
39. Ibídem, p. 130
40. Román Gubern, op. cit., p. 186
41. Gisèle Freund, op. cit., p. 129
42. Idem.
43. Idem.
44. Gisèle Freund, op. cit., p. 134
45. TIME-LIFE, op. cit., p. 21
46. Gisèle Freund, op. cit., p.p. 141-142
47. Manuel Vázquez M., Las noticias y la información, p. 39
48. Ibídem, p. 50
49. Ibídem, p. 65
50. Marco Hernández et. al., El poder de la imagen y ..., p. 10
51. María E. Haya, op. cit., p. 6
52. Marco Hernández, et. al., op. cit., p. 10
53. Ibídem, p. 13
54. Enrique Chavarría, La situación actual de la ..., p. 17
55. Marco Hernández et. al., op. cit., p. 14
56. Ibídem, p. 17
57. Ibídem, p. 18
58. Enrique Chavarría, op. cit., p. 31
59. Ibídem, p.p. 32-33
60. Marco Hernández, et. al., op. cit., p. 19
61. Idem.

C A P I T U L O 2

ANTE TODO, UNA IMAGEN (Generalidades de la imagen)

No podemos acceder al valor comunicativo de la fotografía sin reconocer las características y facultades generales del marco en el cual se haya inscrita: las imágenes. Las propiedades exclusivas de este tipo de producciones son el fundamento de toda imagen fotográfica, la cual se hace partícipe de sus ventajas y potencial poder de manipulación.

2.1. Introducción a la imagen.

A diferencia de la comunicación escrita -con la que se le ha hecho estar reñida a muerte, por ser su suerte de "antítesis", al presentar producciones "acódicas"- en la que se desarrolla una semiótica especializada para acceder al significado y connotación de los sentidos transmitidos, la comunicación de una imagen se reconoce generalmente como una "simple" operación perceptiva, cuyo principal valor e intencionalidad radican en la leyenda o pie de foto que le acompaña.

El texto es el que engaña o manipula; la imagen sirve para "ilustrar" o "redondear" este proceso.

La anterior creencia tiene su origen, en primer lugar, en la idea de que el acto de "leer" una imagen es, en apariencia, un acto tan natural como el mirar cualquier objeto que nos rodea (físicamente, la vista hace el mismo esfuerzo para posarse en una imagen que al observar cualquier objeto) y, en segundo lugar, a que no necesitamos ser cultos visualmente -"educados"- para percibir las imágenes y aceptar que hemos interpretado su sentido y entendido su mensaje.

Representacional, abstracta o simbólicamente, la imagen es (y hoy en día más por el avance tecnológico) un modelo que acoge muchas y muy variadas posibilidades comunicativas -que el mundo lingüístico no acepta más que como un mero elemento ilustrativo.

Una de las interrogantes centrales sobre el valor de la imagen es su facultad comunicativa, o su posibilidad de considerarse un medio de comunicación social. La cuestión se centra en la pretendida carencia de retroalimentación -que caracteriza a todos los medios de comunicación colectiva-, expresada ---

como "intransitividad":

... las imágenes son distribuidas por medios de comunicación unidireccionales, programados con un determinado propósito, e intransitivos, es decir, que no admiten réplica de los receptores de la imagen, que queda en ellos como un fin en sí misma y a todos los niveles porque no los distingue cualitativamente. (1)

La llamada unidireccionalidad se manifiesta, además en el gran medio de comunicación colectiva que contiene a la pretendida imagen comunicativa ----- prensa o televisión-, pues además de existir impedimento para recibir una retroalimentación inmediata, la línea editorial configura un mensaje visual autoritario. Es decir, no sólo existe unidireccionalidad en la forma sino también en el fondo, al conformar una suerte de "perceptor pasivo":

...el hacer interpretativo del lector resulta una acción ilusoria, puesto que la interpretación está ya proporcionada por la instancia de la enunciación, bajo la consideración general de que los hechos -- construidos (imágenes o texto), son hechos reales. (2)

Bajo esta perspectiva, la imagen es tratada comúnmente como un simple medio de comunicación ilustrativo o "de relleno", cuya lectura es, a la vez que inmediata, "homogénea" por parte del público, a través de una labor de hacer-hacer mediante un hacer-saber (saber sobre los hechos).

Debido a lo anterior, la comunicación visual, como proceso, queda generalmente reducida a un acto natural que no exige en apariencia mayor atención científica. Cabe la pregunta: ¿Por qué aceptamos a las imágenes como representación de la realidad, si estrictamente sólo son diseños bidimensionales subjetivos? ¿Para qué estudiar no sólo a la fotografía, sino a la televisión o al cine, si no generan respuesta o retroalimentación al poseer en un extremo a un público pasivo? ¿Será valioso seguir encasillando a la imagen impresa -- como "ilustración" subordinada al texto?

Si bien lo anterior es producto fundamentalmente del carácter unilateral e intransitivo de los medios masivos, también en un alto grado esta subvaloración de lo visual se relaciona directamente con la exacerbada cultura escritural de la pretendida explicación noticiosa "objetiva y completa". Las imágenes se dejan para la publicidad; lo atractivo, léase "superficial" -----

el "relleno" o "ilustrativo", se deja para las formas más manifiestas de la - persuasión.

Pues no. La comunicación visual es un proceso en el cual el perceptor - juega un papel fundamental, a diferencia del lenguaje verboescritural, en --- donde su función subjetiva comienza una vez que el mensaje ha sido percibido. En la imagen el perceptor actúa desde un principio al verificar la autenticidad de la imagen que tiene frente a sus ojos y así contribuir, en lo que inocentemente considera una fase mecánica, a aceptar un mensaje intencionado.

Al punto, el cada vez más profuso estudio del emisor y sus intenciones- (v.gr. Silva, Matterlart, Dorfman, Mc Quail) actúa en detrimento de ciertos - procesos, y en especial del nuestro: la imagen. Esta no podría llegar a ser - ningún mensaje estructurado, si el perceptor no la asimila, ¿Cómo se da este fenómeno?, como la "imagen de algo".

2.2. El modelo hipodérmico.

Tradicionalmente se maneja el modelo de Shannon y Weaver para todo tipo de comunicación humana. Las modificaciones desarrolladas por personas como -- Laswell o Berlo no son más que un paralelismo de dicha percepción.

Quién - Dice que - en qué canal - a quién - con qué efectos.

La dificultad que enfrenta dicho modelo es que nos lleva inexorablemente a considerar a la comunicación como un proceso mecánico -aún cuando se insiste en que es un proceso- y unidireccional, destinado al logro de determinados efectos. La definición del "receptor" es un claro ejemplo: "...elemento - que se somete a los mensajes, cuyo comportamiento se ajusta pasivamente a una suerte, a un destino, a un fin inevitable". (3)

En esta línea, las primeras discusiones sobre los efectos de los mass media concibieron un modelo que David Berlo denomina "aguja-hipodérmica":

Su concepto de los efectos que se producirían daba por supuesto que - un programa de radio o TV podría ser considerado como una aguja hipodérmica: simplemente como inyectar estos mensajes en las mentes del -

público se producirían la enseñanza, el entretenimiento o una mayor participación en los asuntos públicos. (4)

Obviamente, sería infantil querer apoyar la anterior afirmación simplista y acrítico de un público autómatas. Pese a esto, las investigaciones en --- Estados Unidos, fundamentalmente orientadas al mercado, soportaron en us momento este error concatenado:

La continua demanda de datos empíricos sobre el consumo e impacto de cada medio masivo de comunicación fue un factor que obstaculizó el -- desarrollo teórico... los estudios sobre el impacto inmediato predominaron sobre las investigaciones a largo plazo... tanto el papel del -- emisor como la naturaleza del contenido y las características de los integrantes de la audiencia eran considerados como meros datos y no -- como problemas. La audiencia era simplemente una "cifra" o bien un -- mercado, que respondería al contenido de las comunicaciones, y se des -- cuidaron preguntas fundamentales acerca de la relación entre la au --- diencia y el emisor, entre este último y la sociedad y entre el conte -- nido de los medios de comunicación masiva y el medio social y cultu -- ral que los producía. (5)

La ideología del modelo hipodérmico como inyección consistía en conside -- rar al proceso como abiertamente unidireccional. Sin embargo, el perceptor no sólo es un ser que piensa, sino que realiza la función fundamental de validar el proceso, semiótica y visualmente.

En una relación de semiosis el estímulo es un signo que, para produ -- cir reacción, ha de estar mediatizado por un tercer elemento (que podemos llamar "interpretante", "sentido", "significado", "referencia -- al código", etc.) que hace que el signo represente un objeto para el destinatario. (6)

De esta manera, el medio de comunicación masiva debe ser considerado -- como un instrumento que ciertamente no permite la retroalimentación inmediata, pero que, por otra parte, requiere intrínsecamente de un perceptor conciente -- no autómatas -- cuyas respuestas de comunicación se podrán manifestar de manera diferida. La dificultad de aceptar esta incongruencia con un modelo original -- me parece provocada por el origen mecánico -- técnico del esquema original asin -- tótico a la comunicación humana, en su nivel interpersonal.

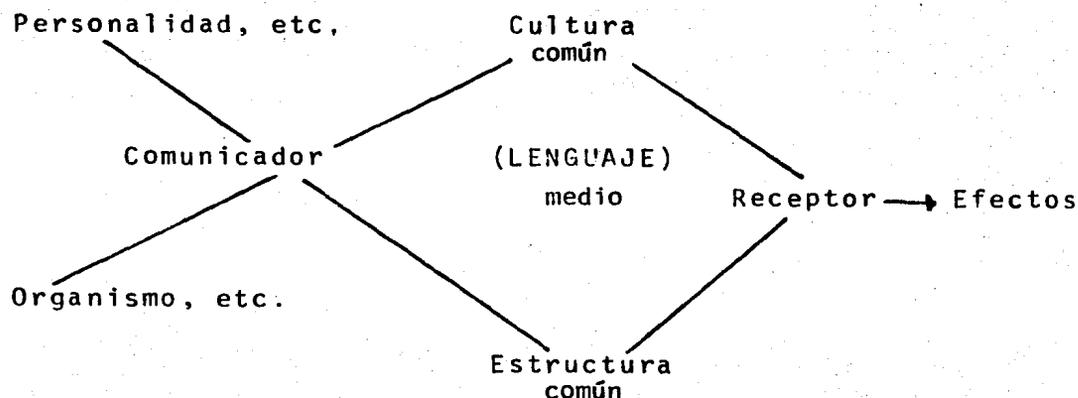
El modelo hipodérmico es valioso, considerando las modificaciones de un perceptor humano que lo valida. Querer afirmar lo contrario y aceptar un ----

proceso de "inyección hipnótica" puede ser tan peligroso como negar cualquier posibilidad comunicacional en los medios audiovisuales, como lo hace Enzesberger:

Como se sabe, unos medios como la televisión y el cine en su aspecto actual, no están al servicio de la comunicación, sino que más bien la obstaculizan. No permiten ninguna influencia recíproca entre el transmisor y el receptor; desde el punto de vista técnico, reducen el feed back al nivel mismo que permite el sistema. (7)

¿El inhibir el feed back inmediato, el diálogo, reduce la posibilidad de influencia de los medios? No olvidemos que, según palabras del propio Enzesberger: "Toda utilización de los medios presupone una manipulación" (8), y -- ésta aplicará forzosamente la transmisión, recepción, aceptación y posterior acción de determinado mensaje. Esta comunicación, si bien alineada, es un proceso completo, y exigirá un modelo que trate de explicarle, por sobre sus condiciones ideológicas.

Con la intención de descubrir influencias y efectos Andrew Tudor científico estructuralista europeo, analiza el modelo tradicional y critica su infantilismo en el sentido de que la exposición E-M-P es una explicación que minimiza las complicaciones de la comunicación trascendente (la masiva), y que en trasposición lineal a un público impersonal "queda severamente restringida toda posibilidad de respuesta interactiva" (9). Al efecto precisa al hipodérmico, como modelo o simulacro de la comunicación masiva en la realidad, adaptable a la misma.



Las evidentes particularidades del mismo son: Primero, que el contexto-sociocultural común procede completamente del comunicador: segundo, que el receptor es despojado de su contexto sociocultural "exterior" ("reacciona en un vacío"); tercero, que la personalidad y las características orgánicas del mismo perceptor no desempeñan papel alguno en el proceso; u cuarto, que no existe retroalimentación alguna dentro del contexto social común.

No obstante lo anterior, Tudor aprecia un elemento no considerado anteriormente, que cuestiona el término ortodoxo de "retroalimentación": EFECTOS. Como indica Tudor, el receptor cuenta en realidad con diversos canales de retroalimentación indirecta a través de los cuales puede influir en la formación de una cultura común. En realidad, raras veces está en condiciones de influir directamente (¿Cómo contestar a una televisión, un periódico o la radio a manera de diálogo?); pero, como oportunamente se anota, las influencias indirectas, los efectos, no tienen porqué ser menos poderosos:

El más crudo y menos discriminatorio de estos mecanismos es el ofrecido por el contexto comercial en que operan los medios; el público puede retirar su apoyo. El proverbio de Hollywood "eres tan bueno --- como tu última película" refleja la ferocidad potencial de esta sanción. (10)

¿No podrá hablarse acaso de efectos, como la retroalimentación en la comunicación masiva? ¿Es que la respuesta debe retornar directamente al emisor para aceptar que la comunicación es válida y útil, o hay que considerar a los efectos como una suerte de feed back? (como la respuesta altruista de más de cien países que vinieron a auxiliarnos en el sismo de septiembre de 1985, --- como efecto de una emisión masiva televisada o radiodifundida).

Tras dismantelar ciertos mitos -como el de que la información se transmite "exacta" al perceptor- Tudor concluye, y estamos de acuerdo con él, que el hombre no es un recipiente pasivo.

Así, la aplicación lineal de mensajes a un público "mudo" es improcedente. Lógicamente deberá de existir, por una parte, un proceso de interpretación de un producto (en nuestro caso de una imagen) y una respuesta o efecto de un producto (en nuestro caso de una imagen) y una respuesta o efecto que no es procedente obviar. Este fenómeno es aceptado por críticos como el mismo

Taufic, quien afirmara que "las noticias son mandatos":

...no existe en ningún diario la información por la información; se informa para orientar en determinado sentido a las distintas clases y capas de la sociedad, y con el propósito de que esa orientación llegue a expresarse en acciones determinadas. (11)

En el caso de la imagen es más importante este aspecto, porque no comunicamos signos abiertamente arbitrarios, sino líneas, contornos, espacios, colores. Signos icónicos que, bajo el compromiso de ser figurativos, atienden a las propiedades del objeto reconociendo un marco de referencia distante de la objetividad: la cultura.

2.3. Gestalt

Se ha hablado de que el público perceptor o interpretante no es "mudo"-ni pasivo. Ciertamente esta afirmación encuentra su validez en todo tipo de comunicación humana cotidiana, sin necesidad de mayor averiguación. Sin embargo, a lo que se refiere esta obra es que el mass media el recibir una imagen-realiza una función más importante que el hecho de sólo "interpretar" (decir un sí o no entendí) el mensaje: "realiza la validación de las líneas, contornos y colores que percibe visualmente, como representación de formas de la --realidad, y de formas exactas (como en el caso de la fotografía) de los referentes a los que se representa". (12)

En el caso de la lengua, medio de comunicación por excelencia, el perceptor no valida a cada momento el sistema que le está enviando el mensaje. - Es decir, que no requieren de "su aprobación" para decirle "manzana" al referirse a esa fruta. Existe una alfabetización de por medio. En cambio en la --imagen no sería "imagen de ...", ni el perceptor creería que es él -y su cosmovisión dirigida- quien crea la aceptación tanto de la imagen, como de su --grado figurativo, su carácter analógico, y aún, su sentido de objetividad.

La Gestalt es un término introducido hacia 1930 por la escuela psicológica alemana, identifica una suerte de características del proceso perceptivo, que se funda en una conciencia de la previsibilidad. Gestalt, que quiere decir "forma", significa en una teoría de la información -para autores como K.-Koffka y W. Koler- "un mensaje que se presenta al observador como algo que no

es fruto del azar". (13)

En este sentido, la información que proporciona el objeto percibido proviene en gran medida del perceptor, quien suministra los datos suficientes -- para construir una "forma" (en contra de las consideraciones comunicativas -- rígidas de Shannon), y para percibir una imagen como una totalidad (supersigno); es decir, que cuando apreciamos un ícono, no vemos una serie de elementos relacionados azorosamente e inconexos, sino una unidad de signos tal que aparece indisoluble ante nuestra comprensión.

El "supersigno" es tal que aún en procesos abstractivos claros pueden -- mantener lo que visualmente el perceptor considera como la "esencia" de un -- objeto, su estructura mínima: "Percibir una forma es diferenciar lo esencial -- de lo accesorio, es ordenar de lo más a lo menos importante, es captar su estructura". (14)

Al respecto las leyes de la forma para el proceso perceptivo, aquéllas -- que hacen que veamos todo no como una relación incoherente de líneas, colores -- y tonos, sino como objetos de la realidad diferenciados uno de otro, en términos -- generales, las siguientes:

- a) Forma: Una forma se opone a un fondo (una forma existe en cuanto -- existe un fondo).
- b) Contorno: La noción de forma está vinculada a la idea de "contorno" -- y de pertinencia al contorno (con lo que el mundo se dividirá en -- dos partes: la de dentro y la de fuera), que delimita todo lo perceptible.
- c) Pregnancia: Una forma resistente a las perturbaciones. Cualquier -- ruido visual es minimizado, o anulado, en una tendencia natural a -- la armonía y a percibir las cosas en su totalidad.
- d) Jerarquizar: Una forma es jerarquizada. Cuando un individuo ve un -- mensaje , lo hace en una constancia de exploración selectiva.

De acuerdo a la Gestalt, los elementos de la imagen no sólo encontraron

coherencia, sino que, en una aproximación mínimamente crítica, también su aparente obnubilación; al ser percibidos la línea, el contorno y el color -por - decir algunos elementos- como parte constituyente de un todo (una imagen), pareciera percibirse ésta -la unidad supersignica-, y no el conjunto de sus elementos. ¿O es que alguien cuando ve la pintura de una manzana expresa observar "una serie de líneas, un contorno, un color, un matiz, una escala y un volumen" que en conjunto representan a esta fruta? No. Afirman ver "la representación de una manzana", la totalidad.

El proceso perceptivo humano demerita la existencia de elementos de la imagen; sin embargo éstos están ahí, y no sólo eso, sino que, de acuerdo a -- estudios más precisos que menciona Dondis, se relacionan con una totalidad y con una intención subyacente, que existe independientemente de la conciencia de su existencia. Esto es lo que en muchos casos constituye el "no sé qué" de una imagen que, aparentemente correcta, no logra transmitir la intención propuesta (v.gr. un dibujo sobre la "tranquilidad" lleno de líneas y ángulos parecerá extrañamente "incongruente").

La fotografía será también, en este sentido, potencialmente manipulativa, y tiene ingerencia en lo que se considera el "enfoque fotográfico" cuando se le relaciona con la nitidez (combinación de lente, película y enfoque); -- pictórico, referente a la figura retórica que se presente; lingüístico, que manifiesta el acento de un factor de la oración, y semiótico, por sus unidades informativas implícitas.

Cuando un perceptor lee, pone en correlación un contenido con una expresión dada, es decir, confronta un hacer con un saber. Para ello, posterior a un paso físico, el perceptivo, pasa al cognoscitivo mediante la realización de proposiciones de la imagen que ve, basadas en dos criterios: a) un primer criterio referencial, que estriba en confrontar lo que percibe con la realidad (y en el cual relaciona las propiedades ópticas, perceptivas, ontológicas y convencionales que conoce del objeto para aceptar su representación), y; b) un criterio intertextual, relacionado con remitirse al texto, pie de foto o a aquello que las letras dicen de una imagen. Es importante indicar que ambos - pasos son culturales, y por lo tanto, social, histórico y políticamente determinados; jamás objetivos como las letras.

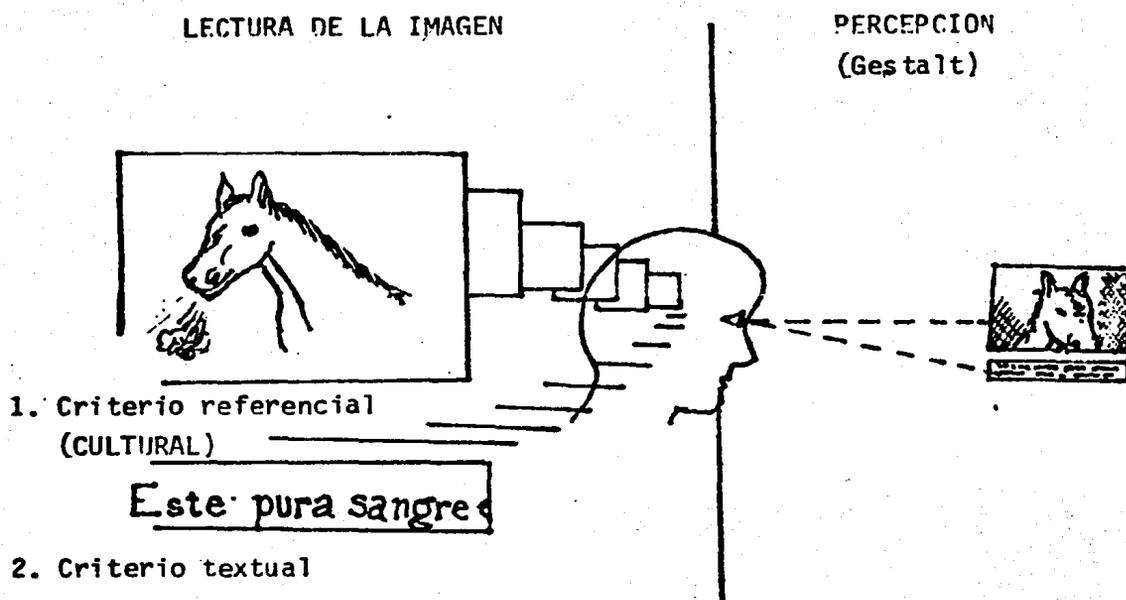


Figura 1. Criterios que intervienen en la interpretación de una imagen

A falta de reglas más precisas para decodificar el sentido de una imagen, el humano podrá realizar, o bien inferencias, o bien abducciones para -- identificar tal imagen, basadas en hipótesis que pueden ser estudiadas como proposiciones programáticas. Dichas proposiciones se identificarán con un "tópico" que el lector coherentemente plantado -- lo que se conoce como coherencia interpretativa -- servirá de base para que este individuo busque isotopías pertinentes. Es decir, que a partir del tópico (instrumento meta-textual perteneciente a la pragmática) el lector verificará la coherencia interpretativa y -- las isotopías, en tanto categorías semánticas redundantes que hacen posible -- la lectura de un texto visual.

En este orden de ideas, una debe quedar bien clara: la percepción no es la única forma de acceso que tiene el lector frente al texto. También intervienen la comprensión y aceptación.

La imagen impresa en un gran medio de comunicación (prensa, televisión) es también un medio que posibilita la transmisión de significados a los perceptores, con el conocimiento de que éstos completan el proceso al interpretar y responder, aún de manera diferida, los mensajes.

¿Pero cuáles son estos mensajes en la imagen?. Se llaman signos icónicos, por su cualidad de ser unidades mínimas de significado transmitidas por medio de impresiones percibidas visualmente.

El signo icónico supondría estar formada de un significante, la imagen misma, que servirá de representación a un referente de la realidad que será su significado. Tal es el caso de la lengua. Sin embargo, la imagen tiene varias cualidades específicas:

- No poseer, como la lengua, un significante arbitrariamente elegido -- para el concepto (como el morfema "mar" para designar al concepto --- oceáno), sino que éste se halla estructurado con base en una relación de semejanza perceptiva.
- Una unidad significativa -significado indisoluble. Aquello que vemos - representado es lo mismo que se nos quería transmitir. No necesitamos mediatizar el significante en un código para conocer el significado.- Nuestra facultad de comprender visualmente provoca una "transparencia".

La imagen es teóricamente más verosímil por apoyarse en un sentido que puede validar directa e incuestionablemente ("lo vi con mis propios ojos"; -- "sí se parece") al mensaje.

Pero el fenómeno no es sencillo. ¿Qué es la semejanza? Ciertos autores han abordado el problema: Pierce menciona como íconos aquellos signos que tienen una cierta semejanza innata con el objeto al que se refieren -pero el concepto "semejanza" es conflictivo porque toda imagen de un objeto es una plasmación de tres planos reales en dos, es decir, que la iconicidad sería una -- cuestión de grado-; Barthes obvia el problema desde una perspectiva lingüística y habla de una absoluta transparencia fondo-forma en el ícono, para dedicarse a analizar el contenido; y Max Black concluye que se puede hablar de --

signos icónicos por semejanzas en cuanto comparación, recuerdo, confrontación o por analogía.

Eco afirma que la relación código mensaje no atañe a la naturaleza del signo icónico -observación que habían mencionado ciertamente autores como --- Black- sino a la mecánica misma de la percepción, hecho de comunicación. De aquí anota que un signo visual

no posee las propiedades del objeto representado pero reproduce algunas condiciones de la percepción común, sobre la base de códigos perceptivos normales y seleccionados esos estímulos que -al eliminarse - otros estímulos- pueden permitirse construir una estructura perceptiva que posea -en relación con los códigos de la experiencia adquirida- la misma significación que la experiencia real denotada por el -- signo icónico. (15)

De acuerdo a lo anterior, el papel de la percepción y de los códigos -- convencionales es fundamental para el reconocimiento de las imágenes como signos, y la semejanza viene a ser la correspondencia no entre un objeto real y su imagen -por increíble que parezca-, sino entre el contenido cultural del - objeto (resultado de convenciones culturales) y su representación.

En pocas palabras, una imagen es el signo menos objetivo que puede existir, y su representación, lejos de ser arbitraria, será la transcripción, según convenciones gráficas, de propiedades culturales de orden óptico, perceptivo, ontológico y convencional de los objetos, es decir, el modo acostumbrado de representar dichos objetos.

Por esta razón, las unidades visibles no podrían ser reducidas a categorías lingüísticas, sino a un sistema lógico-simbólico de representación de categorías visuales, que vuelven a una imagen no un enunciado, sino una proposición. Figura (1).

Este fenómeno se hace patente en la historia y en la representación que hacían personas como el arquitecto Villard de Honnecourt, quien afirmara en - el siglo que "copiaba un león": en realidad reproducía las convenciones - heráldicas de su época, o en los pintores que menciona Otto Stelzer, que en - el siglo XIX lejos de representar al caballo en movimiento, había creado -

convenciones gráficas "donde los caballos tocaban el suelo más bien con la --
panza que con las herraduras". (16)



Foto 1. Las convenciones visuales del galope del caballo de grabados y pinturas se habían mantenido prácticamente iguales desde la época de los asirios - hasta el siglo XIX, como es el caso de este grabado inglés, de poco antes de 1900.

2.4.1. La Imagen Denotada.

Dentro de los niveles de significación, la imagen de algo como unidad - mínima de significado presenta -y en esto es objeto de comparación lingüística- un aspecto de denotación y uno de connotación, referentes al tipo de lectura que se haga de un ícono.

El nivel denotativo se refiere a la relación cognoscitiva entre significante y significado -esa unidad indisoluble de la que nos habla Saussure y -- nos explica Barthes-. Es el primer nivel de significación y contempla los códigos que relacionan al concepto de su imagen verbal (icónico, lingüístico, -sonoro).

Por su carácter, particular y "análogo" o de semejanza, la imagen presenta una "transparencia" entre el significado y el significante, término que -indica Barthes- expresa que en la imagen el fondo y la forma son la misma -- cosa. En efecto, a nivel lingüístico, el significante nos remitirá a un concepto que se le ha acuñado de manera arbitraria (vgr. "árbol" no tiene ninguna relación natural con el ser vivo que designa); en cambio, en la imagen el significante será una sustancia correspondiente a la representación mental -- del objeto determinado. Esto es, que el ícono no es otra cosa que la imagen del significado, y en tanto tal, el significado mismo representado a manera de semejanza perceptiva, analógica. De aquí se expresa que existe una unicidad fondo-forma o significante-significado, en el que ambas instancias del -- signo son las mismas. A este respecto Barthes anota:

dans l'imagen proprement dite, la distinction du message litteral et du message symbolique etait operatoire; on ne reconte jamais (du --- moins en publicite) une image litterale a l'etat pur; quand bien meme accomplirait-on une image entierement "naive", elle rejoindrait ---- aussitot le signe de la naivete. (17)

La imagen denota lo que es a su vez, el contenido. Esto obvia, en términos estrictos, la necesidad de un código que descifre el significante para -- hacernos llegar al significado: la imagen es pues, "acódica".

Eco apoya esta observación del carácter acódico de la denotación de la imagen afectada que "los códigos icónicos, si es que existen, son códigos débiles" (18). Además, generaliza su carácter analógico:

Dado que el signo gráfico es relacionamente homólogo al modelo conceptual, podríamos concluir que el signo icónico es analógico... en el sentido que le confieren al término los constructores y operadores de cerebros electrónicos (el establecimiento de una equivalencia rigurosa entre dos magnitudes). (19)

La aproximación que hace Eco a lo homológico de la imagen se vuelve a fundamentar en la semejanza de la imagen con el objeto, sin resolver el problema de su subjetividad.

...el signo icónico constituye un modelo de relaciones (entre fenómenos gráficos) homólogo al modelo de relaciones perceptivas que construimos al conocer y recordar al objeto. Si el signo tiene propiedades comunes con algo, ese algo no es el objeto, sino el modelo perceptivo del objeto. (20)

De acuerdo a lo anterior, Eco nos reitera lo engañoso de una imagen cuyo carácter de copia exacta, depende de una correspondencia "punto por punto", - con su referente "por semejanza" (como se anotó previamente, la semejanza estará dada por la correspondencia entre la imagen y el modelo perceptivo, mental, que tengamos de ella, y no por su referente). ¿Cómo hablar de "copia ---

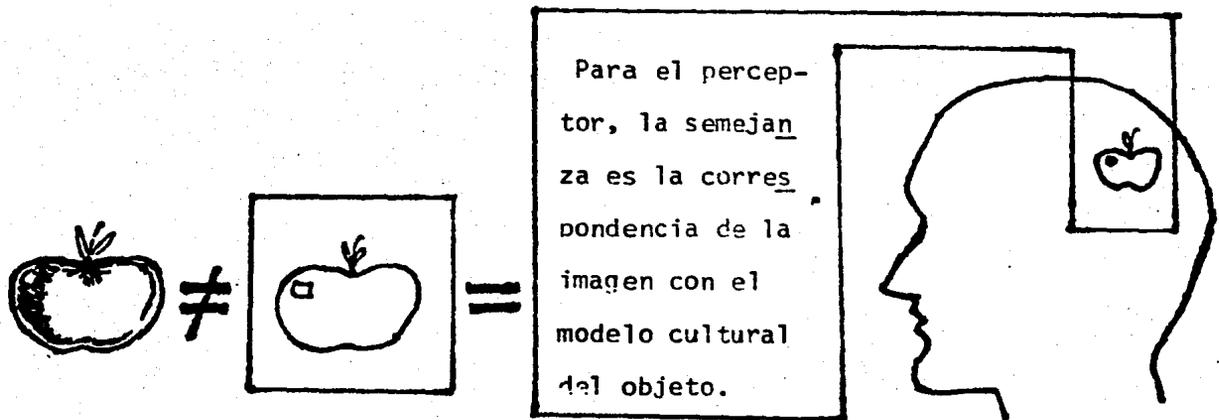


Figura 2. La semejanza de una imagen, para el perceptor, no es la correspondencia entre el objeto y su representación, sino entre la representación y el modelo que el perceptor ha desarrollado por experiencia y educación.

exacta" entonces, si nuestro patrón, es individual, subjetivo y determinado por la cultura? Esto lleva a dos incongruencias que a la fecha Eco y Moles --pregonan.

Por una parte el científico italiano anota la existencia de "grados" de analogía (equivalente a decir "más igual" o "menos igual"). Afirma que los modelos analógicos (como objeto de denotación) no se podrán estructurar por oposiciones binarias, sino por grados ("más o menos analógico"), en lo que constituiría una débil codificación y un ataque a la semiótica. Se establece que la famosa "analogía" admite variaciones cuantitativas, con lo que el término absoluto queda reducido de "copia" a "parecido".

Precisando a Eco y contrario a Barthes, (éste último más audaz al afirmar que la imagen denotada es un paso inútil en la imagen) también advierte - lo ligero de suponer lo "analógico" y a la unidad sdo-ste como una estructura tautológica.

Christian Metz considera que la analogía visual admite variaciones evidentes que también son cualitativas, a través de las siguientes afirmaciones:

- 1.- El mensaje visual puede no ser analógico, por lo menos en el sentido corriente del término. Por una parte, se encuentra aquí el problema de las imágenes llamadas "no figurativas" y, por la otra, el de los íconos lógicos de Pierce, o más exactamente de aquellos íconos que son visuales.
- 2.- La analogía visual admite variaciones cualitativas. La "semejanza" se aprecia de modo diferente según las culturas. En una misma cultura, hay varios ejes de semejanza siempre se asemejan los objetivos desde alguna relación.(21)

Segunda, la "polisemia de la imagen" entendida como Guy Gauthier, por su cuenta, parece concluir, producto de la investigación de campo. Estudios relacionados con estudiantes universitarios a los que expuso las mismas imágenes en distintos momentos concluyó que: primero, la imagen propone muchas interpretaciones relacionadas con la insuficiencia de nuestra experiencia (el apolo puede ser una roca para un cowboy o un muñeco para un cavernícola) y que las interpretaciones en tanto analogía dependían mucho de nosotros mismos, de nuestra experiencia y conocimientos, así como de nuestras tendencias afectivas más profundas.

...pour prendre un cas extreme, (une) meme photographique présenté á des aborigenes de Australie et a des Européens prend des significations différentes meme sil fait référence á des éléments duréel a travers un --

code constitué par l'ensemble d'une culture, et tout depend en difini-
tive de la place qu'occupent les objets dans notre imaginaire. (22)

Denotaremos la imagen del objeto como imagen de tal objeto por sus ya -
mencionadas propiedades ópticas, perceptivas, ontológicas y convencionales, -
más que por una objetiva correspondencia con su referente. Esto es en esencia,
una potencialmente manipuladora "analogía".

El hablar de transparencia fondo-forma, y de mensaje sin código, es vā-
lido. Pero debe quedar claro su potencial influencia manipuladora y en espe-
cial en la fotografía, pues se reconoce como la "analogía perfecta" -se pre-
senta desde un nivel de la denotación que supera la simplista "arbitrariedad"
de los lingüistas. Se trabaja con convenciones y creencias culturales, no con
signos arbitrarios ni estrictos, aún en la aparentemente "objetiva" fase del-
proceso: la denotación.

A esto último hacen referencia autores latinoamericanos como M. Bisbal,
Jesús María Aguirre, quienes critican acremente a Barthes ("le message publi-
citaire") en este nivel, y anotan que el supuesto carácter "objetivo" de la -
denotación del signo se sostiene enteramente bajo la falacia de la objetivi-
dad.

Precisamente el aire de objetividad de la denotación, fingiendo ser -
el primero de los sentidos, le otorga el privilegio de aparecer como-
"lo liberal", "lo natural", como lo "único racional", relegando los -
otros códigos posibles (estéticos, morales, etc.) como racionalizacio-
nes de realidades más o menos ideológicas. (23)

Lo anterior no es falso, si sencillamente echamos un vistazo a los anun-
cios publicitarios por televisión comercial. En la sociedad mexicana ni el ru-
bio ni el oji-azul son el prototipo. Y no digamos la creación de la imagen, -
pues el punto línea, color, espacio, dimensión, tonos y contorno no sólo sir-
ven al comunicador para configurar una forma, sino que están a merced de él,-
en un acto de crear que no tiene ni un viso de objetivo. En definitiva, lo --
analógico.

...puede ocultar procesos ideológicos más sutiles que la connotación,
ya que la misma denotación es la más bella y sutil de las connotacio-
ciones. (24)

2.4.2. Imagen Connotada.

El segundo nivel de significación en la imagen corresponde a la connotación, fase en la que se hace referencia no al significado-significado sino al valor cultural del signo: es decir, su interpretación. Ya no se desarrolla -- una motivación por analogía perceptiva, sino que se manifiesta fundamentalmente a través de símbolos. Por esto, la semiótica se vuelve el instrumento fundamental para el análisis del ícono.

Entendida como la disciplina que se ocupa de la descripción científica de los signos y de los sistemas de significación (significación como el proceso de la producción social del sentido en los diferentes textos que circulan en la sociedad), la semiótica hablará de la utilización de los signos en el interior de los discursos.

La imagen connotada se compone estructuralmente de una forma o plano de expresión, y de una sustancia, o plano de contenido. Ellos se relacionan con la "gramática" de la imagen, y con su componente semántico, respectivamente.

2.4.2.1. Plano de Expresión.

Como la sustancia del contenido puede ser aprendida solamente a través de una forma, y en el caso de la imagen ésta es la misma que la de la denotación, la expresión de la forma se dará a través de la composición de ícono -- (elementos), de su pretendida "sintaxis".

La imagen, traspuesta a símbolos, no se constriñe a una escueta "retórica icónica" u ordenación estética lineal de sus significados, como en la lengua, porque su sustancia de significación no es lineal ni temporal, sino espacial, así que comprenderá a todo el espacio que le contiene, y su retórica correspondiente. Sobre esto, la prueba más inocente nos hará ver que la "gramática" de la imagen -término por demás puesto con calzador- se ubica globalmente en lo conocido como composición.

Veamos un ejemplo: si observamos la figura veremos un texto y pese a -- que el marco visual supera a las letras, su universo se restringe a la línea-

que contiene las palabras. En cambio, en la figura B, con un marco semejante, abordamos un tema visual. Pese a ser un tema también pequeño, nuestra percepción visual nos hace involucrar a todo el espacio y hablar de que la imagen - está "descentrada" ¿No es así?.

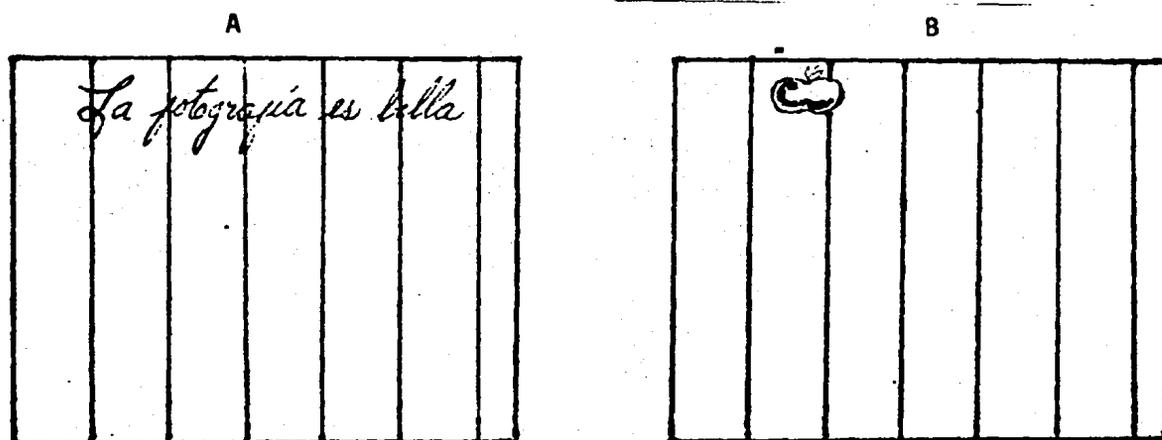


Figura 3. Una imagen tiende a involucrar al espacio que la contiene

De acuerdo a lo anterior, es claro que si hacemos referencia a una interpretación de la imagen, deberemos abarcar la totalidad de factores compositivos que le configuran, como una suerte de "gramática".

2.4.2.1.1. Composición.

La composición es la correspondencia a la "sintaxis gramatical" de una imagen.

Donis Dondis, neyorquina, coloca a la composición indiscutiblemente --- como el fundamento sintáctico de la educación visual. Según su personal apreciación.

En esta etapa vital del proceso creativo, es donde el comunicador visual ejerce el control más fuerte sobre su trabajo y donde tiene la mayor oportunidad para expresar el estado de ánimo total que se quiere transmitir a la obra. (25)

Cabe aquí aclarar que todo lo que interviene en la comunicación se considera impregnado de sentido, por lo tanto su juego será materia de una semiótica de lo visual, que:

"No existen reglas absolutas sino cierto grado de comprensión de lo - que ocurrirá en términos de significado si disponemos las partes de - determinadas maneras para obtener una organización y una orquestación de los medios visuales". (26)

Esto nos da una pauta, y aunque nos previene, ya existen profundizaciones al respecto.

En este tenor Emilio Garroni, la apoya al hablar de los lenguajes no -- verbales anota: "Aquel que no es un semiótico profesional exige una teoría -- capaz de sustentar una investigación que encare el análisis de los hechos comunicativos no lingüísticos". (27)

Para componer una imagen primero hay que configurarla. De esta manera, - debemos partir primero de los elementos que la forman: línea, color, contorno, dirección, textura, escala, etc., no sólo como elementos, sino como verdades -- declaraciones visuales constituyentes de la sustancia de la expresión, -- pues -como anotamos- el fondo y la forma aquí son la misma cosa, y sólo mediante el juego semiótico de la última se percibirá el primero.

Aquí, todos y cada uno de los elementos adquieren su valor como técnicas visuales, comunicativas, cuyas manifestaciones han sido culturalmente codificadas. El marco visual en el que se inscribirán son las normas compositivas.

Extensión de los fundamentos visuales, la composición es un factor fundamental para el plano de expresión de una imagen. Basada en la práctica más -- que en la teoría, el principio compositivo original dice que toda imagen que se halle en el centro de su continente será compositivamente correcta. Sin embargo, esta concepción es sumamente elemental y devino con el tiempo en sólo -- una referencia. En la actualidad composición puede ser de varios tipos:

Aurea; basada en dos ejes que fragmentan la imagen (sentido y horizontal)

para equilibrar ícono. Pero con la influencia de la arquitectura, se aprecia una segunda suerte de composición, que establece como línea de interés visual aquéllo que se desprenda al 0.618 de cualquiera de las dos dimensiones, formando la totalidad del espacio como una unidad. (Figura 4)

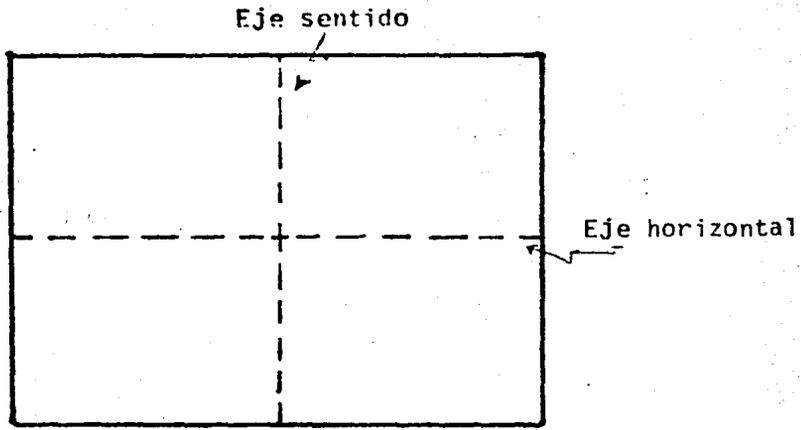
La composición anotada implica el arreglo o colocación armónica y atractiva de los elementos que constituyen a la imagen.

Esto hace referencia al modelo que denomina a dichos elementos como su jeto-variante, de acuerdo al estudio que Barthes hiciera sobre la imagen publicitaria. Es decir, que la disposición que tengan el S-S-V de una imagen - será aquello que reconocemos como "armonía".

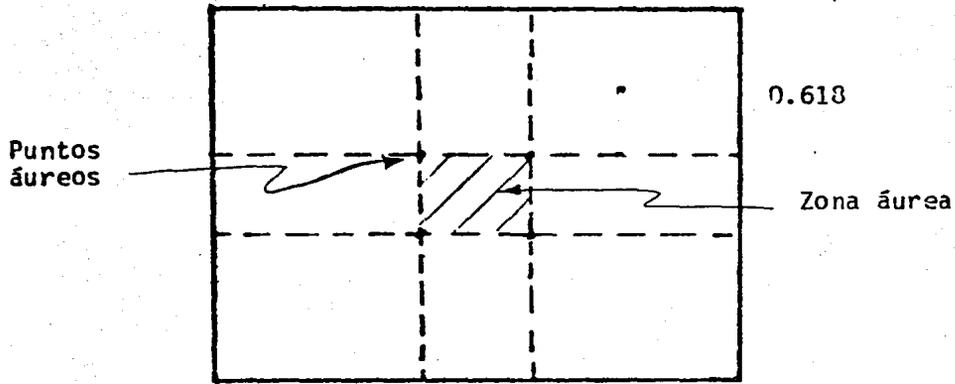
El fenómeno compositivo es una condición humana gestáltica, innata, que con el desarrollo artístico y técnico ha encontrado interesantes derroteros.- Para el efecto de considerar a los más generales se mencionará a los siguientes:

C. Gestáltica. Intimamente vinculada con el sentido del equilibrio en tanto carencia de todo tipo de tensión, nivelación, aguzamiento, inestabilidad o asimetría, establece la ubicación del sujeto de la imagen en la intersección de los ejes horizontal y sentido del espacio continente. El ubicar al sujeto en el centro, sobre todo para el fotógrafo aficionado es evitarse problemas compositivos al recurrir a principios intrínsecos de atención.

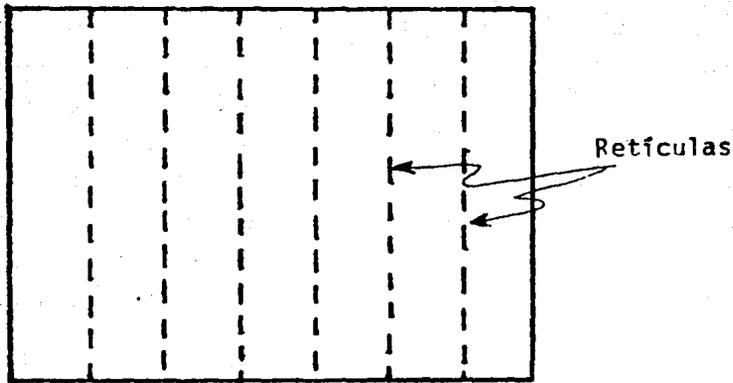
C. Aurea desarrollada arquitectónicamente, se basa en dos ejes que ---fracmentan a la imagen en un punto que a pesar de no ubicarse en el centro, - resulta agradable y atractivo a la vista. Para este efecto, las líneas deberán originarse 0.618 de cada dimensión (largo y ancho), considerada la extensión total de ésta como la unidad, para obtener un punto de su intersección, - llamada "punto áureo". De esta manera, en un espacio rectangular se pueden -- encontrar cuatro puntos áureos básicos, cuyo interior será la "zona áurea". - Pese a que la atención principal estará en los puntos áureos, todo aquello -- que se ubique en el interior de la zona referida será de atención visual, tan to perceptiva como estética.



Composición Gestáltica (equilibrio)



Composición áurea (puntos y zona "de oro")



Composición reticular (división lógico-estética)

Figura 4. Los tres principales tipos de composición de la imagen

El principio áureo se practica profundamente la fotografía, como punto de partida para nivelaciones, aguzamientos y contrastes. Aunque debido a las particularidades de la película (24 X 36 mm) este espacio permite simplificar la fragmentación en tercios (8,8,8 y 12,12,12).

C. Reticular. El sistema reticular es un instrumento de trabajo para el diseñador actual que se ocupa de espacios bi y tridimensionales. Sometido a leyes universalmente válidas, con este sistema una superficie o espacio se subdivide en campos o espacios más reducidos a modo de reja, separados uno de otro un espacio intermedio. Con esta parcelación en campos reticulares -- pueden ordenarse mejor los elementos de la configuración. (Retículas). Con las retículas los elementos de un espacio se reducen a la dimensión de los campos reticulares adaptándose exactamente a su magnitud: La ilustración más pequeña corresponde al campo reticular más pequeño.

Una vez conocido lo anterior, nos preguntamos ¿Cómo conforma el emisor una imagen?, ¿Cómo la concibe, en su caso, el fotógrafo al prepararla?. Los íconos, en tanto reflejos-supuesto, pero al fin reflejo de la realidad, debe basarse en principios de la comprensión y aceptación visual de la realidad -- basada en la Gestalt, como fundamento de cualquier intención perceptiva.

Estos fundamentos visuales de búsqueda de coherencia racional son cinco, y parten de la aceptación de la realidad representada y del ya mencionado estudio científico de dicha aceptación visual (Gestalt). Son la base de la previsualización que, consciente o inconscientemente, realiza el fotógrafo al prepararse para una impresión. Son a saber:

- a) El equilibrio. Es la referencia visual más fuerte y firme del hombre, producto de sus necesidades de existencia. Por este proceso, el hombre impone a todas las cosas un eje vertical (o "sentido"), y su referente secundario, el eje horizontal. (Figura 4)
- b) La tensión. Como falta de apoyo es el medio más eficaz para crear un efecto en respuesta al propósito del mensaje. Como primer elemento compositivo atiende a la disposición de los elementos del ícono, en el conocimiento de que el ojo busca del eje sentido en -- cualquier hecho visual.

Aquí es importante observar que una vez establecido un equilibrio-"sentido", el ojo se siente atraído hacia la mitad inferior de --- cualquier campo.

- c) La nivelación y el aguzamiento. Son dos inequilibrios que se neutralizan. El aguzamiento es el estado de inequilibrio hacia un lado; la nivelación, su contrapeso.

Estos elementos pueden maximizar la tensión visual con la observación de que los elementos visuales situados en áreas de aguzamiento (tensión) tienen más peso que los nivelados, porque el peso es la fuerza de atracción del ojo.

La complejidad, la inestabilidad y la irregularidad incrementan la tensión visual.

Sin embargo, es compisitivamente más dinámico llegar a un equilibrio de los elementos de una obra visual a través de la asimetría.

- d) Atracción y agrupamiento. Este elemento responde a las leyes de semejanza e igualdad y de la pregnancia.

Las unidades individuales, dice Dondis, crean otros contornos distintos, pues sus puntos armonizan.

El hombre siente la necesidad de construir conjuntos enteros de -- unidades.

Dentro del lenguaje visual los opuestos se repelan y los semejantes se atraen.

- e) Positivo y Negativo. Lo que denomina a la mirada en la experiencia visual se considera elemento positivo, y elemento negativo aquello que actúa con mayor pasividad. Un ejemplo clásico es "el jarrón" - de la Gestalt.

Dos consideraciones más: la primera, el ojo busca solución simple a lo que ve; la sencillez es un fin perseguido. La segunda, que -- los elementos luminosos sobre un fondo oscuro dan la ilusión de en sancharse.

2.4.2.1.2. Técnicas visuales.

Conociendo los elementos visuales que conforman "el espíritu" de una imagen, y después de considerar a las leyes de la forma y los conceptos de la previsualización, el emisor estará en posibilidad de estructurar un mensaje icónico con cierta intencionalidad (no olvidemos que al configurar una forma a la vez se está haciendo lo mismo con el fondo). Este conocimiento, empírico o científico lo tiene que tener presente el emisor que trabaja con imágenes publicitarias, televisivas o fotográficas en general.

Las técnicas visuales se superponen al significado y lo refuerzan en todos los esfuerzos compositivos; en conjunto suponen, tanto para el artista como para el que no lo es, el medio más efectivo de hacer -- comprender la comunicación visual expresiva, en la búsqueda de un -- lenguaje visual. (28)

La técnica fundamental, como en la previsualización, es el contraste, que se contrapone a la armonía. ¿Por qué el contraste? Porque -bajo influencia semiológica-, no existe un valor "sin la contraposición de su contrario- (o sin la reduncia del mismo)" (29): no se comprenderá lo blanco sino existe lo negro. A partir de este principio estructuralista las demás técnicas por pares de opuestos. Aunque su uso pueda extenderse a toda la graduación que hay en el espectro, partirá de la base de una contrariedad y no será tan sutil que sea poco claro.

Técnica	Propiedad
Equilibrio	Transmite estabilidad y calma.
Inestabilidad	Da lugar a formulaciones visuales provocadoras e inquietantes.

Simetría (equilibrio axial)	Cada elemento de cada lado correspon <u>de</u> exactamente.
Asimetría	Poco recomendable.
Regularidad	Favorece la uniformidad de elementos.
Irregularidad	Realza lo inesperado y lo insólito, - sin ajustarse a un plan.
Simplicidad	Da carácter directo.
Complejidad	Numerosas unidades y fuerzas elementales.
Unidad	Base del equilibrio.
Fragmentación	Elementos separados autónomos.
Economía	Fundamental. Realza lo pobre y lo -- puro.
Profusión	Técnica embellecedora asociada al <u>po</u> der y la riqueza.
Reticencia	Respuesta máxima del espectador con elementos mínimos.
Exageración	Sólo efectiva si recurre a la <u>ampulo</u> sidad extravagante, irreal.
Predictibilidad	Muy convencional.
Espontaneidad	Gran carga emotiva, impulsiva y desbordante.

Actividad	Refleja el movimiento mediante la <u>re</u> presentación o <u>sujest</u> ión.
Pasividad	Efecto de aquiescencia y reposo.
Sutileza	Definición afinada, rehuye la <u>ovbie</u> dad.
Audacia.	Obvia. Su propósito es conseguir una visibilidad óptima.
Naturalidad	El marco menos provocador para una <u>de</u> claración visual puede ser más <u>efi</u> caz para vencer la resistencia.
Acento	Directo.
Transparencia	Idea de unidad y doble sentido.
Opacidad	Ocultación de elementos no deseables.
Coherencia	Desarrolla una composición dominada por una aproximación temática <u>unifor</u> me.
Vario	Poca claridad.
Realismo	Técnica natural de la cámara. Es una opción en la que se recurre a trucos y convenciones para reproducir la <u>re</u> alidad.
Distorsión	Poco recomendable.
Plana	Limitación de luz y sombras.
Profunda	Juegos de luz y claroscuro.

Singularidad	Transmite énfasis al centrar la composición en un tema aislado e independiente.
Yuxtaposición	Activa la comparación relacional.
Secuencialidad	Esquema rítmico.
Aleatoriedad	Impresión de falta de plan.
Agudeza	Claridad de estado físico y de expresión.
Difusividad	No preciso, pero crean ambiente, sentimiento y calor.
Continuidad	Fuerza cohesiva que mantiene una composición de elementos diversos.
Episodicidad	Refuerza el carácter individual de las partes constituidas de un todo, sin abandonar el significado global.

Ambos fundamentos visuales y técnicos de comunicación visual, constituyen el principio semiótico y gestáltico del que parten los elementos de la imagen para comunicar, y organizar el objeto con cierta coherencia, o "sintaxis". Dicha sintaxis recurrirá también además, a algún principio estético -- compositivo, por medio del cual lo representado, independientemente de su -- mensaje simbólico, deberá quedar expresado de manera no sólo coherente, sino agradable.

Esto forma parte del reconocimiento universal de la imagen como una representación positiva, cultural y denotativamente condicionada de lo ausente que se halla al margen de los análisis semióticos estrictos, quienes sólo -- ven, en su tendencia prolinguística, signos que están o no, presentes, para aceptar la existencia de una intención.

2.4.2.2. Plano de Contenido.

El contenido de una imagen connotada se relaciona con el sentido ulterior de la representación, como signo que posee una doble articulación. Es decir, que el conjunto de elementos que forman a la imagen (líneas, contornos, color, tono) significan, en la denotación, al referente; y en la connotación, al significado emotivo que tiene el mismo, determinado por la experiencia cultural.

Aquí la imagen se aprecia ya no como la representación de una realidad, sino como la sustancia de un significado subjetivo. Barthes explicó el proceso de descolgamiento del fenómeno, en su análisis de la publicidad llamado -- "Le message publicitaire révet poésie". El proceso en el que el signo se convierte en significante de otro significado es:

Significante/Significado

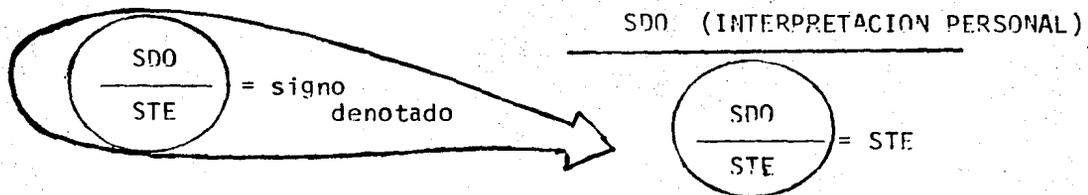
Significante

Significado

De manera más ilustrativa:

D E N O T A C I O N

C O N N O T A C I O N



"El mensaje connotativo que no es más que apariencia de significado, de contenido conceptual, se convierte también en efecto de notación, del nuevo proceso de significación descolgado, llegando incluso a --- constituir el solo un código (si se quiere mítico) pero con su proceso de asignación y clasificación de formas determinantes". (30)

Considerando el mensaje connotativo como constituyente del lugar privilegiado de la ideología, los signos icónicos de una imagen -elementos de una-

segunda articulación- que como ya se anotó, son materialmente los mismos elementos de la expresión (por la "transparencia"):

"Como el código icnográfico se edifican sobre la base del código icónico se transforman en sus propios significantes". (31)

Asimismo aparecen las figuras, como elementos de la segunda articulación que no constituyen factores del significado denotado por elementos de la primera articulación, sino que sólo tienen valor diferencial (posicional y oposicional) para comunicar intenciones. Su enumeración será tarea no sólo de la comunicación sino de la psicología de la percepción, que determina si la percepción de un objeto real es más rica que la de su sema icónico (que es un resumen convencionalizado); y si el signo icónico reproduce de todas maneras ciertas condiciones fundamentales de la percepción.

2.4.2.2.1. Códigos y Subcódigos.

De esta manera, la connotación se vuelve el marco en el que los códigos y subcódigos de la imagen, en tanto acuerdos que relacionan al significante y al significado, posibilitan el desarrollo de una interpretación ulterior para el receptor. Al respecto, Umberto Eco, quien aceptara que la imagen sólo posee una débil codificación en la primera articulación por su carácter analógico, - anota los códigos que, fuera del proceso receptor, intervendrán en la interpretación de una imagen.

- A. Códigos perceptivos; establecen las condiciones de una percepción -- suficiente.
- B. Códigos de reconocimiento; que estructuran bloques de condiciones de percepción de semas (bloques de significados).
- C. Códigos de transmisión: que estructuran las condiciones que permiten la sensación útil para una percepción determinada de las imágenes (el grano de una fotografía).

- D. **Códigos icónicos:** basados en su mayor parte sobre elementos perceptibles realizados a partir de los códigos de transmisión. Se dividen en figuras (condiciones de la percepción transcritas en signos gráficos, según las modalidades establecidas por el código); signos, que denotan por una parte los semas de reconocimiento, y por otra los símbolos, diagramas -- conceptuales del objeto; y los semas, conocidos -- como "imágenes", y que constituyen un enunciado icónico complejo (del tipo está es la imagen de -- un hombre sentado en una banca de perfil).
- E. **Códigos iconográficos:** elige como significante los significados de los códigos icónicos para connotar semas más complejos y culturizados. Dan origen a configuraciones sintagmáticas más complejas y, -- sin embargo, inmediatamente reconocibles y -- catalogables del tipo "Navidad".
- G. **Códigos retóricos:** nacen de la transformación de soluciones icónicas o modelos o normas de comunicación. Se subdividen en figuras retóricas (como el litote o la metonimia); premisas retóricas visuales (semas -- iconográficas que connotan globalmente el equivalente de una premisa; y los argumentos retóricos visuales (verdaderas concatenaciones sintagmáticas unidas de capacidad argumentativa).
- H. **Código del gusto y la sensibilidad:** que establecen las connotaciones provenientes de los semas -- de los códigos iconográficos.
- I. **Códigos estilísticos:** soluciones originales determinadas o codificadas por la retórica para connotar un triunfo estilístico, o la realización típica de un -- triunfo estilístico, la marca de un autor, o --

un ideal estético, etc.

Según lo anota Eco, los códigos referidos serán, en muchas ocasiones, -- simples repertorios. Parece improbable rechazar la afirmación de este científico de que a través del enunciado icónico se configurarán otras series de -- códigos, en el fundamento de que el icónico se convierte en una suerte de código "lógico", perceptivo, y que éstos serán el contenido que se manifiesta - en el continente llamado "imagen".

Por una parte, aparece un código visual que, en una función referencial hace contacto con la misma imagen (la manera específica en la que se manifiestó); el segundo es el código lingüístico, que explica la relación entre la -- imagen y un texto, y el tercero es el código sonoro, integrado por los soni-- dos de la gama musical y las combinaciones tonales, en el caso de los siste-- mas audiovisuales.

Dentro del plano de la connotación los tres códigos visuales se combi-- nan con los demás códigos perceptivos, para, en un nivel más profundo, recono-- cer la imagen motivada, simbólica, que siempre es producida por convenciones socioculturales. De aquí surgen los subcódigos que, dependiendo del medio, -- presentarán varias clasificaciones.

Los subcódigos de la imagen son los siguientes:

- A. Iconológico (formas percibidas que connotan por tradición o cultura).
- B. Estético (se basa en una tradición o en una convención del gusto. - Una cierta forma es tradicionalmente bella).
- C. Erótico (fundado en proposiciones convencionales que forman parte - de una convención histórico-social).
- D. De montaje (en lugar de paradigmas, proporciona una serie de sintagmas prefijados, indica combinación de imágenes).

Ahora, dependiendo del medio de comunicación se utilizarán un número de terminado de códigos y sus subcódigos para connotar y expresar simbolismos. -

Aquí es donde la imagen se convierte en un medio de comunicación colectiva.

Para la televisión, reconocida particularmente por su sistema electrónico, el código icónico se dividirá en subcódigo iconológico, estético, erótico y de montaje; el lingüístico tiene una variante visual y una auditiva; y el sonoro manifestará subcódigos emotivos, estéticos y sintagmas de valor convencional.

En el caso de la publicidad, los subcódigos de la imagen serán básicamente los mismos que se ha anotado de manera general líneas atrás. Sin embargo, la continúa aplicación de principios psicológicos tiende a utilizar más subcódigos tales como el cromático o el compositivo (aspecto analizado por Bryan Key en su Seducción subliminal).

Para la fotografía, los subcódigos icónicos serán dos básicamente: uno denominado de iconicidad (realismo), y un subcódigo técnico, relativo a todo aquello que establece una escena impresa como tal.

El cartel es, al parecer de Bisbal-Aguirre, el medio técnico que da cabida a un mayor número de códigos perceptivos, y consecuentes subcódigos para una segunda articulación. Estos son:

El gestual, étnico o de civilización; el ontológico; el cromático (que asocia una sensación a cada color); el tonal (del blanco al negro); el lingüístico; el tipográfico (las letras y sus tipos pueden ser, no lo olvidemos, imágenes significantes); el fotográfico (que relacionan con la composición y el montaje de la fotografía, como resultado de las subcodificaciones reiteradamente mencionadas para el fenómeno de nuestro interés), y; el iconológico --- (formado por relaciones de tradición y costumbre).

Todos ellos son códigos susceptibles de presentarse en cualquier imagen impresa en la actualidad, y su análisis de acuerdo a las convenciones que le han dado origen determinará no sólo una interpretación analógica de la función referencial del objeto, sino la posible intromisión a las funciones connotativa y emotiva del ícono, deducibles, bien por sistemas desarrollados como el análisis semiótico, bien mediante el Análisis de Contenido de la sustancia -- significativa inserta en un medio impreso.

2.4.2.2.2. Retórica de la imagen.

Para el juego de los códigos Barthes realiza una transposición de la retórica lingüística -el "juego" de las palabras- hacia el "juego" de las imágenes. Afirma que la hipérbole, la metáfora, sinécdoque, el hipérbaton, son todos tropos lingüísticos transpolables a la imagen, sea ésta creada o registrada. Su apreciación es directa y parte de un proceso de esquematización previo de aquello que se quiere rescatar de la realidad, y de la consideración de -- los elementos que se pondrán en juego, así como de las reglas intrínsecas de transmisión anteriormente señaladas, instancias compositivas.

La retórica de la imagen, relativa al sujeto-soporte-variante del ícono en general, es el último aspecto expresivo que linda con la doble significación, es decir, es la declaración más franca de connotaciones -y símbolos- a nivel del plano de expresión. Previamente a su exposición, sin embargo, es -- pertinente aclarar lo siguiente: que la retórica lingüística transpuesta a la imagen es de facto una formalidad rebasada actualmente. Como se ha visto, --- todo lo relacionado con la imagen -vergínicia las técnicas elementales de comunicación- son de por sí, potencialmente intencionales con la imagen, establece un proceso forzoso de selecciones y discriminaciones que nos indica que el ícono en ningún momento es arbitrario como la palabra, sino aparentemente "natural". Tan transparente como su unidad fondo-forma en la imagen denotada; tan lógico como un aparentemente "objetivo" proceso perceptivo. Si desde los mismos elementos primarios de la imagen nos encontramos con una carga connotativa potencial considerable (pensemos en el color con todo un lenguaje) debemos anotar la retórica lingüística como un primer acercamiento a la comprensión de lo inclasificable.

Sobre la base de pretender colocar a la lingüística por encima de la -- mismísima ciencia de los signos (:) Barthes proyectó los principios sintácticos a la imagen, principio que en ocasiones parecen "acartonar. su capacidad comunicativa, a una transposición obsesivamente desarrollada. Reconociendo el esfuerzo, y expresándolo objetivamente, el autor citado estableció como técnicas principales de retórica de la imagen las siguientes:

- a) La hipérbola, que supone una exageración visual (o verbal en el --- texto).

- b) La metáfora, o comparación entre dos contenidos (v.gr. una abeja -- para representar lo natural de un producto).
- c) La metonimia, o alusión a un objeto por otro (v.gr. unos granos de arena por la playa).
- d) La sinécdoque, utiliza una parte para referirse a un todo. (v.gr. - la torre Eiffel representa a París).
- e) La sustitución, que supone el reemplazo de un signo visual por otros de características formales parecidas (v.gr. un hombre tan fuerte como un león, representado por dos mitades de ambos sujetos).

Todos los tropos, a pesar de haber sido estructurados en principio para un texto, caben dentro de la consideración para una sintaxis visual; sin embargo, la imagen no se reducirá a ellos para connotar, sino que se apoyará de la valoración de cada objeto representado icónicamente en tal o cual imagen, y de acuerdo a los subcódigos que la cultura le proporcione, jugará con los valores ocultos y significados dobles que una supuestamente "objetiva" reproducción de la realidad le puede dar.

Si el propósito de una fotografía es desmerecer la imagen de la primera dama, no habrá más que retratarla bostezando en cualquier acto oficial para indicar, sin decirlo, cierto "desinterés" o "desconocimiento" ante los sucesos nacionales (aunque, para redondear la idea de que los elementos y sus factores superan en sus posibilidades a la lengua, anotaremos que los colores, las poses, las formas en sí poseen cada una un subcódigo definido que connota da con independencia del tropos visualizados).

Al punto, y previo el paso al siguiente capítulo, cabe cuestionar el siguiente punto: ¿Sobre qué base se considera a la fotografía como excluyente de subcódigos tales como el cromático, el estético, el compositivo y aún el gestual? Evidentemente se ha puesto de manifiesto el carácter reproductivo del medio (llamado "iconicidad") y sus particularidades técnicas (subcódigo técnico) exclusivamente. Esta versión formal obvia su función como continente de cualquier fragmento de la realidad susceptible de ser analizado por otro -

tipo de codificación, que no sea el estrictamente analógico.

Todo lo anterior parte de considerar a la fotografía un trozo de papel-tratado químicamente y no como una ventana de la realidad, medio visual de manifestación de la intencionalidad de un fotógrafo comprometido social y/o institucionalmente.

Notas del Capítulo 2

1. Domènec Font, El poder de la imagen, p.5
2. Disiderio Blanco B., Semiótica del mensaje..., p.264
3. Jesús M. Aguirre y M. Bisbal, La ideología como ..., p.84
4. Ibidem, p. 98
5. Denis Mc. Quail, Sociología de los medios..., p. 75
6. Jesús M. Aguirre y M. Bisbal, op. cit., p.82
7. Hans M. Enzensberger, Elementos para una teoría..., p. 11
8. Ibidem, p. 25
9. Andrew Tudor, Cine y comunicación social, p. 27
10. Ibidem, p. 25
11. Camilo Taufic, Periodismo y lucha de clases, p.27
12. Abraham Moles, La comunicación y los mass media, p.321
13. Idem.
14. Abraham Moles, op. cit., p.325
15. Umberto Eco, Análisis de las imágenes, p. 28
16. Otto Stelzer, Arte y fotografía, p.103
17. Roland Barthes, Rhetorique de L'image, p.45
18. Umberto Eco, op. cit., p.40
19. Ibidem, p.43
20. Ibidem, p.37
21. Christian Metz, Análisis de las imágenes, p.19
22. Guy Gauthier, Initiation à la sémiologie, p.20
23. Jesús M. Aguirre y M. Bisbal, op. cit., p.122
24. Idem.
25. Donis Dondis, La sintaxis de la imagen, p.33
26. Idem.
27. Emilio Garroni, Imagen y Lenguaje, p.59

28. Donis Dondis, op. cit., p.147
29. Disiderio Blanco B., op. cit., p.29
30. Jesús M. Aguirre y M. Bisbal, op. cit., p.122
31. Umberto Eco, op. cit., p.59

C A P I T U L O 3

LA IMAGEN FOTOGRAFICA

¿Qué tipo específico de imagen es la fotografía? la fotografía es una - producción con toda la potencial riqueza expresiva anotada para el ícono: des de la variedad de elementos que la constituyen (y que ya connotan desde aquí), hasta la serie de instancias expresivas múltiples que posee (elecciones, se-- lecciones, soportes, variantes, composición). Y hay una particularidad más: - que este soporte químico de comunicación plasma -en palabras de Moles- una par te del universo perceptivo; es decir que no reproduce, sino que registra la - realidad percibida.

Román Gubern por su parte apoya lo anterior al afirmar acerca del medio que no es caprichoso individualizar a este fenómeno como punto de partida --- para una reflexión sobre los medios de comunicación icónicos, debido a que el proceso técnico de ésta implica un cuasi-automatismo de la primera imagen, li mitándose el fotógrafo (comunicador) a regular condiciones físicas y estéti-- cas de ese automatismo.

¿Qué implica para el medio ese mencionado "registro" de la realidad? -- que la analogía de la imagen, en este sentido, no se da ya simplemente como - la " semejanza perceptiva entre significante y significado" (1), sino en una - función referencial entre un significante y la realidad registrada. Este es - el espíritu que dominó la mente de los científicos que admiraron el nacimien to del fenómeno, y que prevalece en el grueso de las masas: la fotografía no es una reproducción de la realidad, es una calca, una re-presentación de la - misma (en palabras de Gauthier).

La imagen fotográfica debe ser considerada, ante todo, como una particu laridad de lo visible; es decir, de los medios de comunicación visuales (car tel, comic, pinturas), materia relegada principalmente a la persuasión publi- citaria y no al estudio de su semiótica específica, la de todos los medios de comunicación de este tipo, debido a una cultura estructuralista proescritural encabezada por Barthes, quien afirmara que la nuestra es, más que nunca, una- civilización de la escritura.

La base de la feroz contraposición imagen-texto, en la que tiene que -- ubicarse a la fotografía como un baluarte de la comunicación icónica, es la -- firme creencia de Barthes de que la lengua se involucra forzosamente en el pro -- ceso de "lectura" de una imagen, es decir, en su identificación e interpreta-- ción.

Dicha creencia, que pregona en su Elementos de semiología el científico- francés, responde probablemente a la plusvaloración que el estructuralismo --- otorga a la lengua como modelo estructural de la realidad, sobre la base de -- que la mente humana y la naturaleza tienen la misma estructura. Y debido a que

...el comportamiento lingüístico está totalmente regido por "modelos - inconscientes" o "reglas". Por lo tanto, el comportamiento lingüístico es el comportamiento par excellence, que está gobetnado por reglas y - estructuras "desconocidas" por los actores. (2)

El principio es que las reglas y estructuras de la realidad, que repre-- sentamos en modelos, "cuando están expresadas en gramáticas científicamente -- construidas, constituyen las representaciones más exactas del esquema que sub- yace en la diversidad del comportamiento visible" (3). En este sentido, la --- perspectiva específica de Barthes con respecto a las imágenes es la siguiente:

...pese a la invasión de las imágenes, la nunca es más que nunca una - civilización de la escritura. Generalmente, además, parece cada vez -- más difícil concebir un sistema de imágenes o de objetos cuyos signifi- cados puedan existir fuera del lenguaje: para percibir lo que una sus- tancia significa, necesariamente al trabajo de articulación llevado a- cabo por la lengua: no hay sentido que no esté nombrado, y el mundo de los significados no es más que el mundo del lenguaje. (4)

La tendenciosa perspectiva de Barthes es reconsiderada una década más -- tarde por comunicólogos franceses, específicamente por René Lindekens, quien - anota otra perspectiva de este fenómeno comunicativo:

II est malaisé de répondre scientifiquement á une telle question. Si - les derniers développements de la biogénétique tendent á montrer que - l'oeil est réelemment un avant poste de la matiere grise, qu'il préside ainsi, en tant que tel, aux opérations mentales, il reste néanmoins -- hasardeux d'affirmer que la perception visuelle est le fondement de -- tout langage, y compris le langage verbal. (5)

En efecto, los avances biogenéticos a los que hace referencia Lindekens son aquéllos que se han mencionado en el capítulo anterior y que consideran - que son factores gestálticos e interpretativos los que posibilitan la "lectura" de una imagen, más que, como lo diejera Barthes hace más de cinco lustros, la estructura lingüística subyacente a los mensajes.

Que para expresar lo que observamos tengamos que remitirnos a las palabras no implica que éstas formen parte de la interpretación (¿o qué cuando vemos la fotografía de un ser querido tenemos que mencionar su nombre, aún mentalmente, para tener acceso a la serie de sensaciones que nos provoca?). De aquí que concordamos con Lindekens cuando afirma: "toutefois, il semble d'ores et déjà légitime de postuler une priorité de facto du conditionnement visuel - dans de nombreuses opérations de l'esprit". (6)

No se profundizará en la disputa verbo-ícono, aparente condición sine qua non para el teórico de la comunicación -en especial francés- que desee adornar la imagen. Sólo cabrá destacar que para algunos, como Gauthier, ----- Lindekens, Costa o Doelker, la imagen parece adelantar comunicativamente al texto. Al menos, puede considerarse como un olvidado "colaborador": "la oposición brutal de lo "visual" es simplista ya que excluye todos los casos de --- intersección, superposición o combinación. Es parcial y regional..."(7), a decir de Metz.

También Metz aclara la sobrevaloración que se hace a la lengua, explicando que la semiótica parte de la estructura lingüística para encontrar la verdad y no una validación de su sistema específico:

El hecho de que los estudios icónicos recurran a nociones teóricas -- que conciernen a la significación, la comunicación o la información -- no debe confundirse con esa intrusión de conceptos lingüísticos foráneos que creen descubrir tales o cuales defensores de la fortaleza -- visual...(ya que) la semiología...desborda...los análisis lingüísticos y el de los análisis icónicos. (8)

3.1. Función referencial: el analogón.

Para los propugnadores del contrapunto imagen-texto, la fotografía es -- única, pues se ubica, como se anotó, en el extremo de validación del ícono --

como un sistema de significación alingüístico por excelencia. Esto tiene como fundamento la cualidad analógica óptima del proceso fotográfico producto del "registro inmotivado".

La idea más general que prevalece con respecto a este fenómeno proviene del mismo Barthes, quien en "Le message photographique" (1961) reconoce que - para comprender la relación entre una imagen fotográfica y el objeto real "no es necesario disponer de un código, ya que en definitiva imagen y objeto están en una relación de perfecta analogía" (9). Es decir, que en el colmo de - la objetividad referencial"...la imagen fotográfica transmite la escena real - por medio de una reducción (de proporción, perspectiva, color) que no llega - a ser propiamente una transformación". (10)

Pese a lo anterior, la tendencia de Barthes aparece en la connotación, - donde no discrimina el segundo mensaje del ícono (expresado, obviamente, en - términos lingüísticos), mensaje que, afirma, es la manera como el emisor da a leer la imagen -la connotación- y que significa muy a menudo una cosa distinta a lo que representa el soporte.

Lo anterior nos acerca a una primera definición: que la imagen fotográfica es un soporte de comunicación que mediante una figuratividad analógica - de la realidad, debido a una producción mecánica, transmite una verdad percibida susceptible de connotar, que en tanto analógica deberá corresponder en - el significante y significado a una misma sustancia, pues su relación no es - arbitraria sino absolutamente motivada y convencional. De acuerdo a esto, la - imagen deberá ser plusicónica, y pretendidamente "objetiva".

Pese a lo gratificante de la apreciación de la fotografía como una fiel reproducción de la realidad, la definición basada en la analogía de lo fotográfico parece ambiciosa. ¿Cómo hablar de analogía en las fotografías de ---- Moholy Nagy, ejemplos de surrealismo; las de David Hamilton, plenas de imágenes "vaporosas"; las de Bill Brandt, cuyo principal valor es la deformación - de la perspectiva, o aún las de Alvarez Bravo en sus primeros tiempos, pues - la realidad no existe en "blanco y negro"?

En efecto, pese a lo gratificante de creer que algún medio puede -----

reproducir fielmente un objeto, el valor de la fotografía se centra verdaderamente en su condición de registro mecánico, pues definitivamente no se puede afirmar abiertamente, como lo hiciera Barthes hace más de cinco lustros, que la imagen sea objetiva. Más bien, como anota Gubern, es:

...una fijación fotoquímica mediante un mosaico irregular de granos de plata y sobre una superficie-soporte de signos icónicos estáticos que reproducen en escala, perspectiva y gama cromática variables las apariencias ópticas contenidas en los espacios encuadrados por el objetivo de la cámara, y desde el punto de vista de tal objetivo, durante el tiempo que dura la apertura del obturador. (11)

La anterior definición no habla directamente de una reproducción objetiva, sino de un registro mecánico que parte de un aparato limitado para reproducir el registro del ojo y la comprensión del cerebro, cuestión lejana de alcanzarse. Sólo en el principio de su historia, como se anotó, se consideró como un sustituto idóneo de la realidad, pero después -y no sólo desde el trucaje, sino con el retoque de positivos- se aceptó que de verídica la imagen sólo tenía la afirmación de que lo que se había ubicado al frente había existido en la realidad (y esto con sus respetables dudas).

Ahora, el carácter plusicónico del fenómeno y de tendencioso registro no ha sido escatimado. Moles al hablar de la fotografía la concibe desde dos puntos de vista: primero en cuanto a su iconicidad; y segundo, en relación a su carácter reproductivo, de convencido "registro perfecto".

3.2. Ubicación de la fotografía.

Dentro de las etapas de la génesis de la imagen, Moles ubica a la imagen fotográfica como un paso decisivo entre la bidimensionalidad y la ilusión de la tercera dimensión de un objeto existente en la realidad. Como puede apreciarse a continuación:

Etapas de la génesis de la imagen.

- 1.- La primera imagen: el contorno materializado.
- 2.- La aparición de detalles dentro del contorno.
- 3.- La escultura como imagen de tres dimensiones.

- 4.- La aparición de medias tintas
- 5.- Las sombras de los perfiles
- 6.- La rotación de los perfiles
- 7.- La yuxtaposición significativa de elementos diversos
- 8.- La La perspectiva
- 9.- LA FOTOGRAFIA
- 10.- La estereoscopía
- 11.- La imagen móvil
- 12.- La síntesis total: la imagen en el ordenador
- 13.- El holograma, testigo de una imagen en el espacio

En cuanto reproducción de un objeto de la realidad, la fotografía se ubica muy por encima de la silueta, el dibujo, la escultura y la pintura misma, en su carácter de registro mecánico, sólo precedida por el objeto mismo, su representación tridimensional y la imagen en movimiento. Empero, como puede observarse, la iconicidad no puede ser superada en la secuencia anotada - más que por el objeto mismo, pues el holograma y el cine no son más que suerte de fotografías.

En cuanto a su escala de iconicidad, la fotografía para Moles queda -- como sigue:

Escala de iconicidad	Ejemplo
12. El objeto para representar al objeto.	La exposición, la vitrina del almacén.
11. Modelo bi o tridimensional a escala.	Exposiciones artificiales.
10. Esquema bi o tridimensional reducido o aumentado. Representación anamorfoseada.	Mapa en tres dimensiones; globo terráqueo.
9. Fotografía o proyección realista sobre el plano.	Catálogos ilustrados, carteles.

Esta clasificación, basada en una definición de la fotografía como --- "proyección en perspectiva rigurosa, medias tintas y sombras", parece no dejar dudas con respecto al valor plusicónico referencial que esta imagen tiene, tentativamente analógico.

Desafortunadamente, Moles y Barthes obviaron un paso: el carácter de mensaje en la fotografía, que implica un emisor que afecta al mensaje, a un receptor, que en una labor eminentemente subjetiva puede o no validar a --- "equis" como "imagen de...", y a un aparato que discrimina la realidad al encuadrar sólo parte de ella.

Como se ha percibido, en la "lectura" de una imagen interviene la cultura y la experiencia cognoscitiva de un receptor que, anotado en el capítulo anterior, valida la objetividad de la imagen; caso contrario es el de la lengua, en donde la función referencial está fuera de duda y se codifica en diccionarios.

René Lindekens observó a la fotografía como una particularidad de lo visible, entendido lo visible como la parte de lo real de donde viene el sentido del mundo y donde éste quiere decir alguna cosa. Lindekens estableció un vínculo importante entre la realidad y el objeto comunicativo que la representa al apreciar cuatro tipos de imagen:

1. Imagen aérea plana
2. Imagen activa
3. Imagen argentífera
4. Imagen fotográfica

La definición específica de la fotografía para Lindekens fue: "(una) --repartición luminosa que procede de la imagen argentífera (gránulos de plata), iluminada esta vez en luz paralela, monocromática, por transparencia (se trata, naturalmente, del negativo fotográfico)". (12)

El científico francés abordó el aspecto referencial de la fotografía -- sin aventurarse a afirmar el carácter analógico de este ícono, como lo hiciera Barthes. Asimismo, Gauthier enfatiza que esta idea es producto de la creencia de que se trata de un lenguaje "universal".

Es difícil relacionar a una imagen con la realidad, pues depende de la cultura, condicionada espacio-temporalmente. De aquí que la aparente universalidad, en vez y experiencia del mismo Gauthier, sea falaz: "cette reconnaissance

elle -meme, qui nous parait évident, mais dont le mecanisme est tres complexe, peut etre considerée comme un phénomène de conditionnement culturel". (13)

La fotografía, como signo icónico, es "comprendida" culturalmente y menospreciada en su estudio científico riguroso (Lindeken, Gauthier, Deelker y más adelante Costa) como "réplica de la realidad". Esta situación, indicada por Susan Sentag en lenguaje literario como "convertir a los objetos como fines en sí mismos u objetos individualizados", es abordada por Gubern de manera directa.

Román Gubern anota, en su ensayo "La fotografía, árbol del bien y del mal", que este fenómeno adolece de numerosas deficiencias técnicas para reproducir la realidad. Son las más evidentes:

- La abolición de la tercera dimensión
- Limitación del espacio por encuadre
- Estructura granular y discontinua del mensaje
- Abolición del color
- Posibilidad de alterar la escala de representación
- Abolición de estímulos sensoriales no ópticos

Por todo lo anterior, la reiterada objetividad deja paso al peligroso descubrimiento del medio sine qua non para la manipulación visual: el de las tonalidades discontinuas y los gránulos de plata.

En otra perspectiva, esta fotografía "analógica" padece el error de que una impresión es "polisémica" por dar lugar a múltiples lecturas. Específicamente, en la interpretación de una imagen de este tipo, se habla de connotaciones heterogéneas de su contenido.

Gauthier acaba con la duda al afirmar que las combinaciones que produce la imagen fotográfica no pueden considerarse como una suerte de polisemia, ya que no es defecto del registro, sino de nuestra experiencia, lo que nos hace dudar sobre el contenido exacto del mensaje icónico (es lo que obligaba a una imagen, según Vilches, a considerarla una "proposición" más que un "enunciado").

Por otra parte, y en el mismo orden de ideas, Christian Deelker, comunicólogo alemán, sintetiza esta disputa referencial al retomar a Gombrich, Greimas y Panofski para preguntar: "¿qué historia es más verdadera: la que ha sucedido realmente o aquélla que reproduce con mayor acierto la verdad de la vida?". (14)

La anterior afirmación, que recuerda un principio de manipulación pregona por Prieto Castillo: "más vale algo creíble aunque resulte imposible, que algo posible que aparezca como increíble" (15), cuestiona no el carácter de referencialidad de la fotografía, sino incluso lo "verdadero" de aquello que percibimos. En La realidad manipulada, Deelker hace dos precisiones útiles -- para la fotografía: primero, que la constatación de la realidad depende hoy -- en día mucho de los medios de comunicación colectiva (v.gr. los "filmes documentales"); y segundo, que "no es el ojo el que ve, sino el hombre". (16)

La percepción no es objetiva: selecciona lo significativo para el individuo concreto; se orienta por la lengua, en la que queda reflejada; debe adquirirse por aprendizaje, como la escritura (v.gr. la "incoherencia" de los cuadros de Magritte); otorga un sentido forzoso al lugar en el que no existía, etc. En resumen, la realidad siempre está relacionada con una situación psíquica y no se puede hablar de su consistencia informativa.

Deelker no niega el carácter psicónico o analógico de la fotografía, -- a la que considera como la optimización de la mimesis, sino que pone tela de juicio a la mismísima escena representada, desde el punto de vista de un emisor que cree que lo que ve es cierto. Es el caso del turista extranjero que puede pensar que en México no hay miseria por haber recorrido sólo los lugares "bonitos" considerados en un tour.

Si la insuficiencia de nuestra experiencia nos engaña al interpretar -- una fotografía, el aspecto emotivo juega también su papel, como parte de ---- "nuestra experiencia", al grado de intervenir en la " semejanza" perceptiva de un objeto. Valga el caso de la imagen de alguien de gran edad en la que intentamos reconocer los rasgos de su infancia si le conocimos más en ese entonces y ese recuerdo nos embarga.

¿Qué podemos decir entonces de la consabida "representatividad" y analogía de la fotografía? Presumiblemente, que el sistema sólo presenta una verosimilitud de espacio y tiempo, pues lo que no puede negarse es que aquello fotografiado existió en la realidad en algún momento. No puede hablarse de analogía ni tampoco de su contraparte interpretativa, la polisemia, pues el sistema carece de perfección técnica y nosotros de experiencia cultural. Aún nuestra condición humana, en el caso de emisores de imágenes impide que perceptivamente podamos discriminar objetivamente. Como bien lo apunta Hochberg:

El modo en que una persona mira al mundo depende tanto de su conocimiento de él como de sus objetivos, es decir, de la información que busca... (los) programas de comportamiento (humano) son selectivos... bajo los nombres de atención y de intención. (17)

Y es que, después de todo, siempre que alguien realiza una impresión fotográfica requiere imprescindiblemente de "atención" para lograr una toma --- aceptada como "objetiva" y clara. Ese es el principio de la prensa, el creer que en verdad se apoya visualmente una nota, cuando en realidad lo que se --- tiende es a "proyectar vida y expresión en la imagen estática y a añadir, a partir de nuestra experiencia, lo que falta en la realidad". (18)

La imagen fotográfica es, pues, la más grande mentira potencialmente --- creíble como verdad.

3.3. La fotografía como mensaje.

Dice Charles Morris en Signs, Language and Behaviour que el aspecto más peculiar de la función estética de un objeto es su valor de signo. En el caso de la fotografía, su sentido significante, tanto denotativa como connotativamente, determinará si en verdad existe un mensaje complejo -muy manipulable;- como se ha dicho en esta obra- y una riqueza inherente a su lectura.

Como elemento de comunicación, y en voz de Barthes. "La fotografía periodística es un mensaje. El conjunto de ese mensaje está constituido por una --- fuerte emisora, un canal de transmisión y un medio receptor". (19)

En este sentido, la fuerte emisora de la información es la redacción ---

diario o grupo de técnicos que se encargan de configurar el mensaje periodístico; el canal de transmisión del diario mismo o un conjunto de mensajes concurrentes entre los que se encuentra la fotografía, y; el medio receptor es el público que lee el diario (de todos ellos hemos hablado un poco al mencionar la comunicación de imágenes).

Para el caso de la fotografía como mensaje o signo, su estudio es estructuralista formal considera dos niveles de análisis: el primero es el estudio interno de la propia estructura fotográfica (de orden icónico), y el segundo se refiere a la complementariedad que le proporciona un orden anexo: el lingüístico, representado por el texto que acompaña generalmente a la imagen --- (título o información).

Veamos el primer nivel. Como ha sido tratado líneas arriba, la fotografía, como imagen, puede desarrollarse en dos tipos de mensajes: un denotado y un connotado (o como lo maneja Dorfles "icónico" y "simbólico").

El caso del mensaje denotado, la analogía como plusvalor iconográfico, ha sido tratada en el subcapítulo anterior. Sólo basta decir que para Barthes y Metz el mensaje fotográfico es absolutamente analógico, pues según su perspectiva, la imagen fotográfica transmite la escena captada por el fotógrafo, la realidad literal "cazada" por el objetivo de la cámara.

Hay que recordar que, en la fotografía, el mensaje denotado es absolutamente analógico, es decir, que no recurre a código alguno, es continuo, por consiguiente, no hay motivo para buscar las unidades significantes del primer mensaje. (20)

Sin embargo, y desde un punto de vista más actual, será necesario reconsiderar el pretendido carácter continuo de la denotación fotográfica, pues -- este es un terreno en ciernes que la gestalt y estudios como el de Dondis han logrado perpetrar sin el respaldo de un fundamento teórico firme. El análisis más depurado de este nivel parece formar parte de lo que más adelante se denomina como "connotación perspectiva".

Cabe aceptar, pese a lo anterior, que la definición que hace Barthes -- destacar de una fotografía:

...el sentimiento de denotación, o si se prefiere de plenitud analógica, es tan fuerte, que su descripción es literalmente imposible, pues to que describir es precisamente adjuntar al mensaje denotado, un relevo o un mensaje secundario, tomado de un código que es la lengua y que ella nos hace no sólo describir, sino ser exactos e incompletos - y también nos hace cambiar de estructuras, significar algo distinto - de lo que se muestra. (21)

Junto a este mensaje denotado (sutil connotación para Bisbal-Aguirre), aparece el que resulta de la manera en que la sociedad "da a leer" la imagen y que puede significar otra cosa que la mostrada en la fotografía: el mensaje connotado.

La connotación puede descubrirse a través de ciertos fenómenos que tienen lugar a nivel de la producción y de la recepción de mensajes, y que de alguna manera quedan plasmados en la imagen final. En términos formales, este análisis se desarrolla en los dos planos: uno de expresión, correlativo al --significante cultural, y uno de contenido con el significado en este sentido.

¿Cómo se puede acceder a este proceso de reconocer el carácter "cultural" de una foto? En cualquiera de los dos planos, con el estudio de sus códigos.

Una fotografía no sólo es percibida sino también leída, en un proceso de relación más o menos consciente, con una reserva tradicional de signos; --ahora bien "todo signo supone un código, y es precisamente este código (de --connotación) lo que habría que tratar de establecer".

Encontrar el código de connotación será, en palabras de Barthes, aislar, enumerar y estructurar todas las partes de la superficie fotográfica cuya discontinuidad misma depende de un saber del lector, de su situación cultural. --De esta manera, un análisis de este tipo permitirá "definir históricamente --con mayor seguridad y facilidad que el análisis de sus significados".

El estudio del plano de expresión tiene por objeto el decifrar todos --aquellos elementos que configuran en sí al mensaje fotográfico (desde la pose hasta el encuadre del fotograma) para permitir su interpretación en el plano de contenido.

Los códigos que conforman dicha expresión fotográfica, a decir Barthes y Bisbal-Aguirre, son dos: el icónico y el técnico.

3.3.1. Código icónico: corresponde al grado de realismo de una imagen en comparación con el objeto que ella representa.

Correlativo a la codificación del aspecto denotativo de la imagen, la fotografía es descifrable en los significantes indicadores de significación iconológica:

Pose lo que puede preparar la lectura de los significados de connotación es la lectura misma del sujeto. Una fotografía puede ser significante debido a la existencia de "actitudes estereotipadas que constituyen elementos de significación ya preparados". Tal es el caso de miradas hacia lo alto, o expresiones sonrientes, como es común verlas en la propaganda política sexenal de este país.

Debido a esta suerte de "gramática histórica" producto de un procedimiento no específicamente fotográfico, el lector recibe como simple denotación lo que de hecho es una estructura doble, denotada-connotada (v.gr. Kennedy orando).

Objetos. En una línea paralela de Barthes con el sistema S-S-V, los objetos ("soporte", en el caso de un anuncio publicitario) vienen a completar la "variante" que es una pose, bajo el argumento de que el sentido connotado surge de los objetos fotografiados. Hayan sido preparados o no, los objetos son "inductores corrientes de asociaciones de ideas (biblioteca-intelectual), o, de manera más oscura, verdaderos símbolos". (22)

Los objetos poseen un sentido dentro de la composición fotográfica, y remiten significados bien claros, bien conocidos, una bandera, un puro, una medalla, son elementos de un verdadero léxico, estable al punto de poder constituirse fácilmente en sintaxis.

3.3.2. Código técnico: Implica todos aquellos procedimientos de preparación de la escena (reducción, achatamiento, trucaje, ángulos de toma, planos...) que producen una modificación de lo real; la manera en la que un ----

fotograma ha sido realizado o presentado para conferirle un valor distinto al de la simple reproducción fotomecánica de la realidad.

Existen dos tipos de indicadores generales para este código: la fotogenia y el esteticismo.

En la fotogenia, el mensaje connotado está en la imagen misma "embellecida" (generalmente sublimada) por técnicas de iluminación, impresión y/o --revelado.

Para el esteticismo, Barthes anota que la intención específica es "imponer un significado por lo general más sutil y más complejo de lo que permiten otros procedimientos de connotación".

El indicador de significación iconológica, en este caso es el importantísimo término de trucaje.

Inclinado directamente hacia las particularidades técnicas de la fotografía, el interés del trucaje consiste en que interviene sin dar aviso, dentro del mismo plano de denotación. Esta "salvedad" a la creencia de Barthes de su mensaje "literal" y "continuo" es aceptada por el científico francés - con discreción, a reserva de aparecer como contradictorio en su texto El mensaje fotográfico:

...(el trucaje) utiliza la credibilidad particular de la fotografía, que no es, como vimos, más que su excepcional poder de la denotación, para hacer pasar por simplemente denotado un mensaje que es, en realidad, fuertemente connotado, no hay ningún otro tratamiento en el - que la connotación adopte en forma tan completa la máscara "objetiva" de la denotación. (23)

Las unidades técnicas que específicamente intervienen en la conformación fotográfica, que hicieron aceptar a Barthes el error de su superficialidad, no aparecen especificados ni por el francés ni por los libros de teoría. Sin embargo, los libros técnicos afirman tres aspectos generales: en la escena registrada, sobre el trabajo de laboratorio y sobre la imagen final.

En el caso de la escena registrada, la intención que sobre el sujeto,-

soporte o variante desee hacerse estará determinada no sólo por el tratamiento que se haga la escena en sí, sino también por elementos técnicos tales -- como el tipo de rolo, el tipo de lente, la exposición elegida y los filtros con los que sea impresionada la escena. Dicho material puede desde convertir una escena matutina hasta hacer aparecer mediante un filtro prismático, tres escenas idénticas, o provocar deformidades visuales (v.gr. la concavidad del "ojo de pez").

Acerca del trabajo de laboratorio, el trucaje puede esquematizarse de la siguiente forma:

En el revelado (alteraciones que pueden producir intenciones).

- Tipo de revelador utilizado: Puede contrastar o granular una imagen.
- Temperatura de revelado: Puede contrastar o inclusive crear retículas en el negativo. También puede granular.
- Tiempo: Puede contrastar, saturar, resaltar negros o blancos.

En el positivado

- Revelador: Tonos cálidos, sobreexposición.
- Papel: Tonos cálidos o fríos, contraste.
- Ampliación: Marginal para detocar lo deseado y definir el tamaño de la fotografía, para determinar su impacto.
- Proceso: Solarización, exposición directa de objeto, etc.

En la imagen final

- Retoque: Eliminar o destacar defectos.
- Encuadre: Marginal el positivo determinado.
- Fotomontaje: Aparecer múltiples imágenes en una sola.

3.3.3. La fotografía como texto semiótico

Una función que parece necesario mencionar para la fotografía periodística, además de lo documental, es la textual, en el sentido de reconocer las unidades semióticas que presenta este ícono en particular.

¿Qué caracteriza específicamente a esta producción particular como -- texto semiótico?

Sin profundizar demasiado en ello, proque la semiótica fotográfica se centra fundamentalmente en el descubrimiento de los signos que se aplicaron en la conformación de una intencionalidad, se pueden establecer las siguientes características generales para la fotografía:

Lindekens observó que para realizar un estudio semántico se requería un simulador que reprodujera al objeto tal fielmente como se pudiera. Sobre -- esta base, el modelo concebido de la fotografía debería responder a tres características:

- 1) Un retrato verbalizado de la imagen
- 2) Una estructura elemental de ejes semánticos bipolares
- 3) El cifrar apreciaciones sobre cada eje del simulacro, las que, por ser individuales, imposibilitarían la certeza y objetividad.

Bajo estos preceptos metodológicos, Vilches parecer haber desarrollado coherentemente su estudio. Realizó las siguientes observaciones:

- 1) La fotografía tiene como articulación mínima el matizado/contraste (elementos de visibilidad forográfica)
- 2) El problema aquí es el "trazo pertinente", que depende de diversas técnicas de la imagen como el encuadre, los objetivos, la iluminación, angulación, etc.

3.3.3.1. Sustancia de expresión.

- 1) Como categoría visual los valores de la fotografía son: nítido-no-nítido.

- 2) Como categoría de la forma, figura/fondo.
- 3) El contraste y el color son fundamentales como comprobación que lo - que la foto reproduce de la realidad es la relación luminosa entre los objetos fotográficos.
- 4) Al respecto de la luz y su ausencia, ni el blanco ni el negro son - categorías semióticas, sino que se leen como ausencia o totalidad de luz (en donde el contraste es un término medio).
- 5) La escala (relación entre la superficie del cuadro de la fotografía ocupada por la imagen de un objeto determinado y la superficie total del mismo cuadro) está determinado por tres factores:

- el tamaño del objeto
- el objetivo empleado
- distancia del objeto a la cámara

3.3.3.2 Forma de expresión.

- 1) Existe la función semiótica cuando una expresión y un contenido entran en relación (esta relación no es fija ni física).
- 2) Composición: La composición de la imagen hace consciente la actividad creativa y estética del fotógrafo (en este renglón cabe recordar que existe una regla de composición fundamentalmente fotográfica -los tercios- y que el juego S-S-V es imprescindible).
- 3) Dentro de las unidades de contenido visual:
 - A. La isotopía semántica, o plano de contenido, que tiene una doble condición de coherencia: las reglas de yuxtaposición y las reglas de composición.
 - B. Existen tres reglas de coherencia textual: supresión (eliminación); adjunción (adjuntar un nuevo significado a la fotografía) y; adjunción-supresión (juego).
 - C. Los criterios perceptivos para aplicar las unidades del contenido visual -el papel del perceptor- son: el criterio referencial (confrontar con la realidad la imagen que se tiene ante los ojos) y el criterio intertextual. Como ambas instancias son culturales se incurre a inferencias y abducciones para complementar las - ideas. Estos valores se basan en hipótesis que se estudian como

presuposiciones pragmáticas fundadas en tópicos.

- D. Los tópicos, elemento interpretativo casi imprescindible, son hipótesis del lector, quien formula una pregunta al texto. El tópico - motiva la lectura y establece la coherencia interpretativa y las isotopías.

La producción de una imagen no tiene sólo la misión de hacer visible -- una realidad, sino también de explicar algo a propósito de la reproducción. Por lo tanto, se conectará directamente con la noción de tema, significado - que se relaciona con un contenido cuya lectura se basará en los tópicos del lector y en el contexto de la fotografía.

Esta es la estructura de reconocimiento particular de la semiótica fotográfica, asequible a la intencionalidad connotativa de esta imagen cuasi-real. ¿Cómo se conforma este mensaje intencionado?

El análisis semiótico es necesario en la fotografía, pues a menudo la connotación no se deja captar de inmediato (pese a que Barthes insiste en que no se puede más que percibir el "fondo" de la imagen) al nivel del mensaje - declarado, sino que es producto de códigos y procesos que se dan a nivel de producción y recepción de mensajes; es decir, de todos los elementos que intervienen desde su producción hasta su interpretación.

3.3.4. Letras en las imágenes fotográficas.

Un tercer elemento de connotación en un mensaje fotográfico es el texto que le acompaña.

En términos generales, el texto constituye un mensaje parásito, destinado a precisar la imagen fotográfica, es decir, a explicarla y otorgarle uno o varios significados secundarios.

El mensaje lingüístico que acompaña a una imagen puede cumplir dos grandes funciones: a) la de anclaje de sentido; o b) la de relevo de la imagen.

Respecto al anclaje, Barthes se basó en la seguridad de que la imagen -

lectura, parece reforzar la imagen, es decir, participar en su denotación. (29).

La función de anclaje, sin embargo, es valiosa para una ubicación tiempo-espacio, y sólo es debido a la inexperiencia de nuestra cultura que se -- crea ese fastasma "polisémico" que hace requerir de los textos cada vez menos -- en términos generales--, para bien de la imagen misma que, como observamos más adelante, sigue relegada a un texto relevista negativo en la práctica.

Hasta aquí, sin embargo, parece claro que la imagen, y en especial la fotografía, no deja lugar a dudas como un riquísimo, vastísimo, idelógicamente idóneo medio de comunicación masiva visual. Su estudio, como un medio masivo obnubilado, que no obviado, debe ser reconsiderado.

3.4. Tres observaciones

Anexo a lo anteriormente anotado, la denotación y connotación en la imagen fotográfica (así como la función formal del texto), se podrían realizar, a la luz de la experiencia personal del autor y apreciaciones específicas de -- ciertos teóricos, tres observaciones con respecto al carácter de connotación de la fotografía. Estas se enfocan, por un lado, a hablar de la connotación desde la denotación misma (resumido en la frase "la gente ve lo que quiere -- ver"), y por el otro, a poner de manifiesto la capacidad fotográfica de convertirse en un continente de variadas subcodificaciones.

3.4.1. Connotación perceptiva

Es importante destacar que el código determinará en una buena parte la -- connotación de una imagen y que en este nivel el "código de connotación" no es ni artificial, como en una lengua verboescritual, ni natural, sino histórico.

Y como el conocimiento del mundo se ubica en dos niveles: uno perceptivo (correlativo al "visual") y uno cognitivo, relacionado con el conocimiento, surge entonces además de la connotación cognitiva mencionada la llamada -- "connotación a nivel eminentemente perceptivo" cuyo esbozo en textos parece -- querer decir "aquello que perceptivamente significa algo por cultura".

era polisémica -que ya vimos que no es, pero sí muy semejante a ello-, y -- que el lenguaje verbal "suele ser más concreto" (24), para afirmar que el -- texto operaba sobre el signo icónico como un control sobre las facultades de la interpretación "y acaba de fijar las pautas adecuadas a la ideología del productor del mensajes" (25) Para el caso de la fotografía informativa, esta suerte de ubicación del medio se haría en el tiempo, en el espacio, o en el contexto.

En la función de relevo, los elementos verbales (como los de los comics) no sólo elucidan el sentido de la imagen sino que se incorporan a ella como un elemento más del más del sintagma icónico.

Segun Barthes, en los casos del anclaje el peso informativo del conjunto del mensaje reside en la imagen, puesto que el texto sólo sirve como guía, ubicación o control. En el caso del relevo, la información vendrá producida fundamentalmente por el texto, "Tal y como si la imagen quedara relegada a un papel de una ilustración, de acompañamiento semiótico"(26).

Para efectos de la connotación, la palabra cumplirá un papel más importante que la simple ubicación estructural: el efecto de connotación será diferente segun el modelo de presentación del texto: (cuanto más cerca se encuentre de la imagen, menos parecerá connotarla (porque, se aduce, "será atrapada por el signo icónico").

... atrapado en alguna medida por el mensaje iconográfico, el mensaje verbal parece participar de su objetividad; la connotación del lenguaje se vuelve "inocente" a través de la denotación de la fotografía. (27)

Sin embargo, Bisbal menciona que nunca existe una verdadera comparación, puesto que las sustancias de ambas estructuras son irreductibles, o bien en algunos casos el texto "no hace más que amplificar un conjunto de connotaciones que ya están incluidas en la fotografía". (28).

... título y artículo se separan sensiblemente de la imagen, el título por su impresión, el artículo por su distancia, uno porque rompe, el otro porque aleja el contenido de la imagen; la leyenda, por el contrario, por su misma disposición por su medida promedio de -

Dicho tipo de connotación, que solo Barthes menciona de pasada, parece ser materia de trabajo de la fotografía publicitaria y subliminal. Es eso -- que hace que a un nivel exclusivamente perceptivo el elemento compositivo -- tenga un significado emotivo (v.gr. la sección áurea en sentido del equilibrio de las formas y, a mi parecer, en algunos momentos el juego S-S-V-). ¿ O -- es que no apreciamos una "composición estética" exclusivamente por la aplicación de la regla áurea en la presencia de un sujeto fotografiado? Independientemente del motivo, existe una connotación desarrollada culturalmente en el -- aspecto perceptivo (el simple hecho de estar acostumbrados a mirar ese orden estético), un valor con el cual una fotografía significa y otro elemento que el prolinquista Barthes dejó sólo bosquejado.

3.4.2. La fotografía como continente código.

Una segunda observación: la tesis del autor de esta obra de la fotografía como materia "continente".

Hasta aquí se ha hablado específicamente de la fotografía como objeto de estudio particular que, fuera de la normatividad aplicable a toda imagen, posee su propia codificación o subcodificación. Sin embargo, y como se anunció previamente, este medio bien podría considerarse, a aparecer y sin riesgo de divagar, como el continente de cualquier tipo de mensaje visual que se le haya puesto frente al objetivo fotográfico (en cuyo caso será sujeto de más -- subcodificaciones de acuerdo a ese uso que se le dé); una suerte de espacio visual susceptible a cualquier contenido icónico (en cuyos términos nos han situado ya algunos autores relativos como Vilches, Lindekens y Barthes). De esta manera, será objeto de una gran gama más amplia de intencionalidad y simbolismos.

Lo anterior obedece al hecho de encontrar a la fotografía de la actualidad, y especialmente en los medios impresos no como una unidad en sí misma- es decir, como reproducción de una escena- sino como materia del afiche, del cartel publicitario, y hasta del cine y la televisión, que ciertamente son una - "modalidad" de fotografía.

Podemos hacernos la siguiente pregunta: Si sabemos que el color, por --

ejemplo, significa una cosa en el lenguaje publicitario o para la moda, ¿será exclusiva de la fotografía publicitaria esa significación o connotación social? ¿o qué acaso el lenguaje de los gestos no es susceptible también de ser aplicado a cualquier personaje que aparezca registrado por una cámara fotográfica?. Específicamente, pensemos en un Presidente con el pulgar levantado en señal de fortuna. ¿No es este también un subcódigo parásito al ortodoxo fotográfico?

Y es que en la actualidad la fotografía no se torna en muchas ocasiones como un producto particular, sino como el medio de transmisión de cine, afiches, anuncios publicitarios e incluso textos. En el auge de su uso el utilizar una imagen fotográfica garantiza fidelidad del objeto o sujeto que se representa, sin menoscabo de creer que su subcodificación termina con los objetos y la pose del sujeto que se imprime, amén de la técnica específica de reproducción.

La publicidad ha demostrado que, como lo consigna el estructuralismo, todo aquello que nos rodea está impregnado de significación potencial por parte de los emisores (y a expensas del conocimiento "cultural" de los receptores). No es sólo la presencia o ausencia de objetos lo que determina su mensaje, sino características equiparables a "metalenguaje" de los objetos considerados o a su retórica.

De acuerdo a esta perspectiva, como continente de todo aquello que se ubique frente a la cámara, la fotografía cumplirá en el valor supuesto de autenticar, como lo anotamos anteriormente con Gubern, que lo que aparece en el papel existió en el espacio y en el tiempo; que es como dijera Eco, "extraído de la realidad". En segundo lugar, la función connotativa estará sujeta a los siguientes subcódigos publicitarios y del afiche, pues somos seres sociales permanentes, y si no nos "quitamos la gorra", conscientemente de receptores de subcódigos propios de la publicidad, menos inconscientes que, es a propósito, el terreno en el que trabajan muchas de estas subcodificaciones, al lindar con trabajos tentativos interesantes como el famoso Sedución Subliminal de Bryan Key.

Por ello debe estudiar el lenguaje socialmente reconocido de los gestos para no discordar con su mensaje verbal y su actitud visual, la intención que le interesa. ¿O no se viste de guayabera o de charro para hacerse popular?

De acuerdo a lo anterior, la fotografía puede tener sin requisito alguno y esto es lo importante, se repertorio subcódigo con los siguientes elementos:

Publicidad

1. Iconológico. A Nivel tropológico (retórica en la imagen)
B Nivel tópico ("religión", "naturaleza")
C Nivel de argumentaciones convencionalistas
2. Estético-erótico Basado en un ordenamiento histórico-sociológico reconocido, como "mujer deseable".
3. Montaje Establece relaciones combinatorias de los mensajes, - como las reconocidas en el anuncio-fotografía.

Afiche

1. Gestual Pose de frente, de semiperfil, perfil.
2. Morfológico Predominio de líneas, ángulos, curva radiación, espiral, triángulos o rectángulos, círculos, óvalos, tamaños dispersos, (todo ello con una significación específica para cada tipo de manifestación de los rubros anotados).
3. Cromático Colores primarios, binarios y complementarios que, -- presentes, coadyuvan a significar elegancia, frialdad calidez o vida.
4. Tonal Especialmente para la fotografía de blanco y negro, - significa situaciones emotivas dependiendo del predominio de blancos, negros o grises.
5. Tipográfico El tipo de letra puede hacer referencia a lo conservador o moderno de una fotografía, incorporada como parte de esta.

3.4.3. La perspectiva de Joan Costa

En este orden de ideas se cuenta también con la aportación del español - Joan Costa, quien estudia el fenómeno fotográfico para proponer la existencia de un lenguaje exclusivo de éste. Su tesis se fundamenta en la pregunta: - ¿Puede asumir la fotografía, además de funciones reproductivas analógicas, documentales, lingüísticas, etc., una función autónoma? Con mayor precisión, -- ¿puede lograrse un lenguaje específicamente fotográfico?

Los aspectos que, al parecer de Costa, obligan a considerar al hecho fotográfico desde una perspectiva distinta a la tradicional son: el desarrollo técnico, la difusión actual de mensajes y los modos distintos de ver (producto de un entorno más "avanzado"). Estos permiten cuestionar la posibilidad - de una creación autónoma en un instrumento cuya génesis responde a la intención de "copiar fielmente la realidad", de depender de un modelo real que le origina.

En tanto documento, la fotografía se acepta como la "memoria del mundo - moderno", en una suerte de influencia recíproca con la realidad, para aceptar a ésta como producción -y no sólo como reproducción- del mundo fotográfico. - Gracias al poder de evocación y sensualidad que posee (que Costa llama psico-visualidad) la realidad percibida a través de la fotografía se verá influida por ésta como el "mito de la retención del recuerdo" o como "guarda pasado" - que integre aquello que valga la pena ver, por valioso.

Otro factor que influye en la polarización documental de la fotografía - es su profuso uso orientado a la reproducción: la ilustración, la noticia gráfica, la documentación, la publicidad, que en concordancia con las tendencias consumistas de la sociedad conciben a un aficionado que espera del fenómeno su capacidad por:

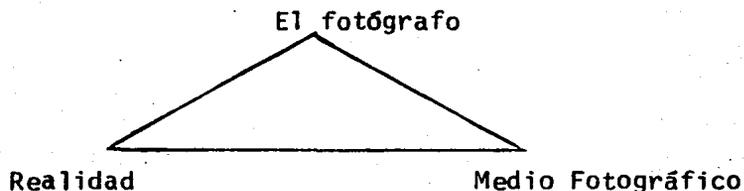
... captar el instante fugaz, quiere que ella le restituya lo más fielmente posible el recuerdo de lo visto y lo vivido tal como él lo ha visto y vivido, quiere que sea una extensión de su memoria, un archivo de sus vivencias. (30)

Todo lo anterior provoca que se analice de la fotografía su función analógico-reproductiva, y se critiquen sus capacidades reproductivas y su nivel

de semejanza, más que ubicar su interés en otros contextos.

Ciertamente, la mayor parte de las investigaciones sobre semiología de la imagen se polarizan hacia el aspecto analógico y literal de la fotografía en cuyo ejemplo tenemos desde estudios generales (Eco, Gauthier), hasta específicos, como el de Lindekens con su propuesta de análisis con niveles comparativos de la realidad.

Desde otra perspectiva, Joan Costa parte del instrumental técnico, o del hombre fotográfico, más que del "privilegio de una realidad en tanto que modelo". Según su apreciación, el análisis de una imagen debe hacerse a partir de ésta, en tanto resultado de la interacción de: el fotógrafo, la realidad y el medio fotográfico (o medio técnico).



De la interacción de estos tres elementos se producen: La combinatoria mezcla en grados relativos de los tres componentes, y; lo aleatorio, compuesto por los ruidos y el azar.

Las tensiones latentes (u oposiciones) de las tres líneas de fuerza - cristalizan en la imagen de la figura 5.

La contraposición entre la reproductividad y la creatividad se expresa en la línea A de la figura, relacionada con el "documentalismo" o bien el "mimetismo", y la segunda con el descubrimiento de lo "insólito". B busca la reproductividad del objeto, mientras que B₂ se interesa por el interior del mismo, sus intenciones expresas y C es una herramienta de doble filo, a veces fiel al fotógrafo, a veces introductor de distorsiones, aún intencionales.

Una vez consideradas las variables del fenómeno, reducidas por Eco a una

simple gradación analógica, se evidencia que en la fotografía no se trata de partir de los objetos y las cosas que los hace visibles en la realidad, sino de trabajar con la luz, en tanto que sustancia visual, para, en la complicación de las instancias que producen una imagen, hacerla un objeto único.

El lenguaje específicamente fotográfico sería, en este sentido, el de una semiótica y una sintáctica visual exclusiva, pues un análisis de contenido verbal para la imagen no es un análisis de contenido, sino una descripción en palabras de un mensaje que no es verbal sino visual. De acuerdo a este concepto, he aquí la nada audaz teoría de Costa:

¿Por qué no proceder a un análisis de los signos y de la sintáctica - fotográfica, con independencia de lo que estos signos representan (si es que en verdad "representan") y de lo que el discurso verbal explica (si es que verdaderamente "explica" o sólo muestra)? (31).

Para llegar a esto se puede observar la siguiente estructura en una fotografía:

- A: Un referente (algo relativo a nuestra experiencia visual)
- B: Es discernible la huella o "marca" del autor (que en algunos casos - permite una lectura psicológica).
- C: Signos y formas que no están en la realidad pero sí en la imagen, o incluso signos que sólo están en el papel.

Al observar una variedad de fotografías, salta a la vista que no siempre lo que se ve en las imágenes es lo mismo que se ve en la realidad (barridos, destellos, distorsiones, sobreimpresiones, negativos, etc.), lo que cuestiona seriamente la objetividad fotográfica. Partiendo de este principio, las imágenes fotográficas son consideradas bajo dos aspectos:

- A. Como resultado final del proceso fotográfico.
- B. Como objeto único y directo de la investigación.

La anterior clasificación es producto de considerar tanto a las fotografías literales reconocibles por su exactitud (A),

como a aquellas que incluyen ruido visuales relacionados con la realidad visible. De este último grupo se obtiene un inventario global de signos no - analógicos (las clásicas "estrellitas" producto de la incidencia de los rayos de luz sobre el lente o las líneas surrealistas producto de mover la cámara al momento de la impresión).

¿Cómo son leídas estas imágenes por el perceptor medio? El resultado de un análisis con una muestra segmentada de edad, sexo y niveles culturales, arrojó los siguientes descubrimientos:

Hay dos clases generales de signos:

- Los signos literales de productividad, identidad o semejanza, y
- Los signos abstractos, morfemas y signos no perceptibles en la visión directa de la realidad y sí en la imagen.

Los últimos signos, abstractos, se sometieron a un análisis tipológico, a partir del cual se definió la naturaleza de los signos en ópticos, lumínicos, cinéticos y químicos.

Signos ópticos: flow y desenfocado.

Signos lumínicos: estrellas y otras formas geométricas.

Signos cinéticos: estrellas luminosas y barridos, la descomposición de un movimiento, la secuencia de imágenes, la visualización de un proceso.

Signos químicos: Solarizaciones, el negativo, el grano, los quimigramas.

Todos los anteriores son signos específicamente fotográficos que están ahí a causa del medio técnico y no siempre son "parásitos", pues pueden ser eficaces elementos estéticos.

En un nivel de análisis discursivo, los elementos anotados pueden constituir un repertorio de códigos retóricos que el fotógrafo opera en tres momentos del proceso: sobre el propio modelo; en la imagen latente, y; sobre la imagen final. Estos son sus elementos:

Sobre el propio MODELO	En la imagen LATENTE	Sobre la imagen FINAL
-Preparación de la fotografía	-Optica elegida	-Retoque
-Punto de vista	-Filtros	-Encuadre
-Pose	-Material virgen	-Fotomontaje
-Composición	-Revelado	
-Decorado	-Fragmento	
-Iluminación	-Amplificación	

Ejemplos de recursos sintácticos discursivos son las "deformaciones de fotografías como las de Bill Brandt o las imágenes de "ojo de pez".

En una cuarta etapa de su análisis, Costa reúne dos repertorios, sígnico y discursivo, para dar paso a una quinta etapa, en la que se analizan cómo son descifradas las imágenes no analógicas en la práctica, por parte del perceptor medio. La interpretación dependió directamente de la experiencia previa con cada una de las imágenes no analógicas.

De acuerdo a lo anterior, se concluyó que existe, al menos visualmente, un lenguaje específicamente fotográfico, al existir en el papel signos que no están en la realidad y sí en la imagen fotográfica, es decir, signos específicamente fotográficos que a pesar de ser analógicos pueden ser notables semiológica y estéticamente.

La afirmación de que puede tratarse de un lenguaje es válida, pues la calidad no figurativa es semejante a la de la música o la poesía. ¿Crearé una corriente de abstracción en lo futuro?, es la pregunta final de este científico.

3.5. La fotografía periodística

La fotografía específicamente periódica debe reunir ciertas características técnicas y culturales. A decir de Bisbal-Aguirre, el objetivo del reportero gráfico debe ser intervenir "para captar la realidad tal como ella se presenta" (32), con la salvedad de reconocer que su actitud selectiva y el aparato que se lleva a cuestas le producirán un resultado por demás subjetivo. El tipo de fotografía requerido para este efecto será, entonces, de "registro".

Una primera clasificación general de la fotografía de acuerdo a su intención es, para Gubern, la de la "foto reproducción", duplicado no artístico de una información visual, y la "foto-expresión", fotografía alterada para producir resultados acordes a los principios de las Bellas Artes. Dicha dicotomía es anotada por el científico español como existente desde -- 1853 con la influencia de William Newton.

Una clasificación más específica atiende a los tres diferentes fines que puede perseguir la imagen fotográfica: documental, artística (como obra de arte) y semántica (como texto o lenguaje). La especificidad producida se anota a continuación.

Como documento, la fotografía presenta las siguientes subdivisiones:

- La foto espejo de nuestro tiempo (testimonio al servicio de nuestra memoria);
- La foto-imagen del mundo (descripción de éste, la gente y sus cosas)
- La foto instrumento científico (registro de experimentos); y
- La foto de identidad (retratos para uso oficial).

Como obra de arte, la fotografía posee la siguiente variedad:

- La foto retrato (de personalidad, rival del histórico retrato pintado)
- La foto emotiva (que busca la sensación, el efecto sobre los sentimientos):
- La foto como recurso estético (actúa sobre la base convencional de belleza, v. gr. una "naturaleza muerta").

Las subdivisiones para la fotografía como texto son:

- La foto como narración (montaje de imágenes-palabras e imágenes-idea, como en el caso de la fotonovela).
- La foto como relación de ideas (imágenes que explican la significación de las cosas mediante el juego de contrastes, contiguidad, alejamientos u oposiciones).
- La foto como símbolo (reconocido ampliamente por la sociedad, como en el caso del perro junto a la tumba del dueño para expresar fidelidad).

Para el caso de la fotografía periodística, y bajo la intención de "re-

gistro fiel de la realidad percibida" que se ha mencionado, las subdivisiones conducentes son las de la foto documental sin detrimento de las demás - pues los términos de las otras dos funciones no son excluyentes.

Cabe puntualizar aquí que como se mencionara en la aplicabilidad de subcodificaciones no periodísticas a una fotografía periódica (v. gr. publicitarias), el caso de las subdivisiones de la fotografía es otro vivo ejemplo de clasificaciones que seguramente son producto de una intención de identificar una materia más que aislarla. Concretamente, muchas de las fotografías periódicas de los premios Pulitzer o de reportajes de los grandes -- maestros como Einsestaedt, E. Smith, Cartier-Bresson o Weston, presentan -- tanto una belleza como un valor documental fuera de toda duda.

...los distintos tipos de función que corresponden a cada clase de foto periódica no constituyen operaciones aisladas. Estas diversas -- funciones pueden aparecer reunidas en un solo documento visual, susceptible, por su riqueza, de permitir varios niveles de lectura de la imagen.(33)

Lo anterior valida la función múltiple de la imagen fotográfica y la tesis de la aplicabilidad de subcodificaciones parásitas.

3.5.1. La fotografía como documento

Bisbal-Aguirre mencionan la existencia de tres tipos de fotografía más -- corrientes para la prensa:

- La ilustración meramente informativa
- La fotografía ilustrativa
- La foto específicamente documental

Barthes, en "El mensaje fotográfico" sólo menciona un tipo de fotografía periódica: la "fotografía traumática" (incendios, naufragios, catástrofes, muertes violentas captadas en vivo), definida como "aquella que la cual no -- hay nada que decir" (34).

Sin embargo, ninguno de los anteriores autores, ni Eco ni Gubern, definen particularmente las características documentales de la fotografía. De la

clasificación que esbozan unos y precisan más otros se pueden reconocer los siguientes tipos de fotografía, de acuerdo a la función noticiosa que cumplan: La fotografía "live" (que anexa la del "instante preciso"), la foto-reportaje y el foto-ensayo.

3.5.2. La fotografía "live"

Giséle Freund y Petr Tausk precisan la "foto imagen del mundo" al atender a su carácter de información social periódica.

Utilizar la fotografía como testimonio de acontecimientos reales y transmitirlo a través de la prensa es un hecho que parece adecuado a las posibilidades objetivas de la técnica fotográfica y a la definición de esta actividad. El fotógrafo de prensa debe transmitir -para Freund- la imagen de lo que se ha vivido de la misma manera en la que un reportero "testimonie" lo escrito con objetividad.

Para este efecto, el interés en el ser humano por sí mismo y por aquello que le afecte crea una clasificación fotográfica acerca de ese interés por la manera en la que las sociedades reproducen su existencia: la fotografía "viva".

Definida como la transformación del movimiento de la vida en el reposo - de la forma, para, una vez obtenido el positivo, convertir el reposo de la forma en vida en movimiento, al auge de este tipo de fotografía se consigna - bajo el progreso de la técnica.

La fotografía "live", aquella que registra el acontecer cotidiano del humano en su sociedad, tiene seguidores tales como los reconocidos en el primer capítulo, que la conforman como "fotografía de compromiso" (Weston, Nacho López, Capa, Riis) al vincularla con una convicción histórica de la divulgación de las condiciones de subsistencia de las sociedades.

El progreso de la técnica da origen a un tipo específico de fotografía "live" caracterizado por el momento en el que la impresión obtenida tuvo lugar: la fotografía del "instante preciso". Reconocida fundamentalmente en -

su aplicación a sujetos humanos, este tipo de fotografía es entendida como aquel cliché en el que se capta el momento exacto, culminante de un suceso (una balacera, un gesto, una curiosidad).

La fotografía del instante preciso es producto de la evolución técnica y tecnológica de la instantánea, y norma en la actualidad no sólo a la fotografía "live" (correlativa a la "foto espejo de nuestro tiempo"), sino en general a todas las demás producciones periodísticas, a causa de la relativa facilidad de su obtención.

Salvo en sus manifestaciones más ortodoxas, como en el caso del soldado fulminado de Capa, existirá su presencia virtual dentro del pretendido quehacer periodístico "veraz y oportuno". En una época de cámaras livianas de velocidades de 1/2000 y 1/4000 de segundo y películas ultrasensibles, el factor "pérdida de tiempo para la preparación de la siguiente toma" o "luz escasa" han pasado a la historia.

Ahora, existe una mayor facilidad para que el fotógrafo decida, entre las innumerables cantidad de instantes posibles o de condiciones de toma, aquella que mejor resuma el sentido de la información. Esta es la base sobre la que se edifica el sentido de una fotografía periodística de primera plana y aquellas susceptibles de recibir reconocimientos:

...all these new photos have one trait in common: they catch -- the essence of an event, and thereby leave an indelible mark on the mind of the viewer" (35).

3.5.3. El foto-reportaje.

Un segundo tipo de aplicación periodística a la fotografía, cuya acción se puede inscribir en el intocable plano de denotación de Barthes, es el foto reportaje.

Practicando desde los tiempos de Fenton, la narración y descripción por medio de fotografías se utiliza hoy en día como un recurso cotidiano en revistas. Si bien la del "momento preciso" y la "live" se han consolidado en la época actual (con promotores exclusivos como LIFE, TIME y VU, entre otros) el valor periodístico del foto-reportaje es más evidente, en muchas ocasiones, que una narración lingüística.

Bajo la intención de ser una concatenación de impresiones con la función documental de testimonio icónico, el foto-reportaje tiene una gran fecundidad estética. Gubern la define así:

...aquella que obtiene duplicata de espacios/ instantes no previamente organizados por el fotógrafo y privilegiados desde el punto de vista de su significación, sea esta significación histórica, deportiva, etnográfica, zoológica, etc. (36)

Asimismo, Gubern anota a este respecto que la fotografía de reportaje ofrece un especialísimo interés, tanto por su función histórica de testimonio icónico de un acontecimiento fijado permanentemente sobre un soporte, como por su importante función social.

...haciendo que lo que percibieron los ojos de un fotógrafo (la arriesgada escena bélica, el estallido de un avión, el atentado político, etc.) pueda, gracias al periodismo gráfico, ser luego contemplado cómo damente por millones de ojos que no tuvieron ocasión de presenciar aquel instante histórico excepcional. (37).

Al parecer, la principal relevancia de la fotografía de reportaje se ubica en la secuencialidad cuasi-cinematográfica que proporcionan distintas impresiones de un evento. En este proceso, una ventaja adicional es que la selección icónica es responsabilidad no sólo del fotógrafo, sino del editor, quien también "interviene" en esta comunicación:

The editor now became an important element, sending photographers off on specific assignments --often with scripts detailing particular shots to make-- confident they would come back not just with pictures but with a "story". And it was the editor who shaped that story by deciding which pictures to use and how to use them; large or small; in sequences for dramatic effect or for information; to inspire humor, anger, curiosity, disgust. (38).

Aunque no es privativo el seguir una acción determinada en un reportaje, sino una unidad temática, la posibilidad de imprimir muchas gráficas establece una ventaja para el fotógrafo y para el editor: seleccionar las fotografías será casi como seleccionar el "rompecabezas" que se estructurará basado en un propósito específico.

El foto-reportaje se emparenta con otro tipo de combinación fotográfica que también toma a un género periodístico como modelo: el foto-ensayo.

3.5.4. El foto-ensayo

El foto-ensayo es uno de los productos terminados más complejo de la fotografía, que involucra el uso de varias imágenes y el talento de más de una persona (editor, fotógrafo, diseñador y/o diagramador).

La creación de un ensayo fotográfico requiere de la organización de una gran variedad de imágenes del mismo tema para que den una perspectiva más -- completa, más intensa, de la que pudiera conseguir una sola fotografía sobre un motivo. El sujeto puede ser cualquier cosa -una idea, una persona, un evento, un lugar- y su organización puede ser tanto cronológica como temática. La forma en sí misma es flexible: lo que sucede es que las fotos trabajan -- juntas para enriquecer el tema.

Pese a que su uso en diarios mexicanos es escaso (¿qué periódico podemos aventurar que lo aplica habitualmente?) e inclusive se le reserva fundamen-- talmente a hebdomadarios (con la agencia "Imagenlatina" como la de mayor i-- dea de esta manifestación), no hay ninguna novedad en su fundamento. Exis-- tía ensayo en las tumbas egipcias, lo hay en las tiras cómicas y lo conoce-- mos en la actualidad desde su uso en LIFE.

En LIFE, el ensayo menciona haber sido vislumbrado (en su modalidad ac-- tual con fotografías de calidad y contenido) por Richard Clarkson, director de fotografía de un diario colega, el Topeka Capital Journal, desde 1958 -- hasta el año 1981. Según LIFE, Clarkson puso el ejemplo al instituir un pro-- grama de capacitación sobre-la-marcha para fotógrafos, en el cual los princi-- pantes y los experimentados trabajaban juntos durante tres meses para cubrir recorridos regulares.

De aquí nació la concepción moderna de este tipo de producción, lo que -- le valió a LIFE tirajes de más de ocho millones de ejemplares y la transforma-- ción en un líder de opinión.

Según TIME-LIFE, el ensayo fotográfico es próspero en la actualidad, y no sólo en las revistas. Según esta apreciación, desde mediados de los años setenta existe un uso profuso indiscutible:

...daily and weekly newspapers in several regions of The United States were running photographs that often approached the quality of -- those in the large-format picture margins: dramatic without being sensational, concerned with the human consequences of an event rather than focused only on the instant of action. This bold new movement in newspaper photojournalism. (39)

Imagen del mundo o espejo de nuestro tiempo, la fotografía presenta una clara amalgama con el sistema de textos periodísticos, pues ha venido a convertirse también en una suerte de sistema narrativo (reportaje, ensayo) que al aplicarse en un medio ha podido encontrar una particularidad característica. Nuevamente, esta es la sustancia que no consideró Barthes para el análisis formal de una imagen en su nivel denotativo. En palabras de Bisbal-Aguirre: " Toda esta introducción sirva para afirmar que el Mensaje Denotado no se agotará en la simple reproducción de la realidad". (40)

Al punto se habrán agotado los diferentes tipos de imágenes fotográficas existentes, de acuerdo a su función periodística, Sin embargo el autor considera oportuno anexar uno más, de uso muy particular en nuestro país por su sistema político que por estereotipos alquilados al extranjero: la fotografía institucional.

Si bien este tipo de función periodística debe existir en cualquier parte del mundo, en nuestro país -y como introducción al estudio de caso que anuncia esta obra- reviste características muy específicas.

3.5.5. La fotografía institucional

Hace más de medio siglo, Marx apuntó:

Las ideas de la clase dominante son también las ideas dominantes de cada época, o dicho de otro modo, la clase que es la fuerza material dominante en la sociedad es también la fuerza dominante espiritual. La clase que dispone de los medios de producción material, dispone, a la vez, de los medios de producción intelectual. (41)

Resulta axiomático realizar una ratificación de la afirmación señalada. Para nuestro objeto de estudio, es importante rescatar este concepto que se encuentra presente en todo momento para ratificar el papel social que cumple un periódico.

A este último respecto, es oportuno indicar que el medio de comunicación masiva no es un producto aislado de las condiciones sociales existentes, "a las que sólo ilustra en su contenido". El medio mismo, y su condición social, no son más que un reflejo de un sistema de dominación específica:

En otras palabras, no es que millones de personas estén alienadas por la televisión, sino que están alienadas por el capitalismo; no es que la prensa sea el "cuarto poder del Estado", sino que es un servicio de los poderes y es una de las formas concretas que asume su poderío. Las advertencias que se han hecho...acerca del "fantástico dominio que están alcanzando sobre las multitudes los medios de comunicación", en realidad encubren un hecho verdaderamente alarmante: el real poder que han alcanzado los grandes monopolios y las gigantescas corporaciones multinacionales sobre millones de seres a través de su propaganda por la comunicación masiva. (42)

Sin llegar a cuestionar la función superestructural del medio prensa, análisis que devendría de otro enfoque del papel y uso de los medios masivos -no de sus posibilidades objetivas, motivo de la presente obra-, es importante rescatar de las líneas anteriores el carácter eminentemente comprometido del periódico de aparición cotidiana.

El diario, ante todo, es un negocio. No es la función social o el compromiso con la verdad lo que le ha hecho subsistir a través de los siglos, -- sino el compromiso con el interés político que defiende su "línea", lo que ha determinado sus niveles de venta y de "veracidad informativa".

Esto no es ninguna novedad y no vale la pena ahondar en ello. Lo importante es aceptar que, como medio intencionado, como defensa de intereses o -- convicciones, la información que transmita deberá estar imbuida de una mística consecuente. De acuerdo a la línea del medio, puede ser que el producto se maneje sobre la base de un patrón de objetividad, pero bajo el filtro de un jefe de redacción se encargará de darle el "toque de la casa".

Quizás se publique en primera plana algo que no va muy de acuerdo con -- la línea general que impone el dueño de la empresa o el director en turno --- (como en el caso de Julio Scherer, en Excélsior o Mario Ezcurdio, en El Nacional, pero jamás se hará del conocimiento público alguna información cuyo tratamiento vaya en contra de los intereses del medio; salvo riesgo personal -- nota firmada -- en un diario progresista y tentativamente plural.

En este contexto, la fotografía periodística encuentra otra forma característica de concebirse: la fotografía institucional, material de primera --- mano para los diarios propiamente comprometidos con un gobierno o un personaje político.

Análoga al fenómeno del término medio, la fotografía institucional se -- presenta, desde su origen, como una producción claramente comprometida con -- los intereses que maneje el medio periodístico.

Una vez originadas las oficinas de prensa de las instituciones de gobierno, durante la presidencia de Miguel Alemán, la fotografía, así como el texto, ha recibido una obligada influencia manipulativa por parte del filtro estatal, en el caso de todas aquellas noticias que pasan por una plana.

De acuerdo al principio del "servidor inmortal", que rige en un gobierno presidencialista, unipartidista y subculturizado, el funcionario público en turno de interés, aquél al que se le debe también haber llegado "arriba", o --

al que se le hay que "pegar" para llegar, merece, como reproducción "a escala" del Presidente, un trato que proteja su imagen ante cualquier duda de su honestidad, personalidad, inteligencia y honradez, por parte del diario "informativo". Para los demás, aunque no se esté a favor ni en contra, cabrá la actitud elogiosa y de respeto para con la personalidad que se tiene enfrente, porque quién sabe si en un futuro dicho servidor pueda llegar a ser "el bueno".

En un sistema político presidencialista como el nacional, el cuidado de la imagen de nuestros servidores es fundamental:

En México no existe la costumbre de atacar públicamente a la persona del presidente con la palabra oral o la escrita. Si se hace crítica de los funcionarios administrativos en los más altos puestos, usualmente se puntualiza que las deficiencias no son debidas a errores presidenciales... ¿Por qué en México todo mundo se cuida de atribuir errores de gobierno al presidente y aún de atacarlo públicamente por cualquier motivo que sea? (43)

De aquí surge la necesidad de los diarios políticos de validar la imagen del funcionario o los funcionarios. Sean buenos o malos en su momento son virtualmente intocables. Además, son la imagen del gobierno mismo, y como tal deben de responder a las exigencias de seriedad y aparente madurez. Si el conocimiento de técnicas fotográficas es eximio, ¿qué hace el fotógrafo ante una orden de trabajo de este tipo? Responder con el bagaje más elemental de su conocimiento fotográfico: una suerte de gráfica de archivo-registro en la que aparezcan las personalidades involucradas, con su immaculado traje, en posición erecta, con actitud de sapeincia y responsabilidad. Esta suerte de fotografía de "término medio" no se compromete visualmente con nadie y queda bien con todos; no se complica la existencia y se limita a "registrar".

Una vertiente de este tipo de fotografía es la "fotografía del recuerdo político", en la que se procura fundamentalmente que aparezcan en el cuadro los políticos o funcionarios que coyunturalmente se reúnen. Otra es la fotografía de intención elemental, en la que el personaje, sin perder el estilo, aparece como un ser sencillo, humano y noble; como nuestro gobierno (v.gr. la fotografía de José López Portillo tomando de la mano, sentado en una mesa de mantel blanco, a un niño campesino). Todas estas expresiones, responden a un objetivo común:

La política de la omnipotencia, presente en todo acto público, en -- toda referencia a las realizaciones del gobierno, basta y sobra para que las masas populares no sean capaces de trascender con la acción -- ni con el pensamiento el marco político institucional en el que se -- encuentran enmarcadas. Por lo demás, toda alternativa de cambio es -- desprestigiada de súbito cuando se la confronta con el poderío presi -- dencial, y en esto ayuda de la manera más eficaz la enorme capacidad del gobierno para movilizar globalmente y casi de golpe toda la so -- ciedad institucionalizada...(44)

El texto vale para la aplicación de estos "objetivos políticos" en el -- diario. ¿Qué la imagen no? El estereotipo que visualmente hemos descrito --- arriba responde a la interrogante y nos indica que en este terreno el ícono -- tiene mucho que hacer.

La influencia de la fotografía institucional -- que en mayor o menos gra -- do es propia de todas las sociedades de la actualidad -- se consolidó con la -- aparición de los filtros gubernamentales informativos. Sólida como valor cons -- tativo y material de archivo, este tipo de imagen ha abarcado en primeras pla -- nas el espacio, pisoteando y haciendo olvidar por mucho tiempo el otro lado -- de la moneda, la verdadera fotografía documental (e inclusive artística) y -- su potencialidad comunicativa. Este es un aspecto de capital importancia para los objetivos de esta obra con respecto a la fotografía periodística y su -- aplicación en el diario.

En este último orden de ideas, no se trata de propugnar la labor de los "papparazzi" u hombres caza escándalos, o de profesionales que hagan de un -- simple evento rutinario una obra de arte o un reportaje visual envidiable, -- sino de reconocer que existen otros medios que manifiestan la riqueza de la -- fotografía para los menesteres políticos. Es imprescindible reconocerle el -- valor tanto al fotógrafo como al editor y diagramadores mismos.

Quizás debiéramos mencionar, con las reservas de la sociedad manipula -- tiva e ilusoria a la que representan, como la clásica contraparte de un des -- perdicio visual comprometida (y rica como el texto), en la voz de LIFE:

Alfred Einsestaedt once described photojournalism as the act of find -- ing and capturing "the storytelling moment". But to perform this -- deeply simple task, photojournalists need an extraordinary range

of talents and abilities. They must have the instinctive eye for narrative that enabled Margaret Bourke-White, in her first photo essay in LIFE, to bring back a revealing documentary on the hardscrabble - life of cam builders at Fort Peck, Montana. They must have the nose for a story that led Susan Meiselas to decamp alone for Nicaragua.-- (45)

-without an assignment and speaking no Spanish -to cover the revolution that overthrew the regime of dictator Anastasio Somoza; her photographs of the war-torn country earned her the 1979 Robert Capa --- Gold Medal. (46)



EL PRESIDENTE Miguel de la Madrid
chequeó ayer la XII Asamblea Nacional
del Partido Revolucionario Institucional
(PRI). Lo acompañan, en el orden acor-
dado, Mario Hernández Fandián,
Humberto Lago Gil, Irma Cebal de Durán,
Adolfo Lago Verdugo, Fidel Velázquez
Sánchez y Miguel González Avila. (Fo-
tografía de Javier VELA).

Foto 1. Ejemplo de fotografía institucional (El Nacional, agosto de 1984)

3.6. La fotografía inscrita en un diario

Un aspecto que no debe olvidarse al considerar a la fotografía como mensaje periodístico, en especial documental, es que debe aparecer como una unidad noticiosa que responda a las exigencias del diario en el que se inscribe; por ello, con frecuencia estará acompañada de un pie de foto que la "precisa", o de un texto al que complementa.

Primero, la condición de inscribirse como un "pequeño medio de comunicación masiva" (según la clasificación de Bisbal-Aguirre) en un "gran medio de comunicación masiva". En tanto elemento del diario, la fotografía se hace partícipe de sus beneficios estructurales para vincularse como una información - más, colega de los titulares y los textos.

Aparte de sus características generales, el diario presenta cuatro especificidades (según la escuela alemana) que le distinguen de los restantes medios de comunicación:

- La perioricidad: que no significa aparición bien delimitada en el tiempo, sino regularidad.
- La universalidad: concepto que permite llevar al lector el mayor número de hechos que suceden dentro de su mundo presente, y en la medida - en la que más próximamente le afecten.
- La actualidad: entendida como la relación de un ser o acontecimiento - con una parte del tiempo objetivo, con el mundo presente (se haya en - función de la perioricidad).
- La difusión: extensiva a todos los ámbitos geográficos, e intensiva, a todas las clases sociales. Estos valores son inversamente proporcionales.

La fotografía del diario será partícipe de las condiciones anotadas, -- ubicada como un elemento de la superficie redaccional bajo el título de "ilustración" o "grabado". Kayser anota a este respecto su definición de los "grabados y la importancia de la fotografía en ellos:

Con los progresos de la técnica en la transmisión a distancia y en la

reproducción, la ilustración fotográfica se ha convertido en la más importante. Por el contrario, hasta principios de este siglo los dibujos y las caricaturas habían jugado un gran papel en el éxito de ciertas publicaciones.

Son considerados como "grabados" la reproducción fotográfica, los dibujos, las caricaturas, los mapas, los gráficos y ciertos cuadros estadísticos. (47)

Los demás elementos de la estructura con los que convive la fotografía como un "grabado" más son: la publicidad, los titulares y los textos. Pese a esta condición peyorativa, será necesario tener siempre en mente que nuestro objeto de estudio es parte de esta estructura periodística, para poder comprender el rango de acción que se ha otorgado o "permitido" tradicionalmente.

El pie de foto es un segundo factor que de manera poco menos que directa ingiere en la comunicación de una fotografía.

Dicho pie de foto tiene como función principal, en términos formales, - el desarrollar el anclaje o el relevo de la imagen; sin embargo, en la realidad se erige como un idóneo manipulador del mensaje de la imagen y un testigo de la subordinación ontológica a estructuras más reconocidas para la transmisión de ideas.

Bajo la intención de ser directo, un pie de foto puede:

- Ser una ficción en torno al objeto real representado (textos del tipo - la revista LIFE).
- Controlar o complementar el mensaje visual (leyendas en películas).
- Dotar de lógica (cómicos o fotonovela).
- Precisar el sentido de un mensaje (anuncios del tipo "Marlboro").

De esta manera, en el estudio semiótico formal de la imagen deberán involucrarse dos tipos de estructuras: una icónica y otra gráfica, que anexas a los llamados "protocolos de transformación", conformarán la intención precisa de una fotografía publicada.

Los "protocolos de transformación" son: título, pie, lugar de colocación y contexto. Ellos representan unidades válidas para establecer la importancia comunicativa de la imagen desde el punto de vista morfológico y de diagramación,

y para reconocer el interés que el editor ha otorgado a cierta fotografía.

Pese a que el objeto de nuestro estudio padece la manipulación publicitaria cotidiana que transforma, más que releva, el sentido original de su mensaje, será necesario poner especial interés en lo que dice la imagen, más que en lo que dice el texto. Asimismo, deberán intentarse dejar a un lado las afirmaciones prolingüísticas barthesianas de querer transformar siempre en palabras, y no sensaciones, el contenido de una fotografía.

La misma observación puede hacerse con los subtítulos que traducen la versión original de una película o con las sobreimpresiones verbales que acompañan a una emisión televisiva. No obstante, por extensión, y puesto que la imagen ocupa una superficie hegemónica en las revistas-ilustradas, en el cine y la televisión, consideramos que todos estos sistemas de comunicación se establecen a través de la imagen, a pesar de que intervengan, en mayor o menos grado, otros fenómenos no estrictamente iconográficos. (48)

De esta manera, parece válido concluir que la imagen es un elemento de comunicación masiva útil, versátil, directo y "transparente", cuyas principales ventajas son su inmediatez, su credibilidad y la aparente carencia de educación para su lectura. Su influencia cultural desde 1839 es inobjetable, aunque ha sido mermada por un estudio semiótico incisivo sobre el poder de sistemas más estructurados como la lengua.

En particular, la imagen fotográfica tiene mucho que hacer en el terreno periodístico, por el lugar que ocupa en los periódicos que le utilizan desde la portada y con grandes imágenes a color. Corresponde a los comunicólogos, -periodistas, fotógrafos, diseñadores y editores, rescatar aún más su inagotable riqueza.

...la imagen clásica, la que ha sido objeto de más atención teórica, -es la imagen fotográfica de los periódicos. Se trata de un ingrediente imprescindible para la formulación de los mensajes en todos los diarios, periódicos y revistas del mundo, hasta el punto de que alguno, -como Le Monde, se distinga precisamente por no incluir imágenes fotográficas informativas. (49)

NOTAS DEL CAPITULO 3

1. Jesús M Aguirre y M Bisbal, La ideología como... p. 202
2. Harold W. Scheffler, et. al., Estructuralismo y antropología, p. 12
3. Idem.
4. Roland Barthes, Rhetorique de L'image, p. 14
5. René Lindekens, Essai de Semiotique visuelle, p. 11
6. Idem.
7. Christian Metz, Análisis de las imágenes, p. 20
8. Idem.
9. José Ma. Casasús, Ideología y análisis de medios..., p. 41
10. Idem.
11. Román gubern, Mensajes icónicos en la ..., pp. 55-56
12. René Lindekens, op. cit., p. 27
13. Guy Gauthier, Initiation á la semiologie..., p. 20
14. Christian Doelker, La realidad manipulada, p. 16
15. Daniel Prieto Castillo, Retórica y manipulación masiva, p.22
16. Christian Doelker, op. cit., p.26
17. Gombrich, Hockberg, et. al., Arte percepción y realidad, p.89
18. Ibidem, p. 34
19. Roland Barthes, "El mensaje fotográfico" en La semiología, p-115
20. Ibidem, p. 118
21. Ibidem, p. 117
22. Ibidem, p. 120
23. Ibidem, p. 119
24. J. Pérez Tornero, Semiótica de la publicidad, p. 36
25. Ibidem, p. 37
26. Idem.
27. Roland Barthes, "El mensaje fotográfico" ..., p. 122
28. Jesús Ma. Aguirre y M Bisbal, op. Cit., p. 282
29. Roland Barthes, "El mensaje fotográfico" ..., p. 122
30. Joan Costa, et. al., "El lenguaje fotográfico..." en Imagen y lenguajes, p. 115
31. Ibidem, p. 122
32. Jesús Ma. Aguirre y M Bisbal, op. cit., p. 277

33. Ibídem, p. 278
34. Roland Barthes, "El mensaje fotográfico"..., p. 125
35. TIME-LIFE, Photojournalism, p. 22
36. Román Gubern; op. cit., p. 57
37. Ibídem, pp. 57-58
38. TIME-LIFE, op. cit., p. 93
39. Idem.
40. Jesús Ma. Aguirre y M. Bisbal, op. cit., p. 278
41. Camilo Taufic, Periódismo y lucha de clases, p. 30
42. Ibídem, p. 33
43. Arnaldo Córdoba, La formación del poder político..., p.49
44. Ibídem, pp. 60-61
45. TIME-LIFE, op.cit., p. 134
46. Idem.

CAPITULO 4 ESTUDIO DE CASO

4.1. El diario

El lector que nos haya seguido hasta este punto habrá reparado en la importancia y las posibilidades comunicativas de la imagen fotográfica. Ahora -- bien, ¿es acorde el uso periodístico que se le da con su capacidad?

Cabría entonces este espacio para contestar a la anterior y preguntas como las siguientes: ¿es reconocida en la práctica su versatilidad y nivel de credibilidad?, ¿o es acaso que sigue relegada a la simple "ilustración del -- texto noticioso?

Al efecto de la parte práctica de esta obra, se pretendió estudiar el -- uso informativo que un diario de circulación nacional daba a su fotografía pe riodística, con el objeto de verificar si existía o no un reconocimiento co-- municativo en la conformación de estas imágenes (sin consideración propia del papel de interés, contrapeso o distracción que desempeñaran), o su presencia no obedecía a un cuidado informativo específico.

Para cumplir este propósito se consideró pertinente elegir un diario "ti po", es decir, aquél cuya administración y línea evidenciaran una pauta o ten dencia política claramente delimitada. De esta forma, sería más probable reco nocer si visualmente cuidaba no contradecir dicha "línea".

En este sentido, no quiso desarrollarse una comparación del papel que -- cumple la fotografía en dos diarios distintos, porque los resultados se hubie ran restringido a las diferencias entre los mismos y no al objetivo de verifi car la riqueza manifiesta que, mediante una muestra, tiene este medio de comu nicación (además de que hubieran intervenido indeseables factores administra tivos y de confrontación de línea política que para el caso sólo hubieran en torpecido la finalidad del estudio). No. Nuestro objeto de estudio debía ser ajeno, en la medida de lo posible, a presiones externas, como las gubernamen tales.

La elección fue El Nacional, diario cuya vinculación con el gobierno - (desde el momento en el que el Director de este medio es designado por el Presidente de la República y su subvención proviene directamente de la Secretaría de Programación y Presupuesto) y la pretendida intención de su información estarían fuera de toda duda, como lo corrobora su historia (infra).

Basta mencionar como un indicador el contraste en el precio del "periódico de la vida nacional" de veinte pesos, en comparación con el de sus competidores, (\$50.00 cincuenta pesos) para agosto de 1984 como es lógico pensar, el dinero no se da gratuitamente.

4.2. El estudio.

El estudio de la imagen fotográfica periodística se desarrolló en dos sentidos. Por una parte, se analizó el valor cotidiano que se da al aspecto morfológico de la fotografía como ilustración o unidad informativa que subsiste con otras tales como los textos, los títulos, la publicidad o la sección administrativa del periódico; por la otra, se reconoció la riqueza denotativa y connotativa general de las fotografías de la muestra y secciones -- elegidas, sobre la base de que, en todo momento, deberían responder en su -- presentación y contenido a las directrices de una línea política que debe -- (y no debe ser) vigilar la imagen de su principal patrocinador.

A este último respecto, se partió de la suposición de que El Nacional, en un entorno delamadridista, debería expresar un trato especial por el quehacer político, que es aquel en el que se materializa de forma más palpable su patrocinador (sin agraviar a las demás secciones). Dentro del marco de la objetividad y siguiendo los giros económicos-políticos, la función del diario se vincularía con la imagen positiva del gobierno y sus actores, así como el enfoque concomitante para las noticias de toda índole (cualquier noticia pue de ser de interés gubernamental).

Concretamente, se decidió estudiar, para su contraste, una muestra de la fotografía más destacada del diario, la de primera plana, y la de supuesto -- menor interés informativo gubernamental: espectáculos. El auxiliar metodoló-

gico para realizar un complementario estudio estructural fue el estudio hemerográfico de Jacques Kayser, sin olvidar que la hemerografía es el examen, estudio y descripción totales de los periódicos diarios.

Trata de descomponer sistemáticamente la estructura de los periódicos para encontrar conclusiones de tipo general con referencia a la evolución de un diario, de un grupo de periódicos y a los de un país o ámbito geo-humano determinado (1)

Los análisis hemerográficos han partido de dos autores: Jacques Kayser y Violette Morin, ambos franceses. De ellos el primero es quien se ha reconocido como el primer científico de la presentación informativa de los diarios.

La importancia de Kayser estriba en el interés que otorga al factor presentación de un medio, sobre las "preocupaciones teóricas de los alemanes y con la insistencia de los norteamericanos en el contenido" (2). Como aquí se pretendió abarcar este estudio morfológico y el análisis de contenido de las imágenes fotográficas, se espera haber cubierto de manera más integral el análisis.

Para evaluar la presentación de un diario, Kayser establece la valoración numérica de tres de sus factores: el título, los textos y las ilustraciones. Entre estas últimas se contabilizan las imágenes de nuestro particular interés.

Las siguientes son las consideraciones generales, desde la perspectiva de Jacques Kayser, para el estudio de cualquier diario:

- La descomposición de un diario en numerosas categorías debe acompañarse de un reagrupamiento en grandes masas.

Para el presente estudio se decidió descomponer la superficie impresa en texto e ilustraciones, para confrontar su uso. A su vez, el primero se dividió en encabezados y texto; el segundo en fotografías e ilustraciones complementarias. También existió una división en unidades redaccionales (es decir, número de noticias contenidas en la muestra, incluyeran éstas o no tex-

tos o fotografías).

- La categorización no puede ser establecida a priori.

Las propias de este análisis y las subsecuentes surgieron una vez que se cuntificaron los datos generales del estudio y se procedió a una revisión ocular del material.

- No existe un sistema milagroso que pueda ser aplicado en todos los casos.

Este factor permitió ahondar más en aspectos específicos del uso de la - fotogradía como unidad redaccional, tales como considerar su importancia con respecto a su ubicación o la proporción de fotografías con respecto a las no tas informativas.

- Una vez establecidas las reglas, "no modificarlas jamás, bajo ningún concepto, mientras dure el estudio"(3).

- Las categorías deben ser netamente definidas las unas con relación a las otras.

Dichas categorías de análisis específico se señalan más adelante.

- Se evitará incluir, en el estudio un número excepcional del diario.

Ciertamente el análisis consideró dos fenómenos singulares: parte de la Olimpiada de Verano de los Angeles. California y el Segundo Informe de Gobierno del Presidente Miguel de la Madrid; sin embargo, en su presentación el diario no revistió ningún carácter excepcional. El Nacional presento durante la Olimpiada una sección especial dedicada exclusivamente a este evento deportivo, pero ésta no modificó las condiciones generales de las demás partes (llámense Primera Plana, Espectáculos o aun Deportes); se manejó como una -- unidad autónoma.

- Es recomendable proceder a estudios comparativos.

Este último punto se hizo necesario para, basados en la comparación, -- "dar mayor claridad" a los resultados obtenidos. La intención fue entonces - elegir una sección antitética a aquella del pretendido mayor interés para - el diario (infra).

En este sentido, respecto al estudio de la prensa comparada: Sección de Espectáculos VS. Primera Plana, y análogo al fenómeno semántico, en el que - un signo no tiene valor sino en cuanto es puesto en relación con su contra-- rio, Kayser afirma:

Los resultados producidos por los estudios de morfología de un diario no toman todo su relieve y toda su significación si no son comparados a resultados obtenidos por estudios dedicados a otros diarios, o so-- bre el mismo diario en otros periódicos. Estos trabajos son el comple-- mento indispensable de los estudios morfológicos de la prensa: los -- aclaran, les dan vida y les confieren un significado. (4).

De tal manera que aquí la intención fue desarrollar una comparación entre la Primera Plana del diario de referencia, la página más importante de - la Primera Sección y carátula noticiosa de El Nacional, y otra carátula que en esencia, cumple una función más complementaria y "social" que gubernamental o política, (de índole populista).

Amén de ser la portada de un diario que debe ser político (por su vincu-- lación gubernamental y entendido "político" como, en este caso, relativo a - la manutención del poder). la Primera Plana es una unidad calificada por su sola ubicación espacial y por tener el mayor acceso para la transmisión de - su línea o el uso de sus poderes persuasivos.

Por su parte, y en lo que respecta a Espectáculos, esta sección general-- mente abarcaba dos planas del periódico, una de las cuales correspondía a la carátula, por ser la contraportada de la sección fue señalada entonces como la presentación de dicha sección, por su fácil acceso al descomponer al dia-

rio en sus unidades físicas y observar, sin mayor dificultad, la parte posterior de una de ellas.

No se consideraron, porque el diario no los maneja así, a los "Deportes" como "Espectáculos". Aparecen ambos en la misma unidad física, pero los logotipos de sus respectivas secciones los diferencian claramente.

Ahora bien, una vez consideradas las unidades del estudio, se procedió a elegir el tamaño de la muestra, que podía desarrollarse sobre la base de números normales influenciados por la época de su publicación, o bien sólo sobre números consecutivos, "para seguir la continuidad del diario, indispensable de conocer para describir su comportamiento". (5).

En este trabajo se quisieron conjugar ambas posibilidades al seleccionar el mes de agosto de 1984. Dicho lapso comprende, en un extremo, el desarrollo de la XXIII Olimpiada de Verano de Estados Unidos, y por el otro la víspera del II Informe de Gobierno del Presidente Miguel de la Madrid Hurtado. Entre ellos los demás días podrían considerarse como el desarrollo de la vida cotidiana del diario.

Por considerar sumamente interesante verificar en este lapso el tratamiento visual que se daba al informe de referencia, se decidió abarcar tres días más en el análisis: el 1º, 2 y 3 de septiembre, pues obviamente las imágenes del informe tenían que aparecer un día después de éste (2 de septiembre) y alguna gráfica no obligatoria podía hacer acto de aparición el día siguiente.

Cabe aclarar que, bajo la anterior intención, la muestra comprendió 34 días, desde el 1º de agosto al 3 de septiembre, los cuales divididos en semanas, contabilizaron cuatro completas y una de seis días. A lo anterior, reitero que una división "semanal" -como lo anota Kayser- no es obligatoria sino sólo aconsejable para efectos de manejo. De este modo, y sin estar de más, se puntualiza que este factor de una semana de seis días se tomó en consideración para no contabilizar porcentajes particulares sobre siete, en la seguridad de que ni la objetividad ni la representatividad de la muestra se --

perdieron por este concepto.

En este orden de ideas, es oportuno indicar que en este período se presentaron en el diario eventos tanto de índole gubernamental como de espectáculos: La Conferencia Mundial de Población, la firma del Plan Nacional de -- Salud 1984-1988, la entrega de las Diosas de Plata, etcétera.

Una inquietud previa al estudio, y por la cual se tomó en la muestra -- parte del desarrollo de la Olimpiada de Verano, era saber de qué manera El Nacional (un diario sumamente "nacional") manejaba un evento internacional -- sin interés propio para su pretendida línea nacionalista y con imágenes foto gráficas completamente ajenas a México o sus deportistas. Cabe reconocer que si se hubiera analizado el despliegue total que este diario dedicó a esta -- justa deportiva, el espacio hubiera superado cualquier fantástica suposición. Esta es quizás la evidencia de un uso fotográfico no como complemento informativo, sino como "distractor" o "esparcimiento" de aquellos otros sucesos -- que no interesa destacar en la plana (punto de especial importancia para un análisis comunicativo ulterior).

4.3. Unidades de análisis y pasos.

De acuerdo al sistema de Kayser, se deberían desarrollar en el estudio unidades de análisis generales. Dichas unidades son:

- A. La Biografía técnica del diario, representada por los datos generales de la identificación del medio y su personalidad. Para este efecto se llenaron los siguientes formatos:
 - A.1. Registro de identificación
 - A.2. Expediente de personalidad.

El registro de identificación expresa las características esenciales de un diario, su definición. El expediente de personalidad no habla más de su -- estructura jurídica, sus condiciones de fabricación, la organización de la -- redacción y su línea política. Ambos formatos evitan deambular por considera ciones subjetivas para reconocer el carácter de un diario, e intentan abar--

car el enfoque del mismo sin necesidad de analizar el contexto actual y sus coyunturas. Ciertamente estos puntos hubieran sido muy adecuados, pero su estudio riguroso hubiera requerido más espacio, lo que distraería al tema central de este trabajo.

- B. El segundo paso en el análisis fue la disección del medio a partir de las unidades naturales o secciones que le comprenden. Para saber en que marco se ubican aquéllas de nuestro particular interés.
- C. En un segundo nivel de descomposición se desarrolla una comparación entre la superficie total y la superficie impresa. Esta última se subdivide a su vez en:
- Superficie redaccional (textos, títulos e ilustraciones).
 - Superficie publicitaria y
 - Superficie administrativa.
- D. En el siguiente punto del estudio, se analizaran siguiendo a Kayser los elementos de la estructura, como se anotó anteriormente, en este paso se confrontó fundamentalmente el aspecto escrito con el visual (textos-títulos vs. "ilustraciones").
- E. El siguiente aspecto del estudio es el análisis propio de la fotografía en cada unidad redaccional. Aquí se le compara con las demás unidades redaccionales y con la superficie total impresa; sus motivos, distribución espacial y superficie abarcada. En un segundo momento se analizan también aquí las características comunicativas más marcadas en las imágenes, en lo que se constituye como un breve análisis semiótico de la denotación y la connotación de los signos icónicos - presentes.
- Obviamente, esta parte se divide en dos:
- Primera Plana
 - Sección de Espectáculos
- F. Finalmente, se realizan algunas conclusiones producto del uso de la

fotografía en una sección y otra, de su riqueza, dinamismo, profusión, motivos y uso como medio de comunicación.

Cabe señalar, por último y antes de atacar directamente el problema, que en este estudio se consideraron todas las ilustraciones de las planas analizadas, incluyendo gráficas y dibujos, para después estudiar el porcentaje de -- fotografías dentro de estos supuestos "apoyos visuales".

Asimismo, y para que el lector cuente con toda la información relativa a las planas de los 34 días analizados, ante la imposibilidad de reproducir todas en sus tamaños y características originales, se pueden consultar los anexos al final de la obra, que cuantifican el número total de fotografías por día, los motivos de cada una y superficies del texto e ilustración. Asimismo, aparecen cuadros semanales y totales.

Por otro lado, y para proporcionar un conocimiento mayor del diario de referencia que el que nos da la información de sus formatos, antes del estudio morfológico y comunicativo se presenta un breve esbozo histórico, importante para corroborar el compromiso específica que El Nacional ha seguido desde su origen.

Es importante dejar sentado como última advertencia general que en el estudio no interfirió el que algunas fotografías provinieran de agencias internacionales (AP y UPI), en el sentido de que sus elementos comunicativos no podían ser modificados, pues: por una parte, su aparición en la Primera Plana es voluntaria del Subdirector y Director conducente, y porque la imagen fotográfica, aun la de cable, es una suerte de materia prima para el laboratorista (totomecánica) y diagramador.

Su sustancia puede trastocarse con las técnicas ("trabajo de laboratorio") consideradas en el capítulo anterior.

4.4. Introducción a El Nacional

Las cuatro líneas que se dedican a El Nacional en El Periodismo en

México declaran el compromiso con el que se ha reconocido a este diario en la historia:

Como órgano del partido oficial nació en 1929 El Nacional Revolucionario, después llamado solamente El Nacional, que todavía existía, -- más por el subsidio del gobierno que por la masa de lectores que lo -- compran. (6).

El marco específico en el que surge el diario de nuestro interés es la etapa posterior a la Constitución de 1917, momento en que se parece llegar a su fin la prensa partidista. Para esta época, México se preocupaba por su -- reconstrucción económica, el reconocimiento de Estados Unidos por Alvaro --- Obregón y la inversión del capital extranjero:

El patron de la información colectiva implantado por las corporacio-- nes norteamericanas, hace su aparición en México: prensa y radiodifusión al servicio del anunciante. Esto coincide, en el renglón de la política interna, con la hegemonía del grupo sonoreense. Los caudi--- llos aniquilan los brotes de oposición para dar lugar a la etapa de -- las instituciones, que dará pie a la actual prensa oficialista. (7).

Los medios de comunicación impresa, y especialmente El Nacional, al -- que Fernández Christlieb califica como "organo oficial del PNR y ejemplo -- vivo de la prensa oficialista". (8), son un ejemplo de la tendencia gubernamen -- tal mencionada.

Las páginas de los diarios contienen información oficialista boletina -- nada, numerosos anuncios publicitarios, artículos de entretenimiento, cables procedentes de agencias extranjeras y sólo como excepción, crí -- ticas y sugerencias de proyectos de nación. Resumiendo podemos decir -- que el Siglo XX en México, salvo sus primeros lustros, se caracteriza -- por tener un periodismo oficialista. (9).

La historia específica del diario "de la vida nacional" es la siguiente: nació el 27 de mayo de 1929 con el nombre de El Nacional Revolucionario -- y con la finalidad de ser el órgano oficial del entonces Partido Nacional Revolucionario.

Dicho diario, cuyo primer director fue Basilio Vadillo, fue el sucedá--

neo de El Imparcial porfirista, cuya ideológica función había seguido el -- mismo derrotero. Pese a que apareció como sociedad anónima, desde el princi pio fue subvencionado por el partido que le originó.

En el año de 1946 y durante la presidencia de Miguel Alemán, El Nacio- nal dejó de ser el órgano del partido para volverse el órgano oficial del -- Gobierno de la República, dependiente de la Secretaría de Gobernación. De -- ahí que en la actualidad su director sea designado directamente por el Presi dente de la República.

Organicamente depende de la Subsecretaría encargada de la Comunicación Social (cuyo actual titular es el Lic. Fernando Perez Correa) y financieramente de --yía Gobernación-- una partida de la Secretaría de Programación y Presupuesto.

"Por ello, el poder de decisión de este diario (radica) en un grupo político determinado por el gobierno en turno" (10), es la fase que anota Fernández Chriesteb, y al respecto parece no haber duda de que la vinculación y el compromiso de su línea son evidentes. Pese a que se afirma que el objeti vo de este medio actualmente sea "penetrar a todos los niveles de la socie-- dad con información de interés general" (su línea explícita) esta intención parece justificar toda información e imagen inconexa que aparecen en su contenido (con tal de llamar la atención a la gente, como en el caso de las -- "vedettes" o las "noticias" de viajes espaciales). que bien pueden cumplir -- una doble función: pauseado informar sobre un aspecto de tercer orden para minimizar un problema de primero. En este sentido, todo tipo de imagen y -- texto encontraría justificación para el diario, y la fotografía podrá ser -- entonces un valiosísimo punto de intenciones alienantes maquiavélicas (v.gr. la sección de Espectáculos, cuasi revista erótica barata). El estudio nos da rá la respuesta.

4.5. Analisis morfológico de la fotografía en el diario.

De acuerdo a los elementos de análisis morfológicos anotados previamente aquellos que nos hablarán de la caracterización del diario y su presenta-

ción, el estudio de las unidades del 1° de agosto al 3 de septiembre arrojó, en cada inciso, los siguientes resultados:

4.5.1. Caracterización de "El Nacional"

4.5.1.1. Biografía técnica de "El Nacional"

Datos generales sobre la identificación y la personalidad del diario.

4.5.1.1.1. Registro de identificación (ficha característica por registro de identificación del diario)

- A. Nombre del diario: El Nacional
- B. Indicación que acompaña al nombre: 56 años al servicio de México.
 - 1) Lugar de residencia de la administración: México, D.F..
 - 2) Redacción: México, D.F..
- D. Periodicidad: Sale a la venta diariamente.
- E. Momento de aparición: Mañana o tarde. El diario es matutino.
- F. Fecha del primer número: 27 de mayo de 1929.
- G. Zona principal de difusión: Aunque es un periódico nacional, la principal zona de difusión es el área Metropolitana.
- H. Tiraje (con indicación de la fuente): El tiraje es de 80 mil ejemplares, según el jefe de información del diario, para septiembre de 1984
- I. Precio: \$ 20.00 M/N.
- J. Formato: Sábana.
- K. A. número habitual de páginas: Son 42 páginas. La primera sección contiene 12 planas y la 2°, 3° y 4° sección 8 planas cada una.
- L. Número por columnas por página: Contiene 7 columnas de ancho por -- 300 líneas agata de largo.
- LL. Nombre y dirección del impresor: Periódico El Nacional, diario al servicio de México.
- M. Características excepcionales de la vida del diario: El Nacional nació como órgano oficial del Partido Nacional Revolucionario (PRI).

Posteriormente fue adoptado como periódico oficial del gobierno, durante la presidencia del Lic. Miguel Alemán. Su objetivo es dar a conocer la política del gobierno en todos ámbitos.

4.5.1.1.2. Expediente de personalidad

A. Estructura jurídica y financiera del diario.

El Nacional es un órgano descentralizado del Gobierno Federal, dependiente de la Secretaría de Gobernación. Específicamente, sus directrices son delimitadas por la Subsecretaría encargada del ramo Comunicaciones, cuyo titular es Fernando Pérez Correa, y su presupuesto es subsidiado por la Oficialía Mayor de dicha Secretaría.

El diario está constituido desde 1946 como órgano oficial del gobierno de la República, a manera de empresa que cuenta con un sindicato. El Director General de la Institución es designado por el Presidente de la República, quien tiene la facultad de removerle en el momento en el uso que lo considere necesario.

B. Condiciones de fabricación.

El Nacional se fabrica en los talleres del propio periódico, ubicados en Ignacio Mariscal No. 25, El sistema de impresión es Offset para texto y fotografías en blanco y negro y color. Para las primeras se utiliza papel revolución de 71 cm., y para el segundo tipo el papel fino Rotopipsa trabajado con horno.

El sistema offset de impresión de El Nacional cuenta con el sistema computarizado Compugraphic, máquinas de fotocomposición 8600, -- una máquina automática Screen LD-260-L para revelado de impresiones, -- una ampliadora Kimsch Colortronic para el proceso de fotomecánica, -- una cámara Cromat horizontal para el copiado de negativos y el sistema de rotativa para la reproducción.

La elaboración de la fotografía del diario se hace con película Pancromática supersensible LASA estadounidense, que se aplica a la ampliadora mencionado (Kimsch), y cuya capacidad de reproducción varía del 0.50 de un negativo de 35mm., hasta 2250 veces de su tamaño.

C. Condiciones de distribución.

Afiliado a la Unión de Voceadores de México, un equipo de reparto se encarga de la distribución de El Nacional en el Distrito Federal y área conurbada, y en aquellas ciudades capitales de los Estados en lo que se cuente con vuelos aéreos diarios.

D. Organización de la Redacción.

La redacción de El Nacional se divide en las tres secciones que posee el periódico:

- Sección de Información General
- Sección Metropolitana - Cultural - Económica
- Sección Deportes - Espectáculos

Por su importancia, la primera de estas secciones, Información General, se subdivide en cinco sectores informativos, con un coordinador cada uno:

- Sector económico - financiero
- Sector político - laboral
- Sector energético - agropecuario
- Sector educativo - salud y

- Sector comunicaciones, relaciones exteriores y turismo los cinco coordinadores de Información General son auxiliares de la Jefatura de Información, apoyo de la Redacción, y su función es sugerir órdenes de trabajo y revisar la información diaria para los jefes de sección.

El Departamento de Fotografía depende directamente de la Información y cuenta con 13 fotógrafos.

Para la elaboración cotidiana de la Primera Plana del diario y las notas principales de la sección Información General, exclusivamente, se realiza primeramente una reunión presidida por Subdirector, los jefes de Redacción e información y los coordinadores de Sector. Una vez estructurada su propuesta, ésta se sugiere al Director del periódico. El es, finalmente, el responsable directo de toda aquella información e imagen que aparecen en la Primera Plana, sobre la base de que ha recibido la orientación de la Subsecretaría de Gobernación. Las notas e ilustraciones de Espectáculos son seleccionados por el Jefe de la Sección y el Subdirector solamente, pero bajo los lineamientos que a este último ha dado el Director.

Respecto a la fotografía, el jefe de Información decide a qué acontecimientos asignar fotógrafos. Estos eventos siempre son locales, pues no se cuenta con un sistema expedido de envía de imágenes del interior de la República (esta de eficiencia es palida con la utilización de un archivo fotográfico). Una vez entregadas, las impresiones son seleccionadas por el jefe de Información y el Subdirector, para ser propuestas al Director. Su ubicación y tamaño en la plana, una vez aprobadas y proporcionadas al Jefe de Redacción, queda cien por ciento a consideración de los diagramadores.

E. Línea y acción políticas.

En su carácter de órgano desconcentrado del Gobierno, la línea de El Nacional se dirige a informar sobre el trabajo público desde una perspectiva positiva, sin ocultar las malas acciones, sino analizarlas objetivamente. Este diario de información gubernamental recibe sus lineamientos específicos o las orientaciones necesarias, por medio del Subsecretario de Gobernación (Pérez Correa) vía Director General.

En relación a la demás información que maneja el diario, información no estrictamente política o gubernamental, la línea es proporcionar todas aquellas noticias que interesen a la gente. Se pretende dar a la gente lo que intuye, o se sabe por estudios de mercado, que la gente quiere, también es el interés de El Nacional que esta información da interés general - sea lo más completa y veraz posible.

4.5.1.2. Unidades naturales en las que se divide el diario

El Nacional
 Secciones
Primera Sección
 Primera Plana
 Sección Nacional
 Sección Internacional
SEGUNDA SECCION
 Deportes
 Espectáculos
TERCERA SECCION
 Reportajes
 Economía
 Cultural
 La República
CUARTA SECCION
 Extraordinaria:
 (Sección Olímpica)

4.5.1.3. Superficie total e impresa

La superficie total del diario, cuyo formato es de "sabana", es de 2059 cm², de la cual el área utilizada tanto para las secciones Primera Plana como Espectáculos es de 1809 cm².

Las superficies redaccionales son diferentes, en la Primera Plana, debido al logotipo de la institución y sus indicaciones generales. Las cantidades específicas son las siguientes:

	PRIMERA PLANA	SECC. ESPECTACULOS
Sup. impresa	1809 cm ²	1809 cm ²
Sup. publicitaria	0 cm ²	0 cm ²
Sup. administrativa	245 cm ²	0 cm ²

(Razón social, indicadores generales y / u -
orejeras).

Sup. redaccional	1564 cm ²	1809 cm ²
------------------	----------------------	----------------------

El siguiente análisis se realizó sobre la base de considerar a las -- superficies impresas de cada sección como universo de comparación, tanto -- de las unidades redaccionales como de los elementos de la estructura (textos, títulos e ilustraciones).

4.5.1.4. Elementos de la estructura

D. I. Aparición.

Los elementos de la estructura, textos, títulos e ilustraciones, se -- encontraron presentes en ambas secciones analizadas. Como era de esperar, fue la incidencia de estos lo que marcó la primera diferencia entre la -- aparente importancia de unos y otros.

Los índices, son los siguientes:

PRIMERA PLANA

FECHAS	TEXTOS TITULOS	ILUSTRACIONES
1 - 7 Agosto	56	20
8 - 14 Agosto	56	22
15 - 21 Agosto	56	21
22 - 28 Agosto	55	22
29 - 3 Septiembre	<u>48</u>	<u>18</u>
T O T A L	271	103
Promedio Semanal	55.8 Tex. Tit/Semana	22.4 Ilustraciones/sem.
Ilustraciones por nota:	38 Ilustraciones	

ESPECTACULOS

FECHA	TESTOS TITULOS	ILUSTRACIONES
1 - 7 Agosto	31	36
8 - 14 Agosto	38	35
15 - 21 Agosto	35	35
22 - 28 Agosto	39	31
29 - 3 Septiembre	<u>39</u>	<u>30</u>
T O T A L	182	167
Promedio Semanal	37.4 T/S	34.31/S
Ilustraciones por nota:	917 Ilustraciones	

Sobre esta base, podemos inferir, en el primer acercamiento, que las "ilustraciones" comprenden un espacio mucho más notable para la sección de Espectáculos que para la primera Plana. Este factor manifiesta, por principio, el considerar más valiosas las ilustraciones en una sección -- que en otra; o que se "ilustran" con mayor claridad las pretendidas noticias de espectáculos que las de la Plana Principal.

4.5.2. Uso de la fotografía en cada unidad redaccional

Si bien un primer nivel de análisis ha sido descriptivo y nos ha proporcionado elementos para identificar las características morfológicas del diario, un segundo nos servirá para reconocer su "valorización", definida por Kayser como: el medio por el cual los directores o los redactores de un diario atraen, desvían, acrecientan, disminuyen o neutralizan la atención del lector (11).

Como nota el periodista francés, un mismo texto tomaría un significado diferente en la Primera Plana y en lugar preponderante que en la página 4 y en un espacio recóndito, para poder cuantificar este factor, Kayser --- desarrolló un sistema de valorización de las noticias que califica el emplazamiento, los titulares y la presentación de una información para producir un índice, bautizado por Bisbal-Aguirre como de "Espectacularidad".

El porcentaje de importancia que Kayser otorga para tal efecto a las "ilustraciones", ahora consideradas básicas en una unidad redaccional, es mínimo. Estas tienen que compartir con la tipografía del texto y la superficie que ocupa la unidad redaccional el rubro de "Presentación". Esto no es nada extraño si escudriñamos la importancia que el periodista -- otorgaba al apoyo visual.

Las ilustraciones (fotografías, dibujos, caricaturas, mapas esquemas gráficos) adornan un documento, lo esclarecen, aportan al mismo -- la justificación de una prueba visual, le añaden elementos suplementarios de información o de apreciación (12).

Pese a esto, se desarrolló un índice de espectacularidad para las notas principales tanto de la Sección de Espectáculos como para la Primera -- Plana, el cual nos permitiría acercarnos un poco más a la "línea" explícita del diario vocero gubernamental, al papel que en el mismo juega el apoyo visual.

Se eligió el esquema modificado propuesto por Bisbal-Aguirre y explicitado en los anexos.

Los resultados son anotados en el cuadro número I, en el que se desarrolló una valorización de 40% para la ubicación de la nota, un 30% para sus títulos y en 30% para su presentación.

Como puede apreciarse en el cuadro en la Sección de Espectáculos -- existió una variedad de noticias, tanto en la primera semana como en la última, que sin ser las principales adquirieron un índice de espectacularidad semejante y hasta superior que el de la propia noticia "principal" ¿cómo fue posible esto? La razón fue el elemento fotográfico-leáse "ilustrativo" que hipervaloró el carácter de estas noticias.

Para comprobar la anterior afirmación se desarrolla un segundo índice de espectacularidad en el que se otorga un porcentaje mayor, 40%, a la presentación y a la ubicación se le disminuye al 30%. Este reajuste no es fortuito se considera que la puntuación para la nota principal es engañosa: siempre tendrá el máximo numérico porque va en un lugar preponderante permanente.

El segundo cuadro arrojó resultados sumamente interesantes. El promedio de "espectacularidad" de las noticias de espectáculos fue prácticamente el mismo que el de la nota principal de la Primera Plana durante la primera semana, fue superior en la misma relación en la segunda semana (en un diario gubernamental"), y; superó por 4.5. puntos a la Primera Plana en la última semana amén de prestar un porcentaje de "noticias más extensas"-de mayor espectacularidad que las notas gubernamentales por 8.5 unidades.- ¿Será válido este resultado insospechado para El Nacional, al haberse otorgado diferente valoración al factor "Presentación" de las noticias?. Por lo pronto se concluye que con una leve cuantificación demás en la presentación (diez por ciento), la espectacularidad de sus unidades redaccionales-evidencia cierta falta de correspondencia con el carácter de un diario de divulgación gubernamental ¿son los números de los que producen el espejis--

mo de parecer que se valora más a la Sección de espectáculos que a la misma Primera Plana?, ¿A su sección antitética?, Y lo que es más de nuestra incumbencia?, ¿Con que papel específico?

4.5.2.1 Primera Plana. Se ha dividido, de acuerdo a los enfoques de las imágenes en:

4.5.2.1.1 Motivos.

El motivo de una fotografía no tomaría tanta importancia si ésta, -- una vez reconocida la atracción que proporciona como imagen cromática, no se ubicara en aquella plana que "estableces la identidad, el carácter y la frescura que pueda tener un periódico" (13): la Plana Principal.

En dependencia de su tamaño y de su emplazamiento predeterminado, la fotografía de la Primera Plana cuenta con un espacio para desenvolverse de 150 cm² en el que aparecen un promedio de cuatro fotografías diarias como la "portada visual" del "diario de la vida nacional" ¿Cuál sería el cuidado que sobre esta respuesta deberá tenerla el Director del medio (quien es la persona que autoriza todo lo que aparece cada día en las portadas).

Basando en la línea editorial de El Nacional, este periódico debe -- aplicar, supuestamente, la misma dirección y cuidado tanto en las fotografías como en los textos. De esta manera, las actitudes del Presidente, los avances del gobierno, la mejoría de un servicio, por ejemplo, deben de ser caldo de cultivo para un espacio equivalente virtualmente a la quinta parte de la superficie impresa de este medio de circulación nacional.

La principal inquietud al realizar esta parte del estudio fue conocer el contenido general de las ilustraciones de Primer Plana, su carácter periodístico y su procedencia.

Esta información proporcionaría un acercamiento un poco más preciso que el estrictamente morfológico y un punto de partida para verificar su calidad comunicativa y su uso específico.

A reserva de contar con la información completa para cada fotografía en el anexo III, el cuadro siguiente específico para la primera plana desta cada escuetamente el carácter de fotografías de la muestra y agrega, para efectos de determinación de ingerencia, su procedencia,

FOTÓGRAFIAS DE LA PRIMERA PLANA EL NACIONAL (1º AGOS.- 3 SEP)

FECHA	ORDEN DE IMPORTANCIA	MOTIVO	TIPO DE FOTOGRAFIA	ORIGEN
1º AGO.	1	M.M.H.	Archivo	Nal.
	2	G. Ferraro	Retrato	AP
	3	Boxeador	Archivo	Nal.
2. AGO.	1	Ciclista	Documento social	AP
	2	Escolares	Institucional	Nal.
	3	Chino	Archivo	Nal.
3. AGO.	1	Boxeador	Momento preciso	Nal.
	2	Explosión	Documento social	AP
	3	Canciller	Archivo	Nal.
4. AGO.	1	Marchistas	Documento Social	AP
	2	Puertos	Archivo	Nal.
	3	Funcionario	Archivo	Nal.
5. AGO.	1	GRAFICA	-----	---
	2	Reina	Institucional	Nal.
	3	Basquetbol	Momento preciso	AP
6. AGO.	1	Deportista	Documento Social	UPI
	2	Funcionario	Archivo	Nal.
	3	Conferencistas	Retrato	Nal.
7. AGO.	1	M.M.H.	Institucional	Nal.
	2	Funcionarios	Archivo	Nal.
	3	Nado	Momento Preciso	Nal.
8. AGO.	1	M.M.H.	Institucional	Nal.
	2	Funcionario	Institucional	Nal.
	3	Clavados	Momento preciso	Nal.

FECHA	ORDEN DE IMPORTANCIA	MOTIVO	TIPO DE FOTOGRAFIA	ORIGEN
9. AGO.	1	Exámenes	Archivo	Nal.
	2	Boxeo	Archivo	Nal.
	3	Aerosequestro	Documento Social	UPI
10 AGO.	1	C.T.M.	Archivo	Nal.
	2	Acuerdo	Archivo	Nal.
	3	Boxeo	Documento Social	Nal.
11 AGO.	1	Tenis	Archivo	Nal.
	2	Ecuador	Institucional	UPI
	3	I.P.N.	Retrato	Nal.
12 AGO.	1	Caminata	Documento Social	UPI
	2	Conf. Intern.	Institucional	Nal.
	3	Cancilleres	Instit.-Retrato	UPI
13 AGO.	1	Cenf. Intern.	Archivo	Nal.
	2	B. Quintana A	Archivo	Nal.
	3	Funcionario	Retrato	Nal.
	4	Olimpíada	Archivo	UPI
14 AGO.	1	Cenf. Intern.	Archivo	Nal.
	2	Cancillerez	Institucional	UPI
	3	Danzantes	Documento Social	Nal.
15 AGO.	1	Cenf. Intern.	Retrato	Nal.
	2	Utiles	Archivo	Nal.
	3	M.M.H.	Institucional	Nal.
16 AGO.	1	M.M.H.	Instutucional	Nal.
	2	Srio. Edo.	Archivo	Nal.
	3	Funcionarios	Archivo	Nal.
17 AGO.	1	M.M.H.	Archivo	Nal.
	2	E.E.U.U.	Archivo	UPI
	3	Funcionarios	Institucional	Nal.
18 AGO.	1	Utiles	Archivo	Nal.
	2	I.P.N.	Retrato	Nal.
	3	E.E.U.U.	Archivo	UPI

FECHA	ORDEN DE IMPORTANCIA	MOTIVO	TIPO DE FOTOGRAFIA	ORIGEN
19 AGO.	1	Danzantes	Documento social	Nal.
	2	Caminata	Documento social	Nal.
	3	E.E.U.U.	Archivo	UPI
20 AGO.	1	Metro	Archivo	Nal.
	2	Diputada	Retrato	Nal.
	3	E.E.U.U.	Retrato	UPI.
21 AGO.	1	M.M.H.	Institucional	Nal.
	2	E.E.U.U	Retrato	AP.
	3	Srio. Edo.	Institucional	Nal.
22 AGO.	1	GRAFIACA	-----	----
	2	G. Ferraro	Retrato	UPI
	3	Funcionario	Retrato	Nal.
23 AGO.	1	M.M.H.	Institucional	Nal.
	2	Argentina	Momento preciso	UPI.
	3	DIBUJO	-----	-----
24 AGO.	1	P.R.I.	Retrato/archivo	Nal.
	2	R.Reagan	Momento preciso	AP.
	3	Canciller	Archivo	Nal.
25 AGO.	1	P.R.I.	Retrato/archivo	Nal.
	2	P.R.I.	Retrato/archivo	Nal.
	3	Funcionario	Retrato/archivo	Nal.
	4	Helicóptero	Archivo	AP.
26 AGO.	1	M.M.H.	Institucional	Nal.
	2	G. Gerraro	Documento social	UPI.
	3	Tanques	Archivo	AP.
27 AGO.	1	C.N.C.	Documento social	Nal.
	2	Entrevista	Retrato	Nal
	3	LOGOTIPO	-----	----
28 AGO.	1	C.N.C.	Institucional	Nal.
	2	Hundimiento	Documento social	UPI
	#	Tripul/Discevery-	Retrato	UPI

FECHA	ORDEN DE IMPORTANCIA	MOTIVO	TIPO DE FOTOGRAFIA	ORIGEN
19 AGO.	1	Informe	Archivo	Na1.
	2	Funcionario	Archivo	Na1.
	3	Paloma C.M.	Institucional	Na1.
30 Ago.	1	Banderistas	Documento social	Na1.
	2	Perú	Retrato	AP.
	3	Avión	Retrato	UPI
31 Ago.	1	Discovery	Documento social	AP.
	2	Cancilleres	Archivo-recuerdo	Na1.
	3	Buque-tanque	Momento preciso	AP
1 Sep.	1	Personaje	Retrato	Na1.
	2	Satélite	Documento social	UPI
	3	Embajador	Retrato	Na1.
2 Sep.	1	M.M.H.	Institucional	Na1.
	2	Japón	Documento social	AP.
	3	Informe MMH	Archivo documento	Na1.
3 Sep.	1	Discovery	Documento	UPI
	2	Funcionario	Retrato archivo	Na1.
	3	Inundación	Documento social	UPI.

FECHA	ORDEN DE IMPORTANCIA	MOTIVO	TIPO DE FOTOGRAFIA	ORIGEN
29 AGO.	1	Informe	Archivo	Nal.
	2	Funcionario	Archivo	Nal.
	3	Paloma C.M.	Institucional	Nal.
30 AGO.	1	Banderistas	Documento social	Nal.
	2	Perú	Retrato	AP.
	3	Avión	Retrato	UPI
31 AGO.	1	Discovery	Documento social	AP
	2	Cancilleres	Archivo-recuerdo	Nal.
	3	Buque-tanque	Momento preciso	AP
1°SEP	1	M.M.H.	Institucioanl	Nal.
	2	Japón	Documento social	AP
	3	Informe M.M,H	Archivo documento ..	Nal.

De acuerdo al cuadro anterior y a la observación directa de los ejemplares, una primera conclusión es que, sorprendentemente, las fotografías de la portada del diario analizado no tienen que ver, en su mayoría, ni con el gobierno mexicano ni con algún interés gubernamental.

El siguiente cuadro precisa la relación entre el número de ilustraciones totales de cada semana y aquéllas con alguna relación con el ámbito gubernamental o el Sector Público:

	P R I M E R A P L A N A					TOTAL
	No. DE SEMANA					
	1a.	2a.	3a.	4a.	5a.	
Total de ilustraciones	21	22	21	22	18	104
Fotografías relacionadas con el gobierno o Sector Público	10	9	10	9	8	46

Cuadro. Relación ilustraciones-fotografías gubernamentales

El promedio semanal de fotografías fue de 21.4 (sin olvidar que éstas representan el 96% de las ilustraciones de la sección analizada). Para un total de 56 noticias semanales en esta Primera Plana, la relación indica que casi corresponde una imagen por cada dos noticias; sin embargo, el porcentaje de fotos gubernamentales aquí es sólo de 9.4 por semana.

¿Qué hace entonces El Nacional con las 54 fotografías restantes de su portada? ¿Qué ilustra este diario, si no son las actividades del gobierno?

La respuesta a este cuestionamiento fueron, por un lado, las imágenes de sucesos de cierto interés para algún sector social; algunos eventos de supuesto interés general (como el lanzamiento del "Discovery"), y; la circunstancial realización por esas fechas de la Olimpiada de verano en Los Angeles, California.

Como era de suponerse, El Nacional debería haber tratado a las imágenes olímpicas con discreción, para permitir sólo a algunas determinadas -la ----

obtención para los nacionales de alguna medalla- el "colarse" hasta la Primera Plana. Pero no, para el cuerpo editorial este evento ni gubernamental ni nacional pareció ser imprescindible, cual buen diario deportivo, durante las tres semanas de la muestra en las que se desarrolló.

Con una competitiva aparición de mexicanos en contienda y de extranjeros sin ningún interés para nuestro país, el diario de referencia utilizó 13 fotografías de las 43 ilustraciones de las dos primeras semanas, casi la tercera parte, para ilustrar a la Olimpiada. Así es que si en la primera semana - se dedicaron 10 imágenes al gobierno, 7 -un número no muy inferior- fueron - para el evento deportivo; y si en la segunda semana la atención gubernamental alcanzó 7 íconos, el espíritu olímpico no se quedó atrás con 6 tantos.

Asimismo, la Convención Nacional del Partido Republicano, en la que -- Ronald Reagan buscaba la reelección, y la Campaña a la vicepresidencia de -- Geraldine Ferrare, también de los Estados Unidos, parecieron ser materia fértil para el relleno de espacios: entre los dos eventos lograron colarse ocho veces a la Primera Plana, con fotografías de irregular -en ocasiones inexistente- valor.

Con menor suerte corrió el II Informe de Gobierno del Presidente Miguel de la Madrid Hurtado, el evento gubernamental de mayor envergadura e interés para El Nacional, de acuerdo a su línea, pues su cobertura visual previa comprendió solamente a una fotografía, de escaso valor comunicativo, que apareció el 29 de agosto.

De esta manera, el "evento del año" a nivel gubernamental, el resumen de un año de esfuerzo y avance de una gestión envuelta en una profunda crisis económica, tuvo que conformarse con tres discretas fotografías: la mencionada del 29 de agosto; la del 2 de septiembre (imprescindible) del licenciado De la Madrid, y una más que apareció en ese mismo día. Cabe contrastar esta información con la cobertura visual del viaje del "Discovery", contemporáneo - del Informe y a quien se dedicaron cinco imágenes: el 27 de agosto, con el logotipo de la misión; el día siguiente, 28, con la fotografía de estudio de la tripulación; el 30, con una bella imagen del lanzamiento, y; el 10. y 3 - de septiembre, con fotografías desde el espacio sideral.

Visualmente hablando, ¿por qué se llama El Nacional este periódico? --
¿Para qué elige el Presidente mismo al Director en turno de este diario?

Se Hunde un Petrolero Liberiano por una Mina en el Mar Rojo

Tiene Pocos 21 Días Para Formar un Nuevo Gobierno

Jerusalén 20/8 - El jefe del Partido Laborista Shimon Peres, tras el fracaso de la formación del nuevo gobierno por el presidente Isaac Cheloni, anunció el día de ayer, domingo 21 de agosto, que se retiraba de la política y se dedicaría a organizar un gobierno de unidad nacional con Yitzhak Rabin. Este anuncio se dio a conocer en un momento de gran tensión política en el país.

Edición de la Tarde Sabana

EL NACIONAL

85 AÑOS AL SERVICIO DE MÉXICO

Sección Olímpica

Principales Resultados y Noticias de los Juegos Olímpicos de Moscú 1980

Sección Política

Sección Deportes

México, D.F., Lunes 6 de Agosto de 1984

Sección Economía

Sección Cultura

Superávit en Minería: 2 mil Millones de Dls.

Delegados de 150 Países en la Junta de Población

El presidente Ronald Reagan inauguró hoy la Conferencia Internacional de Población, en la que participarán delegados de 150 países integrantes de las Naciones Unidas.

En la inauguración se pronunció acerca del problema de la población en el mundo y se acordó un programa de acción para el futuro que incluye el establecimiento de un fondo de recursos para el desarrollo y el bienestar de los países en desarrollo.

Los delegados van a participar en la conferencia plenaria del Comité de la Cumbre de Población, que será el primer paso de una serie de reuniones que se celebrarán en Washington, D.C., y en otros países.

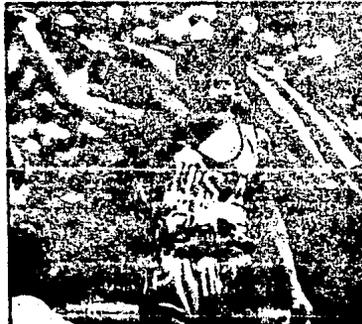
El primer ministro de China, Li Peng, y el primer ministro de India, Indira Gandhi, también participarán en la conferencia.

Por su parte, el jefe de la delegación mexicana, el secretario de Población y Fomento, Juan Manuel Sánchez, dijo que el objetivo de la conferencia es lograr un consenso mundial sobre la población y el desarrollo.

Por Redacción

Para conocer más detalles de la conferencia de la Cumbre de Población y Fomento, consulte el artículo de la página 1 de este periódico.

En la reunión, el presidente anunció que se creará un fondo de recursos para el desarrollo y el bienestar de los países en desarrollo.



Un minero, a la izquierda, y un trabajador de la mina, a la derecha, en una mina de cobre en el estado de Sonora, México. La mina es propiedad de la empresa mexicana, el grupo de la familia de los señores de la mina, el grupo de la familia de los señores de la mina.

Se Contrarresta así la Espectacular Caída en los Precios del Oro y la Plata

Subraya Luis de Pablo la Potencialidad del Sector Minero en 1984 se ha Triplificado el Financiamiento a Pequeños y Medianos Emprendedores

Por Ignacio SACRIBÁN TORRES

Financiar resulta la clave de los negocios mineros. La plata registrada en 1983 en el mundo durante 1983, representó el 27 por ciento de la producción mundial de 1987. Durante la crisis del petróleo, el precio promedio de la plata se elevó de 1987 a 1988, de 1.50 dólares la onza a 2.50 dólares la onza.

Para los países que se le consorcia y produce plata, México podría experimentar una espectacular caída en los precios del oro y la plata, en los próximos meses.

Así lo asegura el licenciado Luis de Pablo, director general de la Secretaría de Fomento Minero, organismo creado recientemente por la Secretaría de la Industria, Comercio y Fomento Minero (SEICOM).

La espectacular recuperación de los precios del oro y la plata, en los últimos meses, se ha visto reflejada durante la actual subvaloración por el exceso de producción que prevalece en el mundo.

Según la información del Estado, la minería - una actividad de alto potencial de desarrollo económico - alcanzó en 1983 un nivel de 1.50 millones de dólares en el valor agregado del sector y de 1.50 millones de dólares en el valor agregado del sector.

Los datos de la producción de plata en México en 1983 son los siguientes: 1.50 millones de dólares en el valor agregado del sector y de 1.50 millones de dólares en el valor agregado del sector.

En 1983, los datos de los 30 principales mineros de la industria de Fomento Minero fueron por 1.50 millones de dólares en el valor agregado del sector y de 1.50 millones de dólares en el valor agregado del sector.

Para 1984 se espera un crecimiento de 1.50 millones de dólares en el valor agregado del sector y de 1.50 millones de dólares en el valor agregado del sector.

El sector de la minería en México es uno de los sectores más importantes del país, tanto en términos de producción como de empleo.

La industria minera mexicana es uno de los sectores más importantes del país, tanto en términos de producción como de empleo.

El sector de la minería en México es uno de los sectores más importantes del país, tanto en términos de producción como de empleo.

El sector de la minería en México es uno de los sectores más importantes del país, tanto en términos de producción como de empleo.

El sector de la minería en México es uno de los sectores más importantes del país, tanto en términos de producción como de empleo.

El sector de la minería en México es uno de los sectores más importantes del país, tanto en términos de producción como de empleo.

El sector de la minería en México es uno de los sectores más importantes del país, tanto en términos de producción como de empleo.

El sector de la minería en México es uno de los sectores más importantes del país, tanto en términos de producción como de empleo.

El sector de la minería en México es uno de los sectores más importantes del país, tanto en términos de producción como de empleo.

Foto 1. El Nacional, ¿visualmente "nacional"? (6 de agosto, 1984).

4.5.2.1.2. Relación nota principal-fotografía principal

El desinterés de fotografías que tan solo complementen la información - del texto y la incongruencia de los motivos se hace destacable si analizamos la relación que presenta la fotografía principal de la Primera Plana, especialmente destacada, con la noticia principal del diario -la de ocho columnas- que aparece rodeando a este ícono principal.

Como se supondría, la nota y la imagen anotadas deberían guardar cierta relación, si no ser completamente una de otra, porque la excesiva proximidad de ambos elementos induciría a provocar lógicas confrontaciones visuales.

Por otro lado, era lógico pensar que el espacio que se anota se inserta en medio de la noticia más importante sería idóneo para introducirle una fotografía que hablara de esa noticia y así comunicar o redondear un sentido específico inmediato que el texto no podía producir.

Pero parece que El Nacional no está de acuerdo con esta, aparentemente-cuerda, política. Para el editor no existe problema en que ambos elementos -- hablen de sustancias tan disímbolas que puedan llegar al contrapunto.

Así llegaron a darse casos tan contradictorios como el del 6 de agosto, en el que bajo el tradicional logo tricolor que dice "El Nacional", una cabeza que anota: "Superávit en minería; 2 mil millones de dólares", aparecen --- 116 cm² de primer plano dedicados a una deportista que, con enormes letras -- "USA" en la camiseta y una bandera del vecino país del Norte en el fondo, aparece como la ganadora de la versión femenil del maratón olímpico. ¿Tiene --- esto algo que ver al menos con algún aspecto de interés nacional? (foto 1).

La relación de fotografías de lugar privilegiado que se utilizaron para "ilustrar" a la nota principal a la que rodeaban es la siguiente:

	S E M A N A				
	1a.	2a.	3a.	4a.	5a.
No. de fotografías	2	2	2	4	1

El total de las fotografías "principales" que se relacionaron con la nota de ocho columnas que las rodeaba fue de 11, para un máximo posible de 34 noticias principales. Es decir, que solamente uno de cada tres días el lector tendría la oportunidad de encontrar una relación entre la fotografía principal y la información que le rodeara por tres de sus cuatro lados. Los otros dos debería lidiar visual y psicológicamente con aquellas dos informaciones que se le presentan, para decidir a cual hace caso o cual lee primero.

Evidentemente, El Nacional manifiesta en el análisis que el apoyar visualmente una nota no es útil en la mayoría de las veces -las 2/3 partes de las veces-, y que si alguna imagen puede tener valor por sí misma hay que --mandarla a la guerra con un bombardeo a tres flancos de letras que hablan de otra cosa.

En este sentido, parece que por el número de fotografías principales de la muestra relacionadas con la Olimpiada de Verano no dejan duda de que el diario es cuasi-deportivo. Amén de presentar en el lugar privilegiado a imágenes de competidores o eventos que rara vez eran mexicanos, El Nacional colocó en el lugar de mayor interés en seis ocasiones, de las trece posibles, alguna fotografía deportiva. Es decir, que del 10. al 13 de agosto (La Olimpiada terminó el día 12) prácticamente uno de cada dos días el lector de --"el periódico de la vida nacional" tuvo ante sus ojos a un diario diametralmente opuesto a su razón social.

4.5.2.1.3. Imagen Denotada en la Primera Plana

Como podrá constatarse en los ejemplos anexados, y en la lista, las fotografías de Primera Plana acusaron un uso profuso de impresiones de tipo institucional y de archivo. En este sentido, es oportuno realizar una división: por una parte de las fotografías "nacionales" y por la otra las provenientes de las agencias internacionales de información (AP y UPI).

A este respecto, las características de ambos tipos de impresiones fueron claramente diferentes. Por un lado las fotografías de agencia presentaron comúnmente fotografías no institucionales ni de archivo, sino de "momento preciso", fundamentalmente. Con la tendencia a un equilibrio áureo más que -

aritmético, existió una variedad de elementos que estuvieron presentes -amén de los generales de toda imagen- tales como el color, la dimensión, el tono y la escala cuya presencia tuvo algún propósito para un posterior momento -- connotativo. Estos elementos difícilmente se presentarían en las imágenes de origen nacional. Asimismo, se utilizaron los planos como elementos dinámicos.

Las imágenes internacionales presentaron además verdaderos juegos S-S-V, por las siguientes razones: el sujeto diferenciaba del demás contexto; el soporte verdaderamente apoyaba de manera visual la función del sujeto, y la variante era dinámica al conjugarse con gestos o poses de los personajes. -- Verbigracia de este juego es la imagen de Ronald Reagan aparecida el 24 de agosto.

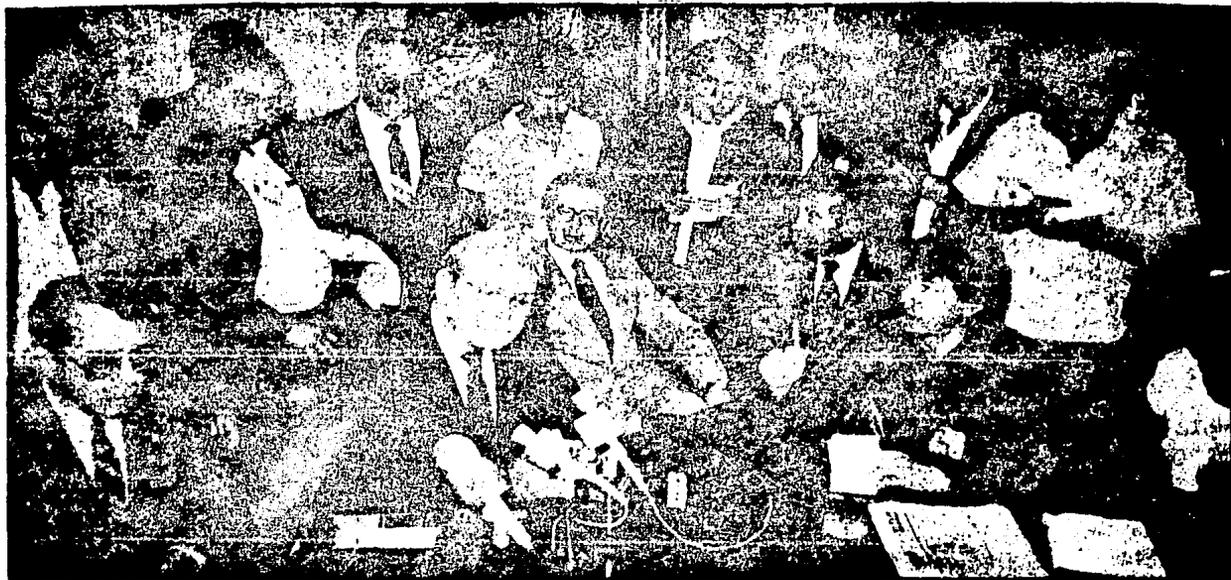
En contraposición la fotografía nacional careció -también en la mayoría de las ocasiones- de la riqueza anotada para con aquella transmitida por cable. En su mayoría, las impresiones fueron del tipo institucional y de archivo con las consecuentes características negativa de estas impresiones. La mayoría de las ocasiones los elementos que se presentaron eran los de rigor -- (línea, contorno, dimensión) sin lugar al recurso de otros para buscar dinamismo. El equilibrio aunque áureo para la generalidad, quedaba en algunos casos como aritmético y en otras como institucional (que salgan todos los personajes en el cuadro) para generar, junto con un deficiente manejo del S-S-V, impresiones visualmente indeseables.

Sobre este último punto, se apreció una seria deficiencia en el uso - de este elemento, pues si bien parece no haber problema para reconocer al sujeto, sí a los elementos que le rodean como soporte del mensaje, y a la variante como riqueza y dinámica de signos icónicos.

De esta manera, fotografías como la del constitucionalista don Jesús Romero Flores o la del doctor Pérez de Cuéllar en la Conferencia Internacional de Población (13 de agosto) fueron un ejemplo típico de la dificultad en este renglón, pues el sujeto aparece lidiando visualmente con personas que no tienen nada que ver con la noticia y sólo estorban.

Para estos ejemplos citados -que, por supuesto no fueron los únicos, -

sino que parecen ser producto de una constante- se proponen dos opciones de mejora, sobre la base de la marginación y la ampliación.



CONTRA LA confrontación ideológica en reuniones como la Conferencia Internacional de Población se pronunció ayer al Hogar a México el secretario general de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Javier Pérez de Cuéllar, quien clausurará dicho evento. Fue recibido en el aeropuerto por el secretario de Gobernación, Manuel Bartlett Díaz, y por Víctor Flores Olea. (Fotocolor de Jorge TELLEZ). (Información en la

Foto 2. J. Pérez de Cuéllar, Bartlett y V. Flores Olea perdidos en un mundo de reporteros (13 de agosto).

Un ejemplo claro de este fenómeno no sólo de pobreza denotativa, sino de incorrección al aplicar la misma en la fotografía del Informe de Gobierno. Para el fin informativo que perseguía esta imagen institucional parecen existir elementos de más que no tienen razón de ser para el motivo de la imagen. Dichos elementos serán un estorbo al realizar la connotación de la fotografía (fotografía No. 2).

Pese a lo anterior, la riqueza denotativa potencial en las fotografías de esta sección parece incuestionable, pues sobre el papel aparecen muchos códigos susceptibles de intenciones (cromático, gestual, tonal, iconológico, es tético, técnicas visuales, etcétera). Es la aplicación connotativa que se les dé la que determinará en buen grado la efectividad de la fotografía como un mensaje intencionado.



Foto 3. Propuesta de mejoramiento a la fotografía anterior



Foto: 4 . El fornido reportero ridiculiza la constitución de don Jesús Romero Flores ¿A quién de los dos se habrá querido fotografiar?

Foto 5. Propuesta de mejoramiento a la fotografía No. 4.



Foto 6. La fotografía principal del Informe de Miguel de la Madrid Hurtado-
(2 de septiembre).



Foto 7. Propuesta de mejoramiento a la fotografía No. 6. Obsérvese que se -
ha aplicado la composición áurea, se eliminaron soportes inútiles y
se hizo énfasis en la actitud del sujeto. El escudo nacional aparece
en un límite, sin perder interés y simbolización.

4.5.2.1.4. Imagen connotada en la Primera Plana

La interpretación de las imágenes de la Primera Plana no recurre, por lo general, a subcodificadores muy especializadas, debido, en un alto grado, al antecedente de una sustancia de expresión austera.

Sin embargo, e igualmente que en el plano anterior, existe una diferencia clara entre las fotografías de agencia y las de origen nacional -por supuesto, se da por sentado que las primeras sufren un proceso de selección -- más riguroso.

Las impresiones de origen nacional presentan una incidencia de subcodificaciones fundamentalmente iconológicas. De manera aislada hace acto de presencia el subcódigo estético y el gestual es reservado (como una producción-intencional) al retrato, generalmente institucional.

El perfil de la imagen connotada en esta plana se puede reconocer en la clásica fotografía de archivo o institucional en la que el móvil es el -- personaje político motivo de la toma en la actitud de seriedad, serenidad y confianza. Empero, esta actitud es tradicionalmente ficticia (recordemos a la fotografía "oficial" relatada en el primer capítulo de esta obra), tanto por parte del comunicador, como del personaje fotografiado, pues el primero no parece preocuparse por buscar lo novedoso o diferente en la imagen del -- funcionario, ni el primero ceder un dejo de naturalidad en la acartonada efi-gie que, sabe, debe conservar el mayor tiempo posible (a riesgo de ser captu-rado en un desliz visual por un fotógrafo de La Jornada o uno más uno).

En el caso concreto del comunicador, parece manifestarse el temor a des cubrir una riqueza ulterior en la impresión, en el intento perenne de asegu-rar el empleo con el anuncio de un gobierno serio, capaz, consciente; y para-esto toda riqueza subcódica pasa de ser reconocida a trillada.

Un claro ejemplo de esta situación es la imagen del Lic. Alfredo Lugo - Verduzco del 24 de agosto. El entonces presidente del PRI aparece dirigiéndose a las masas en una actitud curiosamente semejante a la del Ronald Reagan - de la misma fecha. Obsérvese en las fotografías de enseguida que pese a ----

tratarse de acciones semejantes, el uso adecuado (impresión adecuada, en este caso) del subcódigo gestual una mano triunfadora y una expresión visual natural hacen una notable diferencia.



Foto 8. Un Adolfo Lugo V. inexpresivo en su reelección al frente del PRI (24 de agosto).

Foto 9. En la misma fecha, Ronald Reagan afirma visualmente satisfacción y confianza en un evento correlativo.

Las fotografías de agencia en el diario manifiestan el uso más frecuente de subcódigos estáticos, gestuales, cromáticos, etcétera, toda vez que -- cuentan con la ventaja de una sustancia más rica desde la impresión y el propósito de capturar algo que sea un documento social más que archivológico o un burdo retrato de interés constantivo. A continuación se utiliza el contrapunto en dos impresiones de distinto origen (una de ellas una excelente impresión del tipo "momento preciso"), aparecidas la misma fecha en la multicitada "fachada" de El Nacional.



BUENOS AIRES, 22 de agosto.—Indignado por los gritos de "asesino" que le lanzaba un grupo de manifestantes, el general Luciano Benjamín Menéndez bajó de su automóvil y trató de atacarlos con una bayoneta, lo que fue impedido por su escolta. Menéndez es considerado responsable de actos represivos durante el gobierno militar. (UPI).

Foto 10. Imagen presentada en segundo orden de importancia en el diario del 23 de agosto. Su riqueza connotativa es evidente (S-S-V, composición, subcódigos gestual e iconológico, etc.). La presencia del -- cuchillo es fundamental.

En resumen, la fotografía nacional de la Primera Plana llega a connotar con mucha dificultad que lo que una descripción diría. La clave es un mal comienzo del juego S-S-V, que limita mucho cualquier intención positiva. El fotógrafo parece desconocer el recurso técnico, compositivo y de expresión corporal, manifestado esto en lo reiterado de imágenes en la que los colegas del periodista gráfico inundan el espacio inútilmente y en la impresión principal del II Informe de Gobierno, absolutamente inexpresiva.



LA DELEGACION mexicana que participó en los XXIII Juegos Olímpicos, celebrados en Los Angeles, se reunió ayer con el presidente Miguel de la Madrid durante un desayuno ofrecido en el Salón Carranza de Los Pinos. En la gráfica acompañan al primer magistrado los medallistas Raúl Escobar, Ernesto Canto y Daniel Aceves. (Fotocolor de Antonio MONROY). (Información en la página uno, Segunda Sección).

Foto 11. Compárese la fotografía anterior (10) con la principal de ese día, con un Miguel de la Madrid que parece estrechar la mano a un Daniel Aceves que le ignora. De hecho, nadie parece poner atención a nuestro Primer Mandatario; los subcódigos iconológicos (como el que indica "saludo de mano" y que exige una postura visual para sus dos ejecutantes) han actuado contraproducentemente.

4.5.2.2. Sección de Espectáculos

Todas las expectativas para esta sección fueron superadas. Parecía lógico pensar que los espectáculos requerirían de más apoyo visual en su superficie impresa. Sin embargo, por tratarse de un diario de tendencia de difusión gubernamental, lo aparentemente lógico era no encontrar un excesivo interés por este aspecto y, en su caso, observar el apoyo hacia dependencias gubernamentales tales como Radio Televisión y Cinematografía (RTC), en lo que bien podía ser una perspectiva diferente de los espectáculos como algo más - que artistas populares y vedettes.

Las observaciones fueron las siguientes:

Respecto al porcentaje de fotografías en las ilustraciones, el 100% de las 167 ilustraciones de esta sección fueron precisamente imágenes fotográficas. El valor que se reconoce a este medio para transmitir información específica queda puesto de manifiesto.

¿En qué superficie se utilizó la fotografía? La plana de Espectáculos ocupó, durante la muestra, un promedio de 708 cm² de imagen de los 1309 cm² de que disponía la superficie impresa. Los promedios extremos en este renglón fueron de 821 cm² para la primera semana, y de 613 cm² para la tercera. De cualquier manera, el promedio general de la muestra representa más del doble del promedio de la Primera Plana (317 cm²), y el equivalente al 40%, aproximadamente, de la superficie redaccional.

Ahora, en su mayoría, las fotografías de la primera plana de la sección analizada correspondieron a la ilustración de un texto, y no a aparecer como unidades de información autónoma. En este sentido, la siguiente gráfica presenta el número de fotografías de esta sección utilizada como información -- autónoma y no autónoma.

SECCION	ESPECTACULOS					Total
	S E M A N A S					
	1a.	2a.	3a.	4a.	5a.	
Fotografías que, junto con el pie, conformaron la noticia.	8	16	19	20	11	74
Fotografías que complementaron un texto.	25	19	16	11	19	90

La segunda observación es alentadora. De las 164 fotografías totales, - 74 (el 45% de las imágenes) son utilizadas como unidades informativas autónomas y no como ilustraciones de un texto periodístico.

En otra perspectiva y para verificar lo anterior, se consideraron, por otro lado, los promedios totales de imagen y texto, lo que arrojó una superficie promedio de 708 cm² diarios dedicados a la imagen, contra 337 cm² del texto relacionado con los contenidos icónicos.

De acuerdo a lo anterior, la concesión de espacio obligaba a buenas producciones fotográficas, y a un interés por comunicar visualmente algunas noticias, ¿cuáles?

4.5.2.2.1. Motivos en la Primera Plana de Espectáculos

La cantidad de fotografías redujo la brecha entre éstas y el número de noticias de la plana al mínimo: el promedio de noticias semanales fue de 34.7, contra 34.3 fotografías para el mismo período; es decir, 0.9 fotografías por noticias.

Al contar entonces, de acuerdo a lo anterior, con una superficie del 40% de la plana y un número equivalente a la mitad de las noticias, el motivo de las fotografías cobraba especial relevancia como el "enfoque" o "línea" - que para El Nacional tenían los Espectáculos. Esto definiría además, visualmente, lo que este diario considera de prioritaria difusión por este sistema, en esta sección.

Especial importancia cobrarían también en este análisis las fotografías que ilustraban a la noticia principal, pues era de esperarse que con -- tal número de imágenes la nota de mayor relevancia debería ser uno de los -- principales motivos por considerar. En este sentido, Jesús Hernández Torres, como Director de RTC, debería ser una figura relevante, aparentemente en --- esta Plana, por cumplir funciones oficiales relativas, en escala a aquéllas-- del titular del Ejecutivo en la Primera Plana. ¿Cuáles son los datos?



ANDRES Torres: coordinador de teatros del Seguro Social.

Foto 12. Los funcionarios que tienen que ver con los espectáculos no deberían recibir trato visual discriminatorio en El Nacional. Pese a - ello, la mayoría de imágenes de este tipo fueron como la presente. ¿Qué atractivo presenta? (2 de agosto).

En este sentido, los promedios arrojan que para 37.4 notas totales por semana existieron 34.3. fotografías, de las cuales 6.5. se dedicaron a ilustrar la noticia ubicada en lugar preponderante.

Sin embargo, el anterior promedio de 6.5. fotografías para la noticia principal por cada 7 días es aparente, pues supondría que prácticamente todas

las notas de este tipo fueron ilustradas fotográficamente. La ilusión fue -- provocada por el hecho de que varias fotografías -en ocasiones más de cinco- se dedicaron al apoyo de unasola información. Al respecto, es más real reproducir la siguiente relación inversa, es decir, el número de notas principales que fueron ilustradas, ya fuera por una o varias imágenes.

	S E M A N A S				
	1a.	2a.	3a.	4a.	5a.
Notas principales ilustradas en una semana.	6	4	5	1	3

De acuerdo a lo anterior, un total de 19 días de notas principales --- ilustradas de 34 totales: apenas el 55% en una sección en la que casi había una fotografíaa por cada información escrita. Es decir, que el lector de Espectáculos sólo podría esperar encontrar ilustrada la noticia más importante 3.8 veces en una semana, y observar entonces una dedicación visual, por parte de El Nacional, a otra información seguramente considerada más prioritaria. - ¿Cuál era ésta?

A decir de las imágenes que impregnaron la superficie de espectáculos- de El Nacional, éste es un diario eminentemente publicitario más que noticioso. Es decir, que las imágenes que aparecieron en la superficie no fueron, - en un alto grado, más que fotografía de archivo que aquélla proporcionada -- por el evento mismo a que se hacía referencia. Sobre esta base, las imágenes no podían poseer valor periodístico alguno.

Con la sorpresa de encontrarse con una abrumadora cantidad de imágenes publicitarias se procedió en primera instancia a separar aquéllas con valor- noticioso de las que carecieran de él. Ciertamente esta diferenciación podría provenir de consideraciones específicamente subjetivas o de gustos personales. Sin embargo, y a riesgo de parecer crítico en exceso, se consideró como noticiosa aquella fotografía que manifestara haber sido tomada para ilustrar una noticia que se relataba en el día determinado, para lo cual debería hacer --- cierta referencia visual a la noticia.

De esta manera, de las 167 fotografías del estudio, únicamente 49 -----

fueron verdaderamente noticias o complemento visual para alguna noticia aparecida:

	S E M A N A S				
	1a.	2a.	3a.	4a.	5a.
Total de fotografías	36	35	35	31	30
Fotografías de carácter noticioso (complementarias o unidades autónomas).	15	8	11	9	6
Fotografías de carácter noticioso (publicitarias).	21	27	24	22	24

De acuerdo a lo anterior, y pese al juego que se le da a la fotografía en esta sección, más de las 2/3 partes de sus aplicaciones eran vil inserción, de alguna fotografía de estudio cuyo valor estético era el móvil fundamental.

4.5.2.2.1.1. Fotografías de carácter noticioso

En este orden de ideas, las verdaderas noticias ilustradas de la sección, como las de la entrega de las Diosas de Plata (5 de agosto) o la celebración de convenios por parte de Hernández Torres (RTC), presentaron a nivel del juego de la imagen una escasa prolijidad de recursos.

El nivel de la imagen denotada de este discreto tercio de todas las fotografías de la sección padeció de la clásica fotografía de registro en la que el juego sujeto-soporte variante es elemental: lo que importó es que saliera la faz del sujeto a que se hacía referencia, sin mayor cuidado de la aplicación de las líneas, contornos, dimensión.

Los soportes en muchas ocasiones están ausentes como tales: fondos sin relación con la esencia del sujeto, juego de colores ausente, impresiones imprevistas. La composición es fundamentalmente aritmética (el centro como punto de equilibrio), con aislada presencia de la región áurea y retículas. Las siguientes imágenes son un claro ejemplo:



LA OBRA de Gabriel García Márquez, "Crónica de una Muerte Anunciada", será llevada al cine por el director Francesco Rossi, realizador de "Tres Hermanos", "Las Cuatro Jornadas de Nápoles" y "Salvatore Giuliano". El libreto de la película ya está listo y sólo se discuten los acuerdos para una coproducción internacional.



LA EXCELENTE intérprete de temas rancheros Enriqueta Jiménez, se presentará en el Teatro de la Ciudad con su espectáculo denominado "Estampas Mexicanas" la semana próxima. La Prieta Linda aseguró que la música mexicana es una de las preferidas a nivel mundial y por tanto no se puede afirmar que está en decadencia. (Fotocolor de Felipe MORALES).

Fotos 13 y 14. Dos retratos típicos de la sección de Espectáculos. Parecen haber sido tomados de improviso y sin propósito definido. De ahí su nulo valor connotativo, pese a la importancia de los personajes.

Respecto a la connotación de este tipo de imágenes, las fotografías -- fueron en su gran mayoría de registro, orientándose hacia la descriptividad. El predominio del "retrato", probablemente por influencia de la fotografía publicitaria con la cual se debe subsistir en la plana referida, fue el móvil principal.

La nula consideración del carácter connotativo de la fotografía y aplicación visual de su variedad de subcódigos aparece con claridad en la persona de Jesús Hernández Torres, funcionario ligado gubernamentalmente a la Sección en su calidad de titular de RTC. Sus apariciones a lo largo de 34 días de una muestra fueron dos (2), cuyo despliegue de recursos comunicativos (subcódigos visuales, composición, colores, aplicaciones técnicas, planos) - quedan de manifiesto:



EL DIRECTOR de RTC Jesús Hernández Torres, de a conocer a los ganadores del Primer Concurso Nacional de Galones Cinematográficos. El primer lugar correspondió a Xavier Robles por la película "Astucia"; este guión será el único que se filme y el autor recibirá un millón de pesos.
(Fotografía de Oscar ALFARO)

Fotos 15 y 16. Las dos únicas apariciones de Jesús Hernández Torres, Director de RTC, en los 34 días de la muestra (5 y 17 de agosto).

4.5.2.2.1.2. Fotografías sin carácter noticioso

Pese a las evidencias de pobre comunicación visual de las fotografías -

de carácter noticioso del diario, es incuestionable que no serán éstas las - que creen o produzcan la "imagen" de lo que para el diario son los espectácu - los, sino las demás gráficas, pues constituyen las 2/3 partes de las ilustra - ciones y 460 cm^2 de superficie, en promedio, cada día. Recordemos que Espectá - culos es una sección inherentemente visual.

Estas 2/3 partes de fotografías de carácter no noticiosos destacaron - la presencia de artistas femeninas de centros nocturnos reconocidas como --- "veddettes", quienes, debido a que se trataba de fotografías promocionales, - siempre aparecieron o bien con el atuendo de trabajo, o bien con escasa ropa.



Fóto 17. Fotografías sin valor propiamente noticioso, como ésta, ocuparon - 2/3 partes de las imágenes.

Dos fueron los factores que llamaron la atención en este renglón: la - cantidad de imágenes de este tipo aparecieron en la sección y el espacio de - dicado a ellas. Su incidencia es:

S E M A N A S

	1a.	2a.	3a.	4a.	5a.
Fotografías de vedettes	8	6	9	11	6

De esta manera, 40 de las 167 fotografías, el 30% del total, fueron fotografías dedicadas exclusivamente a artistas vedettes, que en mayor o menor grado, se publicaron. Si se compara esta cifra con las fotografías de índole noticiosos, la diferencia la establecen sólo nueve unidades (40-49) en una política que parece ser absolutamente para un diario político. Su sección de espectáculos (y gubernamentales los hay) es manejada por publicidad y vedettes.

Dentro de las imágenes totales las vedettes abarcan el 23% donde el juego de la fotografía se hizo más dinámico. Un elemento de otorgamiento de importancia fue el espacio dedicado o tamaño de la fotografía. Una imagen grande es más visible y puede contener una mayor cantidad de información. El sujeto interior fue acorde a ese espacio. Las siguientes cantidades, aunque parecen fantásticas, corresponden a espacios dedicados a fotografías de artistas de este corte.

FELICIA MERCADO	7/VII	310.8 cm ²
OLIVIA COLLINS	10/V	345
ELSA BENN	11	292
LYN MAY	12	266.2
ROSITA BOUCHOT	14	364.5
ROSELLA	15	369
LUCIA GALVEZ	15	338.6
ANGELA FORTI	20	
ULGA BRESKIN	23	318
ELSA MONTES	25	395.6
ARLETTE PACHECO	26	279.5
MARIBEL FERNANDEZ	28	287
LUCHA VILLA	1/IX	338.2

El total de la superficie de estas catorce fotografías fue de 4 551.3 cm², mayor que la superficie de todas las fotografías de la Primera Plana - que aparecieron durante ese período. Y estamos hablando sólo de las fotografías de vedettes de la Sección de Espectáculos.

4.5.2.2.2. Denotación-connotación

Respecto a la denotación de las impresiones de esta sección, el problema es que, en su mayoría, las fotografías no ilustran alguna nota, sino que se trata de anuncios publicitarios y promocionales.

Por lo anterior, el tipo de fotografía de carácter noticioso y la publicitaria subsisten en un mismo espacio. La primera adolece de la pobreza - y el desorden reconocidos para la fotografía periodística de la Primera Plana: composición elemental; S-S-V intuitivos, pero poco efectivos; motivos tomados sin complicarse la vida en la búsqueda de alguna innovación (fotografía 18).

El segundo tipo de fotografía contrasta con el primero, pues los materiales impresos son considerados un fin en sí mismos y deben cuidar su calidad denotativo-connotativa. Las siguientes son las similitudes en esta segunda clase de fotografías, bastante comunes en su forma (pues todas estas fotografías, sean vedettes, cantantes rancheras o artistas, siguen un mismo patrón bien reconocido).

Elementos: Amplio juego de elementos: punto, línea, contorno, dimensión; escala y color y aún la perspectiva llegan a hacerse presentes.

En relación a la presencia del S-S-V:

Sujeto: Sin duda alguna el sujeto es destacado y procura informar por sí mismo o con ayuda de la variante, apoyado por un claro juego de planos.

Soporte: En ocasiones están ausentes, pero por lo general no dotados de intención son claramente destacados (vgr. atuendo).

Variante: Las variantes del sujeto manifiestan un juego más reconocido de las formas del cuerpo y de su expresión estética. Pese a-



Foto 18. Imagen principal del 24 de agosto. Para transmitir claramente el mensaje pretendido, se recurre a un plano de expresión con juego compositivo, de S-S-V (el atuendo y la pose son fundamentales) - y subcódigos estéticos y eróticos; la curva y el volumen son elementos que coadyuvan. El resultado, una vedette especialmente atractiva en sus formas, que "destacan".

que el juego en este nivel es prolijo, sólo atiende a reglas primarias de fotografías para el rostro, y modelaje para el resto del cuerpo.

La relación fotografía noticiosa-mala, publicitaria-buena o artista---buena, funcionario-mala es consuetudinaria. Ahora, esto se liga íntimamente con la connotación de los íconos. Aquí, subcódigos elementales rigen la realización de las fotografías. El estético se hace presente en las imágenes referidas al buscar, visualmente, siempre que aparece el cuerpo femenino, la concordancia con los patrones de atractivo. Busto destacable, cintura breve, caderas anchas, piernas llenas, son los fundamentos que deberán aparecer en aquellas fotografías en las que, excepcionalmente, se reconoce este valor único de la imagen y el texto se dedica sólo a dar la información. No es agradable que haya tenido que ser en esta situación el descubrimiento.

El subcódigo gestual también hace acto de presencia su utilización no es directamente en el mismo sentido estricto descrito en la parte teórica. Aquí más que aparecer rostros de perfil o tres cuartos, las posiciones faciales se relacionan directamente con patrones de fotografía que, aunados a un maquillaje adecuado, persigan la semejanza con los rasgos sajones. No ojos oblicuos ni piel morena, no narices anchas ni pestañas cortas: el modelo sería el norteamericano.

El subcódigo erótico se encuentra presente aún de manera involuntaria. Su operación visual puede no ser directa o consciente, pero la combinación: mujer desvestida+parte del cuerpo destacada (vgr. piernas)+Actitud gestual--sugerente (vgr. risa culturalmente reconocida como invitación) desemboca ---inobjetablemente en esta relación. Aquí la cultura manifiesta su juego de una manera clara, y parece cristalizar su función en la aparición visual de este subcódigo que, tramposamente, se escamotea con una leyenda que pretende relevar a la imagen (en el intento de hacer creer que la fotografía es un pretexto, cuando en realidad se maneja como un fin).

De acuerdo a lo anterior y sobre la base de que el diario ofrece lo que su público le pide, o lo que le gusta, se podría concluir que El Nacional cuenta entre sus lectores de espectáculos a una gran mayoría que se interesa

por las artistas, en especial las vedettes, a quienes admira principalmente por su belleza y formas físicas. Concretamente parece ser que éste último -- elemento el que guía su gusto por la sección y la información que contiene.

Este perfil de lector de "Espectáculos" contrasta en forma evidente con la línea política del diario ("Vocero gubernamental") o bien define lo que - El Nacional entiende por información de "interés general", supuesta labor -- "informativa complementaria" de este diario subsidiado por la Secretaría de Gobernación (este punto abre una ligera interrogante en cuanto a función "catalizadora").

4.5.2.2.3. Fotografías periodísticas

De entre la maraña de imágenes publicitarias, o simplemente "ilustrativas", se rescataron algunas con carácter periodístico; es decir, que habían sido tornados exprofeso para ilustrar un determinado suceso o bien que proporcionaban una información ulterior sobre alguna noticia tratada en la plana.

Este tipo de imágenes fueron esporádicas y evidenciaron la falta de experiencia en su toma y posibilidad comunicativa (fotos 19 y 20). Pese a ---- ellos, la intención de recrear con imágenes un evento motivó a todas luces - un realce del mismo. Como ejemplo de esto se encuentra la entrega de las Diosas de Plata, publicada el 5 de agosto y que mereció el interés de toda la - plana.

El espacio se dividió en 2/3 para la fotografía y un tercio para el -- texto. Por el carácter del evento, los 1350 cm² ilustraron a las siguientes personalidades, durante el evento:

- *Lucha Villa
- *Manoella Torres
- *José José
- *María Rojo
- *María Sorté
- *Héctor Suárez
- *Indio Fernández
- *Miguel Alemán Velasco



GILBERTO MARTINEZ Solares aparece en la gráfica, en los momentos de dar el pizarrazo inicial de "Ratero del Vecindario II". Lo rodean Olga Muñoz, el conuco Yun-tún, Alberto Rojas, Alfonso Zayas, Bernabé Palma, Alfredo Solares y Maribel Fernández, entre otros. La primera escena se realizó en un billar de la colonia Alamos.

Fotos 19 y 20. Muestra de imágenes noticiosas carentes de valor connotativo (en su caso, la segunda transmite "desorden"). Las fechas: 5 y 23 de agosto.

Con un juego de S-S-V variado (algún artista cantando, otro sonriendo a la cámara, alguno más departiendo) y una iniformidad cromática en las exposiciones, se produce la ilusión de que el evento fue cubierto, en sus diferentes facetas, por una imagen que inunda más de la mitad del espacio disponible, y que atiende al estilo del "momento preciso" en el que tal o cual -- artista apareció destacable ante la lente. La existencia de dipolos es nula, y las técnicas visuales de comunicación parecen centrarse en la uniformidad o en la búsqueda de unidad.

El juego de planos es primario y el de profundidad de campo y perspectiva del sujeto (responsabilidad de los lentes) es mínimo. El valor de la fotografía, incluso para las notas periodísticas, es de nivel ilustrativo y de "colorido"; el color que por sí mismos expresan los artistas -sus soportes y variantes- destaca una relación de escala tamaño de la fotografía tamaño del sujeto-importancia destacada, elemental.

Perdido entre fotografías de presentación, vedettes, gráficas de archivo y escenas de rodajes cinematográficos, Jesús Hernández Torres, titular de RTC, se presenta en el diario del gobierno en solamente dos gráficas durante el mes. Primero, el 17 de agosto en la entrega de los premios a los guiones-cinematográficos, en una fotografía de retrato que adolece de la utilización de un "gran angular" que desproporciona al funcionario. Aquí, a diferencia -de las imágenes de Primera Plana, aparece claro el subcódigo iconológico en una sonrisa, para mostrar a una persona alegre y positiva: accesible. Pese a todo, el retrato es una intención escueta más que una demostración de técnica.

La conclusión para la fotografía de la Sección de Espectáculos es que, pese a la labor de las vedettes, la fotografía es subutilizada comunicativamente; parece no comprenderse el valor constativo, documental, analógico, -- técnico y compositivo del medio en una sección que, en su medida, se ha prodigado en este renglón, en detrimento del prestigio del perfil de su público.

La aparición del titular de RTC parecer haber sido una de las últimas preocupaciones visuales de los comunicadores, en una secuencia de imágenes -cuya connotación realiza el lector tras un filtro editor-diagramador difícil.

4.5.3. F. Conclusiones comparativas

Pues, las observaciones no pueden ser más claras. Los números de las gráficas hablan por sí mismas, y los ejemplos ilustrados también. Sin embargo, quizás pareció necesario realizar precisiones como las anotadas para las Secciones que se estudiaron, y para comprobar que un conocimiento mediano de la imagen se da en la Sección de Espectáculos más que en la Primera Plana, que requiere del concurso de todo medio para impregnar su ideología e intenciones. Que, sin embargo, esta sección de Espectáculos resultó propia de un diario frívolo, pues 2/3 partes de las fotografías no se relacionaron con la noticia, y de éstas 40 fotografías, a las que se les dedica un espacio inaudito, han sido destacadas (además del uso de filetes y fondos de color) por imágenes de vedettes que en su gran mayoría ilustraron sus facultades corporales.

El fotógrafo de Primera Plana, por su parte, parece, junto con el editor, ignorar la función de una fotografía que nunca supera el número de 4 en su sección, ni los 330 cm² en total. El error en el manejo de un Plano de Expresión pobre se da desde la previsualización (que es tendenciosamente institucional), pasando por la composición estática (el centro) y un juego de S-S-V, al que se considera descartado, en tanto débil observador de la realidad que los personajes producen. Los lentes, las películas, los papeles; los --- efectos de laboratorio, toda esta riqueza comunicativa, está ausente en la fotografía. Las manifestaciones fotográficas se reducen a la creación híbrida institucional, y sólo se dirigen al retrato como segunda opción válida. La documentación social y al búsqueda del momento preciso son lunares. La -- creatividad y la búsqueda de ángulos nuevos son casi inexistentes. Aunque lo peor es el motivo mismo de la fotografía, que no sólo no apoya al texto (es ilusorio esperar que se comprenda que puede comunicar por sí misma) sino que compite con él y lo contradice, así como contradice la línea política manifiesta en el texto del diario. En este sentido Espectáculos es más uniforme para apoyar en su fotografía el texto principal, o para complementar las palabras con una ilustración que, sin lugar a dudas, proporciona más información que aquella a la que se refirió el texto, y de mejor manera (vgr. el hablar del "éxito" o las posibilidades" de una nueva vedette).

En la Sección de Espectáculos, presencia de damas y carencia de información. Los representantes gubernamentales del espectáculo o la actividad social son puntos menos que prescindibles en un área en la que parece que el interés del lector promedio se dirige hacia alguna suerte de catarsis de la situación política o económica que pueda haber consultado en la Primera Sección.

El titular de Radio Televisión y Cinematografía, a quien en un momento se le consideró como el símil del Primer Mandatario, pero para la Sección de Espectáculos quedó relegado a un quinto término visual y sin posibilidades de competencia con figuras femeninas de alta subcodificación erótica. Quiera o no dársele juego o "imagen" para su posición política -aspecto que no depende, inclusive, del Director del diario estrictamente, pues él sólo selecciona imágenes y texto que aparecerán en la Primera Plana de este medio y fija directrices para las demás secciones- la pobreza de recursos y comunicativa para -- con este funcionario es evidente, pues se contenta con aparecer con una sonrisa posada en imágenes que no comunican más que una seria carencia de conocimiento óptico, técnico y comunicativo.

Repito, las cantidades son claras y frías: 21 fotografías para la Primera Plana contra 34 para Espectáculos, em promedio por semana. De éstas, en la Primera Plana, y mientras se desarrolló la Olimpiada de Verano, el 30% de sus impresiones fueron de esta justa (un evento ni nacional ni político), -- mientras que en Espectáculos las 2/3 partes de sus "ilustraciones" (que fueron 100% fotografías) carecieron de valor noticioso al tratarse de fotografías de archivo promocionales (que, obviamente, no pueden presentar ninguna "noticia" visual).

Los demás promedios totales hablan por sí solos y el manejo de la imagen comentado y expuesto es claro, este sí, "transparente". Es importante -- destacar, sin embargo, que la fotografía quedó de manifiesto como el recurso visual de constatación por excelencia. Y que esta constatación es más especial que temporal, como lo anotaran Gubern y Gauthier. Que existen subcódigos presentes que pueden hacer considerar a la fotografía como un continente (como las imágenes de AP y UPI), y que puede aplicarse una subcodificación - específicamente fotográficas (técnica, óptica, tonal) a estas ilusoriamente-reales producciones argentíferas.

Notas del capítulo 4

1. José Ma. Casasús, Ideología y medios masivos de ..., p. 75
2. Ibídem, pp 33-34
3. Jacques Kayser, El periódico, p. 149
4. Ibídem, p. 150
5. Ibídem, p. 152
6. Ma. del Carmen Pérez Castañeda et. al., El periodismo en México, p. 303
7. Fátima Fernández C. Los medios de difusión masiva en México, p. 20
8. Idem.
9. Ibídem. p. 19
10. Ibídem, p. 64
11. Jacques Kayser, op. cit., p. 161
12. Ibídem, p. 166
13. Harold Evans, Diseño y composición de la prensa..., p. 65

CONCLUSIONES Y PROSPECTIVAS

En el presente capítulo se recopilan conclusiones que con mayor evidencia se hicieron presentes a lo largo del trabajo y que encontraron fundamento en el desarrollo del texto.

El objeto de anotar en estas líneas las prospectivas y no únicamente -- las conclusiones es claro: como se indicó en su oportunidad, la finalidad de la obra era rescatar el valor comunicativo que posee la fotografía (y su consecuente tránsito histórico-social), para contrastarlo con su uso francamente depreciativo, por medio de un estudio de caso.

En este orden de ideas, El Nacional y su relación línea política-imagen impresa no fueron el fin último de esta investigación; más bien el "conejillo de indias" que se prestó a nuestro análisis, y sus conclusiones sobre el particular son tan claras, transparentes, que no merecían más que un vistazo en la parte final de su capítulo (sin detrimento de las estadísticas y el procedimiento de análisis).

Sin embargo, el estudio de caso nos proporcionó los lineamientos generales de lo sería un uso común de la fotografía, basados en la consideración de que el despliegue de recursos materiales y económicos, así como la línea -- tan importante que se sustenta ("el vocero gubernamental"), debe incidir forzosamente en el factor humano, así como en sus productos.

Si el estudio hubiera sido el texto, no cabría duda a este respecto. -- Como todos lo sabemos, los comunicadores se prodigan en este nivel --y en retomar de lo "objetivo" lo que mejor conviene--; pero aquí la pregunta era ¿se -- conoce todo el valor comunicativo y fenoménico que se ha expresado, también -- socialmente, para la fotografía en general? ¿se plasma también una intención, una línea, como debiera ser, en la imagen?

Más allá de la breve síntesis de descubrimientos, se pretende, una vez conocidos los resultados particulares de nuestro análisis (y que, repito, sólo vale la pena considerar como muestra), establecer, primero, conclusiones de -- orden general para el tratamiento de la imagen fotográfica periodística. De --

aquí se considera prudente saltar a las observaciones de orden técnico y comunicativo para, dentro de las prospectivas, expresar el papel de la fotografía y la imagen en general para una cultura de masas omnipotente y en específico-para nuestra manifestación particular de este fenómeno, así como el consecuente papel de este tipo específico de periodista.

Con la simplicidad a que obliga un estudio de amplio espectro, pero con el compromiso de intentar rescatar todo un mundo de posibilidades comunicativas, se pretende llevar a un feliz término esta obra de pretendida divulgación.

La imagen fotográfica

La imagen fotográfica, en tanto juego de la imagen, tiene numerosísimas aplicaciones. Cada una de las instancias que participan en su conformación no son sólo subjetivas, sino necesariamente intencionadas (quíerese o no llevarán una carga ideológica).

La fotografía proporciona información visual inmediata; no es un simple registro, y mucho menos analógico -la realidad misma puede ser, a los ojos de otros, fantástica. Pero eso sí, ante todo existe un consenso general e histórico de que este medio de comunicación visual no miente, porque "no puede", -mecánicamente, mentir; porque sólo se registra.

Como lo hemos comprobado en este trabajo, el tratamiento, el engaño a la mente masiva, empieza desde la selección misma de la parte de la realidad que elegimos registrar; sigue con la elección de la manera en que deseamos -- que se presente el sujeto (maquillaje y/o juego sujeto-soporte-variante), y se plasma en lo que en términos generales se llamaría "el tratamiento editorial de la imagen" que, bien es realizado en una primera instancia por el laboratorista, bien en una segunda por la combinación editor-diagramador-esquemmatizador. La línea editorial deberá estar plasmada -como tiene que ser a lo largo de todo el medio de comunicación que soporte el diario (la fotografía - es considerada como un pequeño medio). ¿Se es consciente de esto?

Conclusiones generales sobre el uso particular de la fotografía.

Las conclusiones sobre la práctica y uso de la imagen fotográfica en el diario analizado nos suministran las siguientes consideraciones válidas (y de las que Metz, Eco y Costa ya nos habían prevenido):

1. La fotografía, como imagen en un periódico con un uso específico -- dentro de la unidad redaccional, es utilizada fundamentalmente como elemento complementario de un texto, o bien como unidad redaccional autónoma de notas terciarias o de mayor atractivo visual que comunicativo (como las fotografías de vedettes).
2. En el caso de las unidades redaccionales formadas exclusivamente -- por la fotografía y su leyenda -o pequeño texto- existe un consenso de ser utilizadas sólo cuando el valor periodístico de la información sea nulo. Al parecer, el valor comunicativo trascendente (pese al espacio que se le otorgue a la imagen) se reserva para el texto.
3. Para efectos de espectacularidad, la fotografía es la elección generalizada. Sin embargo, su valor comunicativo per se es asombrosamente paupérrimo, sin quedar exento de llegar a aparecer como contradictorio.
4. La leyenda de la fotografía generalmente tiende a relevar a la imagen, lo que confirma el interés de la información textual, en detrimento de la iconográfica.
5. Por la heterogeneidad de su aparición, y el tipo de fotografías más comunes (archivo, en el caso de "Primera Plana", y de publicidad, - en los "Espectáculos"), se infiere que se desconocen los elementos-compositivos de la imagen, así como su adecuado ordenamiento. Por su aleatoriedad de aparición podría inferirse que son aplicados empíricamente.
6. Con respecto a este último punto, secciones aparentemente secundarias del periódico -"Espectáculos" en un diario con compromiso político- reciben mejor tratamiento y más espacio para la imagen.

El último aspecto es mucho muy importante para efectos de la imagen pública del diario, la que todo lector, cotidianamente percibe, fundamentalmente por las siguientes observaciones:

7. El porcentaje de imagen en la plana, ya sea la "Primera" o "Espectáculos", es absolutamente significativo:
 - a) 20 por ciento de la superficie redaccional para la "Primera", y
 - b) 33 por ciento de la superficie redaccional para la sección "Espectáculos".

8. A juzgar por su tamaño, su ubicación en las planas, y, sobre todo, por su índice de espectacularidad, la fotografía es elemento primordial de la primera impresión de un periódico diario. En pocas palabras, es un constituyente primario de su línea. En este sentido el porcentaje de fotografías en el área más importante de la "Primera-Plana" nos dice que éstas son especialmente tan importantes como el texto, pero indudablemente más valiosa por digerible.

9. La fotografía es la única manifestación de la imagen que verdaderamente parecerá no necesitar código (debido a su aparente factor antiabstracto), y cuyos elementos de la técnica de toma -considerados como pasos previos a la impresión- pueden fungir como elementos --- connotativos. En las demás imágenes se connota en el proceso.

La imagen comunicativa.

Para la imagen en general, podemos anotar 11 puntos relacionados con sus características comunicativas, así como las referentes a la fotografía en este nivel:

1. Dos grandes mitos: la realidad no es objetiva. "Realidad es aquélla que percibimos", y también depende de nuestra experiencia cultural-aceptar como real lo que está ante nuestros ojos; segundo, la fotografía no es el registro de cosas que se encuentren frente a la cámara, sino la capacidad de registrar intencidades lumínicas en un soporte determinado.

2. Es evidente que en el proceso de conformación de la imagen confluyen dos factores: la convicción y el compromiso del comunicador, enmarcado en la línea editorial donde labora.
3. Aspectos completamente externos como la situación económica condicionan una producción comunicativa.
4. La imagen final de un comunicador jamás será necesariamente la misma que aparece impresa (labor del diagramador).
5. La imagen (todo tipo de) no es un enunciado, sino una proposición. - La validación de su sentido la de el perceptor al leerla y comprenderla de acuerdo a las características ópticas, perceptivas, ontológicas y convencionales que reconozca de la escena visual que halle - ante sus ojos, así como del conjunto de convenciones culturales que halla aprendido a lo largo de su historia.

Conclusión final

Al punto, se puede reconocer a la fotografía como un fenómeno social -- cuyo desarrollo manifiesta el interés del individuo por registrar "tal como sucedió", la realidad que considera trascendente.

Se puede afirmar, asimismo, que es el carácter de pretendida objetividad --léase "registro"-- el que ha otorgado al papel tratado químicamente un valor veridiccional mayor, acercándolo al objeto como su representación más acabada. Esta afirmación descansa en el conocimiento de que el humano no "crea" la imagen fotográfica, sino que es un sistema óptico-mecánico (electrónico) -- químico el que se encarga de la producción del ícono.

Ya dentro de una perspectiva comunicativa, se analizó el fenómeno de -- nuestro interés y se ubicó como un medio de comunicación cuyos mensajes si -- bien eran registros mecánicos de un referente y no creaciones, estaban sujetos, por una parte, a la intención comunicativa del emisor, y por la otra, a la capacidad interpretativa (del background) del perceptor, para transmitir -- sus significados. Es decir, que el susodicho carácter objetivo se reducía a -- la función referencial de la fotografía y no al de ésta en tanto mensaje.

De acuerdo a lo anterior, la fotografía cobra importancia especial por parecer, pese a la subjetividad que padece, la realidad misma capturada. De -- aquí su utilización profusa como documento de identidad o de constatación his -- tórica en la permanente ilustración de notas informativas, entrevistas, repor -- tajes y aún de pasaportes o títulos universitarios.

La fotografía, como materia de comunicación, es susceptible de manipula -- ción en tres fases de su proceso: la preparación del modelo o escena; la toma de la misma --en la que intervienen factores como el objetivo utilizado, la -- elección de la profundidad de campo, tonalidades, etc.--, y; el trabajo de la -- laboratorio. Todo lo anterior da vida a una capacidad de significación y simbo -- lización que la fotografía proporciona como continente de todo aquello que se pueda presentar frente a la cámara.

Una vez reconocida la codificación técnica de la fotografía, que abarca

tonalidades y calidad de nitidez principalmente, puede percibirse a esta sustancia icónica como una materia en la que los subcódigos estético-eróticos, - de montaje, iconográfico, gestual, morfológico, cromático, etc., intervendrán, aún en la toma periodística. ¿Por qué no?

De esta manera, la fotografía puede transformarse en un medio de comunicación cuyo potencial de información inmediata, aunado a su riqueza connotativa inherente, debe ser valorado y analizado no sólo por la publicidad.

Seguramente la realidad de su práctica se observa en los ejemplos cotidianos de esta peyorativamente encasillada suerte de "ilustración" de noticias (e inclusive de relleno de espacios). En este sentido la observación empírica de la fotografía en los diarios nacionales evidenció, o bien una obnubilación del potencial comunicativo y las características de éste (que llevaba a contradicciones visuales al mensaje textual), o bien una utilización lírica, ---asistemática, de este medio -lo que hace intentar profundizar en su fundamentación teórica, su riqueza códica y signica, como en el caso de esta obra.

B I B L I O G R A F I A

1. Aicher, Otl; Sistema de signos en la comunicación visual; Barcelona; - Ed. Gustavo Gili; 1979; 155 pp. (col. GG Diseño).
2. Alonso, J. Antonio; Metodología; México; Ed. Edicol; 1980; (col. Sociología Conceptos No. 26).
3. Araujo Medina, Gremilda; El rol del periodista; Ecuador; Ed. CIESPAL; -- 1980; 257 pp.
4. Arrieta, Mario; Obstáculos para un nuevo orden informativo internacional; México; Ed. Nueva Imagen; 1980; 393 pp.
5. Balbás, José Ma.; La sociedad de consumo de masas; Madrid; Ed. Salvat; - 1981; 64 pp. (col. Temas Clave No. 46).
6. Barthes, Roland; Elementos de semiología; Madrid; Ed. Alberto Corazón; - 1971; 101 pp. (col. Comunicación).
7. _____; La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía; Barcelona; Ed. - Gustavo Gili; 1982; 207 pp. (col. Fotografía).
8. _____; La semiología; Buenos Aires; Ed. Tiempo Contemporáneo; 1970; - 199 pp.
9. _____; "Rhétorique de l'image", Communications; Poitiers, Francia; - Ed. Sevil; No. 4; 1964.
10. Berger, John et. al.; Modos de ver; 3a. ed.; Barcelona; Ed. Gustavo Gili; 177 pp. (col. Comunicación Visual).
11. Bisbal, Marcelino y Aguirre, Jesús María; La ideología como mensaje y - masaje; Caracas; Ed. Mente Avila; 1981; 359 pp.

12. Blanco Bueno, Disiderio; 2a. ed.; Semiótica del mensaje periodístico; -
Lima; Ed. Universidad de Lima; 1983; 265 pp.
13. Bordieu, Pierre; La fotografía, un arte intermedio; México; Nueva Imagen; 1977; 381 pp.
14. Bryan Key, Willson; Seducción subliminal; México; Ed. Diana; 1984; - -
284 pp.
15. Campbell, Bryn; Exploring photography; New York; Ed. Hudson Hills Press;
1878ñ 144 oo,
16. Casasús, José María; Ideología y análisis de medios de comunciación; --
Barcelona, Ed. DOPESA; 1972; 184 pp.
17. _____; Teoría de la imagen; Barcelona; Ed. Salvat; 1973; 142 pp. - -
(col. Grandes Temas No. 29).
18. Colombo, Furio; Fotografía e información de guerra; Bienal de Venecia; -
Barcelona; Ed. Gustavo Gili; 1977; 231 pp. (col. Punto y Línea).
19. Cordera, Rolando y Tello Carlos (coords.); La desigualdad en México; --
México; Ed. Siglo XXI; 334 pp. (col. Sociología y Política).
20. Córdova, Arnaldo; La formación del Poder Político en México; 10a. Ed. -
Era; 1982; 99 pp.
21. Corral Co-ral, Manuel; La ciencia de la comunicación en México; México;
Ed. Trillas; 1986; 122 pp.
22. Coseriu, Eugenio; Introducción a la lingüística; México; Ed. UNAM; 1983;
109 pp.
23. CUEC; El flash y elementos de composición; México; Ed. CUEC; 1984; - -
80 pp.

24. Currron, James, Michael Gurevith et. al; Sociedad y Comunicación de masas; México; Ed. F.C.E.; 1981; 529 pp.
25. Doelker, Christian; La realidad manipulada; Barcelona; Ed. Gustavo Gili; 1979; 219 pp. (col. Punto y Línea).
26. Dondis, Donis A.; La sintaxis de la imagen; 4a. ed.; Barcelona; Ed. Gustavo Gili; 1982; 210 pp. (col. Comunicación Visual).
27. Dorfles, Gillo; Nuevos ritos, nuevos mitos; Barcelona; Ed. Lumen; 1969; 310 pp. (col. Palabra en el tiempo No. 47).
28. Eco, Humberto; La estructura ausente; México; Ed. Lumen; 1983; 510 pp. - (col. Palabra en el tiempo No. 76).
29. Enciclopedia Salvat Junior t. 5 y 6; Barcelona; Ed. Salvat; 1973.
30. Enzensberg, Hans Magnus; Elementos para una teoría de los medios de comunicación; 3a. ed.; Barcelona; Ed. Anagrama; 1981; 74 pp.
31. Fleischman, Eugéne; Leach, Edmund; Estructuralismo y antopología; Buenos Aires; Ed. Nueva Visión; 1971; 209 pp. (col. El pensamiento estructuralista).
32. Font, Doménec; El poder de la imagen; Madrid; Ed. Salvat; 1981; (col. - Temas Clave).
33. Freund, Gisèle; La fotografía como documento social; Barcelona; Ed. Gustavo Gili; 1982; 210 pp. (col. Punto y Línea).
34. Fernández Christlieb, Fátima; Los medios de difusión masiva en México; México; Ed. Juan Pablo editor; 1982; 330 pp.
35. Gauthier, Guy; Initiation á la sémiologie de l'image; París; Ed. Les Gahiers de Laudiovisuel; s.a.; 159 pp.

36. Gernsherm, Helmut; Historia gráfica de la fotografía; Barcelona; Ed. - Omega; 1967; 314 pp.
37. Getino, Octavio; Cultura, comunicación y desarrollo en América Latina; México; Ed. Edimedios; 1984; 235 pp.
38. Gombrich, E.H. Hochberg, J. y Black, M; Arte, percepción y realidad; -- Barcelona; Ed. Paidós Ibérica; 1983; 175 pp. (col. Paidós Comunicación- No. 3).
39. Gubern, Román; Comunicación y cultura de masas; Barcelona; Ed. Península; 1977; 300 pp.
40. _____; Literatura de la imagen; Barcelona; Ed. Salvat; 1979; 141 pp. (col. Grandes Temas No. 57).
41. _____; Mensajes icónicos de la cultura de masas; Barcelona; Ed. Lumen; 1974.
42. González Manet, Enrique; Cultura y comunicación; La Habana; Ed. Letras-Cubanas; 1984; 124 pp. (col. Mínima Ensayo).
43. Guiraud, Pierre; La semiología; 12a. ed.; México; Ed. Siglo XXI; 1984; 133 pp.
44. Hedgecoe, John; Manual de técnica fotográfica; Madrid; Ed. Blume; 1977; 352 pp.
45. Hernández, Marco, et. al.; El poder de la imagen y la imagen del poder; Fotografías de prensa del Porfiriato a la época actual; México; Ed. U.A. CH.; 1985; 180 pp.
46. Hurtado, Julián; "Precursores de la fotografía", Fotografía Práctica; Madrid; 1979; 181-200 pp. (Fascículo No. 10). (Enciclopedia Temática).
47. Ibarrola, Javier; La noticia; México; Ed. Gernika; 1986; 90 pp.

48. INBA, et. al. (México); Primer Coloquio Nacional de Fotografía; México; Ed. INBA-CMF; 1984; 147 pp. (Ponencias y Memoria Gráfica).
49. INBA, SEP, et. al. (México); Segundo Coloquio Latinoamericano de Fotografía; México; Ed. INBA-SEP-FONAPAS; 1982; 376 pp. (Ponencias y Memoria Gráfica).
50. Jiménez, Heliodoro; La ciencia de la comunicación en América Latina; México; Ed. Quinto Sol; 1984; 107 pp.
51. Kayser, Jacques; El diario francés; 3a. ed.; Barcelona; Ed. Mitre; 1982; 190 pp. (col. Libros de Comunicación Social).
52. Knight, George; Sugerencias y consejos prácticos en fotografía; Barcelona; Ed. Parramón; 1975; 128 pp. (col. Aprender haciendo).
53. Leach, Edmund; Levi-Stauss, antropólogo y filósofo; Barcelona; Ed. Anagrama; 1970; 43 pp. (ed. Cuadernos Anagrama No. 2).
54. Levi-Stauss, Claude; El oso y el barbero; Barcelona; Ed. Anagrama; 1970; 30 pp. (ed. Cuadernos Anagrama No. 2).
55. Lerbinger, O.; Diseños para una comunicación persuasiva; México; Ed. El manual moderno; 1979; 298 pp.
56. Lindekens, Rene; Essai de sémiotique visuelle; París; Ed. Klincksieck; 1976; 200 pp.
57. Mattealart, Armand; La comunicación masiva en el proceso de liberación; 10a. ed.; México; Ed. Siglo XXI; 263 ppp. (col. Sociología y Política).
58. Mc. Quail, Denis; Sociología de los medios masivos de comunicación; 1a. ed. 3a. reimpr.; Buenos Aires; Ed. Paidós; 1979; 165 ppp. (col. Psicología social y sociología, v. 52).

59. Metz, Christian, et. al.; Análisis de las imágenes; Buenos Aires; Ed. -
Tiempo Contemporáneo; 1971.
60. Moles, Abraham A.; La comunicación y los mass media; Bilbao; Ed. Mensa-
jero; 1975; 587 pp.
61. _____; Teoría de la información y percepción estética; Madrid; Ed. -
Júcar; 1975; 369 pp. (col. Sínderesis No. 1).
62. Moragas Spa, Miguel de; Semiótica y comunicación de masas; 3a. ed.; Bar-
celona; Ed. Península; 1980; 373 pp. (col. de series Universitaria No.
126).
63. _____; Sociología de la comunicación de masas; Barcelona; Ed. Gusta-
vo Gili; 1979; 495 pp (col. Mass Media).
64. _____; Teorías de la comunicación; Barcelona; Ed. Gustavo Gili; 1981;
362 pp. (col. Mass Media).
65. Muller-Brockmann, Josef; Sistema de retículas; Barcelona; Ed. Gustavo -
Gili; 1982; 179 pp. (col. GG Diseño).
66. Newhall, Beaumont; Historia de la fotografía; Barcelona; Ed. Gustavo --
Gili; 1984; 402 pp. (col. Fotografía).
67. Pérez Tornero, J. M.; La semiótica de la publicidad, Análisis del len-
guaje publicitario; Barcelona; Ed. Mitre; 1982; 203 pp.
68. Prieto Castillo, Daniel; Diseño y comunicación; México; Ed. U.A.M. Xo-
chimilco; 1982; 149 pp. (col. Ensayos D-1).
69. _____; Retórica y manipulación masiva; México; Ed. Premia; 1984; - -
131 pp.
70. _____; Elementos para el análisis de imágenes; México; Ed. ILCE; - -
1982; 186 pp.

71. Paoli, J. Antonio; Comunicación; México; Ed. Edicol; 1980; 195 pp. (col. Sociología Conceptos).
72. Plamenatz, John; La ideología; México; Ed. F.C.E.; 1983; 230 pp. (No. - 345).
73. Rispa Márquez, Raúl; La revolución de la información; Madrid; Ed. Salvat; 1982; 64 pp. (col. Temas Clave No. 99).
74. Ruíz Castañeda; Ma. del Carmen, et. al.; El periodismo en México; 2a. Ed.; México; Ed. ENEP ACATLAN; 1980; 396 pp.
75. Ruíz Eldredge, Alberto; El desafío de la comunicación internacional; México; Ed. Nueva imagen; 1979 ; 230 pp.
76. Saussure, Ferdinand de; Curso de lingüística general; 2a. ed. México; Ed. Nuevomar; 1982; 319 pp.
77. Scherman, David E.; Lo mejor de LIFE; México; Ed. Time-Life; 1981, - - 304 pp.
78. Sontang, Susan; Sobre la fotografía; Barcelona; Ed. EDHASA; 1981; 217 pp.
79. Stelzer, Otto; Arte y fotografía; Barcelona; Ed. Gustavo Gili; 1981; -- 264 pp. (col. Fotografía).
80. Taufic, Camilo; Periodismo y lucha de clases; México, Ed. Nueva Imagen; 1977; 215 pp. (Serie Comunicación).
81. Tausk, Peter; Historia de la fotografía en el siglo XX; Barcelona; Ed. Gustavo Gili; 1981; 345 pp. (col. Fotografía).
82. Tibau, Iván; Teoría y práctica del periodismo cultural; Barcelona; Ed. ATE; 1982; 182 pp. (col. Textos de Periodismo).

83. Time Life Editors; Photojournalism; Verona; Ed. Time-Life; 1972; 227 - pp. (col. Life Library of Photography).
84. Tudor, Andrew; Cine y comunicación social; Barcelona; Ed. Gustavo Gili; 1975; 288 pp. (col. Comunicación Visual).
85. Verón, Eliseo; Construir el acontecimiento; ; Ed. Gedisa; 1983; 201 pp. (col. Libertad y Cambio. Tema: Comunicación).
86. Vilches, Lorenzo; La lectura de la imagen; Barcelona; Ed. Paidós; 1983; 248 pp. (col. Paidós Comunicación No. 11).
87. Williams, Raymond; Los medios de comunicación social; Barcelona; Ed. Península; 1978; 203 pp. (Serie Universitaria, historia, ciencia, sociedad No. 76).
88. Worringer, W.; Arte y abstracción; México, Ed. F.C.E.; 1974; 115 pp.
89. Zavala, V.S., Garroni, E., Costa, Joan, et. al.; Imagen y lenguajes; -- Barcelona; Ed. Fontanella; 1981; 345 pp.

H e m e r o g r a f í a

- 1.- Mattelart, Armand; Schmucler, Héctor; "El imperialismo cultural"; Comunicación y Cultura; México, D.F.; No. 6; febrero de 1979 (Ed. Nueva Imagen); pp. 7-27.
- 2.- Barthes, Roland; "Rhétorique de l'image"; Communications; Poitiers, ----- Francia; No. 4; 1964 (Ed. Seuil); pp. 40-51.
- 3.- El Nacional; Mario Ezcurdia Camacho; diario; México, D.F.; 1º de agosto - al 3 de septiembre, 1984.
- 4.- Hernández, Manuel de Jesús; "El origen de la fotografía en México"; Connotaciones; México, D.F.; No. 1; 1984; pp. 63-70.
- 5.- Haskins, Jack; Miller, Mark; "The effects of bad news and good news on a newspaper image"; Journalism Quaterly; vol. 6; primavera de 1984.

O t r o s D o c u m e n t o s

- 1.- Ponencia: Haya, María E., "Marucha"; "Premisas para la investigación de la fotografía latinoamericana"; III Coloquio Latinoamericano de fotografía; - La Habana, Cuba; 1984.
- 2.- Tesis: Ibarra Chavarría, Enrique; La situación actual de la fotografía en México; tesis de licenciatura en periodismo; México; Escuela Carlos Septién García; 1979.

A N E X O S**DATOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS DEL ESTUDIO**

FECHA	NOTA PRINCIPAL	No. de ILUSTRACIONES	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTOcm.2	SUPERFICIE cm.2
4 Agos.	Se amplían los fondos para el Programa de Viviendas.	3	1.Los marchistas González -y Canto nos dieron Oro y Plata en la Olimpiada.	55	155.2
			2.Capacitación en puertos	84.8	80.8
			4.Héctor Hernández Cervantes en "20 mujeres y un hombre".	----	95
			AREA DE FOTOGRAFIA: 328.12 cm.2		
5 Agos.	Diálogo, técnica del trabajo en el país.	3	1.Desarrollo de la población mexicana (GRAFICA).	----	229.5
			2.Llegó la reina de Jordania.	----	74.5
			4.Juego de básquetbool en la Olimpiada.	----	133.7
			AREA DE FOTOGRAFIA: 437.77cm.2		
6 Agos.	Superávit en minería: 2 mil millones de dólares.	3	1.Ganadora norteamericana del primer maratón olímpico femenino.	----	115.5
			2.Entrevista a un funcionario de SEMIP.	219.7	90.7
			4.Fotografía doble de personajes que participaron en la conferencia Internacional de la Población de México.	----	86.4
			AREA DE FOTOGRAFIA: 292.6 cm.2		

PRIMERA PLANA DEL DIARIO
EL NACIONAL

FECHA:

FECHA	NOTA PRINCIPAL	No. DE ILUSTRACIONES	COLOCACION MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm.2	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm.2
1o. Agos.	Protegido el con sumo de las may ^o rías.	3	1. El presidente inaugura el programa CONCANACO-DDF de tiendas de autosuficiencia. 3. Candidatos demócratas a la presidencia de los Estados Unidos. 5. Boxeador mexicano en la Olimpiada	226.2 ----- 84	149.8 79.31 145.8
				AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:	375cm.2
2 Agos.	Exige la Sociedad - una policía eficiente.	3	1. Ciclista triunfador en la Olimpiada UPI 2. Llegó el canciller chino. 3. Escolares en Palacio para observar a nuevos embajadores y MMH.	----- ----- -----	108.8 121.5 86.4
				AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:	317cm.2
3 Agos.	La máxima zafra de la historia de México.	3	1. Boxeador mexicano - ganó la Olimpiada - su combate 3 Explosión en la cabina de un avión de Air Fr. 4, Comida del Lic. Sepúlveda con el Canciller chino.	67.5 80	211.2 63.6 186.4
				AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:	361 cm.2

FECHA	NOTA PRINCIPAL	No. de ILUSTRACIONES	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm.2	SUPERFICIE DE LA ILUSTRACION cm.2
7 Agos.	Está decidido México a vencer la crisis.	3	1. MMh habla a los representantes de más de 150 países en la inauguración de la conferencia Mundial de población.	393.7	121.5
			2. Anuncio de avance tecnológico por parte de SEDUE.	88	83.1
			3. El equipo mexicano de natación sincronizada pasó a finales en la Olimpiada.	-----	91.1

AREA DE FOTOGRAFIA: 295.82 cm.2

RESULTADOS DE LA SEMANA

NOTAS PRINCIPALES ILUSTRADAS-----	2
PROMEDIO DE SUPERFICIE CON ILUSTRACIONES -----	343 cm.2
PROMEDIO DE TEXTO REFERENTE A LAS ILUSTRACIONES-----	177.7 cm2
PORCENTAJE DE FOTOGRAFIAS EN LAS ILUSTRACIONES-----	95%
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL IMPRESA-----	18.9%
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE REDACCIONAL -----	21.9%
NOTICIAS EN LA PLANA, TOTAL SEMANAL -----	56
TOTAL DE FOTOGRAFIAS -----	20
FOTOGRAFIAS DE INDOLE GUBERNAMENTAL-----	9
FOTOGRAFIAS RELATIVAS A LA OLIMPIADA -----	7
OTRAS FOTOGRAFIAS, E ILUSTRADAS -----	5
PROMEDIO DE FOTOGRAFIAS POR NOTICIA -----	0.3%
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS PRINCIPALES -----	9.5%
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS DE LA OLIMPIADA -----	33%

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE ILUSTRACION	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm.2	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm.2
8 Agos.	"La salud de marginados tendrá preferencia"	3	1. Presidente MMH firmando el programa Nacional de Salud 1984-1988	200.4	178.2
			2. Reunión de el Srío. Pesquera con diputados.	132	98.64
			1. Olimpiada de los Angeles, - clavadistas mexicanos.	67.5	97.2
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 375 cm2					
9 Agos.	"Rapidez y eficiencia en el servicio público"	3	1. Examen de admisión para la preparatoria	----	109.35
			2. Boxeador mexicano ganó en los Angeles	55	81.18
			4. Aerosequestro en Egipto (UPI)	----	88.4
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 285.3 cm2					
10 Agos.	"Resistimos ésta y cualquier crisis"	3	1. La CTM y el OIT (Organización Interamericana del Trabajo) anunciaron una junta	162	145.8
			2. Firma de acuerdo de cooperación técnica ONU Gobernación y CONAPO	----	99.36
			4. Boxeador mexicano ganó en los Angeles aseguró planta y va por el oro.	75.6	84.24
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 329.4 cm.2					

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE ILUSTRACION	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm.2	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm.2
11 Agos.	"Por zonas del País los precios oficiales HHC".	3	1.El tenista Macrel ganó y pasó a la final en los Angeles	73.5	101.85
			2.Nuevo Presidente de Ecuador-Fabres Cordero	115.5	80.56
			1.Reordenación de instalaciones en el IPN.	-----	97.37
12 Agos.	"Pleno Apoyo a Estrategias de los estados: MMH"	3	1.Raúl González triunfador caminata 50 Kms (UPI)	92.13	181.93
			2.El representante de la delegación norteamericana para la conferencia de Población, anuncio que E.U. descongela su presupuesto de ayuda.	76.65	82.4
			3.El canciller de México visita a Ecuador (UPI)	123.75	86.67
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 351 cm.2		
13 Agos.	"Amplio abasto de alimentos a las mayoristas"	3	1.Visita del Srio. de la ONU al venir a clausurar la conferencia de la Población.	----	149.24
			2.Falleció Bernardo Quintana. Su foto en vida.	----	29.5
			3,El dir. Gral de Desarrollo Urbano habló de los objetivos de PRONADEVI	----	75.97
			4.Clausura de la XXIII Olimpiada (UPI) --		77.04
		AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 331.75 cm.2			

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE ILUSTRACION	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL DEL TEXTOcm.2	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm.2
14 Agos.	"Autosuficiencia energética garantizada"	3	1.Conferencia Internacional de Población	121.5	116.64
			3.Congresista de Pensilvania - habia con el Presidente de - Egipto	-----	89.38
			4.Homenaje a Cuauhtémoc en la conmemoración de la toma de la Cd. de México.	-----	78.11

AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 284.13 cm.2

2º SEMANA 8 al 14

-NOTICIAS PRINCIPALES ILUSTRADOS -----	2
PROMEDIO DE SUPERFICIE CON ILUSTRACIONES -----	291.11 cm2
PROMEDIO DE TEXTO REFERENTE A LAS ILUSTRACIONES -----	195.4
-PORCENTAJE DE FOTOGRAFIAS EN LAS ILUSTRACIONES -----	100%
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL IMPRESA -----	16.09%
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE REDACCIONAL -----	18.6%
NOTICIAS PRINCIPALES -----	56
FOTOGRAFIAS TOTALES -----	22
FOTOGRAFIAS DE INDOLE GUBERNAMENTAL -----	9
FOTOGRAFIAS RELATIVAS A LA OLIMPIADA POR SEMANA -----	6

SEMANA 15 a 1 21

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE ILUSTRACION.	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm ²	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA
15 Agosto	"Diálogo, el mundo se descuartiza: ONU"	3	1. Brindar apoyo honesto a <u>Con</u> <u>tadora: Pérez de C.</u>	229.5	112.36
			3. Comerciantes van a hacer su agosto en septiembre.	94.5	94.16
			4. MMH entregó la medalla <u>La-</u> <u>zaro Cardenas.</u>	-----	86.4
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 292.92 cm ²		
16 Agosto	"Alfabetización a 4.1 millones en 4 años"	3	1. MMH encabezó <u>asamblea en Don</u> <u>celes.</u>	92	143.8
			3. Conferencia de buenos <u>princi</u> <u>pios, libertad y respeto: Bar</u> <u>tlet</u>	100	93.84
			4. La ONU en México	77.5	78.11
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 317.75 cm ²		
17 Agosto	"Mayor producción de <u>a-</u> <u>limentos marinos"</u>	3	1. MMH y el programa de <u>pesca</u>	178.5	173.48
			3. En E.U. el <u>partido republica</u> <u>no</u>	-----	88.56
			4. <u>Asamblea Internacional de Par</u> <u>lamentos sobre Población y De</u> <u>sarme.</u>	84	116.63
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 380.67 cm ²		
18 Agosto	"Descendió medio punto- de la tasa <u>libor"</u>	3	1. El programa Nacional de <u>Unifor</u> <u>mes y útiles fue puesto en mar</u> <u>cha.</u>	-----	179.85
			3. El IPN dedicó su mayor <u>esfuer-</u> <u>zo al desarrollo de tecnología</u> <u>propia.</u>	99.75	83.16

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE ILUSTRACION	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm2	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA
19 Agosto	"Decidirá la Asamblea los cambios en el -- PRI. Lugo Gil	3	1. Feria de San Marcos	---	164.59
			2. Ernesto Canto	15	83.32
			3. En relación a las elecciones en E.U.	---	87.48
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 337,39 cm.2		
20 Agosto	"Mayor apoyo a exportaciones no petroleras. 3	3	1. Metropolitano	96	128.25
			2. Entrevista a un diputado del PRI	-	72.2
			4. Convención nacional republicana en E.U.	-	31.11
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA :134.56 cm2		
21 Agosto	"Mayor capacitación y Pro ductividad obrera (MMH)"	3	1. Homenaje a Octavio Paz	-	139.08
			3. Atacan a los demócratas	-	116.6
			4. Ampliación del aeropuerto nacional	78	95.23
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 370.91 cm.2		

3SEMANA 15 a1 21

NOTICIAS PRINCIPALES ILUSTRADAS	3	
PROMEDIO DE SUPERFICIE CON ILUSTRACIONES	329.1	cm2
PROMEDIO DE TEXTO REFERENTE A LAS ILUSTRACIONES	150	cm2
PORSENTAJE DE FOTOGRAFIAS EN LAS ILUSTRACIONES	100	%
PORSENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL IMPRESA	18.1	%
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE REDACCIONAL	21	%
NOTICIAS PRINCIPALES	56	
FOTOGRAFIAS TOTALES	21	
FOTOGRAFIAS DE INDOLE GUBERNAMENTAL	10	
FOTOGRAFIAS RELATIVAS A LA OLIMPIADA POR SEMANA	1	
OTRAS FOTOGRAFIAS	10	
% DE FOTOS POR NOTICIA	37.5	%
% DE ILUSTRACIONES DE PRIMERA PLANA, RESPECTO AL TOTAL ILUSTRA PRIMERA PI/LL TOTALES --- OLIMPIADA / TOTALES	14 4	% %
OTRAS FOTOGRAFIAS	7	
% DE FOTOS POR NOCIA	39	%
% DE ILUSTRACION DE PRIMERA PLANA, RESPECTO AL TOTAL ILUSTRA PRIMERA PI/LL TOTALES OLIMPIADA/TOTALES	21% 30%	% %
	27	%

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE ILUSTRACION	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm2	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm.2
22 Agosto	"Distribución de la población en 59 ciudades."	3	1. Gráfica sobre población	256	142.79
			2. Habla Geraldine Ferro	-	88.56
			4. Nombramiento, presidente Cámara de diputados.	104	88.29
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA :		
23 Agosto	"Unidad obrera en torno al presidente Fidel"	3	1. MMH desayunó con los deportistas de los Angeles	-	174.9
			3. Argentino repudiado	-	84
			4. Cartón PAN-E.U.	-	110.16
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA :		
24 Agosto	"Luchará el PRI por la igualdad con libertad"	3	1. Lugo Gil ratificado presidente del PRI Nacional.	570	160.23
			3. R. Reagan profeta del Republicano	114.1	96.3
			4. Entrevista al embajador de la URSS por Chernen	-	82.62
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA :		
25 Agosto	"El PRI por un humanismo revolucionario"	4	1. Irma Cué electa secretaria General del Comité Ejecutivo Nacional del PRI.	265.5	58.5

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE ILUSTRACION	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm2	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm2
			1. Adolfo Lugo Verduzco insitó a los priistas de pasa de las palabras a los hechos.	-	58.5
			3. Antonio Madero presidente de la Cámara Minera de México, habló de autosuficiencia en oro.	-	84.24
			4. Helicóptero norteamericano-busca minas en aguas de Suez.	-	84
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA : 285.24 cm2		
26 Agosto	"Ni personalismos ni liderzgos iluminados (MMH)."	3	1. Clausura de la XII Asamblea Nacional del PRI	306.86	168.21
			2. Apoyo a Ferrara en su Candidatura	109.21	77.25
			4. Aniversario liberación de París	-	77.7
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA : 347.98 cm2		
27 Agosto	"Campaña Nacional para ahorrar energía"	3	1. Un diputado como los productores de trigo	69.09	160.06
			3. Entrevista con ancianos del INSEN	-	73.44
			4. Símbolo del Discovery Dibujo	-	144.48
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA : 347.98 cm2		

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE ILUSTRACION	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm2	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm2
28 Agosto	"Cabal compromiso de cumplimientos agrarios"	3	1. Dirigente de la CNC fustigó en el Congreso Nacional Extraordinario	263.25	143.38
			3. Comisión para el rescate de material radioactivo.	-	86.92
			4. Tripulación del Discovery.	-	75.97
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA :				306.27 cm2	
4 SEMANA 22 a 1 28					

NOTICIAS PRINCIPALES	5
PROMEDIO DE SUPERFICIE CON ILUSTRACIONES	327.2 cm2
PROMEDIO DE TEXTO REFERENTE A LAS ILUSTRACIONES	293.9 cm2
PORCENTAJE DE FOTOGRAFIAS EN LAS ILUSTRACIONES	86 %
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL IMPRESA	18 %
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE REDACCIONAL	20.9 %
NOTICIAS EN LA PLANA, TOTAL SEMANAL	55
TOTAL DE FOTOGRAFIAS	22
FOTOGRAFIAS DE INDOLE GUBERNAMENTAL	9
FOTOGRAFIAS RELATIVAS A LA OLIMPIADA	-
OTRAS FOTOGRAFIAS E ILUSTRACIONES	12
PROMEDIO DE FOTOGRAFIAS POR NOTICIA	40
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS PRINCIPALES	22
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS DE LA OLIMPIADA	--

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE ILUSTRACION	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm2	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm2		
29 Agosto	"Denunciar a malos Funcionarios pide MMH"	3	1. Preparativos para el II In forme	-	139		
			2. Explicar accidente transbordador Díaz Ordaz	-	94.16		
			4. Paloma de la Madrid festejó a ancianos.	-	88.56		
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:			317.72 cm2	

30 Agosto	"Se alía el PAN con intereses ajenos al país, dice la CTM."	3	1. Espíritu patriótico	-	153.36		
			2. General de Ayacucho destituido explica por qué fue.	-	91.35		
			4. Avión que se estrelló en el desierto.	-	73.44		
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA :			318.13 cm2	

31 Agosto	"Pluralidad de criterios entre diputados"	3	1. Fue lanzado el Discovery	-	69.6		
			3. Acuerdo de cese al fuego y diálogo guerrilla Colombia	-	69.6		
			4. Buque Tanque de Chipre alcanzado por un cohete iraní	-	73.83		
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA :			298.58 cm2	

1º Septiem bre.	"Expetación por el II In me de MMH."	3	1. Jesús Romero Flores constituyente de 1917 habla sobre el clero	185.32	140.8		
			3. Satélite colocado en órbita por el Discovery.	-	82.95		

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE ILUSTRACIONES	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DE TEXTO cm2	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm2
2 Septiembre	"SEP estamos derrotando a la crisis MMH"	3	1. MMH terminado su informe	385.57	73.13
			2. En Japón un simulador antidesastre	-	75.97
			4. Panorama del Palacio Legislativo.	-	95.04
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:		
3 Septiembre	"SEP podemos avanzar reflejó el II informe"	3	1. Foto espacial del aditamento del Discovery.	-	132.5
			2. Entrevista al subsecretario de SPP.	80	89.64
			3. Inundación en Seúl	-	78.44
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA :		

NOTAS PRINCIPALES ILUSTRADAS	1
PROMEDIO DE SUPERFICIE CON ILUSTRACIONES	298.22
PROMEDIO DE TEXTO REFERENTE A LAS ILUSTRACIONES	170.7 cm2
PORCENTAJE DE FOTOGRAFIAS EN LAS ILUSTRACIONES	100
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL IMPRESA	16.4
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE REDACCIONAL	19
NOTICIAS EN LA PLANA, TOTAL SEMANAL	48
TOTAL DE FOTOGRAFIAS	18
FOTOGRAFIAS DE INDOLE GUBERNAMENTAL	8
FOTOGRAFIAS RELATIVAS A LA OLIMPIADA	-
OTRAS FOTOGRAFIAS, E ILUSTRACIONES	10
PROMEDIO DE FOTOGRAFIAS	37.5
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS PRINCIPALES	5.5
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS DE LA OLIMPIADA	--

SECCION ESPECTACULOS DEL DIARIO EL NACIONAL

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº de FOTO GRAFIAS	COLOCACION -MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm2
1 Agosto	Continúa el misterio de la renuncia de José Luis Rodríguez a "Tú o nadie"	4	1."Gioconda" (vedette)	41.4	154.2
			2.Gabriel García Márquez	85.4	78.
			3.Mar Castro	105	217.2
			4.Miss Universo 1984	231.8	329.2
AREA TOTAL DE LA FOTOGRAFIA : 778.75 cm2					
2 Agosto	Los teatros del Seguro Social darán oportunidad a cantantes.	5	1.Lizzeta Romo (actriz)	28.2	149.9
			2.Andrés Torres, Coordinador de teatros del S.S.	119.6	45
			3.María Conchita Alonso (cantante)	35.3	145.4
			4.Tongolele (vedette)	44.4	327
AREA TOTAL DE LA FOTOGRAFIA: 667.46 cm2					
3 Agosto	Pepe Jara dará a conocer 95 canciones inéditas del maestro Alvaro Carrillo	5	1.Pepe Jara	155.4	154
			2.Minerva (vedette)	28.4	338.1
			3.Lucha Villa	---	178.2
			4.En una presentación-	165.9	153.4
			5. "		175.2
AREA TOTAL DE LA FOTOGRAFIA: 998.99 cm2					

ESPECTACULOS

FEC-DA	NOTA PRINCIPAL	No. de FOTOGRAFIAS	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm2	SUPERFICIE DELA FOTOGRAFIA cm2
4 Agosto	Yul Brinner se niega a sucumbir ante el cáncer: "Hay que seguir luchado", dice.*	5	1.Gina Morett (vedette)	97.3	179.1
			2.Yul Brinner, ahora	152.2	133.9
			3.Yul Brinner, antes	-----	81.6
			4.Rosalba Brambila (ved)	34.5	266.7
			5.Marilyn Monroe	231	76.6
					AREA TOTAL DE LA FOTOGRAFIA: 738.1cm ²
5 Agosto	"Bajo la metralla", de Felipe Cazals, - la gran triunfadora recibió 9 Diosas de Planta.*	7	1.Lucía Villa	452.2	1.350
			2.Manoella Torres		
			3.José José		
			4.María Rojo		
			5.María Sorté		
			6.Héctor Suárez		
			7.Indio Fernández		
			8.Miguel Alemán		
					AREA TOTAL DE LA FOTOGRAFIA; 1.350cm ²
6 Agosto	Murió un grande de la actuación: Richard Burton.		1.Fotografias de	598,5	138.2
			2.la vida y acti		116.6
			3.vidad de Richard		87.2
			4.Burton-		174.3
			5 "		88
			6.Humberto Zurita	15.7	36
			7.René Casados	15.7	36
					AREA TOTAL DE LA FOTOGRAFIA: 676.38cm ²

ESPECTACULOS

FECHA	NOTA PRINCIPAL	No. de FO TOGRAFIA	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm ²	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm ²
7 Agosto	"No asistirá Liz Taylor al sepelio de Ricard - Burton"	3	Felicia Mercado Ricard Burton Marytin Goyco	90 194.25 137.8	310.86 130 272.25

AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 536 cm²

RESULTADOS POR SEMANA lo. al 7 Agosto

NOTAS PRINCIPALES ILUSTRADAS	6(17)
PROMEDIO DE SUPERFICIE DE ILUSTRACIONES	821 cm ²
PROMEDIO DE TEXTO REFERENTE A LAS ILUSTRACIONES	401.8 cm ²
PORCENTAJE DE FOTOGRAFIAS EN LAS ILUSTRACIONES	100
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL IMPRESA	45
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE REDACCIONAL	45
NOTAS TOTALES	31
ILUSTRACIONES TOTALES	36
FOTOGRAFIAS CON VALOR NOTICIOSO (FRESCAS)	15
FOTOGRAFIAS SIN VALOR NOTICIOSO (ARCHIVO)	21
VEDETTES	8
PROMEDIO DE ILUSTRACIONES POR NOTICIA	1.16
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS PRINCIPALES	47
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS DE VEDETTES	22

FECHA	NOTA PRINCIPAL	No.DE FOTO GRAFIAS	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm ²	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm ²
8 Agosto	"La SOGEM presiona rá a RTC para que filme el guión -- triunfador de 1983"	5	Michael Jackson	83	146
			Lucerito	-	246.49
			Julissa	15.75	33.12
			Ma. Victoria Mora Escudero	15.75 -	33.12 33.32
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 547.05 cm ²		
9 Agosto	"Que el Puma de- su actuación en - la telenovela a su público".	6	José Luis Rodríguez	323.4	149.8
			Carlos Amador	137.7	79.04
			"Cantinflas"		79.04
			Angélica Ma. Angélica Vale		88.53 88.52
			Gabriela Baez		162.18
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 647.16 cm ²					
10 Agosto	"Curubusco sigue- con perdidas sobre la oferta de RKO"	3	María del Sol	116.85	146.26
			Olivia Collins	48.18	345.03
			Los Beatles	200.49	165.36
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 656.65 cm ²		
11 Agosto	"Robert Mitchum los dolores"	5	Antonio de Jesús	103.88	
			*Robert Mitchum	384.5	504.79
			*Robert Mitchum		
			Beatriz Adriana y Marco Antonio Solis		78.43
			Elsa Benn	110.25 55.5	292.56
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 875.83 cm ²					

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE FOTO	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm ²	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm ²
12 Agos.	"Qué pasa con Marlene Dietrich? Es la interrogante - Internancional".	7	Lyn May	-	226.22
			Andres García debuto en el Teatro	34.8	292.34
			Mario Pintor	17.1	31.68
			Alberto Angel "El <u>cu</u> ervo".	11.7	31.68
			Rebeca Jones	-	73.6
			Claudia Islas	-	73.6
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:				769.12 cm ²	
13 Agos.	"El Puma hizo bien en salirse de la telenovela 'Tu o Nadie!'; Daniela Romo	4	José Roberto	98	145
			*Daniela Romo	181.3	301.5
			Manuel Capetillo	-	-
			Patricia Rivero	84	209.55
			Lorena Rivero	-	-
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:				656.05 cm ²	
14 Agos.	"Ultimas confeciones de Richar <u>Bur</u> ton".	5	Edith González	15.75	32.85
			*Richar Burton	391.65	347.6
			Rosita Boucnot	-	364.5
			Roberto Cantoral	-	33.58
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:				778.53 cm ²	

2ª SEMANA DEL 8 AL 14 DE AGOSTO

NOTICIAS PRINCIPALES _____	4 (6)
PROMEDIO DE SUPERFICIE DE ILUSTRACIONES _____	704 cm ²
PROMEDIO DE TEXTO REFERENTE A LAS ILUSTRACIONES _____	347.07cm ²
PORCENTAJE DE FOTOGRAFIAS EN LAS ILUSTRACIONES _____	100
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL IMPRESA _____	38
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL REDACCIONAL _____	33
NOTAS PRINCIPALES _____	38
ILUSTRACIONES TOTALES _____	35
FOTOGRAFIAS CON VALOR NOTICIOSO (FRESCAS) _____	8
FOTOGRAFIAS SIN VALOR NOTICIOSO (ARCHIVO) _____	27
VEDETTES _____	6
PROMEDIO DE ILUSTRACIONES POR NOTICIA _____	0.92
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTICIAS PRINCIPALES _____	17
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS DE VEDETTES _____	17

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE FOTO GRAFIAS	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm ²	SUPERFICIE DELA FOTOGRAFIA cm ²
15 Agos.	"En la Plaza México, la función benéfica- de Vicente Fernández"	3	Rosella *Vicente Fernández Lucía Gálvez	22.8 130.83 47.74	369.72 138.24 338.67
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 846.63 cm ²					
16 Agos.	"Fernando Allende, - nominado como el me- jor actor de la tele- visión en E.U."	7	Carolina Magaña *Fernando Allende Grace Renat Vedettes Rafael Inclan Sergio Corona	19.4 79.4 27.5 - 77.5 -	227.05 159.14 245.16 - 728.58 -
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 1 114,77 cm ²					
17 Agos.	"Xavier Robles, Tri- unfador del 1er. con curso de guiones ci- nematográficos".	5	Héctor Suárez *Jesús Hdez. Torres (RTC). Roberta Moreno Wanda Seux	- 142 - 15.64 25.11	300,84 117.72 - 259.2 123.76
ATEA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 801.52 cm ²					
18 Agos.	"Plácido Domingo, rea- liza un ELEFE con can- ciones de Manuel Ale- jando .	6	*Plácido Domingo Mario de la Piedra "Los cuatro de Liver- pool Julio Iglesias	284.55 112 - 54 17.25	121.54 97.37 - 66.56 254.1

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE FOTO GRAFIA	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm ²	SUPERFICIE - DE LA FOTOGRA FIA cm ² .
			María Conchita	16.16	154.76
			Karin Wilder	-	124.12
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 818.45 cm ²		
19 Agosto	"Chaplin es la dig nidad de hombre an te la humillación- por su pobreza".	6	Rafael Amador	12.5	33.66
			Claudia Tate	26.26	108
			Alma Muriel	80.56	109.14
			"Cantinflas"	230.5	37.14
			Luis Angel	6.44	37
			Marcela Rubiales	6.44	37
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 362.48 cm ²		
20 Agosto	"Cierran cines los domingos por con - flictos ante COTSA y STIC".	4	Angela Fortt	24.65	364.65
			Olivia Collins	20.25	36.5
			Victoria Ruffo	19.8	32.85
			Bee Gees	42.12	118.8
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 552.8 cm ²		
21 Agosto	"Plan de coproduc- ción entre el Esta do y los trabajado res".	4	Alejandra Moral	29.1	191.1
			*Alberto Isaac	225.05	99.2
			*Miguel Alemán	127.05	102.72
			Velasco y personajes del programa Cri-Cri		251.56
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 645.58 cm ²		

3°SEMANA DEL 15 al 21 DE AGOSTO

NOTICIAS PRINCIPALES ILUSTRADAS	5
PROMEDIO DE SUPERFICIE DE ILUSTRACIONES	613 cm^2
PROMEDIO DE TEXTO REFERENTE A LAS ILUSTRACIONES	270 cm^2
PORCENTAJE DE FOTOGRAFIAS EN LAS ILUSTRACIONES	100
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL IMPRESA	33
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL REDACCIONAL	33
NOTAS PRINCIPALES	35
ILUSTRACIONES TOTALES	35
FOTOGRAFIAS CON VALOR NOTICIOSO (FRESCAS)	11
FOTOGRAFIAS SIN VALOR NOTICIOSO (ARCHIVO)	24
VEDETTES	9
PROMEDIO DE ILUSTRACIONES POR NOTICIA	1
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTICIAS PRINCIPALES	14
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS DE VEDETTES	25

FECHA	NOTA PRINCIPAL	N°DE FOTO GRAFIAS	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE TEXTO cm ²	DEL SUPERFICIE DE LA FOTO- GRAFIACm ²
22 Agosto	"El cine norteamer <u>i</u> cano si discrimina- a los actores lati- nos, asegura Poul - Rodríguez".	5	Sonia Infante	15.98	33.84
			Teri Garr y Tom Carti	236.00	179.85
			Gabriela (cantante)	22.08	123.48
			Brigitte Bardot	30.1	235.4
			Vicky Carr	-	345
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:				607.07 cm ²	
23 Agosto	"Cantinflas dejará- inmensa fortuna a - su hijo Mario Arturo Moreno"	5	Miss Universo	91.2	78.53
			*"Cantinflas"	*217.22	163.35
			Olga Breeskin	66.6	318
			María del Sol	13	64.74
			"Cantinflas"	-	78.53
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:				703.15 cm ²	
24 Agosto	"Al igual que su ma- dre Minnelli es victi <u>i</u> ma del alcohol y dro <u>g</u> as".	5	Grupo Magneto	113.49	108
			Olivia Manoli (vedette)	58.2	157
			Princesa Lea	-	33.12
			Cri-Cri	15.18	34.04
			Mari Trini	25.92	80.12
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:				412.28 cm ²	
25 Agosto	"Con un aumento del- 49% se conjuró la huel <u>a</u> ga en PELNAL".	4	Elsa Montes	-	395.64
			Alfredo "Vareleta"	-	252.77
			Rita Macedo	-	110.74

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE FOTO GRAFIA	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm ²	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm ²
			Varios	-	183.69
<hr/>				AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 942.84 cm ²	
26 Agosto	"La música mexicana descriptiva y colo- rística opina Luis Co- bos".	4	Irina Areu Gato "Barbieri" Arlette Pacheco Enrique Guzmán	11.5 111.55 18 11.96	38.73 129.78 279.5 33.53
<hr/>				AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 477.64 cm ²	
27 Agosto	"Carrito" la pelícu- la mexicana más ta- quillera en el pre- sente año.	4	Rossy Escudero (ve- dette) Raquel Olmedo Roxana Chávez Escena "Pedro Nava- ja".	- 81.48 - -	263.76 123 382.36 123.75
<hr/>				AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 892.87 cm ²	
28 Agosto	"La obra de Buñel en Venecia".	4	Vinerva Vázquez (Ve- dette) Maribel Fernández "Ratero de Vecindario" " " " escenas	35.89 88.8 115 -	208.6 287.04 162.68 120.96
<hr/>				AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 770.74 cm ²	

4° SEMANA DEL 22 AL 28 DE AGOSTO

NOTICIAS PRINCIPALES ILUSTRADAS	1
PROMEDIO DE SUPERFICIE DE ILUSTRACIONES	687 cm ²
PROMEDIO DE TEXTO REFERENTE A LAS ILUSTRACIONES	197.0cm ²
PORCENTAJE DE FOTOGRAFIAS DE LAS ILUSTRACIONES	100
PORCENTJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL IMPRESA	37
PORCENTJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL REDACCIONAL	37
NOTAS PRINCIPALES	39
ILUSTRACIONES TOTALES	31
FOTOGRAFIAS CON VALOR NOTICIOSO (FRESCAS)	9
FOTOGRAFIAS SIN VALOR NOTICIOSO (ARCHIVO)	22
VEDETTES	11
PROMEDIO DE ILUSTRACIONES POR NOTICIA	0.8
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTICIAS PRINCIPALES	3
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS DE VEDETTES	35

FECHA	NOTA PRINCIPAL	Nº DE FOTO GRAFIA	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm ²	SUPERFICIE DE LA FOTOGRAFIA cm ²
29 Agosto	"Los famosos del cine han conver- tido en millona- rios a los ciru- janos plásticos"	5	Ira de Fustemberg	553.5	89.92
			Ornella Mutti		89.92
			*Frank Sinatra		89.92
			Parçhis	54.25	275.59
			Zommie (vedette)	28.8	219.09
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:				764.44 cm ²	
30 Agosto	"Miguel Bosé, No- soy narciso"	5	Felicia Mercado	17.76	201.06
			Pecro Vargas	18.4	32.4
			Federico Villa	14.72	32.4
			Myrra Saavedra	-	198.4
			*Miguel Bosé	267.32	81.71
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:				545.97 cm ²	
31 Agosto	"Liz Taylor rompió su noviazgo con el abogado Victor Gon- zález Luna".	5	Maribel Fernández	46.56	151.9
			Liz Taylor	271.5	143.6
			Amadeus		151.47
			Amadeus	133.3	153
			Amadeus		142.29
AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA:				742.26 cm ²	
1º Sep.	"Yuri, estrella fa- vorita entre los - venezolanos".	4	*Yuri	80.85	167.46
			Isabel Rojas	84.53	116.63
			Lucha Villa	-	338.25

FECHA	NOTA PRINCIPAL	N°DE FOTO GRAFIA	COLOCACION-MOTIVO	SUPERFICIE DEL TEXTO cm ²	SUPERFICIE DE LA FO TOGRAFIA cm ²
			Queta Jiménez	132.5	118.77
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 741.11 cm ²		
2 Sep.	"El II Informe y el medio artistico".	8	Kirk Douglas	173.28	84.95
			Michael Jackson	11.5	31.02
			Elvis Presley	-	32.85
			Gloria Mayo	78.78	147.46
			Carmen Salinas		
			Raúl Ramírez		
			Jorge Rivero		
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 408.08 cm ²		
3 Sep.	"Como profesional,- debo hacer todo tipo de trabajo, dice Ra- úl Araiza".		Olga Rios (vedette)	57.12	198
			Rigo Tovar	145.16	150.15
			"Clavillazo"	112.92	138.24
			AREA TOTAL DE FOTOGRAFIA: 486.39 cm ²		

5° SEMANA DEL 29 AL 3 de SEPTIEMBRE

NOTICIAS PRINCIPALES ILUSTRADAS	3
PROMEDIO DE SUPERFICIE DE ILUSTRACIONES	614 cm ²
PROMEDIO DE TEXTO REFERENTE A LAS ILUSTRACIONES	421 cm ²
PORCENTAJE DE FOTOGRAFIAS EN LAS ILUSTRACIONES	100
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL IMPRESA	34
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL REDACCIONAL	34
NOTAS PRINCIPALES	39
ILUSTRACIONES TOTALES	30
FOTOGRAFIAS CON VALOR NOTICIOSO (FRESCAS)	6
FOTOGRAFIAS SIN VALOR NOTICIOSO (ARCHIVO)	24
VEDETTES	6
PROMEDIO DE ILUSTRACIONES POR NOTICIA	0.76
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTICIAS PRINCIPALES	7.6
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS DE VEDETTES	20

PROMEDIOS TOTALES

NOTICIAS PRINCIPALES ILUSTRADAS	6.5	
PROMEDIO DE SUPERFICIE DE ILUSTRACIONES	708.0	cm ²
PROMEDIO DE TEXTO REFERENTE A LAS ILUSTRACIONES	337	cm ²
PORCENTAJE DE FOTOGRAFIAS EN LAS ILUSTRACIONES	100	
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL IMPRESA	37.4	
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES RESPECTO A LA SUPERFICIE TOTAL REDACCIONAL	37.4	
NOTAS PRINCIPALES	37.4	
ILUSTRACIONES TOTALES	34.3	
FOTOGRAFIAS CON VALOR NOTICIOSO (FRESCAS)	10	
FOTOGRAFIAS SIN VALOR NOTICIOSO (ARCHIVO)	24.3	
VEDETTES	8.2	
PROMEDIO DE ILUSTRACIONES POR NOTICIA	0.9	
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTICIAS PRINCIPALES	17.7	
PORCENTAJE DE ILUSTRACIONES QUE SE UTILIZARON PARA NOTAS DE VEDETTES	23	