



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 2º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[Septiembre de 1999]

La opinión fotográfica (2). Recursos connotativos de la fotografía

Dr. Carlos Abreu ©

Profesor de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna

carbreds@etheron.net

En la fotografía periodística se opera una simbiosis entre la información y la opinión. Junto con los elementos denotativos se superponen los elementos icónicos de connotación. En esta segunda entrega sobre el tema de la opinión en la fotografía el doctor Carlos Abreu se refiere a las técnicas fotográficas empleadas para sugerir significados que van más allá de lo denotado por la imagen

Palabras clave: Fotografía, connotación, angulación, encuadre, composición, iluminación, contraste, lente, grano, color, edición

Como vimos en la primera parte de este trabajo, en la fotografía periodística se opera una simbiosis entre la información y la opinión. Junto con los elementos denotativos se superponen los elementos icónicos de connotación.

A estos últimos podemos clasificarlos, siguiendo a Ramón Esparza (1), en profotográficos y fotográficos. Es decir, en aquellos valores connotativos que de por sí poseen culturalmente los componentes de la escena fotográfica, y los elementos propiamente fotográficos que determinan la escena final.

Cuando esos elementos se utilizan inconscientemente o sin la intención premeditada de emitir un juicio o parecer sobre algo, podemos hablar de opinión implícita, mientras que si el fotorreportero o el editor los emplea a conciencia, sin ocultar sus fines, estamos en presencia de la opinión explícita, o sea, de los géneros fotográficos de opinión.

Elementos profotográficos y fotográficos

En cuanto a los elementos profotográficos, el referente extrafotográfico -la realidad que capta la cámara- está cargado de significaciones, algunas de carácter simbólico (2). En otras palabras, más allá de lo que se observa hay otro sentido que puede ser captado tanto por el que hace la toma como por el receptor o lector de la imagen.

Esto puede ocurrir con elementos de la comunicación no verbal, incluyendo la apariencia, así como elementos de la naturaleza, culturales y lingüísticos, entre otros. Por ejemplo, la foto de un perro junto a la tumba de quien fue su amo suele ser interpretada como símbolo de fidelidad.

De manera que un reportero gráfico puede manipular a su antojo objetos de la realidad a sabiendas de que van a ser interpretados conforme al punto de vista que él quiere emitir.

En lo que respecta a los elementos fotográficos que pueden conferir connotaciones a la imagen podemos mencionar, entre otros, la angulación, el encuadre, la composición, la iluminación y las sombras; el contraste, el lente usado, el grano y el color.

Antes de pasar a estudiarlos es bueno hacer algunas aclaratorias. En primer lugar, las connotaciones que puedan sugerir estos elementos ?igual sucede con los profotográficos- son producto de convenciones arraigadas en el mundo occidental.

En segundo término, esas connotaciones que a continuación estudiaremos han sido apuntadas por diversos especialistas en fotografía; empero, esto en modo alguno significa que deban ser entendidas como recetas o reglas inmutables a cumplirse en todos los casos. Su validez o no depende de la estructura y contexto particular de cada imagen.

En tercer lugar, el sentido que quiera conferir un fotoreportero por medio del uso de uno o más de estos recursos puede ser soslayado por la persona que titule y redacte la leyenda de la foto. A la inversa, el reportero gráfico puede emplear sin intención algunos de estos elementos y al editarse la foto se le puede encontrar un significado que no estaba en su mente. Por último, lo profotográfico y lo fotográfico están indisolublemente unidos. No se puede hablar del sentido connotativo producido por lo segundo, sin tomar en cuenta lo primero, y viceversa.

La angulación

La angulación es un excelente recurso para introducir determinados significados. Convencionalmente se acepta que el ángulo en picado -toma de arriba hacia abajo- "disminuye" a la persona retratada, la "aplata" metafóricamente hablando (3).

Un efecto opuesto produce el ángulo de contrapicado, es decir, cuando el fotógrafo se agacha para hacer la toma de abajo hacia arriba. En este caso, la connotación buscada es la de exaltar a un personaje.

Valga la explicación del uso de los ángulos de cámara para insistir en que estos significados no funcionan inexorablemente. Por ejemplo, en una ocasión Benito Mussolini adoptó una de sus poses teatrales y, con la barbilla levantada, intentaba demostrar determinación y decisión. Mas en la foto tomada por Alfred Eisenstaedt desde un ángulo inferior, este gesto pareció más bien la postura de un payaso (4).

En todo caso, un personaje puede resultar simpático, desagradable o hasta ridículo según el ángulo desde el cual se le fotografíe. Una foto del general De Gaulle, tomada desde arriba, hacía que su nariz luciera más larga, mientras que desde abajo lo mostraba con una barbilla enorme y desprovisto de frente (5).

A pesar de lo dicho, las normas éticas del periodismo nos indican que el fotoreportero debería ser respetuoso con las personas fotografiadas, tal y como explica José Manuel de Pablos:

"Es una norma que debería tenerse muy en cuenta: respetar rigurosamente a las personas fotografiadas y no usar la foto en prensa como un arma arrojadiza contra el personaje que no nos cae bien y es nuestro enemigo político o con quien no guardamos amistad" (6)

El encuadre y la composición

Para un fotógrafo resulta imposible registrar con su cámara todo lo que tiene ante él, sino apenas un fragmento. Esa selección, junto con el punto de vista desde el que se contempla y la forma cómo se distribuyen los elementos fotografiados dentro de la imagen, constituyen, respectivamente, el encuadre y la composición de la foto.

Estos recursos pueden utilizarse para presentar la visión personal, el punto de vista u opinión del reportero gráfico respecto de cualquier suceso o acontecimiento.

En agosto de 1973, exactamente un mes antes del golpe de estado que derrocó a Salvador Allende, El Mercurio, diario de oposición al régimen chileno, publicó una fotografía de una procesión fúnebre captada en el momento en que pasaba frente al palacio presidencial de La Moneda, como nefasto augurio de lo que vendría. El encuadre y la composición no fueron casuales (7).

Es común ver cómo algunos periódicos envían a sus reporteros gráficos a mítines con la expresa orden de que fotografíen únicamente los lugares en los que haya vacíos, a fin de perjudicar al partido político que ha organizado el acto.

En esta línea de pensamiento, Manuel Alonso y Luis Matilla indican: "El enclave desde el cual reproduzcamos visualmente una escena dará inmediata noticia de nuestra posición física, con posibles derivaciones hacia una apreciación de nuestra toma de partido, en el caso de que la escena sea conflictiva o plantee algún tipo de oposición o de confrontación: No es lo mismo fotografiar a manifestantes desde detrás de la policía que a policías desde detrás de los manifestantes, cuando unos y otros protagonizan un enfrentamiento" (8).

La iluminación

En cuanto a la luz pudiera pensarse que ésta no es una elección del fotógrafo sino una imposición del lugar. No obstante, quien realiza la toma puede controlarla, utilizarla a su antojo. No es lo mismo, por ejemplo, hacer una foto con el sol de frente al sujeto que a sus espaldas.

La luz frontal "aplata" los objetos contra el fondo. La iluminación posterior permite "separar" las figuras de dicho fondo. La iluminación lateral, ya sea horizontal u oblicua, produce relieve, pero si no es equilibrada e iluminada acentúa contrastes que

resultan deformes. Algo similar sucede si se dirige desde arriba hacia abajo, toda vez que origina fuertes sombras en la superficie a fotografiar.

Al retratar al ex presidente de Panamá Manuel Noriega, los fotoperiodistas de Estados Unidos procuraban que la luz que iluminara su rostro fuera lateral. Como este personaje tiene acné en su rostro, esa iluminación lo acentuaba. De esta manera, se mostraba su fealdad como algo terrible y monstruoso (9).

Los efectos de terror e inquietud siempre van acompañados de una iluminación intencionalmente desequilibrada a fin de subrayar el desasosiego (10). La oscuridad, combinada con zonas de luz, proporciona unos fuertes acentos sobre los que, a veces, puede apoyarse la composición de la fotografía.

De hecho, ella simboliza ciertos conceptos como la fuerza, el poder, el dramatismo, la pobreza, el sufrimiento, y la muerte. Y es un medio para crear una "atmósfera" seria, sombría o misteriosa.

En ese orden de ideas, Andreas Feininger indica: "A menudo, lo que induce a la obtención de una fotografía es, más que el tema en sí, la "atmósfera" que éste suscita. En efecto, puede que, de haberse presentado en una atmósfera diferente, el tema hubiera carecido de todo interés. La "atmósfera" es, en gran parte, producto de la luz (...) Por fortuna, va en aumento el número de fotógrafos y redactores-jefe de revistas gráficas conscientes de la tremenda influencia que la iluminación ejerce sobre la sensación que suscita una fotografía, la cual hace que se haga creciente uso de la luz disponible (11).

Emulsiones, reveladores y papeles

El reportero gráfico también puede utilizar deliberadamente emulsiones, reveladores y papeles de cara a emitir sus puntos de vista sobre los temas de actualidad. El grosor de la película -grano- puede intensificarse o atenuarse con el tipo de material empleado. Lo mismo ocurre con el contraste.

A pesar de que el grano grueso es considerado por muchos fotógrafos como un defecto, a veces resulta un medio eficaz para simbolizar determinadas características intangibles de un tema. Verbigracia, cuando la rudeza constituye un rasgo típico del mismo, las fotos granuladas tienen gran efecto.

Esto sucede con las imágenes de hechos bélicos y de otros tipos de violencia, en las que el grano grueso enfatiza la brutalidad de los acontecimientos y confiere a la fotografía un sello de la cruda realidad como, por ejemplo, en las fotos del asesinato de John Kennedy (12).

El grano de la película sugiere condiciones atmosféricas, neblina, polvo, suciedad... En las fotos de lugares llenos de humo como, por ejemplo, bares y cafeterías, el grano permite la creación o énfasis de esos efectos y la expresión de la atmósfera propia de tales sitios. En consecuencia, puede ser utilizado como un excelente vehículo de opinión.

En cuanto al contraste, los químicos y emulsiones pueden remarcarlo o atenuarlo. En el primer caso, si se retrata a un sujeto, éste representará una apariencia de dureza o seguridad. Por el contrario, si la película, revelador y papel producen un contraste bajo, el mismo sujeto de la foto dará una sensación de serenidad, falta de confianza y/o confusión, según el criterio de algunos especialistas (13).

Para Andreas Feininger (14), al analizar los efectos gráficos y emocionales del blanco y negro, se puede observar que el primero es dominante y agresivo, mientras el segundo resulta "pasivo" y "huidizo". Asimismo, asegura que el primero -o la fotografía en la que predomine lo claro- sugiere ligereza, alegría, felicidad o juventud.

En cambio, según este autor, el negro -o la fotografía en la que prevalezca lo oscuro- connota fuerza, solidez y poder, pero igualmente seriedad, vejez, tristeza y muerte. Todo depende, insistimos, del contexto de la imagen.

Los objetivos o lentes

Mediante el uso de los objetivos o lentes también es factible la emisión de sugerencias visuales. Los objetivos que abarcan mucho campo suministran imágenes lejanas desde una situación de proximidad del fotógrafo al referente. Esto aumenta en el receptor la sensación de profundidad ante las escenas representadas.

Los teleobjetivos, al contrario de los grandes angulares, tienen un estrecho campo de toma. Proporcionan imágenes cercanas desde una situación de lejanía, y provocan una sensación de aplastamiento y de camuflaje de las distancias relativas (15). Estas distorsiones pueden implicar equívocos en la apreciación de las escenas representadas, mas también pueden servir para subrayar el carácter de una situación.

Por ejemplo, supongamos que un reportero gráfico recibe el encargo de fotografiar un embotellamiento de tráfico. Un lugar desde el que puede hacer la toma es lo más cerca posible del congestionamiento. Para que en la imagen aparezca el mayor número de vehículos emplea un objetivo gran angular. Desdichadamente, al usarlo, los automóviles cercanos aparecerán muy grandes, y los más alejados, muy pequeños.

En consecuencia, pocos de los primeros llenarán casi todo el espacio de la fotografía y ésta no logrará transmitir la sensación de agobio que produce una gran masa de carros. Mas si el fotoreportero se traslada un poco hacia atrás, hasta donde le sea posible, y toma la fotografía desde la altura de un edificio, utilizando un teleobjetivo, se producirá un efecto de acopio de espacio.

Así, todos los vehículos aparecerán estrechamente apelotonados y de tamaño similar, y la fotografía logrará expresar la sensación de agobio de un embotellamiento de tráfico con tanta fuerza como en la realidad.

Como se desprende de lo dicho, los lentes influyen en la perspectiva y ésta, bajo la forma de convergencia y disminución de las líneas presentes en las escenas fotografiadas, connota profundidad.

Mientras más brusca resulte la aparente convergencia de líneas que, en realidad, sean paralelas, y cuanto más marcada sea la diferencia del tamaño aparente entre objetos próximos y lejanos, más pronunciada será la ilusión de profundidad suscitada por la imagen.

De manera que en virtud de los objetivos de distintas focales y a las distancias apropiadas entre el tema y la cámara, al fotógrafo le es posible producir cualquier perspectiva. De modo que un reportero gráfico conocedor de las sugerencias que pueden lograrse con el uso de estos recursos goza de un control sobre la plasmación de la profundidad y el espacio (16).

El color

Al escoger el color -siempre que sea posible hacerlo-, el reportero gráfico puede conferir determinados significados intencionales a una imagen. Empero, estos significados de los diferentes colores -al igual o tal vez más que los de otros recursos vistos hasta ahora- no funcionan cual fórmula matemática.

Mas en la cultura moderna occidental se admite como una constante que la gama de colores calientes -predominio de rojos y amarillos- es eufórica, optimista y fuerte. En cambio, la gama de los colores fríos -predominio de verdes y azules- tiende a ser relajante, pesimista o signo de debilidad (17).

En cuanto a los colores específicos, la explicación ofrecida por Andreas Feininger (18) resulta harto interesante. De los colores que integran el espectro, afirma, el rojo es el más agresivo, sugerente, activo, estimulante y, en consecuencia, el que más se utiliza en anuncios, cubiertas de libros y carteles.

Este color sugiere sangre y llamas y suele asociarse con el peligro como ocurre, por ejemplo, con las señales de advertencia. Asimismo, es símbolo de revolución, violencia y virilidad.

El azul, para Feininger, es el más pasivo y discreto de todos los colores. Resulta apacible, distante y "frío", quizás porque hace pensar en el frescor del agua y el frío del hielo. Los ingleses lo utilizan como sinónimo de tristeza; los franceses tienen lo que ellos denominan "l'heure blue", vale decir, la hora triste del crepúsculo, momento para la calma y el descanso.

El amarillo, continúa el citado autor, presenta dos connotaciones. En primer lugar se asocia con sensaciones agradables como el calor y la alegría, y con cosas totalmente opuestas a éstas: la fiebre amarilla o el pabellón amarillo que indica el estado de cuarentena, por ejemplo. En Estados Unidos, el amarillo es símbolo de cobardía y en algunos países la prensa escandalosa recibe la denominación de "prensa amarilla".

El marrón, según Feininger, sugiere tierra, otoño, hojas muertas, tranquilidad, serenidad y edad mediana. El verde no es agresivo ni pasivo, caliente ni frío, ni resulta sugerente ni discreto; "es neutro sin ser apagado".

El violeta, agrega, es "moderadamente" activo o pasivo, de acuerdo con el rojo o azul que contenga. Así, en su forma purpúrea -de elevado contenido rojo- se asocia con la iglesia católica y con los ropajes de la realeza.

En cambio, su variante color morado, de elevado contenido azul, hace pensar en las damas ancianas. Por último, el blanco es el color de la inocencia y el negro el de la muerte.

La edición

El trabajo del editor gráfico a la hora de seleccionar y editar las fotos -o de quien esté encargado de estas tareas- también está cargado de subjetividad -opinión implícita- y puede ser utilizado para opinar abiertamente o para distorsionar informaciones.

El 18 de septiembre de 1976, durante los funerales de Mao Tse-Tung se hizo una foto de la ceremonia en la que la imagen de la viuda, caída en desgracia, fue suprimida y, en su lugar, aparece un blanco (19).

En la Unión Soviética, en 1979, Andrei Kirilenko, cuarto personaje del estado, no estaba en una fotografía en la que aparecían los dirigentes del aparato soviético en la celebración del primero de mayo. Pero al día siguiente, gracias a un procedimiento de

trucado, Kirilenko recuperaba su lugar en una "versión" de la fotografía (20).

A raíz de un viaje realizado por los príncipes de Gales en noviembre de 1992 a Corea una foto de agencia fue tratada de manera diferente por cinco diarios populares londinenses. El Daily Mail ofreció sólo la parte alta de la foto. El Sun publicó únicamente el rostro de Diana, dejando afuera al príncipe.

Mientras, el Mirror hizo algo muy parecido al Mail, pero con un alto un poco mayor. El Express hizo lo mismo que el Sun, mientras el Today realizó un corte similar y dio a la imagen toda la plana en vertical (21).

En fin, los procedimientos a través de los cuales el reportero gráfico o el editor incide en el resultado final de una fotografía periodística abundan. En este sentido, vale citar a Raúl Beceyro, quien al concluir su análisis de una de las más famosas fotos de Lewis Hine, expresa:

"Hasta aquí he analizado los elementos específicos de la estructura de la fotografía `Pequeña tejedora?' de Hine: la altura de la cámara, la zona de foco, el plano elegido, la luz. Lo que he tratado de probar es que en cada fotografía es a través de estos medios específicos, mediante una organización particular, que el autor concreta efectivamente el contenido de la foto..."

Y añade: "Lo que una fotografía dice, lo dice mediante una estructura específica. Y sólo mediante ella. Es lo que a veces se ha llamado fotogenia y que, si observamos bien, resulta ser, finalmente, la organización de la foto. La fotografía 'por ella misma?', es decir mediante su propia estructura aclara el hecho real, lo vuelve comprensible y, al mismo tiempo, la fotografía pone de manifiesto la visión del mundo que expresa, mediante esa imagen, el fotógrafo" (22).

Recursos como los antes mencionado son tan solo algunas de las operaciones retóricas que suelen utilizarse en la fotografía de prensa. Al mencionarlas no alabamos su uso; simplemente tratamos de poner énfasis en los ejemplos de cómo se puede opinar -a veces olvidándose de la ética- a través de estos procedimientos, que incluyen la elaboración de títulos y leyendas, a los cuales haremos referencia en nuestra próxima entrega.

REFERENCIAS

1. ESPARZA, Ramón. "Testimonio fotográfico y persuasión" en "Información y Persuasión". Terceras Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información. Servicio de publicaciones de la Universidad de Navarra. España, 1989. P. 465
 2. Al igual que muchos otros conceptos de pertinencia semiótica, el término símbolo ha sido empleado de diversas formas. Acá entendemos por símbolo todo objeto, animal o cosa que adquiere un sentido que no es el suyo. Por ejemplo, la paloma como símbolo de la paz.
 3. BECEYRO, Raúl. Sobre la fotografía. Editorial Equinoccio. Universidad Simón Bolívar. Caracas, 1979. P. 12
 4. TAUSK, Petr. Introducción a la fotografía de prensa. Editorial Oriente. Santiago de Cuba, 1984. P. 48
 5. FREUND, Gisele. La fotografía como documento social. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1976. P. 47
 6. DE PABLOS COELLO, José Manuel. Fotoperiodismo actual. Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna. Ediciones Xerach. Tenerife, Islas Canarias, 1993. P. 53
 7. LANDIS, Fred. "Nicaragua: un caso de desestabilización informativa". Boletín Comunicación N ? 39. Caracas, 1982. P. 83
 8. ALONSO, Manuel y Luis Matilla. Imágenes en acción. Ediciones AKAL. Madrid, 1990. P. 28
 9. BOULTON, María Teresa. "La fotografía en la noticia". Revista Encuadre N ? 19. 1989. P. 24
- (10) ALONSO, Manuel y Luis Matilla. Ob. Cit. P. 28
- (11) FEININGER, Andreas. La nueva técnica fotográfica. Editorial Hispano Europea. Barcelona, 1977. P. 306
- (12) FEININGER, Andreas. Ob. Cit. P. 354
- (13) BERG, W.F. "El material fotográfico" en "Estructura de una señal fotográfica". Editorial Pueblo y Educación. Instituto Cubano del Libro. La Habana, 1973. P. 219
- (14) Ibid. P. 307

(15) ALONSO, Manuel y Luis Matilla. Ibid. P. 47

(16) FEINGER, Andreas. Ibid. P. 297

(17) ALONSO, Manuel y Luis Matilla. Ibid. Pp. 41-42

(18) Ibid. P. 316

(19) DURANDIN, Guy. La mentira en la propaganda política y en la publicidad. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México, 1982. P. 75

(20) Idem

(21) DE PABLOS COELLO, José Manuel. Ob. Cit. P. 122

(22) BECEYRO, Raúl. Ob. Cit. Pp. 26-27.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Abreu, Carlos (1999): La opinión fotográfica (2). Recursos connotativos de la fotografía. Revista Latina de Comunicación Social, 24. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999adi/01abreu2.html>