

Funciones de la fotografía en el asunto energético en la prensa española

Ángel Javier Castaños Martínez – Universidad CEU Cardenal Herrera –
ajc@uch.ceu.es

Abstract: La imagen en prensa es, sin duda, el elemento de reclamo, de llamada, el que con mayor frecuencia ejerce como “centro de impacto visual” en las páginas de una publicación impresa. Nacida al mundo del periodismo – por motivaciones técnicas– varios cientos de años después de la letra impresa, tiene ese poder para atraer miradas, ya que es –para todos aquellos que no padecen una discapacidad visual extrema– la forma natural más habitual para adquirir información. Tiene el gran poder de atraer miradas. En parte por esa posterior incorporación a los procesos de producción, en parte por falta de una visión completa en los procesos de producción y consumo de información, todavía hoy, profesionales, docentes y alumnos del mundo del periodismo relegan a una segunda fase la selección de imágenes, tras la redacción de los textos. Expresiones del tipo “una foto que acompañe a la información”, “una imagen apoyo” siguen –hoy día– en boca de muchos. Este texto incide en la importancia de este elemento informativo, analizando su presencia o ausencia en las piezas periodísticas que informaron sobre políticas energéticas y explora –siguiendo las clasificaciones al uso– cuáles son las funciones de la imagen en la representación del asunto energético en los diarios El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia, La Razón, El Periódico y Público en el periodo 2008-2012 (proyecto CSO2012-38363).

Keywords: fotografía; ilustración; infografía; políticas energéticas; encuadres noticiosos.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

1. Introducción

El proyecto ‘Análisis del tratamiento informativo de las políticas energéticas en España, procesos de recepción y organizaciones sociales’ (CSO2012-38363) tiene como objetivo conocer el papel de los medios de comunicación en la configuración de la opinión pública sobre la cuestión energética. Los objetivos propuestos en la primera fase de la investigación son cuantificar y describir la cobertura dedicada a los asuntos energéticos en la prensa nacional, identificar los encuadres informativos y establecer la incidencia de los diferentes actores implicados. Este texto trata los resultados obtenidos sobre el uso de las imágenes.

La frase “Una imagen vale más que mil palabras” es una referencia extendida en nuestro repertorio de dichos recurrentes y también lo ha sido en bastantes de los textos que sobre diseño periodístico se han escrito. Desde clásicos nacidos cuando la fotografía en prensa tenía apenas unos 50 años de vida, como *Printing Design and Layout* (Steer, 1934: 245), o el también clásico *Newspaper Design* (Allen, 1947: 154), hasta obras más cercanas en el tiempo y el ámbito geográfico como *Principios básicos sobre diseño periodístico* (González Díez y Pérez Cuadrado, 2001: 123), muchos de esos autores de referencia se han servido de la frase proverbial cuyo significado es que “la mejor manera de probar algo es verlo” (Centro Virtual Cervantes, 2015). La narrativa periodística es el relato de hechos acontecidos y el uso de la fotografía y la imagen en general es un instrumento de prueba de los hechos relatados.

El periodista, profesor y maestro de profesores y periodistas Fernando Lallana (Lallana, 2000: 117) escribía sobre la claridad, instantaneidad y fuerza de las imágenes y su convivencia con los elementos textuales:

“La imagen refleja, de manera inmediata, una situación con mayor intensidad en la aportación de datos y su fuerza puede ser superior a la palabra en determinadas ocasiones, pero en periodismo los dos elementos se presentan unidos.”

La forma natural en la que adquirimos la información de manera habitual mediante la visión de imágenes ha llevado a algunos incluso a convertir la

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

tipografía en imagen, tal y como por ejemplo se hizo con la cabecera de Marca al transformarla en la eme “M” en 2002. El consultor de diseño Juan José Gámez, anterior director de arte del grupo Recoletos, hizo especial hincapié en ese “poder de la imagen” (González Díez y Pérez Cuadrado, 2007: 149).

Es esa fuerza de las imágenes las que las convierte en el elemento de reclamo en la página impresa:

“Pictures are the first anybody looks at on the page. They are fast, emotional, instinctive, and they arouse curiosity. Thus they open the viewer up to information. They must be used deliberately strategically, not just to break up the text to make the page less boring. They are not subordinate elements, so you don't treat them as such. Publications are a blend –a partnership– of the visual with the verbal.” (White, 2003: 143)

Ese poder magnético que las imágenes ejercen en el lienzo de una página no ha tenido, sin embargo, ese estatus bien por condicionantes técnicos, bien por una mal atribuida falta de seriedad, como bien destacaban González y Pérez (González Díez y Pérez Cuadrado, 2001: 52). Tal y como relataba el clásico del diseño periodístico, John E. Allen, esos impedimentos técnicos fueron finalmente salvados antes de terminar el siglo XIX:

“In 1881, Frederic E. Ives of Philadelphia, according to John Clive Osvald in his *Printing of the Americas*, published in 1937 by the Gregg Publishing Company, ‘invented a process of photography through cross-lined screens and the employing chemicals to etch of cutting away parts of the surface of a block with a burin’.” (Allen, 1947: 156)

2. Funciones de la fotografía

La literatura al uso sobre el diseño periodístico viene a establecer una serie de funciones variadas que desempeña la fotografía y la imagen en general en la páginas del medio impreso.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Uno de esos modelos es el establecido por el catedrático Jesús Canga Larequi, que lista seis funciones: informativa, documental, simbólica, ilustrativa, estética y de entretenimiento (Canga, 1994:118). Destaca el autor de la primera de ellas, la informativa, que es su función “esencial”. De la segunda, la documental, subraya su carácter descriptivo. Sobre la simbólica hace hincapié en su capacidad para trasladar significados. La ilustrativa, es para el autor, aquella usada para evitar el tedio que pudiera trasladar una gran masa de texto. Con la precaución que aportaría su uso su uso excesivo, define la estética como la que traslada belleza. Por último, la función de entretenimiento es la busca ofrecer un lado lúdico (“humorístico”) de la realidad.

Partiendo del texto de Canga Larequi adaptamos y concentramos su propuesta y presentamos el siguiente criterio de clasificación:

- Función informativa: aquella presente en la imágenes que cuentan el hecho, la de la foto-noticia. Sirva de ejemplo aquella fotografía en las que activistas de una organización ecologista escalan las torres de refrigeración de una central nuclear.
- Función documental: aquella presente en la imágenes que describen, que muestran algún detalle de un suceso o del protagonista de un hecho, como por ejemplo las que aparecen en noticias de declaraciones. Suele ejercer como un medio de autenticación de lo que se dice en el texto y son muy comunes en la mayoría en noticias.
- Función simbólica: aquella presente en la fotografías que trasladan y muchas veces crean la imagen mental sobre un concepto. Sirvan de ejemplo las que muestran los humos de fábricas o lugares sin determinar como símbolo de la contaminación, emisión de CO₂ ...
- Función estética: aquella presente en la imágenes que, generalmente, se utilizan para acompañar a reportajes, trasladan belleza estética y no son usadas en encuadres meramente informativos.

3. La muestra

El presente texto presenta los resultados de la ya mencionada investigación en la que, entre otras variables, buscábamos descubrir cuáles eran las funciones

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

de la imagen en la representación del asunto energético en los diarios El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia, La Razón, El Periódico y Público en el periodo que va desde el 21 de febrero de 2008, inicio de la campaña electoral que llevaría a la investidura de José Luis Rodríguez Zapatero como presidente del Gobierno el 9 de abril (IX Legislatura), y el primer año del Gobierno de Mariano Rajoy. El trabajo repasa el uso no solo de imágenes fotográficas, sino también además el de gráficos e ilustraciones: “Las ilustraciones utilizadas en los periódicos podemos dividirlos en tres grandes grupos: los gráficos, los dibujos y las fotografías” (Canga, 1994:117).

4. Resultados

En primer lugar, detallaremos las cifras absolutas de utilización de los elementos de representación icónica en las 2012 piezas periodísticas analizadas y su correspondencia porcentual. En la Tabla 1 puede observarse que más del sesenta por ciento de las piezas analizadas hacen uso de algún tipo de elemento visual, más allá de uso tipográfico para la representación textual. Entre ellas, casi la mitad hicieron uso de una imagen fotográfica.

TABLA 1 USO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fotografía	967	48,1 %
Sin apoyo gráfico	747	37,1 %
Gráfico	153	7,6 %
Varios	84	4,2 %
Ilustraciones	61	3,0 %
Total	2012	100,0 %

La Tabla 2 muestra, para aquellas imágenes que consideramos como imágenes fotográficas, cuáles son las funciones que estas realizan y en la que destaca que mucho más de la mitad de los usos fotográficos están dirigidos a la función documental.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

TABLA 2 FUNCIÓN DE LOS ELEMENTOS FOTOGRÁFICOS		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Documental	631	57,4 %
Informativa	296	26,9 %
Simbólica	116	10,5 %
Estética	57	5,2 %
Total	1100	100,0 %

La Tabla 3 muestra los resultados de la Tabla 2 detallando el uso en cada uno de los periódicos analizados.

TABLA 3 FUNCIÓN DE LOS ELEMENTOS FOTOGRÁFICOS POR PERIÓDICO								
	informativa	%	documental	%	simbólica	%	estética	%
ABC	77	27,9	178	64,5	17	6,2	4	1,4
EL PAÍS	31	12,9	153	63,5	40	16,6	17	7,1
EL MUNDO	48	29,1	98	59,4	16	9,7	3	1,8
LA RAZÓN	63	43,4	70	48,3	1	0,7	11	7,6
LA VANGUARDIA	45	44,1	27	26,5	27	26,5	3	2,9
EL PERIÓDICO	15	29,4	35	68,6	1	2,0	0	0,0
PÚBLICO	17	14,2	70	58,3	14	11,7	19	15,8

En la Tabla 4 se pueden ver los datos que nos indican las correlaciones existentes entre los temas abordados en cada un a de las pieza y el uso de los diversos elementos visuales para la representación de dichos temas.

La pantalla insomne - 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

TABLA 4
TABLA CRUZADA APOYO GRÁFICO / TEMA

	Cambio climático	Contaminación	Dependencia energética	Desarrollo sostenible	Eficiencia energética	Fósiles	Movilidad sostenible	Nuclear	Política energética	Prospecciones petrolíferas	Reciclaje	Reivindicaciones ecologistas	Renovables	Sector eléctrico	Otros	Total
Sin apoyo gráfico	29	64	4	21	28	45	27	105	68	2	1	3	242	77	31	747
Fotografía	31	83	6	69	48	28	38	103	108	4	8	22	271	74	74	967
Gráfico	7	2	2	1	4	9	0	22	16	0	0	1	47	31	11	153
Ilustraciones	0	5	2	5	0	3	2	5	8	1	0	1	18	9	2	61
Varios	0	8	1	4	2	2	5	14	9	3	0	1	21	14	0	84
Total	67	162	15	100	82	87	72	249	209	10	9	28	599	205	118	2012

La Tabla 5 muestra la correlación existente entre los diversos encuadres noticiosos y el uso de uno u otro elemento de representación gráfico.

TABLA 5
TABLA CRUZADA APOYO GRÁFICO / ENCUADRES

	ENCUADRES				TOTAL
	Ecoindiferente	Ecoeficiente	Ecosostenible	Ecorradical	
Sin apoyo gráfico	405	149	170	23	747
Fotografía	385	209	319	54	967
Gráfico	84	26	41	2	153
Ilustraciones	11	7	36	7	61
Varios	25	22	35	2	84
Total	910	413	601	88	2012

La Tabla 6 muestra la correlación existente entre los diversos géneros periodísticos y el uso de uno u otro elemento de representación gráfico.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

TABLA 6 TABLA CRUZADA APOYO GRÁFICO / GÉNERO														
	Género													TOTAL
	Breve	Noticia	Crónica	Entrevista	Reportaje	Análisis	Cartas al director	Comentario	Columna	Artículo	Suelto	Viñeta	Editorial	
Sin apoyo gráfico	104	377	7	3	11	71	52	3	31	45	11	0	32	747
Fotografía	59	515	63	87	120	27	9	0	36	42	9	0	0	967
Gráfico	1	85	10	0	43	11	0	1	1	1	0	0	0	153
Ilustraciones	1	3	0	0	18	1	0	1	6	27	0	1	3	61
Varios	0	26	6	0	46	3	0	0	0	0	2	1	0	84
Total	165	1006	86	90	238	113	61	5	74	115	22	2	35	2012

La Tabla 7 muestra la correlación existente entre los diversos géneros periodísticos y las funciones de la fotografía.

TABLA 7 TABLA CRUZADA GÉNERO / FUNCIÓN FOTO						
	FUNCIÓN FOTO					TOTAL
	Documental	Estética	Simbólica	Informativa	Sin foto	
Breve	30	1	2	28	104	165
Noticia	290	27	56	182	451	1006
Crónica	41	4	4	21	16	86
Entrevista	68	2	0	17	3	90
Reportaje	107	13	34	19	65	238
Análisis	25	1	4	23	60	113
Cartas al director	7	0	0	2	52	61
Comentario	0	1	0	0	4	5
Columna	30	0	1	1	42	74
Artículo	28	8	13	1	65	115
Suelto	5	0	0	2	15	22
Viñeta	0	0	0	0	2	2
Editorial	0	0	2	0	33	35
TOTAL	631	57	116	296	912	2012

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

En último lugar, la Tabla 8 muestra la correlación existente entre los diversos encuadres noticiosos y las funciones de la fotografía.

TABLA 8 TABLA CRUZADA FUNCIÓN FOTO / ENCUADRES					
	ENCUADRES				TOTAL
	Ecoindiferente	Ecoeficiente	Ecosostenible	Ecorradical	
Documental	271	137	187	36	631
Estética	16	9	30	2	57
Simbólica	45	15	51	5	116
Informativa	123	76	82	15	296
Sin foto	455	176	251	30	912
Total	910	413	601	88	2012

5. Conclusiones

Presentados los datos significativos de nuestra exploración extraemos las siguientes conclusiones de los mismos:

- Más del sesenta por ciento de las piezas analizadas hacen uso de algún tipo de elemento visual.
- Casi la mitad de las piezas analizadas hacen uso de una imagen fotográfica.
- Más del 57% de las imágenes en las piezas periodísticas que abordan el asunto energético en la prensa española se utilizan para trasladar una función documental. Esto supone que su uso se destina, primordialmente a ejercer como un medio de autenticación de lo que se dice en el texto.
- Las funciones simbólicas y estéticas son las menos utilizadas en las imágenes de las piezas analizadas.
- Si bien la función simbólica es poco utilizada, destaca por la diferencia que presenta el hecho de que La Vanguardia hace uso de ella en 26,5% de sus imágenes; dato idéntico a su uso documental en esa misma cabecera.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

- El tema de las energías renovables es el más ilustrado con imágenes con casi un treinta por ciento, cuando el resto de temas alcanzan porcentajes con cifras que, salvo el nuclear (12%) y el sector eléctrico (10%), no superan un dígito. El menos representado visualmente es el tema de la eficiencia energética.
- El encuadre noticioso que contiene Ecoindiferente es el que hace mayor uso de las imágenes con casi un 40%, mientras que el Ecorradical solo en lo hace en un 5%.
- Los géneros periodísticos que más hacen uso de las imágenes son la noticia con cerca de un 50%, seguido del reportaje con casi 18%.
- La función documental de las imágenes domina en las noticias.
- Destaca sobre el resto el uso de imágenes que ejercen una función documental y que trasladan un encuadre Ecoindiferente.

6. Referencias bibliográficas

Centro Virtual Cervantes (2015). *Refranero multilingüe*. España: Instituto Cervantes; recuperado el 14 de noviembre de 2015 de

<http://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/ficha.aspx?Par=59595&Lng=0>.

J E Allen (1947): *Newspaper design*. New York: Harper & Brothers Publishers.

J Canga Larequi (1994): *El diseño periodístico en prensa diaria. Normas básicas*. Barcelona: Bosch Casa Editorial, S. A.

L González Díez y P Pérez Cuadrado (2001): *30 años de diseño periodístico en España (1976-2006)*. Madrid: Zona Impresa, S. L.

L González Díez y P Pérez Cuadrado (2007): *Principios básicos sobre diseño periodístico*. Madrid: Editorial Universitas, S. L.

F Lallana (2007): *Tipografía y diseño*. Madrid: Editorial Síntesis, S. A.

V Steer (1934): *Printing design and layout*. London: Virtue & Company Limited, Publishers.

J V White (2003): *Editing by Design. For designers, art directors and editors. The classic guide to winning readers*. New York: Allworth Press.