



Cuadernos de Información

ISSN: 0716-162x

dgrassau@uc.cl

Pontificia Universidad Católica de Chile
Chile

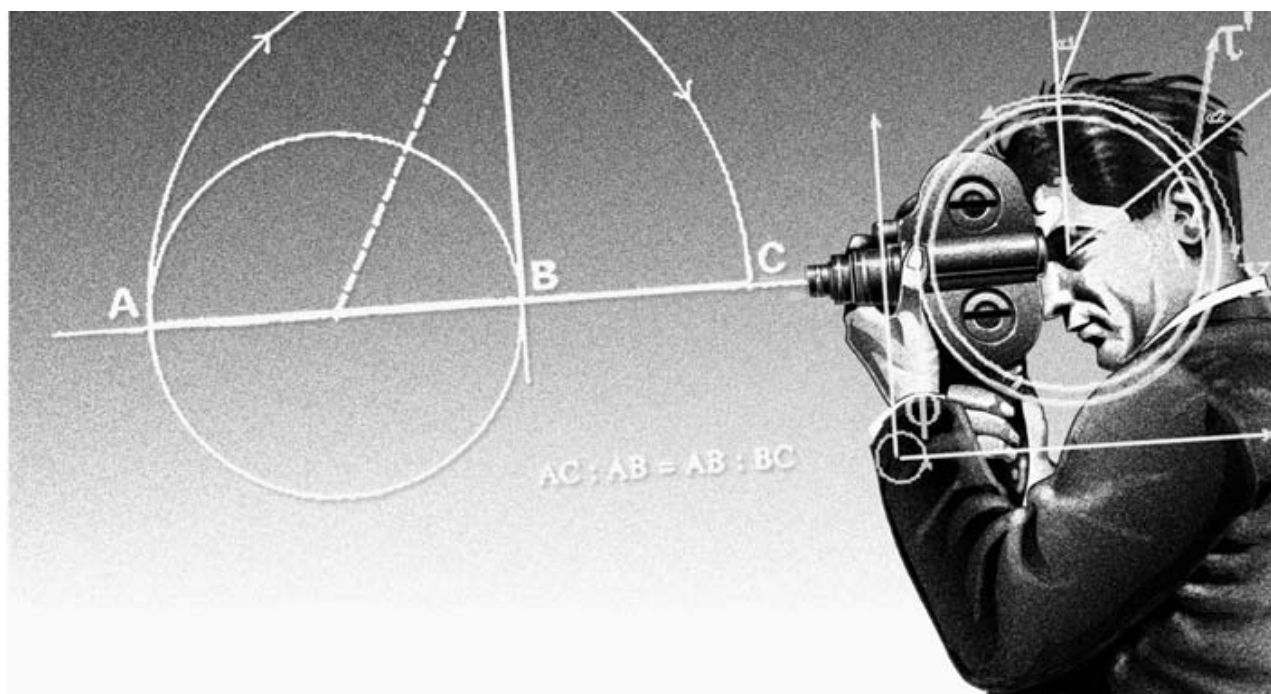
Puente, Soledad; Porath, William
Claves para un buen fotoperiodismo
Cuadernos de Información, núm. 20, julio, 2007, pp. 52-66
Pontificia Universidad Católica de Chile
Santiago, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97120369005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Claves para un buen fotoperiodismo

Guidelines for Good Photojournalism

Soledad Puente y William Porath, Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile. [spuente@uc.cl] [wporath@uc.cl]

Recibido: 9-7-07 / Aceptado: 20-8-07

Resumen. Este artículo presenta el desarrollo de un instrumento de medición creado para analizar la capacidad de los diarios de entregar información con valor noticioso a través de sus fotografías. Los autores primero exponen los principios teóricos y la metodología empleada en el diseño de la herramienta, para luego, una vez comprobada su relevancia estadística, aplicar esta última a una muestra conformada por imágenes del diario *Las Últimas Noticias*. El trabajo es parte de un proyecto de investigación de mayor alcance, con financiamiento Fondecyt¹, que contempla la evaluación y análisis del peso informativo de las imágenes de diarios y noticiarios de TV.

Palabras clave: Fotografía periodística, imágenes de prensa, valor noticioso, principios compositivos.

Abstract. This article presents the development of a measurement tool created to analyze the capacity of the newspapers to deliver newsworthy information through their pictures. The authors first expose the theoretical principles and methodology used in the design of the tool, to then, after testing its statistical significance, apply it into a set of images from the Chilean newspaper *Las Últimas Noticias*. The work is part of a wider research project, with Fondecyt¹ funding, aimed to evaluate and analyse the informative weight showed by newspapers and TV news shows.

Keywords: Journalism photography, newspaper pictures, newsworthy, compositional principles.

La visualidad ha marcado la historia de la humanidad, tanto por su capacidad de síntesis como por sus posibilidades narrativas. En su *Tratado de la Pintura*, Leonardo Da Vinci alaba la capacidad que tiene la imagen de un lienzo sobre un texto para transmitir información, con una frase perfectamente asimilable al siglo XXI: «La pintura presenta las obras de la naturaleza a los sentidos con verdad y certeza mayores que las letras o las palabras» (2004, p. 17). Es decir, el espectador se relaciona con la imagen de un cuadro, primero en su totalidad e inmediatez, sin necesidad de una lectura, y desde allí la interpreta o saca sus conclusiones.

Esta preocupación del artista visual por desarrollar su capacidad narrativa sólo con los elementos dispuestos en la tela, es también valioso para el periodismo. El fotoperiodista, al igual que el artista, no sólo debe encuadrar los elementos que desea presentar sino también darles orden en un *plano* visual, bajo ciertos criterios de composición (que en cierta medida son comunes y universales y que se vuelven más relevantes que nunca en una época cargada a lo visual). De hecho, tal como explica Julianne Newton, «Una característica significativa de la cultura del siglo XX es su atención a lo visual. Los teóricos han notado una vuelta a lo Pictórico a través de la cual nos damos cuenta de que los medios donde la imagen es dominante han superado a aquellos donde la palabra es dominante» (2001, p.83). En ese sentido, esta mayor participación de la imagen en la apropiación de los contenidos también incluye al periodismo, donde ha aumentado la necesidad de comunicar rápida y sintéticamente los hechos informativamente relevantes.

Más aún, el historiador Martin Jay (2007, p.2) ha denominado esta época como la del «centrismo ocular» (*ocularcentrism*), pues el predominio de lo visual que se inicia con el modernismo llega a su máxima expresión en el postmodernismo. Siguiendo esta idea, Mirzoeff explica, por su parte, que mientras más visual se torna la cultura, más postmoderna es: «si bien la cultura impresa no desaparecerá, la fascinación con lo visual y sus efectos que marcaron al modernismo ha generado una cultura que es cada vez más postmoderna mientras más visual lo sea» (1999, p.3). Esto se

complementa con los estudios de Fyfe y Law (1988) o Berger (1972), quienes sitúan en la década de los 70 un cambio cultural en el cual el sentido de la vista adquiere un poder superior al resto.

Todo esto ha influido en la prensa. Hace unos meses Sara Quinn y Peggie Stark, del grupo de investigación EyeTrack del Poynter Institute, entregaron los resultados del proyecto EyeTrack 07² que analiza el comportamiento de la vista frente a páginas de diarios y que este año incluyó, por primera vez, prensa en *web*. Una de sus principales conclusiones fue que las fotografías atraen más a los lectores que lo escrito, y que las imágenes documentales (de gente haciendo cosas reales) son mejor recibidas que las de estudio. También se constató que las fotografías en color se prefieren sobre aquellas en blanco y negro; que las de mayor tamaño atraen la vista de los lectores en un 50%, versus un 20% de las imágenes pequeñas; y que los lectores dirigen su vista a los grandes titulares y fotografías, más que a los pequeños con imágenes reducidas.

Los medios impresos chilenos tampoco han estado ajenos a estas transformaciones visuales y tecnológicas, pues el público chileno (al igual que el del resto del mundo) se ha tornado un «animal visual» que pide sencillez, claridad, síntesis y, por sobretodo, explicaciones visuales antes que textuales.

Esto es lo que parece explicar gran parte de los cambios que se han ido produciendo en los diarios chilenos más importantes. A sus crónicas se les ha incorporado una mayor cantidad de blanco, de infografías, fotografías de mayor tamaño y un diseño más amigable. Desde 1995³ el diario *El Mercurio*, conocido como un diario de referencia en Chile, ha venido reduciendo el ancho de sus páginas, disminuyendo la cantidad de palabras por crónica, y re-ajustando la cantidad de imágenes de llamada del diario (Edwards, 2004). Al igual que *El Mercurio*, el diario *La Tercera* se ha sometido a un proceso de remodelación⁴ cuyo objetivo es consolidar su lectoría en la clase media y ampliarla hacia públicos de ingresos más altos. Para eso, el diario integró a su estrategia una preocupación estética, considerando que el diseño era tan importante como el contenido (Heredia, 2004). Y *Las Últimas Noticias*, un diario popular cuyo crecimiento en lectoría e influen-

¹ Este trabajo forma parte de la investigación «Evaluación de la aplicación de la narración de prensa para aumentar la participación en las historias» del Proyecto Fondecyt 1090001.

² Véase www.poynter.org/eye-track.

³ En especial, la versión de 2004.

⁴ En especial, la versión de 2003.

Martin Jay ha denominado esta época como la del «centrismo ocular» (*ocularcentrism*), pues el predominio de lo visual que se inicia con el modernismo llega a su máxima expresión en la posmodernidad.

5 Es una investigación de tres años. En el equipo participan, además de los autores de este artículo, el profesor Juan Domingo Marinello y la asistente de investigación Daniela Grassau.

cia lo han convertido en un caso de análisis universitario, sólo comenzó a financiarse con sus ventas cuando decidió transformar su portada en un gancho de compra, al combinar palabras e imágenes para contar historias de actualidad.

Si el énfasis editorial de *Las Ultimas Noticias* ha tenido éxito, la sistematización de este modelo de narración de historias a través de imágenes puede servir de referente para otros medios y profesionales como periodistas y reporteros gráficos. La fotografía puede pensarse más que sólo como un adorno estético y parte de un diseño. Entonces, ¿Por qué no potenciar la capacidad narrativa de las fotografías en los diarios para convertirlas en un aporte informativo? ¿Por qué no proponer estrategias que aumenten la capacidad de las imágenes para entregar información periodística, ajustándose a esta época más visual que ilustrada?

NUESTRO ESTUDIO

A lo largo de dos años, un equipo de investigadores de la Facultad de Comunicaciones ha estado trabajando en el análisis y la propuesta de un método que permita revisar y evaluar la calidad de las imágenes periodísticas, para así contribuir a potenciar su uso en la prensa escrita y en la televisión⁵. El punto de partida se centra en los llamados principios compositivos que Gillian Rose (2001) usa en su metodología de análisis (interpretación compositiva) y que están basados en las relaciones de medida y proporción descubiertas por Pitágoras, al notar que la naturaleza tenía patrones y ritmos que podían expresarse en fórmulas cuantitativas. Estos principios (incluyendo la perspectiva), que fueron aplicados durante siglos por pintores y grandes artistas como un modo de ordenar los elementos en el cuadro, posteriormente les han servido a fotógrafos y cineastas para estructurar sus encuadres y así guiar

de modo más eficiente la atención del espectador. Normalmente, éstos se organizan en un rectángulo en proporción de 5/8, que sirve para encuadrar en tercios horizontales y verticales (sección áurea) en cuyas uniones están los llamados «puntos de interés». Además, se agregan la relación significativa entre los planos, el uso de color y el enfoque/de enfoque para dar relevancia a los diferentes elementos presentes en el cuadro.

En base a estos principios, el equipo ha trabajado en la elaboración de un instrumento de evaluación capaz de dar cuenta de su grado de utilización en el cuadro de imágenes periodísticas. Ahora la investigación Fondecyt contempla proyectos de fotografías e historias periodísticas de televisión. Este artículo está centrado en prensa escrita, tomando como caso el caso de *Las Ultimas Noticias*.

FOCO EDITORIAL

Una de las primeras dificultades en la elaboración del instrumento fue la necesidad de organizar los principios de composición en torno a un objetivo común. Era insuficiente analizar la fotografía desde el punto de vista del cumplimiento de los principios compositivos, pues se dejaba de lado el aspecto propiamente informativo. Para ello se utilizó el concepto de «Foco Editorial» (Puentecilla, 2006) como el indicador eje y que sirve de guía para el análisis de la disposición de los elementos en el cuadro.

Para el periodismo la palabra y la imagen son lenguajes excluyentes, sino complementarios. No son el uno para el otro, con objetivos diferentes. Por lo tanto, los fotoperiodistas consideran a las imágenes como piezas claves para comprender la realidad del hecho registrado por una cámara:

what photojournalism is: the marriage of words and pictures» (Zavoina, 2006, p.12). El problema es que esta relación armónica de matrimonio entre imagen y palabra no siempre se da de modo natural o inmediato, pues no sólo cada una de ellas puede denotar cosas diferentes, sino que además poseen distinta densidad semántica. Ronald Barthes (1970) fue uno de los primeros en abordar este problema desde una perspectiva teórica, acuñando los términos «anclaje» y «relevo» como un modo de disminuir la polisemia natural de las imágenes. El *anclaje* se refiere al hecho de que una imagen denota (revela) muchas cosas o da cuenta de todos sus sentidos posibles, y el *relevo* se da cuando ésta necesita la complementariedad de las palabras de un texto.

Para disminuir la polisemia de la imagen periodística se necesitaba entonces un aglutinador de sentido. Es por eso que el equipo propuso, para fines pedagógicos y de investigación, el concepto «Foco Editorial», que es la idea central de la información que se extrae del titular (en el caso de los diarios) y del *lead* (en el caso de los noticiarios de TV), pues se asume que a través de ellos los editores y periodistas sintetizan la promesa informativa.

Para efectos de su análisis y uso instrumental, esta idea se convierte en una oración con sujeto, verbo y predicado al que se denomina «Foco Editorial Textual» (FET) como un modo de diferenciarlo de la idea que transmite por sí sola la imagen y que se denominó «Foco Editorial Visual» (FEV). Con un FET claro, se precisa tanto el objetivo informativo de la crónica o nota, como el de la fotografía. Nuestro estudio se ha enfocado principalmente en la relación que existe entre el FET y la imagen, bajo el supuesto de que la composición de esta última debe apuntar a resaltar, reforzar o complementar los elementos centrales del FET. En términos concretos para el caso de los medios de prensa escrita, este análisis busca detectar la correspondencia entre el titular de la información y las imágenes de la misma.

Ahora bien, una historia es más que un tema. Lajos Egri en su texto clásico de guión *Cómo escribir un drama* plantea que toda obra debe tener una premisa «que le conducirá inequívocamente a la meta que su *drama* espera alcanzar» (1947, p. 25). En ese sentido, el *drama*

requiere una cierta claridad, una premisa elemental que lo recorre desde el principio hasta el final, para que así el espectador no se pierda y se integre (Seger, 1991). Los periodistas son narradores de historias y como tales no les es ajena la necesidad de incorporar estos conceptos a sus crónicas. Entonces, para que el público comprenda mejor lo que se le quiere comunicar, tanto el periodista como el reportero gráfico deberían ser capaces de sintetizar en una frase el foco editorial de su historia, el cual a su vez debería ser el mismo que haga propio el receptor.

En síntesis, la investigación se basa en dos supuestos: por un parte, se considera que las buenas imágenes periodísticas son aquellas que se encuentran directa o indirectamente vinculadas con el Foco Editorial Textual de la noticia, y por otra, que son las variables composicionales las que resaltan en la imagen aquellos elementos centrales de la información sintetizados en el FET. Las imágenes que logren estos atributos serían, por lo tanto, las que contribuyen mejor a la historia y poseen un mayor valor periodístico.

EL INSTRUMENTO

Para analizar las fotografías de prensa, comprobar su relación con el FET del titular y examinar si su composición aporta a la transmisión de dicha información, se elaboró un instrumento de medición compuesto por cinco ítems:

1. **Descripción del objeto:** mediante cuatro variables (una abierta y tres cerradas) se apunta a clarificar el FET de la noticia (*quién* actúa en ella y *qué* hace), si los elementos de dicho foco están presentes en la imagen, y cuál es la relación existente entre fotografía y FET.

Hay que considerar que, para aplicar correctamente el instrumento que se desarrolla aquí, es fundamental determinar el FET de la noticia correspondiente para cada fotografía analizada. Es así como, a partir del titular de la noticia en la cual se inserta la imagen (si es necesario se analizan también el epígrafe y las bajadas), de dicho titular debía obtenerse:

* El término que define al sujeto activo que realiza la acción (el *quién*).

Los principios composicionales están basados en las relaciones de medida y proporción descubiertas por Pitágoras, al notar que la naturaleza tenía patrones y ritmos que podían expresarse en fórmulas cuantitativas.

6 En el fichaje trabajó un equipo de cuatro fichadoras (Paula Díaz, Melissa Quiroga, Marcela Carrasco) encabezadas por Daniela Grassau. Todas ellas son periodistas recién recibidas.

7 El índice Kappa es una prueba de confiabilidad más exigente que la anterior.

- * El núcleo del predicado, es decir, el verbo que define la acción realizada por dicho quién (el *qué*).
- * El complemento (directo, indirecto, etc.) del verbo, es decir, el predicado en su conjunto, con todos aquellos datos que permitan contestar la pregunta *qué* hace el *quién*.

El *quién* no tiene que ser necesariamente una persona en particular. Puede ser cualquier agrupación social, pero también objetos animados o inanimados, animales, situaciones, etc. En muchos casos es imposible que en la imagen aparezcan todos los que corresponden a dicho *quién*, por lo que bastaba que estuviera presente al menos un representante de dicho sujeto plural o un símbolo que hiciera referencia al mismo, para que en el instrumento se afirmara que el *quién* sí se encontraba presente.

2. **Dimensiones:** consiste en cuatro indicadores que permiten dejar constancia de la posición de la fotografía en la nota, de sus dimensiones, de la proporción existente entre texto, fotografías e infografías, y también respecto del plano utilizado.
3. **Composición:** se trata de 15 indicadores (todos cerrados) que buscan detectar la presencia de las principales variables composicionales en la imagen (uso de puntos fuertes, uso de los tercios, equilibrio, nitidez, legibilidad, uso de diagonales y camino visual). En cada caso la evaluación de si hay un uso adecuado de estos recursos está en directa relación respecto de los elementos del FET: es así como se trata de determinar si son ellos los que están en los puntos fuertes, por ejemplo.
4. **Uso del color e iluminación:** se usan 8 indicadores (todos cerrados) cuyo objetivo es detectar el correcto uso de los colores amarillo, rojo, verde y azul en la imagen, además de determinar si existen diferencias de iluminación en la misma.

Sin embargo, como muchas veces la imagen que, no cumpliendo requisitos de buena composición, se estima que su uso es algo que vale la pena transmitir a través de la prensa, se decidió, entonces, agregar un quinto grupo de indicadores para controlar esta situación, llamadas *variables fotográficas*:

5. **Aciertos o Momentos:** son cinco variables (todos cerrados) que buscan determinar la presencia de un «acuerdo fortuita, si su ángulo es original, o un «momento» (acción inconclusa) en la imagen, para apreciar un gesto en sus protagonistas que estadísticamente inusual es.

Con esta estructura se elaboró una ficha de registro para el nuevo instrumento. Se elaboró un libro de códigos, que en su versión final se aplicó a ocho ediciones de *La Tercera*, *El Nueve* y *Las Últimas Noticias*, analizándose en cada una de ellas, en cada ejemplar, lográndose así una muestra de 80 imágenes. Con los resultados de esa muestra se realizó una primera prueba de confiabilidad aplicando el instrumento a 58 casos de imágenes seleccionadas. Los resultados de esta prueba arrojaron una fiabilidad superior a 0,7 en 30 de los casos comparados, pero un índice Kappa superior a 0,5 en los otros 28 (ver Tabla 1). Específicamente, se obtuvo un nivel aceptable de Kappa en las preguntas relacionadas con la presencia del FET en la imagen, con la iluminación y la nitidez.

Se decidió entonces que el equipo responsable del perfeccionamiento del instrumento definió mejor algunas variables, se eliminaron algunas preguntas y se agregaron 18 referencias entre las variables composicionales y estéticas. El nuevo instrumento (y su respectivo libro de códigos) se desarrolló una nueva muestra de 8 ejemplares de *Las Últimas Noticias*.

cionados entre los meses de mayo y julio de 2006 con el método de la «Semana Construida»⁸. Los resultados de esta segunda medición son los que se presentan en este trabajo.

De *Las Últimas Noticias* se fichó una nota por hoja del diario, eligiendo la más importante de cada página (fundamentalmente la que ocupaba más espacio). El objetivo era tener por lo menos trece fotografías por edición. Se descartaron del análisis todas las noticias sobre temas internacionales, pues las fotos suelen ser de agencias. Tampoco se ficharon las «recortadas» o «silueteadas», pues en ellas sólo se puede apreciar el personaje y no el encuadre. Se evitó además fichar imágenes muy similares dentro de una misma nota que tuviera más de una imagen, para evitar sesgos.

Así, fueron fichadas 104 fotografías por dos personas distintas, para realizar una segunda prueba de confiabilidad al instrumento. Los resultados de esta segunda prueba de confiabilidad (Tabla 1) arrojaron un índice de coincidencias superior a 0,7 en 50 de las 51 preguntas comparadas, y un índice Kappa superior a 0,7 en 27 de ellas. Esta segunda medición demuestra un avance en relación a la anterior en cuanto a una mayor claridad en la definición de las categorías incluidas en el instrumento. Los aspectos cuya medición sigue siendo insatisfactoria tienen que ver principalmente con el uso de diagonales en la imagen, el camino visual, la sección áurea y si hay «rareza» estadística.

Con estos resultados y siguiendo a Lombard et al. (2002), podemos señalar que aquellas variables con un índice Kappa superior a 0,8 (16 ítems) estarían listas para su aplicación en estudios posteriores. A ellas se pueden agregar otras cuatro, en las que Kappa no se pudo calcular, pero que tienen índices de coincidencias superiores a 0,97. Respecto de aquellas con un

índice Kappa superior a 0,7 (11 preguntas), serían utilizables en estudios exploratorios. A ellas se pueden agregar otras 5 que, a pesar de tener un Kappa inferior a 0,7 pero superior a 0,6, presentan índices de coincidencias superiores a 0,9⁹. Las restantes 15, con índices Kappa y de coincidencias inferiores, deben seguir trabajándose.

EL CASO DE LAS ÚLTIMAS NOTICIAS

La selección de *Las Últimas Noticias* (LUN) como caso de análisis no es casual; se debe a la claridad de la propuesta visual que tiene este medio, algo que es capaz de percibir el lector en el quiosco y el académico en las aulas. El editor gráfico de LUN, Miguel Ángel Felipe, piensa que «la imagen es la historia». Según él, esto se ha hecho más claro para su equipo luego de constatar que las buenas imágenes les ayudaban a vender más diarios, lo que les llevó a tomar conciencia de que ésta podía ser algo más que un mero complemento de la noticia. «Al pensar en una imagen hay que ir a buscar emoción, personajes, intención en la mirada, (...) Las fotos de Robert Capa del desembarco en Normandía no son excelentes en calidad, sí en contenido y oportunidad. Se genera una estética fotográfica con un ordenamiento pictorialista»¹⁰. Para LUN, la portada no es producto del azar sino el resultado de un trabajo que termina al final de la jornada y bastante tarde en la noche, cuando el editor da el visto bueno, pues ya es poco probable que alguna información nueva y más atractiva aparezca. El tratamiento narrativo de la imagen no es sólo para la portada, sino que también es posible reconocerlo en las páginas interiores del diario y en su contratapa. Gracias a esto, *Las Últimas Noticias* se ha convertido en una de las pruebas más concluyentes para los medios del valor de las imágenes en sí mismas.

Luego de constatar que las buenas imágenes les ayudaban a vender más diarios, el equipo gráfico de *Las Últimas Noticias* tomó conciencia de que éstas podían ser algo más que un mero complemento de la noticia.

⁸ El método de la «Semana Construida» es un método comúnmente utilizado en bibliografía de análisis de contenido (Bibliografía de análisis de contenido, 1989, p. 12). Se trata de un método de muestreo que permite seleccionar una muestra de ediciones de un medio de comunicación evitando las propias de informativos, tiempo que particularmente se construye a lo largo de la forma, acción, «muestra» de la acción, al., 1993, p. 12.

⁹ Cuando se distribuye una muestra homogénea, sus diferencias y por el contrario, a concentrarse pueden obtenerse muy bajas, altas coincidencias codificadas.

¹⁰ Felipe, Miguel Ángel. Conversación sobre su trabajo fotográfico en *Las Últimas Noticias*, investigado en 2006.

TABLA 1
Comparación de resultados entre las pruebas de confiabilidad 1 y 2

Medición 1 (58 casos)		Índices	Medición 2 (104 casos)	
Contenido de la variable	Coincidencias	Kappa	Contenido de la variable	Coincidencias
Aparece el quién	0,917	0,96	Aparece el quién	0,990
Aparece el qué	0,643	0,844	Aparece el qué	0,951
Relación imagen-FET	0,65	***	Relación imagen-FET	0,894
Tipo de plano	0,844	0,647	Tipo de plano	0,932
Línea de horizonte	0,844	0,605	Línea de horizonte	0,913
Sección Áurea	0,827	0,557	Horizonte apoya FET	0,894
			Sección Áurea	0,826
			Sección Áurea apoya FET	0,740
Quién en punto fuerte	0,879	0,779	No hay Quién ni Qué	0,961
			Quién del FET en punto fuerte	0,903
			Quién del FEV en punto fuerte	0,942
Qué en punto fuerte	0,793	0,654	Qué del FET en punto fuerte	0,923
			Qué del FEV en punto fuerte	0,913
Punto fuerte izquierda	0,758	0,572	FET en punto fuerte izquierda	0,788
			FEV punto fuerte izquierda	0,932
Equilibrio	0,775	0,629	Equilibrio (FET)	0,769
			Equilibrio (FEV)	0,942
Enfoque/desenfoque	0,965	0,888	Enfoque/desenfoque	0,923
Quién/qué FET enfocado	0,965	0,888	Quién/qué FET enfocado	0,923
			Quién/qué FEV enfocado	0,980
Legibilidad	0,913	***	Legibilidad	0,971
Uso de diagonales	0,793	0,533	Uso de diagonales	0,730
Diagonales en vértices o puntos fuertes	0,741	0,471	Diagonales en vértices o puntos fuertes	0,634
			Diagonales en qué o quién	0,724
			Diagonales en qué o quién FET	0,740
			Diagonales en qué o quién FEV	0,971
			Diagonales apoyan FET	0,711
Camino visual	0,879	0,714	Camino visual	0,894
Camino visual en vértices o puntos fuertes	0,775	0,530	Camino visual en vértices o puntos fuertes	0,875
Camino visual en qué o quién	0,637	***	Camino Visual relacionado con FET	0,903
Color/B&N	1	1	Color/B&N	1
Amarillo	0,931	0,881	Amarillo	0,884
Rojo	0,965	0,948	Rojo	0,932

Verde	0,931	0,884	Verde	0,951	0,913
Azul	0,884	0,768	Azul	0,903	0,822
			Color predominante	0,817	0,767
Primer color en qué o quién	0,827	0,712	Color predominante en qué o quién FET	0,855	0,774
			Color predominante en qué o quién FEV	0,932	0,728
Primer color en punto fuerte	0,844	0,749	Color predominante en pto. fuerte	0,778	0,656
Primer color en horizonte o sección áurea	0,862	0,761			
			Color predominante en horizonte o sección áurea	0,875	0,715
Diferencia de iluminación	0,982	0,659	Diferencia de iluminación	0,951	0,594
Quién en zonas iluminadas	0,965	***	Quién/qué FET en zonas iluminadas	0,971	0,656
			Quién/qué FEV en zonas iluminadas	0,980	***
Qué en zonas iluminadas	0,965	***			
Fortuitas	0,844	***	Fortuitas	0,980	0,493
			Fortuito apoya FET	0,980	***
Ángulo	0,758	0,345	Ángulo	0,913	0,783
			Ángulo apoya FET	0,875	0,710
Gesto	0,637	0,079	Gesto	0,990	0,904
			Gesto apoya FET	0,990	0,905
Rareza	0,482	0,151	Rareza	0,721	0,538
Acción	0,896	0,663	Acción	0,961	0,695
			Acción apoya FET	0,951	0,626

*** No se pudo calcular porque los resultados no coinciden con la exigencia de la prueba.

APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO A LUN

Descripción del objeto: En el 67,3% de las imágenes analizadas del diario LUN aparece el *quién* del titular de la nota (FET) pero sólo en el 33,7% se plasma el *qué* hace dicho *quién*. Esto era esperado pues habitualmente la prensa nacional no se hace cargo del desafío que significa buscar imágenes que grafiquen claramente el FET en su complejidad, es decir, mostrando también la acción que realiza el sujeto de la noticia. Se asume sí que es más difícil encontrar imágenes que representen ideas de mayor abstracción.

A partir de estos datos se construyó una tipología de imágenes que resulta del cruce de ambas variables.

De esta forma se obtuvo que, de las 104 imágenes analizadas, en 21 casos (20,2%) no aparece ni el *quién* ni el *qué* (y por ende no guardan relación con el FET de la nota); mientras que en otros 22 casos (21,2%) aparecen ambos, lográndose en ellos el desafío de hacer coincidir el FEV con el FET, plasmando el Foco Editorial de la nota. En 48 casos (46,2%) en tanto, aparece sólo el *quién* y en 13 imágenes (12,5%) aparece sólo el *qué* del FET.

Relación entre la imagen evaluada y el texto de la información (FET): De acuerdo a lo esperado por el amplio predominio de imágenes en que sólo aparece el *quién* del FET, se obtuvo un amplio predominio de

TABLA 2

		imagen en relación al FET			
		ninguno	solo el quien	solo el que	ambos
relación texto-imagen	Ilustra	–	97,9%	100,0%	–
	Refuerza	–	–	–	100,0%
	Complementa	42,9%	–	–	–
contradice/equívoca		57,1%	2,1%	–	–
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
[Casos]		[21]	[48]	[13]	[22]

las fotografías de *ilustración* (57,7%), que corresponden a aquellas imágenes en *que* está presente sólo el *quién*, o sólo el *qué*, o sólo parte de este último (Tabla 2) Por otra parte, aquellas imágenes que principalmente *refuerzan* el texto, (pues en ellas está presente la totalidad del Foco Editorial Textual, es decir, la relación *quién* hace *qué*.) representan el 21,2% del total de casos.

Aquellos 21 casos en los que no estaban presentes ninguno de los elementos centrales del FET, se dividieron entre aquellas fotografías que complementan al FET (entregando nueva información relacionada con el *quién* o el *qué*) y un porcentaje un tanto mayor que, por no contener ninguno de los elementos del FET, resultan *equívocas* o *contradictorias* con el FET, es decir, proponen un Foco Editorial Visual distinto.

La Tabla 2 también evidencia una diferencia entre la tipología construida en torno a los elementos centrales del FET, por un lado, y la relación entre el texto y la imagen.

Plano: En cuanto al plano utilizado, se evidencia la preeminencia del plano medio o plano general (60,6%), situación que se repite en los tipos de relaciones de la imagen con el FET, como se ve en aquellas tipologías donde está presente el *quién*, se aprecia un mayor uso del primer plano, como se ve en aquellas que es un plano destinado a resaltar los detalles, como en estos tenderán a asociarse al *quién*. Por su parte, la ausencia del *quién* y del *qué* coincide con una mayor tendencia a utilizar el plano general o gran general, y también al uso de

TABLA 3

		imagen en relación al FET			
Plano de la foto		ninguno	solo el quien	solo el que	ambos
Gran general		9,5%		7,7%	
general		33,3%	14,6%		18,2%
medio		52,4%	58,3%	84,6%	59,1%
1 ^{er} plano		4,8%	27,1%	7,7%	22,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
[Casos]		[21]	[48]	[13]	[22]

11 Plano medio es el encuadre de la acción. En el caso de la figura humana se le reconoce también como americano pues el corte inferior es bajo las pistolas del *cowboy*, a media pierna.

complementan el FET, por ejemplo, entregando información respecto de dónde se efectúa la acción.

Uso de puntos fuertes en el FET: En cuanto al uso correcto de los Puntos Fuertes, es decir, a ubicar al *quién* en alguno de los puntos fuertes del cuadro, esto se da en casi un 83% de los 70 casos en que el *quién* está presente (Tabla 4). Además, en aquellos 35 casos donde la imagen contiene elementos del *qué*, se constató que en un 83% de ellos se ubicó estos elementos en por lo menos uno de los puntos fuertes (Tabla 5).

Es decir, al momento de encuadrar la fotografía, este elemento de la composición tradicional está mayoritariamente presente en el fotoperiodismo de LUN. Y aún en las 21 fotos en que no estaba el *qué* o *quién* del FET, la tendencia a situar elementos destacados de la imagen en puntos fuertes es también superior al 80%. Existe, eso sí, casi un quinto (17%) de las imágenes donde este recurso no se utiliza.

Por su parte, el recurso de ubicar estos elementos centrales del mensaje en puntos fuertes del lado izquierdo del cuadro (tradicionalmente el de mayor atracción a la vista del público) es también mayoritario y alcanza al 65,7% de aquellas imágenes en que está presente el *quién* o el *qué* (Tabla 6). Pero este porcentaje baja si se consideran aquellas fotografías en que solamente está presente uno de los elementos centrales del FET: por ejemplo, cuando sólo está el *quién*, éste se ubica al lado izquierdo en el 56,4% de las imágenes (obviamente cuando están ambos, casi por necesidad de espacio, uno de ellos está al lado izquierdo). Por último, entre aquellas 21 imágenes en que no estaba presente ni el *qué* ni el *quién*, en 15 se ubicaron elementos centrales de la foto en el lado izquierdo.¹²

Equilibrio: La tendencia a utilizar el recurso de equilibrar la presencia del elemento central (*qué* y/o *quién*) del FET en uno de los puntos fuertes con la presencia de un elemento secundario en otro de los puntos fuertes, es claramente mayoritaria. Si consideramos sólo aquellos casos en que esto se puede evaluar (en que los elementos del FET están ubicados en alguno de los puntos fuertes del cuadro), de los 70 casos evaluados, 44 utilizaron este recurso. En otros 10 casos el uso del Primer plano (*Close Up*) otorga de por sí equilibrio, dada la configuración natural del rostro humano.

En el caso de las imágenes que no incluían ni el *quién* ni el *qué* del FET, 15 de 21 utilizaron este recurso.

Uso de los tercios: Un recurso de composición mucho menos utilizado es establecer una línea de “horizonte” en, por lo menos, uno de los tercios horizontales de la imagen: sólo en el 14,4% de las imágenes analizadas se utilizó este procedimiento. Y es en las imágenes en que sólo está presente el *quién* donde menos se utiliza este recurso (cinco de 48 casos).

En cuanto al uso de los tercios verticales¹³, su utilización aumenta, llegando a un 32,7% de las 104 imágenes evaluadas. Además, según nuestros evaluadores, de esos 34 casos, 20 veces contribuyó a realzar o comprender mejor los elementos y las relaciones expresadas en el FET.

Si se cruzan ambas variables (Tabla 8), se observa que, en definitiva, en un 62,5% de todos los casos no

12 De aqu
sólo 19 fue
de evaluar

13 Aquí he
este recur
sección áu

TABLA 4

imagen en relación al FET			
		solo el quien	ambos
Quién del FET en pt. fuerte	no	18,8%	13,6%
	sí	81,3%	86,4%
Total		100,0%	100,0%
(Casos)		(48)	(22)

TABLA 5

imagen en relación al FET			
		solo el que	ambos
Qué del FET en pt. fuerte	no	15,4%	18,2%
	sí	84,6%	81,8%
Total		100,0%	100,0%
(Casos)		(13)	(22)

TABLA 6

		imagen en relación al FET		
		Solo el quien	solo el que	ambos
qué o quién del FET en pt. fuerte izquierda	no	43,6%	45,5%	10,0%
	sí	56,4%	54,5%	90,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%
(Casos)		(39)	(11)	(20)

TABLA 7

		imagen en relación al FET		
		solo el quien	solo el que	ambos
¿Elemento del FET está equilibrado con otro?	no	28,2%	27,3%	10,0%
	sí	56,4%	72,7%	70,0%
CloseUp		15,4%	-	20,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%
(Casos)		(39)	(11)	(20)

se utiliza el recurso de destacar en la fotografía los elementos centrales del FET a través del uso de secciones áureas, ya sean horizontales o verticales.

Uso de Planos: Así como hay un bajo uso de los tercios horizontales, también es baja la incidencia de imágenes en las que hay juegos de planos con enfoques y desenfoques: sólo 17 de las 104 fotos analizadas tienen esta característica. Éstas son en su gran mayoría (14) imágenes donde sólo aparece el *quién*, lo que sugiere el uso de esta técnica como recurso para destacar al actor central de la nota.

Correcto uso de las diagonales: Utilizar diagonales en la composición de la imagen en el cuadro, es mayor que en el caso anterior, proporción que llega al 30,8% de la muestra. Hay que precisar, sin embargo, que se evaluó la presencia de diagonales «reales» en el

objeto fotografiado, es decir, líneas de composición que conducen o conducen directamente a la vista.

De estas 32 imágenes, 11 de las diagonales comienzan o terminan en un elemento del *quién* o del *qué* del FET, contribuyendo así a destacar dichos elementos (ver Tabla 9). Además, 21 diagonales comienzan en puntos fuertes o en los vértices del cuadro. Así, en definitiva, sólo 11 imágenes tienen diagonales técnicamente mal empleadas y los otros cuatro casos no se pudo determinar.

Camino Visual: Otro recurso de composición clásica y que es poco usado en el fotoperiodismo LUN es establecer un «camino visual» que conduzca, es decir, cuando las miradas de uno a uno de los sujetos de la foto convergen en un punto concreto del cuadro. Lo importante es que el ob-

14 No se e
de las foto
aquellas c
color, no c
de los cua
menciona
podía eval
uso del co
quién ni el

gen sea mostrar una o varias miradas que se dirijan en una dirección específica distinta del lente de la cámara. Este recurso sólo alcanza a 10 imágenes de la muestra analizada. Además, el equipo consideró que en sólo dos ocasiones el efecto logrado aportaba de alguna manera en la mejor comprensión del FET.

Uso del color: Entre las fotografías importantes de LUN predomina claramente el color, las imágenes en blanco y negro no superan el 11%. Hay que recordar eso sí, que se ficharon las imágenes más importantes por página.

Para evaluar su correcto uso en una imagen, se debe tener en cuenta que algunos colores tienen la capacidad de atraer o “atrapar” con mayor fuerza la mirada. Es así que, a iguales condiciones de brillo, el valor visual es el siguiente, en escala decreciente: Amarillo, Rojo, Verde y Azul. Es por esto que, de existir estos colores en la imagen, su ubicación debe ser cuidadosamente seleccionada e idealmente estar presentes en los elementos centrales del FET, como el *quién* o el *qué*. En este caso, de las 66 fotografías susceptibles de ser evaluadas¹⁴, en 44 imágenes el color predominante estaba en alguno de estos elementos del FET, lográndose así, por lo menos en este aspecto, el perfecto acople entre la composición de la imagen y el foco editorial denotado en el titular de la nota.

TABLA N° 8

		Existe línea de horizonte?		Total
		no	sí	
¿Existe uso de la sección aurea?	no	(65)	(5)	(70)
		62,5%	4,8%	67,3%
	sí	(24)	(10)	(34)
		23,1%	9,6%	32,7%
Total	(casos)	(89)	(15)	104
% del total		85,6%	14,4%	100,0%

Por su parte, en otros 15 casos que no contenían elementos del FET pero que eran susceptibles de ser evaluados en relación al FEV, en 10 de ellos el color fuerte fue ubicado en los elementos centrales de la imagen, lo que muestra que, en lo que se refiere a composición, este es un recurso bastante utilizado por los fotógrafos de LUN.

De las 81 imágenes en color que contenían alguno de los cuatro colores fuertes, en 52 de ellas dicho color

TABLA 9

			inicio/fin en ptos. fuertes o vértice?			Total
			no	sí	NA	
Inicio/fin en qué o quién del FET	no	(casos)	4	8	0	12
		% del total	3,8%	7,7%	,0%	11,5%
	sí	(casos)	3	8	0	11
		% del total	2,9%	7,7%	,0%	10,6%
	NA	(casos)	4	5	72	81
		% del total	3,8%	4,8%	69,2%	77,9%
Total		(casos)	11	21	72	104
		% del total	10,6%	20,2%	69,2%	100,0%

Nota: NA = No Aplicable, las categoría de esta variable no se pueden aplicar a la imagen analizada

fue ubicado en alguno de los puntos fuertes del cuadro (64,2%), lo que reafirma la tendencia a utilizar correctamente dicho recurso. Sin embargo, aún es alto el número de imágenes en que los colores fuertes no son ubicados en estos puntos.

Otro posible uso correcto del color fuerte es su utilización para marcar las secciones áureas del cuadro (horizontal o vertical), recurso que sólo se observa en siete de estas 81 fotos.

Respecto al más adecuado uso del color (cuando sirve para atraer la mirada sobre el Foco Editorial) existen 61 casos que reúnen el requisito de ser foto en colores, tener elementos del FET y que el color no se haya usado para destacar la sección áurea. De ellos, 28 casos, una mayoría relativa pero no absoluta, coinciden con tener el color fuerte sobre elementos del FET y al mismo tiempo estar ubicados en uno de los puntos fuertes. También se constataron 15 casos donde el color fuerte predominante está sobre uno de los elementos centrales del FET pero no sobre un punto fuerte, afectando la armonía del encuadre y también la transmisión del mensaje. Además, existen 9 casos en que este color ni está en un punto fuerte ni sobre algún elemento del FET, situación que no contribuye a facilitar la comprensión del mensaje por parte del público.

Iluminación: Otro recurso escasamente utilizado en las imágenes analizadas es establecer diferencias de iluminación en el cuadro. Claramente este recurso es difícil de aplicar en fotoperiodismo, dado que normalmente no se tiene control sobre la situación en que ocurren los hechos. Sin embargo, su presencia en sólo 4 casos de 104 puede resultar escasa para ocho ediciones de un diario que intenta explotar al máximo el recurso de la imagen.

LOS «ACIERTOS» O «MOMENTOS»

Fotografías fortuitas: Sólo en uno de los casos analizados se estimó que la imagen correspondía a un hecho que se desvía de lo previsible y que sería, por ende, un acierto periodístico (es decir, aquello que, aunque haya ocurrido en un lugar donde la presencia del fotógrafo era previsible, ocurrió de manera inesperada). Obviamente este tipo de imágenes, si bien deseables, son difíciles de obtener, sobre todo si se han analizado

sólo las que han sido producto del trabajo de propios reporteros del diario, descartándose las obtenidas por agencias.

Tipo de ángulo: Otro recurso que no es parte de la rutina de imágenes predecibles y que no está en manos del fotoperiodista, es la búsqueda de lo original, que normalmente se obtiene cuando la fotografía se capta desde una perspectiva diferente, distinta del nivel de los ojos. Esto se observó en 28,8% del total de la muestra, dado que se trata de una clara iniciativa por obtener algo interesante destacar que esta tendencia es más evidente en la foto no está el *quién* del FET. Ahora bien, no contribuyó o no a apoyar la comprensión del mensaje en 9 de dichos 30 casos se estimó que fue en este sentido, lo que podría dar cuenta de la falta de originalidad de la foto, pero no de la falta de claridad de todo el mensaje informativo.

Actitud o gesto: Otra posibilidad es captar imágenes que sean un acierto o reflejen un momento interesante es cuando se captura la expresión del protagonista principal (*quién*), reflejando claramente el estado de ánimo o el «momento interior» de la situación que no está bajo el control del sujeto y es, por lo tanto, difícil de obtener. En la muestra se dio ocurrió sólo en seis ocasiones.

Acción inconclusa o movimiento: Otro recurso no analizado con este instrumento, y que no permite decir que se trata de un acierto o no, es captar un momento especial, es captar una acción inconclusa y/o que sugiere más. En la muestra ocurrió en nueve de las 104 fotos analizadas, pero sólo dos de ellas se estimó que capturaba un momento que contribuía a la comprensión del FET. Si bien es probable que probablemente hayan sido resultado de una iniciativa del fotoperiodista, éstas reflejan una falta de coordinación entre editores, periodistas y fotoperiodistas para lograr la transmisión del mensaje de foco editorial.

Rareza: Finalmente, se evaluó si la imagen reflejaba situaciones que son estadísticamente poco usuales, es decir, con qué frecuencia se ven en la muestra.

De acuerdo a nuestro instrumento de análisis, las imágenes clasificadas como «muy habituales» res-

amplia mayoría (60,6%). Una imagen así se repite todos los días, semanas o por lo menos una vez al mes en los diarios chilenos. En el otro extremo, sólo ocho fueron clasificadas como «inusuales» (una imagen así no se ve publicada en frecuencias anuales sino que, en el mejor de los casos, se recuerda ver algo así cada tres a cinco años, por dar una cifra de referencia) y nueve como «muy inusuales» (es un hecho absolutamente inhabitual que no se ve casi nunca). De este modo, lo *inusual* en conjunto abarca finalmente el 16,4% de la muestra. Ahora bien, dado lo estricto del criterio de inusual, se puede estimar que este porcentaje no es bajo.

En definitiva, considerando que hemos analizado cinco criterios diferentes que tienen la potencialidad de hacer de una imagen un «acierto fotográfico», podemos afirmar que exactamente la mitad de nuestra muestra (52 imágenes analizadas) poseen por lo menos uno de estos criterios y que por lo tanto pueden ser clasificadas en esta categoría, lo que claramente da cuenta de la preocupación del diario de obtener imágenes «potentes» y no rutinarias, como lo ha definido uno de sus editores en el presente trabajo.

CONCLUSIONES

El análisis previamente descrito ha permitido hacer una primera estimación de la calidad de las imágenes utilizadas por el diario *Las Últimas Noticias*. En términos generales, ha permitido comprobar que efectivamente existe una preocupación por utilizar fotografías que sean un aporte en términos de la composición utilizada, de modo de atraer la atención de los lectores hacia los aspectos importantes de la noticia.

Respecto de la composición de las imágenes, en LUN predomina un correcto uso de los puntos fuertes y del equilibrio de las tomas. Lo mismo ocurre con el uso del color, que es mucho más recurrente que el blanco y negro. Se observa una preocupación por la distribución de los colores predominantes en puntos fuertes

y en elementos pertenecientes al FET de la noticia correspondiente.

Como aspectos deficientes se pueden considerar la tendencia al menor uso de los recursos de enmarcar en sección áurea las fotografías (uso de los tercios), realizar juegos de planos con enfoques y desenfoques (o con diferencias de iluminación) y componer en diagonales o plantear un camino visual en la imagen.

Por otra parte, si bien es poco recurrente en *Las Últimas Noticias* el uso de fotografías fortuitas, que muestren el gesto de sus protagonistas, y que retraten movimiento, se observa un esfuerzo por publicar imágenes tomadas desde un ángulo original y no rutinarias, aunque persiste el desafío de que dicho ángulo ayude a la mejor comprensión del FET.

Ahora, en términos generales y en relación a los objetivos últimos del proyecto de investigación, la principal conclusión obtenida luego de aplicar el instrumento desarrollado a las muestras anteriormente descritas, es que se ha podido comprobar que dicho instrumento es una herramienta utilizable para describir las diferentes dimensiones de la calidad periodística de las imágenes presentes en nuestros medios de prensa escrita. Este sería el primer paso para luego proponer lineamientos concretos que posibiliten a quienes trabajan en prensa y televisión entregar un producto que satisfaga la demanda informativa de una población cada día más visual que textual.

Además, los resultados presentes en la muestra de imágenes de LUN analizados aquí, han permitido reforzar la idea de que el equipo periodístico, compuesto por editor, periodista y reportero gráfico, debería trabajar en conjunto en la construcción de un Foco Editorial, tanto antes de salir a reportear como en la edición final del producto periodístico. De esta manera, el reportero y el reportero gráfico de prensa y TV serían capaces de ordenar (siguiendo los principios compositivos) los elementos visuales de la noticia (Foco Editorial Visual) con un objetivo informativo común y que se plasma también en un Foco Editorial Textual.

BIBLIOGRAFÍA

- **Barthes, Ronald** (1970). *La semiología*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- **Berger, John** (1972). *Ways of seeing, based on the BBC television series*. Londres: British Broadcasting Corporation.
- **Da Vinci, Leonardo** (2004). *Tratado de la pintura*. Buenos Aires: Ediciones Libertador.
- **Edwards, Cristóbal** (2003-2004) El Mercurio y su nuevo formato: Menos puede ser más, en *Cuadernos de Información*, 16-17, pp. 27-35
- **Egri, Lajos** (1947). *Cómo escribir un drama*. Buenos Aires: Editorial Bell.
- **Fyfe, Gordon y LAW, John** (1988). Introduction: On the invisibility of the visible, en Fyfe, G. y Law, J. (eds.) *Picturing power: Visual depiction and social relations*. Londres: Routledge.
- **Heredia, Angélica** (2003-2004). La Tercera: Nuevo diseño, nueva identidad, en *Cuadernos de Información*, 16-17, pp. 36-47.
- **Jay, Martin** (2007). Researching visual materials en Rose, Gillian, *Visual Methodologies, an Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. (segunda edición). Londres: Sage.
- **Lombard, Matthew; Jennifer Snyder-Duch y Cheryl Campanella Bracken**: (2002). Content Analysis in Mass Communication. Assessment and Reporting of Intercoder Reliability, en *Human Communication Research*, vol. 28, pp. 587-604.
- **Mirzoeff, Nicholas** (1999). *An introduction to visual culture*. Londres: Routledge.
- **Newton, Julianne** (2001). *The Burden of Truth: The Role of Photojournalism in Media*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- **Puente, S. y Marinello, D.** (2006). La imagen: El foco editorial, en *Cuadernos de Información* N° 19, pp. 97-101.
- **Riffe, Daniel, Ch. F. Aust y St. R. Lacy** (2006). The Effectiveness of Random, consecutive Day 1 and Week 1 in Newspaper Content Analysis. *Quarterly*, vol. 70, pp. 133-139.
- **Rose, Gillian** (2001). *Visual Methodologies, an Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Londres: Sage Publications.
- **Seeger, Linda** (1991). *Cómo convertir un guión excelente*. Madrid: Ediciones Espasa Calpe.
- **Stempel, G.H.** (1981). Content Analysis. G.h. y B.H. Westley (eds.), *Research in Mass Communication*, NJ: Prentice-Hall.
- **Zavoina, Susan** (2006). Both sides of the coin. Online or in print, it's still words. *News Photographer*, Revista de National Press Photographers Association, Junio, p.12.