



Universitat Autònoma de Barcelona

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  http://cat.creativecommons.org/?page_id=184

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>

TESIS DOCTORAL

Aproximación deontológica al fotoperiodismo:
Creación de estereotipos en la visión occidental del “tercer mundo”

Julia Novaes Cirjanic

Director: Lorenzo Vilches Manterola

Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Estudios de Doctorado en Comunicación y Periodismo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA

2017

TESIS DOCTORAL



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

**Aproximación deontológica al fotoperiodismo: Creación de
estereotipos en la visión occidental del “tercer mundo”**

Julia Novaes Cirjanic

Director: Lorenzo Vilches Manterola

Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Estudios de Doctorado en Comunicación y Periodismo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA

2017

ÍNDICE

Introducción	9
CAPÍTULO I - METODOLOGÍA	19
1.1. Planteamiento del problema y estado de la cuestión	19
1.2. Hipótesis de la investigación	25
1.3. Objetivos.	25
1.3.1. Objetivo general	26
1.3.2. Objetivos específicos	26
1.4. Justificación de la investigación	26

PARTE I – CONTEXTO Y ESTADO DEL ARTE

CAPÍTULO II <i>WORLD PRESS PHOTO</i> – TEMA DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.1. Breve historia de la fundación	31
2.2. Reglamento y organización.	39
2.3. La función ideológica y social del <i>World Press Photo</i> – una visión crítica ..	48
2.4. ¿Una posible convivencia entre patrocinio y premiados?	62
CAPÍTULO III – CARACTERÍSTICAS DEL FOTOPERIODISMO OCCIDENTAL. HISTORIA DE UNA RELACIÓN: FOTOPERIODISMO Y GUERRA.	69
3.1. Hacia una definición del fotoperiodismo	70
3.1.1. La fotografía documental como modalidad de expresión (foto) periodística	72
3.2. Breve historia del fotoperiodismo occidental.	77
3.2.1. Los orígenes del fotoperiodismo	79
3.2.2. Evolución histórica del fotoperiodismo desde la I Guerra mundial hasta el fotoperiodismo moderno.	82
3.2.3. Características del fotoperiodismo occidental en la posguerra	91
3.2.4. Vietnam, la Guerra del Golfo Pérsico y otros conflictos que marcaron el fotoperiodismo mundial	93
3.3. El discurso fotoperiodístico en la actualidad: realidad, simulacro e hiperrealidad	113

PARTE II - TEORÍA Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE LAS FOTOGRAFÍAS PREMIADAS POR EL WORLD PRESS PHOTO

CAPÍTULO IV – EL TRATAMIENTO DE LOS DATOS VISUALES EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL.....	125
4.1. Aproximación teórica al análisis de contenido de las imágenes.....	126
4.1.1. El análisis de contenido: definición del concepto y la conjunción con otras técnicas de investigación.....	126
4.1.2. Análisis de contenido de las fotografías.....	131
4.1.2.1. Revisión conceptual del análisis de los datos visuales en las Ciencias Sociales.....	138
4.2. El análisis de los datos visuales en la investigación social.....	140
4.2.1. El uso de los datos visuales en la investigación social.....	146
4.2.2. Corrientes metodológicas en el ámbito de análisis de fotografía, desde la perspectiva de las Ciencias de la Comunicación.....	151
4.2.2.1. Breve historia del método iconológico.....	153
CAPÍTULO V – TEORÍA DE LA FOTOGRAFÍA INFORMATIVA.....	155
5.1. Ver, leer fotografías informativas. La dualidad del mensaje fotográfico....	156
5.1.1. La representación y percepción de la realidad. Estudio de la percepción visual.....	171
5.1.2. Elementos para la lectura de la imagen a nivel de expresión.....	182
5.1.3. ¿Cómo se organizan los contenidos de la fotografía informativa?.....	189
5.2. Manipulación y persuasión a través de la fotografía de prensa.....	194
5.2.1. Manipulación del lenguaje visual en los niveles de expresión y contenido de la fotografía periodística.....	202
CAPÍTULO VI – HACIA UNA ÉTICA FOTOPERIODÍSTICA PROFESIONAL..	215
6.1. Ética y deontología en la comunicación audiovisual. Definición de los conceptos.....	216
6.2. Los códigos deontológicos como concreción del deber de los informadores audiovisuales.....	222
6.2.1. Problemas de aplicación de los códigos de conducta ética.....	224
6.2.2. Los códigos deontológicos que afectan directamente al fotoperiodismo..	227

6.2.2.1. <i>National Press Photographers Association</i> (NPPA)	228
6.2.2.2. Declaración de principios sobre la conducta de los periodistas de la Federación Internacional de Periodistas (FIP).	234
6.2.2.3. Código de ética del <i>World Press Photo</i>	237
6.3. Deontología y ética en el fotoperiodismo	239
6.3.1. Muerte, miseria y violencia en el fotoperiodismo	244
6.3.1.1. Fotoperiodismo e infancia: casos icónicos en la prensa contemporánea	249
6.3.2. Tratamiento no ético de la información, los fotoperiodistas y las víctimas de fotoperiodismo – el ejemplo de Fabienne Cherisma	259
6.3.2.1. Una imagen, dos puntos de vista	260
6.3.2.2. El debate: “ <i>Disaster pornography</i> ”.	265

CAPÍTULO VII – CRÍTICA DEL ESTEREOTIPO EN LA FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA. LOS ESTEREOTIPOS MÁS COMUNES EN EL *WPP*. 269

7.1. Aproximación al concepto de estereotipo	269
7.2. Los estereotipos en los medios de comunicación	272
7.3. Los estereotipos visuales en el fotoperiodismo.	276
7.3.1. Los estereotipos étnicos en el fotoperiodismo contemporáneo	278
7.3.1.1. Estereotipos a partir del 11 de septiembre de 2001	280
7.3.1.2. Estereotipos sobre Africanos y Afroamericanos	291
7.3.1.3. Estereotipos sobre hispanoamericanos	298
7.3.2. Las víctimas como un posible estereotipo visual	305
7.4. Los riesgos de los estereotipos en el fotoperiodismo: prejuicios y discriminación	311

PARTE III – ESTUDIO DE CASO

CAPÍTULO VIII – ESTUDIO DE CASO: EL ESTEREOTIPO DE “LA VÍCTIMA” TRATADO MEDIANTE UN ANÁLISIS ICONOLÓGICO DEL CASO “*WORLD PRESS PHOTO 2011*”. 317

8.1. Metodología – niveles del método iconológico y su aplicación al análisis fotográfico.	318
8.1.1. Recopilación de datos y aplicación de la metodología – pasos a realizar .	322
8.1.2. Muestra.	323

8.2. Análisis iconológico de las imágenes premiadas en las categorías <i>People in the News</i> , <i>Spot News</i> y <i>General News</i> – <i>World Press Photo 2011</i>	324
8.2.1. Análisis empírico de la imagen I – categoría <i>People in the News</i>	324
8.2.2. Análisis empírico de la imagen II – categoría <i>People in the News</i>	332
8.2.3. Análisis empírico de la imagen III – categoría <i>Spot News</i>	338
8.2.4. Análisis empírico de la imagen IV – categoría <i>Spot News</i>	344
8.2.5. Análisis empírico de la imagen V – categoría <i>General News</i>	350
8.2.6. Análisis empírico de la imagen VI – categoría <i>General News</i>	355
8.3 Construcción del estereotipo de la víctima en el caso WPP 2011. Elementos comunes detectados mediante el análisis iconológico.	363
8.4. Conclusiones del estudio de caso.	366

PARTE IV – ANÁLISIS DEL CORPUS

CAPÍTULO IX – ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DE LAS FOTOGRAFÍAS PERIODÍSTICAS PREMIADAS POR EL CONCURSO <i>WORLD PRESS PHOTO (1955-2014)</i>	379
9.1. Consideraciones metodológicas.	380
9.1.1. Muestras y corpus	382
9.1.1.1. Muestra del análisis general de las fotografías premiadas por el <i>World Press Photo (1955-2014)</i>	382
9.1.1.1.1. Estrategia de selección de la muestra	383
9.1.1.1.2. Muestra del análisis específico de las fotografías premiadas por el <i>World Press Photo of the Year (1955-2014)</i>	384
9.1.2. Análisis de contenido y semiótico.	384
9.1.2.1. La técnica del análisis de contenido	386
9.1.2.2. El método del análisis de contenido de las imágenes.	387
9.1.2.3. Las categorías de codificación	388
9.1.2.4. Registro	392
9.1.3. Codificación de las fotografías	394
9.1.3.1. Bases de datos sintéticas para el análisis genérico de las fotografías premiadas por el <i>World Press Photo (1955-2014)</i>	394
9.2. Análisis del corpus.	407
9.2.1 Resultados del análisis general de las fotografías premiadas por el <i>World Press Photo (1955-2014)</i>	407
9.2.1.1. Existencia de pie de foto en las imágenes premiadas	407

9.2.1.2. Pertenencia geopolítica de los autores de las imágenes premiadas por el <i>World Press Photo</i> (1955-2014)	408
9.2.1.3. Pertenecía de los autores de las imágenes a agencias de noticias . . .	410
9.2.1.4. Valor cromático de las imágenes	410
9.2.1.5. Ambientación de las imágenes premiadas	411
9.2.1.6. Número de fotografías premiadas en las categorías analizadas	412
9.2.1.7. Los temas más tratados dentro del concurso	413
9.2.1.8. Las localizaciones de las imágenes tomadas	414
9.2.1.9. Los actantes que entran a formar parte de la narración	414
9.2.1.9.1. Género de los actantes vivientes	415
9.2.1.9.2. Víctimas fallecidas y heridas	416
9.2.1.9.3. Rol de los actores que entran a formar parte de la narración en las fotografías premiadas por el <i>WPP</i> (1955-2014).	417
9.2.1.9.4. Representación de los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales dentro del concurso	418
9.2.1.9.4.1. Resultados de valores de representación	419
9.2.2. Análisis específico de las fotografías premiadas con el máximo galardón <i>World Press Photo of the Year</i> (1955-2014).	424
CAPÍTULO X – CONCLUSIONES	437
10.1. Conclusiones de la investigación	439
10.2. Validación de las hipótesis de partida	445
10.2.1. La comprobación de la primera hipótesis	446
10.2.2. La comprobación de la segunda hipótesis	455
10.3. Proyecciones de la investigación	460
Bibliografía general	462

Introducción

La presente investigación examina las características del fotoperiodismo profesional en el contexto de las culturas visuales. El objetivo de la tesis es indagar en el problema de exceso de violencia, muerte y miseria en las fotografías sociales y comprometidas, que muchas veces se comprenden como informativas y ambicionan llamar a la solidaridad. Con esta finalidad, hemos elegido el concurso *World Press Photo*, que hoy en día representa el paradigma de calidad en el fotoperiodismo.

Mediante un análisis cuantitativo y cualitativo de todas las fotografías premiadas en las seis décadas de existencia de *WPP* (1955-2014), detectamos que dentro del paradigmático concurso existe un modelo repetitivo negativo en cuanto a la representación de personas provenientes de algunos grupos étnicos y culturales.

Además, los principales hallazgos nos señalaron que la mayoría de las imágenes que se difunden alrededor del planeta gracias a los premios que otorga este galardón tratan temas ligados a la desgracia y miseria de los habitantes del “tercer mundo”. Por consiguiente, la mayoría de los fotógrafos premiados no se condujeron por las principales premisas éticas y deontológicas de la profesión a la hora de tomar las instantáneas.

Las imágenes comprometidas que se divulgan como llamadas a solidaridad, muchas veces caen en el estereotipo de representación de víctimas. Estas fotografías recorren el mundo con el objetivo enunciado de informar sobre acontecimientos y hechos, y crear solidaridad. Con las exposiciones de *World Press Photo* se pretende recaudar fondos para las víctimas de catástrofes y desgracias, al igual que informar el público sobre los hechos transcurridos. Sin embargo, los resultados benéficos a corto plazo conllevan efectos de larga duración – una reiteración de imágenes llenas de estereotipos raciales y culturales. Las guerras y el hambre son

sucesos de interés informativo. El sufrimiento y las catástrofes captan la atención de los medios. Pero ¿es realmente necesario que los contenidos de este tipo de fotografías sean exclusivamente horribles y denigrantes? ¿Es posible que los medios de comunicación ofrezcan imágenes positivas de gente necesitada de ayuda?

Existen numerosas leyes que delimitan y penalizan el comportamiento no-ético en diversos medios de comunicación. En el fotoperiodismo actual no existe una deontología aplicable, o sea, un acuerdo unánime sobre los códigos éticos universales en la profesión.

A pesar de que en las agencias periodísticas se pueden encontrar, por separado, reglamentos sobre principios de la conducta de sus miembros, es decir sus propios códigos éticos, en el fotoperiodismo actual existe un problema en su aplicación.

Por otro lado, tampoco hay una ley que penalice la violación de la integridad de las víctimas representadas dentro de los prestigiosos concursos de fotoperiodismo, que contribuyen a la difusión de este tipo de imágenes estereotipadas.

Dada la situación, con la presente investigación se pretende contribuir al objetivo de una deontología periodística factible, por medio de una visión crítica de las tendencias actuales en el fotoperiodismo. Entre otras cosas, determinar si este tipo de imágenes constituye un nuevo aspecto de dominio occidental – una propaganda tácita mediante herramientas técnicas y discursivas de la imagen. Igualmente detectar si dentro del fotoperiodismo contemporáneo existe una abundancia de muerte y miseria así como la representación negativa estereotipada de personas que pertenecen a diferentes grupos étnicos y minorías sociales y de género.

Además, dada la naturaleza del presente trabajo, que se enmarca en un medio tan específico como es la fotografía informativa, en este caso entendida como una poderosa herramienta de manipulación y persuasión que a menudo se usa para

promover diferentes posturas ideológicas, económicas y propagandísticas, todo el trabajo teórico ha sido apoyado con ejemplos de fotografías que ilustran las cuestiones teóricas tratadas a lo largo de los diferentes capítulos de la tesis.

La experiencia empírica de la tesis tiene que ver con un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo de todas las imágenes de carácter informativo premiadas por el *World Press Photo* desde el año de su inauguración 1955, hasta el 2014. La muestra imparte un total de 3901 fotografías que fueron analizadas una a una.

Una de las principales aportaciones de la presente investigación es la construcción de una base de datos, en la que se encuentra incluida la información, no solo sobre todas las fotografías premiadas en cada año, sino también la información sobre sus autores, su pertenencia geopolítica y los premios con los que fueron beneficiados, al igual que los temas tratados, la localización de las imágenes tomadas y el tipo de representación de los sujetos fotografiados, además de otros *items* de interés.

Esta base de datos puede ser usada para su amplia difusión en ámbitos de estudio, investigación e interés social.

La estructura de la presente investigación consiste en cuatro grandes unidades, diferentes pero al mismo tiempo relacionadas: *Parte I*, que tiene que ver con el contexto en el que nos movemos, es decir, el concurso *WPP* y el fotoperiodismo en general; *Parte II*, donde definimos nuestro posicionamiento teórico y metodológico necesario para el posterior análisis de las fotografías premiadas por el *WPP*; *Parte III* en la que realizamos un estudio de caso donde se muestra la construcción del estereotipo de la víctima a través de un análisis iconológico de diferentes fotografías informativas, y la *Parte IV*, que tiene que ver con el análisis del corpus, un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo de todas las imágenes premiadas por el *World Press Photo* desde el año de su inauguración, el 1955, hasta la actualidad.

Pues bien, antes de iniciar la *Parte I*, en el primer capítulo de nuestra tesis denominado “Metodología”, exponemos nuestro planteamiento del problema y estado de la cuestión, además de las hipótesis a comprobar, los objetivos y la justificación de la investigación. Las hipótesis que formulamos son dos. *El WPP actúa como plataforma divulgativa de estereotipos raciales y culturales*, reza la primera. *Las fotografías premiadas por el WPP y los temas favorecidos contribuyen a la exaltación de la muerte, miseria y violencia, por lo que los autores de las imágenes premiadas a menudo traspasan los límites entre lo ético y no ético*, dice la segunda.

La *Parte I*, titulada “Contexto y estado del arte” consiste en dos capítulos y se basa en definir nuestro posicionamiento contextual. En el segundo capítulo de la tesis, denominado “*World Press Photo* - tema de la investigación”, se elabora una base teórica sobre el concurso *World Press Photo* como tema central de la investigación. Se analizan sus principales características, historia, reglamento, organización interna, y se proporciona una visión crítica sobre su función ideológica y social. Todo el trabajo teórico ha sido apoyado con ejemplos de fotografías del concurso *World Press Photo*.

Teniendo en cuenta el déficit de literatura científica sobre el *World Press Photo*, aparte de consultar los escasos estudios sobre el certamen, para elaborar este capítulo nos servimos de la información existente en su página web, artículos de periódicos, y otros documentos con información relevante sobre el tema.

Aportar esta base teórica nos sirvió para luego reflexionar sobre los posibles alcances sociales, políticos e ideológicos del *WPP*, ilustrando cada argumento con ejemplos, e incitar a una reflexión crítica acerca de los valores proclamados por el *World Press Photo*.

Con el fin de cumplir el objetivo de definir el estado de la materia, a continuación nos dedicamos a la elaboración de una unidad teórica sobre las características del fotoperiodismo. En el tercer capítulo, titulado “Características del fotoperiodismo

occidental. Historia de una relación: fotoperiodismo y guerra”, se define el término fotoperiodismo, se discute el carácter documental de la fotografía de prensa y finalmente se elabora un resumen histórico acerca de los eventos significativos que influyeron en el desarrollo de la fotografía periodística y del fotoperiodismo occidental, desde los inicios del fotoperiodismo hasta la actualidad.

Se ha llegado a la conclusión de que el fotoperiodismo toma sus orígenes en la fotografía de guerra y que su evolución histórica va pareja con los grandes conflictos bélicos y crisis que marcaron la historia moderna. Cuando ya es reconocido como modalidad relevante de expresión informativa, el fotoperiodismo se convierte en la voz de diferentes víctimas de conflictos y crisis humanitarias.

La *Parte II*, eminentemente teórica, se titula “Teoría y metodología de análisis de las fotografías premiadas por el *World Press Photo*” y consiste en cuatro capítulos.

En el cuarto capítulo de la tesis, denominado “El tratamiento de los datos visuales en la investigación social” se expone nuestro planteamiento metodológico y aproximación teórica al tema tratado. Se debe tener en cuenta que existe poca literatura específica que trata cuestiones metodológicas sobre el análisis cuantitativo de las fotografías informativas desde la perspectiva de las Ciencias de la Comunicación. Lo que nos permitió obtener una base teórica sobre el análisis de contenido de las imágenes, fue el ámbito de sociología en cuyos autores nos hemos apoyado.

De esta conjunción interdisciplinaria surgió un propio sistema de codificación de las fotografías informativas que más adelante aplicamos en la realización de la parte empírica, que es el análisis del corpus de las fotografías premiadas por el concurso *World Press Photo*.

El quinto capítulo, “Teoría de la fotografía informativa”, tiene que ver con nuestro posicionamiento dentro de esta teoría. Su elaboración nos sirvió para sentar una base teórico-metodológica sobre el análisis textual de las fotografías, y también

demostrar que existen diferentes procedimientos persuasivos de la fotografía que en ocasiones pueden ser usados para la construcción del imaginario colectivo. Uno de los principales objetivos de esta tesis doctoral es examinar la representación de las personas provenientes de diferentes grupos raciales y culturales dentro del concurso *World Press Photo*, donde pudimos detectar que muchos de estos grupos de personas aparecen representados de forma repetitiva y negativa a lo largo de los años. Para poder obtener una visión sobre la dimensión ideológica de las fotografías premiadas, consideramos de máxima importancia examinar todos los elementos que se han de tener en cuenta a la hora de la lectura de una imagen.

Esta etapa del trabajo teórico la iniciamos con la teoría semiótica y su aplicación al análisis de la fotografía. En este contexto, la fotografía informativa se entiende como un texto que se debe leer, y por tanto nos centramos en examinar el proceso de la lectura del texto fotográfico, además de explicar la dualidad y carácter polisémico del mensaje fotográfico.

Para cumplir con esta labor, consultamos, entre otros, las posturas de autores como Barthes (1980, 1982, 1989), Vilches (1983, 1987), Marzal-Felici (2007), Dubois (1994), quienes aplican elementos de pertinencia semiótica al análisis de las fotografías.

Después de definir cuáles son los elementos que influyen en la lectura de una fotografía, y de qué manera pueden actuar en la construcción de su significado, nos centramos en definir otro aspecto, relacionado con el trabajo teórico anterior, que tiene que ver con las características persuasivas y manipulativas de la fotografía de prensa.

Para esto se examinaron los paradigmas de varios autores que tratan el problema de la objetividad de la imagen en lo que se refiere a la fotografía de prensa (Vilches, 1987; Sousa, 2011; Marzal-Felici 2001; Teixeira Ribeiro, 1988; Lester, 1991; Baeza, 2001; Lister, 1991).

La propiedad manipulativa de la fotografía de prensa ha actuado como impulso investigador a lo largo de todo nuestro trabajo. La manipulación del lenguaje fotográfico en el caso de la foto de prensa, sea mediante los elementos persuasivos de la imagen, o manipulación de los niveles de expresión y contenido, tiene una larga tradición y a menudo es usada para cumplir con diversos fines económicos, ideológicos y propagandísticos.

La siguiente etapa de construcción de nuestro marco teórico y metodológico tiene que ver con la definición de nuestro posicionamiento ético. En el sexto capítulo denominado “Hacia una ética fotoperiodística profesional”, nos encontramos de nuevo con el mismo problema: existe poca literatura específica relativa a la ética en el fotoperiodismo.

Por esta razón partimos desde las definiciones de autores que hablan sobre la ética en la comunicación audiovisual en general (Bonete, 1995; Aznar, 2005). Igualmente, realizamos el análisis de diferentes organismos de autorregulación ética en el fotoperiodismo, lo que nos sirvió para obtener un panorama general de lo que podría ser un comportamiento ético dentro de la profesión.

A continuación se reflexiona sobre la ética y deontología en el fotoperiodismo, a través del problema de abundancia de muerte, miseria y violencia en las fotografías informativas. Después de indagar en casos icónicos en la prensa contemporánea en la que existe un tratamiento no ético de la información visual, también analizamos las premisas éticas de los autores de las imágenes y de los medios que difunden estas instantáneas.

Para concluir nuestro marco teórico, accedemos a la elaboración del séptimo capítulo de la tesis, denominado “Crítica del estereotipo en la fotografía periodística. Los estereotipos más comunes en el *WPP*”. Aquí ofrecemos una aproximación al concepto de estereotipos, además de hablar de los estereotipos dentro del fotoperiodismo. Igualmente, se definen las características de los principales

estereotipos étnicos/raciales que pudimos encontrar dentro del *WPP*, y al final del capítulo se hace un esbozo del nexo conceptual entre estereotipo, prejuicio y discriminación, lo que en realidad resulta en racismo.

La *Parte III*, denominada “Estudio de caso”, abarca el octavo capítulo de nuestra tesis: “El estereotipo de 'la víctima' tratado mediante un análisis iconológico del caso '*World Press Photo 2011*'”. Este estudio se enlaza de forma natural a los capítulos anteriores, el sexto y el séptimo, que tratan sobre la ética y los estereotipos respectivamente.

El uso de una metodología que entiende varios niveles de análisis de una imagen, nos permite detectar si existe un estereotipo de la víctima en el concurso *WPP 2011*, y trazar un esbozo de las premisas éticas de sus autores. Se trata del método iconológico, cuyo historial y pautas a seguir presentamos al inicio del capítulo. El objeto del análisis son seis imágenes premiadas en el *World Press Photo 2011*, que se examinan en profundidad. La realización entiende analizar cada imagen en tres diferentes niveles: *I Nivel – descriptivo, II Nivel – contextual, III Nivel – sintético*.

Nos hemos decantado por el método iconológico, explícito y complejo a la vez, porque nos ofrece la línea más directa de comprobar el trato de las víctimas en el fotoperiodismo, desde una perspectiva ética. El método iconológico fue ideado por Erwin Panofsky en 1932, unas tres décadas antes del método semiótico del que hablamos en el quinto capítulo “Teoría de la fotografía informativa”. Sin comparar los dos métodos, hemos optado, sin embargo, por introducir en nuestro análisis algunos elementos y conceptos semióticos, que a estas alturas ya entran en el bagaje obligatorio del saber científico y representan herramientas imprescindibles a la hora de la lectura del mensaje implícito de una imagen y de la interpretación de su significado.

El aporte de este capítulo, además de mostrar de qué manera son tratadas las víctimas en el concurso, reside en presentar una metodología factible que puede ser aplicada para el análisis de fotografías singulares – una metodología de carácter cualitativo para el análisis deontológico, ético e informativo de casos de imágenes concretas.

La *Parte IV* representa el “Análisis del corpus” y comprende el noveno capítulo de la tesis, denominado “Análisis cuantitativo y cualitativo de las fotografías periodísticas premiadas por el concurso *World Press Photo* (1955-2014)”. Aquí se analizan todas las imágenes de carácter informativo premiadas por el concurso *World Press Photo* desde el año de su inauguración, el 1955 hasta el 2014. De este primer análisis general surgió un segundo análisis, específico, que consiste en evaluar todas las imágenes premiadas con el máximo galardón *World Press Photo of the Year* en el mismo periodo (1955-2014).

El conjunto de estos dos análisis nos permitió obtener una visión exhaustiva sobre todos los datos visuales de la muestra y particularidades del concurso que son de relevancia para nuestra investigación.

La muestra que ha sido analizada e integrada dentro de las bases de datos elaboradas para la presente investigación, recoge todas las imágenes de carácter periodístico premiadas por el concurso *WPP*, desde el año 1955 hasta el 2014. La muestra para estas seis décadas es de 880 obras (las obras se refieren a la suma de fotonoticias y reportajes fotográficos analizados), compuestas por un total de 3901 fotografías singulares.

Para facilitar la comprensión de nuestro trabajo, y teniendo en cuenta el volumen de los datos visuales que fueron analizados, hemos optado por realizar la presentación del proceso de codificación de los datos mediante los ejemplos de bases de datos sintéticas, en las que la información fue extraída de la base de datos íntegra, que fue desarrollada en grandes archivos de hojas de cálculo, y que se puede ver en los documentos ANEXOS de esta investigación.

El décimo y último capítulo, que se titula “Conclusiones”, trae las conclusiones referentes a la parte empírica de nuestro trabajo y también las conclusiones generales de la investigación.

Una de las conclusiones a las que se ha llegado es que dentro del fotoperiodismo contemporáneo sí que existe un modelo negativo repetitivo en cuanto a la representación de personas provenientes de diferentes grupos étnicos y culturales a lo largo de los años. Igualmente, las imágenes premiadas por el concurso *WPP* abundan en contenido de muerte, miseria y violencia a través de representaciones explícitas del sufrimiento de víctimas de diferentes conflictos bélicos y catástrofes humanitarias.

Junto con la presentación impresa de nuestra investigación, se entregan los ANEXOS con la base de datos íntegra. La base de datos íntegra fue elaborada en grandes archivos de hojas de cálculo del programa Excel y se encuentra en formato digital. En ella figura el trabajo detallado que justifica y acredita los resultados obtenidos.

Nuestra investigación ha sido financiada por el Ministerio de Cultura y Deporte de Serbia, a través de su programa de becas *Dositeja* para Jóvenes Talentos.

CAPÍTULO I – METODOLOGÍA

1.1. Planteamiento del problema y estado de la cuestión

El presente trabajo pretende examinar las características del discurso fotoperiodístico actual como modalidad relevante en el campo científico de las Ciencias de la Comunicación, en el contexto de las culturas visuales.

En un sentido más específico, se efectúa un análisis de las fotografías de interés periodístico premiadas por el paradigmático concurso *World Press Photo* (1955-2014). Lo que nos conduce hacia la tarea de realizar semejante análisis son las hipótesis que el *WPP* contribuye a la exaltación de la muerte, miseria y violencia, contribuyendo así a la formación de estereotipos raciales y culturales, mientras que los participantes del concurso, llevados por el oportunismo profesional, a menudo traspasan el límite entre lo ético y no ético.

A raíz de este análisis, se ambiciona obtener una visión genérica de todos los temas tratados dentro del género periodístico en el Concurso, con el fin de determinar la posible creación de estereotipos por un lado, y detectar de qué manera son representados los actantes en las imágenes provenientes de diferentes contextos geopolíticos, sociales y culturales, por el otro. De esta manera se hace posible definir un panorama general de la representación de los habitantes de diferentes lugares, donde los afroamericanos, árabes, los sudamericanos o los asiáticos casi siempre se muestran en un contexto negativo, mientras los provenientes del mundo occidental, en neutral si no positivo; detectar los cambios en su representación a lo largo de los años y por consiguiente los cambios políticos y sociales alrededor del mundo desde el año 1955 hasta el día de hoy – narrados a través de imágenes estáticas.

Los medios visuales, sobre todo la televisión e Internet, han traído una nueva dimensión a las catástrofes que afectan a remotos lugares de la tierra, ya que

posibilitan a todos los habitantes del mundo aprender sobre las experiencias de las personas afectadas. Teniendo en cuenta que, para la mayoría de la gente, los medios de comunicación son la única fuente de información sobre este tipo de sucesos, la representación que ofrecen los medios juega un rol decisivo en la manera en la que los destinatarios conceptualizan y abarcan opiniones sobre estos hechos. Cabe recordar que incluso la élite política, aquellas personas que tienen el poder de decidir sobre la suerte de pueblos propios y lejanos, muchas veces crean su opinión a base de lo visto y oído en los medios.

Los medios difunden imágenes sobre diferentes catástrofes humanas que muchas veces están enfocadas al sufrimiento de mujeres y niños, más aun, abundan en cadáveres. A simple vista, también se puede notar que las imágenes con este tipo de contenido, siempre tratan temas relacionados a la miseria y pobreza del tercer mundo, y siempre están dirigidas al público del denominado primer mundo, con lo que el concepto de sufrimiento llega a ligarse al concepto de lo exótico. Los niños que pertenecen al mundo occidental nunca son fotografiados como noticias. Por otro lado, los niños de pertenencia geopolítica *tercermundista* son los principales actantes de imágenes que nos llegan como representativas de los sucesos transcurridos en aquellos países lejanos.

El autor Jorge Pedro Sousa (2011), en su libro *Historia crítica del fotoperiodismo occidental* apunta que hoy en día existen tres grandes empresas multinacionales, que tienen el monopolio en la difusión de imágenes foto-periodísticas. “La comercialización impone muchas veces la uniformidad, la difusión no libre y la obediencia a los cánones estéticos de la mayoría... Así la producción mundial de fotografías periodísticas está, cada vez más, dominada por las agencias de prensa, que quieren conquistar el vastísimo mercado de medios de comunicación.” (pp. 12-13)

Si se tiene en cuenta lo dicho, aparece la pregunta si estas instantáneas en realidad “critican”, es decir hacen una demanda social, o más bien contribuyen a la creación

de un imaginario colectivo, a una visión occidental distorsionada del Tercer mundo, guiada por una propaganda táctica que hacen los medios. Defendemos la tesis de que los medios de comunicación, cumpliendo con su función de difundir la información, al redundar en imágenes con los actantes afectados por diferentes miserias y catástrofes, en realidad contribuyen a la creación de estereotipos raciales y culturales.

La postura anterior conduce a una cuestión lógica: ¿en qué se diferencian la visión contemporánea del mundo subdesarrollado y la visión colonialista de estos mismos lugares en siglos pasados? ¿Está el fotoperiodismo actual ligado a las prácticas de un nuevo colonialismo? ¿Se podría decir que el fotoperiodismo contemporáneo forma parte del concepto post-colonialista?

Diferentes catástrofes humanas captan el interés de los medios, siendo impactantes como noticias, y para muchos fotógrafos resultan incluso fotogénicas. Las catástrofes, guerras y miseria son las principales razones de la existencia de las ONG. Luego, no es de extrañarse porque muchas de ellas hayan obtenido beneficios económicos gracias a imágenes de desastres. De igual manera, los medios se benefician de la difusión de estas imágenes. Se impone el dilema si las guerras, catástrofes, la pobreza, incluso la muerte, se han convertido en una mercancía. Siguiendo en ese contexto cabe la pregunta si estas imágenes estereotipadas favorecen la mercantilización de la miseria del Tercer mundo. ¿Se ha convertido la pobreza en un nuevo negocio del siglo 21?

Teniendo en cuenta que nuestro tema trata sobre la *creación de estereotipos en la visión occidental del “tercer mundo”*, estamos de acuerdo con Manuel Castells (2008) en que los actores políticos tienen una notable influencia sobre los medios de comunicación y por consiguiente sobre la creación del imaginario colectivo. En el caso de la presente investigación, los autores de las fotografías premiadas o el mismo concurso *World Press Photo*, podrían ser un árbitro manipulador en cuanto a la promoción de ciertas posturas o ideologías. Para tener una base teórica a la hora

de tratar esta cuestión, accedimos a la definición de lo que sería un comportamiento ético en la profesión de fotoperiodismo.

Hay que apuntar que estos planteamientos no representan una posición rotunda ni una generalización de la profesión, ya que hoy, como siempre, existe sin duda alguna espacio suficiente para un fotoperiodismo de calidad.

En este trabajo se pretende ofrecer más de un punto de vista al problema, y a la vez apoyar lo que es digno dentro de la profesión.

El objetivo vertebrador de nuestro estudio es examinar la abundancia de imágenes violentas que representan desgracias de habitantes de países no occidentales, que en la mayoría de los casos se podrían calificar como no-éticas. Asimismo, apuntar a la fabricación de estereotipos raciales y culturales de estos contenidos mediáticos.

Para cumplir con nuestros objetivos, además de realizar una exhaustiva investigación teórica, se ha elaborado un análisis cualitativo de todas las imágenes de interés informativo premiadas por el concurso *World Press Photo*, desde el año de su inauguración hasta la actualidad (1955-2014).

Nos parece que en este punto cabe mencionar también los motivos particulares que habían influido en nuestro interés por el tema de la investigación. Y es que en todos los trabajos de esta envergadura existe un *background* personal del que a veces tomamos conciencia solo al final.

Nacida en España, por el padre español y madre serbia, desde el uso de la razón soy bilingüe y tengo la conciencia de pertenecer a dos culturas. El país de mi padre es occidental por todas sus señas, política, económica y geográficamente, mientras que el de mi madre es balcánico y durante la mayor parte de mi vida ha sido caracterizado “tercermundista”: no solo por su declive económico a partir de los años '90, sino por las múltiples crisis humanitarias y las guerras civiles en las que se vio involucrado en aquella década. Sin embargo, en mi temprana percepción, los

dos países no han sido tan opuestos, ni tampoco han sido irreconciliables los dos ambientes en los que me movía.

Aunque siempre me he sentido “ciudadana del mundo”, no pocas veces en España me he visto en situaciones de ruptura de los estereotipos que la gente tenía formados sobre los serbios. El caso quizás más extraordinario sucedió en 2005, en El Puerto de Santa María, donde yo pasaba mis veranos. En aquel entonces, solíamos reunirnos en grandes grupos de amigos, que a menudo frecuentaban soldados norteamericanos – ellos pasaban sus ratos de ocio en el Puerto de Santa María, pues la base militar norteamericana esta estacionada en Rota, el pueblo vecino.

Resultó que dos de aquellos jóvenes eran pilotos que habían participado en el bombardeo de Belgrado en 1999. La sorpresa fue mutua. Yo no podía creer que aquellos chicos habían estado allí arriba, y ellos no podían creer que yo había estado allí abajo. Me dijeron que mientras volaban solo se les figuraban los serbios malvados, sin que se les ocurriera que niñas como yo estuvieramos en peligro. Aquellos jóvenes eran creyentes, con sus novias que les esperaban en algún lugar remoto de los Estados Unidos. Tanto yo como ellos teníamos preconcebido al Otro a través de los estereotipos, no tenían nada que ver con las personas de carne y hueso.

La reciente historia de Serbia ha sido desafortunada, pero siempre me ha llamado la atención que la imagen de este país en los años ‘90, se reducía al paramilitar salvaje y al entonces presidente de la república, Slobodan Milosevic. En el mundo occidental apenas se percibía la imagen de los civiles serbios. Tampoco se sabía que la gran víctima del régimen de Slobodan Milosevic ha sido el propio ciudadano serbio.

A fin de cuentas, nuestra postura ante el mundo en gran medida depende de nuestro entorno familiar. Lo cierto es que de mi padre José Antonio Novais no me acuerdo mucho, pero sé que ha sido reconocido, mucho antes de que yo naciera, como el símbolo de la contribución de los periodistas a la lucha por libertades democráticas y derechos humanos. Uno de aquellos reconocimientos se refiere a su lucha por las

libertades del pueblo catalán: ha sido el primer no-catalán condecorado con la Creu de Sant Jordi en 1983. Pero también sé que al periodista Novais ni se le ocurrió aprovecharse de su leyenda antifranquista, porque sencillamente quería seguir usando su derecho a criticar, y criticaba incluso a aquellos que antaño habían sido sus compañeros de lucha. Mantener la posición de intelectual independiente ha sido el cometido más importante de su vida y también el legado que me ha dejado a mí.

El tema de la desmembración de Yugoslavia no es mi tema, ni tampoco lo es la mala imagen de Serbia en los años '90. Ahora, en Serbia sí hubo ocasiones en las que he visto y he vivido situaciones dramáticas, y esto seguramente ha influido en mi posterior empatía con las víctimas que había observado en las exposiciones anuales del *World Press Photo*.

Mientras que realizaba la extensa investigación cuyos resultados aquí se exponen, siempre he tenido presente que la fotografía periodística debería ser la voz de las víctimas y cumplir con su función de denuncia. Tristemente, la experiencia de este trabajo ha confirmado mi experiencia personal: el mundo del periodismo a menudo se mueve por intereses económicos y propagandísticos, mientras que los profesionales de la fotografía frecuentemente compiten entre sí por captar la imagen más dramática. La línea entre la solidaridad y el sensacionalismo se está volviendo borrosa.

El certamen que hemos analizado, abarcando los sesenta años de su existencia, nos revela datos preocupantes. En la era digital, a diferencia de la época de la fotografía análoga, la guerra se ha convertido en el tema más favorecido del concurso, mientras que los cuerpos sin vida, heridos o mutilados, en la última década ocupan más de la mitad de fotografías premiadas.

Las víctimas de diferentes catástrofes acaban siendo sujetos sin identidad, una foto más, o un número más dentro de alguna base de datos. En la era de la masificación de la información, donde todo se reduce a números, los valores humanísticos de

la sociedad están amenazados. Los proclamados “derechos humanos”, de los que tanto se enorgullecen todas las grandes “empresas” occidentales (incluido el *WPP*), deberían someterse a debate, hoy más que nunca. Parece que estos derechos, como el paradigma del mundo desarrollado, no son igual de válidos en otras partes de la Tierra, especialmente no allí donde las víctimas son protagonistas de una nueva estética de la fotografía informativa.

El mundo de la fotografía periodística está viviendo continuas transformaciones tanto en sus variantes estéticas y narrativas como en las éticas. La experiencia de esta investigación nos ha demostrado que estos cambios se revelan en una abundancia de muerte, miseria y violencia, al igual que en el cruce entre lo ético y no ético de los fotógrafos a la hora de retratar las víctimas.

1.2. Hipótesis de la investigación

La investigación parte de dos hipótesis que esperamos validar a lo largo del presente trabajo.

- Primera hipótesis: El *WPP* actúa como plataforma divulgativa de estereotipos raciales y culturales.
- Segunda hipótesis: Las fotografías premiadas por el *WPP* y los temas favorecidos contribuyen a la exaltación de la muerte, miseria y violencia, por lo que los autores de las imágenes premiadas a menudo traspasan los límites entre lo ético y no ético.

1.3. Objetivos

Los objetivos que aquí se exponen han servido de eje vertebral en nuestra investigación.

1.3.1. Objetivo general

Determinar si las fotografías periodísticas premiadas por el paradigmático concurso *World Press Photo* cumplen con su objetivo de “promover y desarrollar periodismo visual de calidad”¹, o bien están ligadas a la exaltación de la muerte y la miseria, contribuyendo así a la formación de estereotipos raciales y culturales.

1.3.2. Objetivos específicos

- Crear una base de datos de las fotografías premiadas en el concurso *World Press Photo* desde sus principios hasta la actualidad. Esto nos sirve para:
- Identificar cuáles son los temas tratados dentro del género periodístico en el *World Press Photo (1955-2014)*, para así determinar la posible creación de estereotipos.
- Confrontar las características de representación de personas de diferentes razas y culturas dentro de los concursos *World Press Photo*.
- Determinar si existe una abundancia de muerte y miseria en las imágenes premiadas.
- Describir las premisas éticas y deontológicas tanto de los autores de las imágenes, como de los concursos que difunden estas instantáneas.

1.4. Justificación de la investigación

Uno de los principales estímulos para realizar la investigación sobre el argumento expuesto, yace en varias conclusiones y otro tanto de temas que quedaron abiertos, en el trabajo de investigación, del máster, titulado “Fotoperiodismo: Representación de las víctimas en el concurso *WPP*, un análisis estético, deontológico e informativo” y defendido en la Universidad Autónoma de Barcelona en el año 2011.

¹ Misión del WPP, *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <https://www.worldpressphoto.org/about/mission>

Aquel primer acercamiento ha despertado el interés por ampliar y profundizar nuestro saber acerca del tema en cuestión.

Por otro lado, habiendo realizado con anterioridad una primera aproximación al tema de estudio, hemos podido notar la escasez de bibliografía especializada referente al análisis teórico de la imagen foto-periodística, especialmente en comparación con la bibliografía existente en cuanto a otras áreas de interés científico de las Ciencias de la Comunicación.

Paradójicamente, las carencias analíticas del trabajo foto-periodístico contrastan con la abundancia de imágenes foto-periodísticas que se difunden cada día por el mundo entero y la importancia que ellas tienen como medio de información en la era digital.

Dejando de lado los periódicos por un momento, y teniendo en cuenta la importancia que en la actualidad tiene la televisión como medio de información masiva, no debemos, en ningún momento, olvidar el rol que juega Internet, la Web 2.0, es decir, su peso cada día mayor como medio (o meta-medio) de información masiva.

Dadas las circunstancias, hay que tener presente la importancia que tiene la difusión de las imágenes que nos interesan, en múltiples plataformas mediáticas, en particular Internet, la Web 2.0, como una de las fuentes primordiales de información hoy en día, y su consecuente influencia sobre la creación del imaginario colectivo. Conviene señalar que la imagen tiene una notable importancia comunicativa así como grandes propiedades manipulativas. La manipulación de la opinión pública mediante la fotografía de prensa se puede efectuar a través de la puesta en escena, el laboratorio digital, la posición de la foto en el periódico, la composición de los planos...Estos y muchos elementos más hacen que la fotografía de prensa a veces sea incluso más persuasiva que el texto escrito. (Vilches, 1987) Por consiguiente, son precisamente estas imágenes las que forman la opinión pública sobre diferentes sucesos.

Allí reside una de las principales razones por las que vemos apropiado indagar en el fotoperiodismo actual y sus características.

Las fotografías juegan un rol significativo en la construcción del imaginario colectivo, por lo que nos hemos dispuesto a explorar precisamente el caso del paradigmático concurso *World Press Photo*, teniendo además en cuenta que las imágenes premiadas a menudo se encuentran envueltas en diversos tipos de polémica social. En la mayoría de los casos, estas polémicas han sido levantadas en relación con la representación mediática de diferentes crisis humanitarias y sus víctimas. Creemos que el *WPP* es un caso muy ilustrativo para nuestros planteamientos de partida, que al fin de cuentas atañen al fotoperiodismo contemporáneo en general. También nos parece acertado hablar – tal y como hemos propuesto en nuestra primera hipótesis – de la creación de estereotipos raciales y culturales mediante la difusión de este tipo de imágenes informativas, así como del problema de abundancia de muerte, miseria y violencia en ellas.

Lo cierto es que no hay muchas investigaciones acerca de este tema desde un enfoque de las Ciencias de la Comunicación. Por eso consideramos importante potenciar una reflexión sobre el poder de la fotografía periodística en la creación del imaginario colectivo, en particular tratándose de lugares lejanos y sus habitantes a los que retratan tan solo en papel de víctimas de catástrofes naturales o conflictos bélicos.

También, consideramos apropiado examinar si en las imágenes premiadas por el prestigioso concurso foto-periodístico existe una abundancia de muerte y violencia explícitas, lo que nos lleva a prestar una atención especial a las premisas éticas y deontológicas, tanto de los autores de las imágenes como de los medios que las difunden.

PARTE I – CONTEXTO Y ESTADO DEL ARTE

CAPÍTULO II – *WORLD PRESS PHOTO* - TEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El propósito del presente capítulo pretende aportar una base crítica y conceptual sobre el concurso World Press Photo para afrontar el tema principal de nuestra investigación. Mediante el análisis de sus principales características, historia, reglamento y organización interna, se pretende ofrecer un contexto sociocultural para el presente trabajo en el que uno de los principales objetivos es realizar un análisis de las fotografías premiadas por el paradigmático concurso, desde el año de su inauguración hasta la actualidad.

Por otro lado, a través de una reflexión crítica acerca de la función ideológica y social del *WPP*, se examina la posible relación entre los beneficios económicos de sus patrocinadores y la elección de ciertos temas en las imágenes que se premian cada año. De esta manera se cuestionan los principales criterios de transparencia y ética periodística de la Fundación *WPP*, y se plantea la posibilidad de una propaganda táctica cuya finalidad sería promover posturas políticas e ideológicas del llamado “primer mundo” a través de las fotografías premiadas por el concurso.

2.1. Breve historia de la fundación

El primer premio del concurso *World Press Photo of the Year* fue otorgado en el año 1955. Desde entonces, casi cada año hemos sido testigos de las imágenes ganadoras del certamen. Algunas de estas fotografías reflejan la historia de nuestra época – desde la imagen de un solo manifestante frente a un cordón de tanques, durante la revuelta en la plaza de *Tiananmen*² en el año 1989, o las fotografías del

² El 5 de julio del año 1989, un hombre anónimo fue fotografiado enfrente de una línea de tanques durante la revuelta en la plaza de Tiananmen, parando el cordón temporalmente. En el mismo año, la imagen ganó el premio World Press Photo of the Year.

conflicto bélico en Vietnam, hasta las imágenes que aparecen como testimonios de las guerras en Oriente Medio. Todas ellas han marcado tendencias y establecido estilos en la fotografía de prensa contemporánea.

El concurso ha ido creciendo a lo largo de los años, para convertirse en el paradigma del fotoperiodismo actual, así como en una de las plataformas comunicativas más eminentes en lo que se refiere a la fotografía de prensa: una exposición anual itinerante, presentada alrededor del planeta, va siendo visitada por más de tres millones y medio de personas.

En el año 1955, Edvaed Steichen, organizó la mayor exposición de fotografías jamás mostrada. El evento, denominado *The Family of the Man*, tuvo lugar en el Museo de Arte Moderno de Nueva York (MOMA), donde un total de 273 fotógrafos, provenientes de 68 países, mostraron 503 fotografías, en las que presentaron su visión sobre diferentes campos de la vida humana. El certamen fue organizado en torno a diferentes temas como el amor, la educación, la muerte, la paz o la guerra entre otros.³

La exhibición inaugurada en Nueva York, comenzó a viajar alrededor del mundo, siendo presentada en diferentes lugares como Berlín, Tokio, Sudáfrica, México y la Unión Soviética entre otros.

Para Anke Reitz, responsable de *The Family of Man* en Luxemburgo, donde se sitúa la muestra desde el año 1994, “*La exposición se ideó con el fin de ser entendida alrededor del mundo, sin necesidad de palabras*”. (Dunmall, 2013)

Este evento, considerado como precursor del *WPP*, cambia el mundo de la fotografía para siempre, sentando las bases operativas, temáticas, ideológicas y sociales de lo que sería con el tiempo este paradigmático concurso. (Godulla, 2009)

“La iniciativa de los miembros de *Duch Photojournalists Unión*, de establecer el

³ MOMA, pagina web oficial, disponible en URL:
http://www.moma.org/learn/resources/archives/archives_highlights_06_1955

concurso *World Press Photo* en el año 1955, proviene de la idea de crear un concurso internacional, como ampliación de uno nacional – el alemán, *Zilveren Camera*. Sus esperanzas estaban orientadas a obtener beneficios y aprender de las exposiciones de sus colegas internacionales. Desde los principios, varios de los elementos que componían el *World Press Photo* estaban transparentes – no solo el concurso, las exposiciones y el premio, sino también su rol educativo y comunicativo”.⁴

En el año 1955 la *Dutch Photojournalist Union* celebra su 25 aniversario con la primera exposición del *WPP*. La primera fotografía en la historia del concurso muestra el accidente de un motociclista en Dinamarca. En el primer año del galardón, tan solo fue premiada una imagen en una sola categoría: *World Press Photo of the Year*.

Al principio, había muy poca variedad de categorías en las que las imágenes iban a ser premiadas: *News* (Noticias) y *Sports* (Deportes) con fotografías individuales, y las categorías específicas para reportajes fotográficos: *Feature Stories* y *Picture Stories*.

En algunas ocasiones, cuando una foto que no cumple con los criterios de ser tomada por un reportero gráfico en un contexto profesional, se le da una mención especial. Esto sucede cuando el jurado nombra a una imagen que no cumple con los requisitos, pero considera que sin ella sería imposible llevar a cabo el registro visual del año correspondiente, o sea, que éste quedaría incompleto. La primera foto a la que se le dio una mención especial fue la de Edwin “Buzz” Aldrin caminando en la luna.

En el año 1956, por vez primera participaron en el concurso algunos países comunistas: Moscú finalmente llegó a Ámsterdam. Aparte de la Unión Soviética, también participaron Checoslovaquia, Polonia, Rumania y Yugoslavia.

En los primeros años del certamen, en concreto en 1957, el periódico holandés *Het Parool* escribió sobre el *WPP*: “Si uno es capaz de obviar todas las asociaciones políticas y los prejuicios, hay que reconocer que la naturaleza de la fotografía de

⁴ World Press Photo, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/about/history>

prensa no difiere mucho en distintos lugares del mundo. La gran alegría (del trabajo y la vida familiar, de los deportes y del amor) es igual en todas partes. Lo mismo que el dolor.” (WPP Corporate Brochure, 2014)

En el año 1960 se estableció la fundación que sienta las bases de la organización actual. En el año siguiente, la fundación se separa de *Dutch Association of Journalists*, convirtiéndose así en una entidad independiente.

A partir del 1965, se introduce una nueva sección para las fotografías en color, por la gran novedad tecnológica que éstas conllevan – se debe tener en cuenta que fue en 1963 cuando la empresa Polaroid introdujo la primera película instantánea en color. A lo largo de la década de los '70, la popularidad del concurso, al igual que el número de los países en los que las imágenes se exponían, iba en aumento.

En esta década comienza una nueva fase para el concurso en cuanto a la diversificación de sus diferentes categorías. Por ejemplo, la categoría *Features* se divide en *News Features* y *General Features*. Esta tendencia culminó en 1975 cuando las categorías existentes se segmentaron en 10. Los nombres de las categorías, así como el enfoque y las clasificaciones, con el tiempo han ido cambiando, pero la división realizada en 1975 sentó las bases de las categorías del concurso existentes en la actualidad.

Sin embargo, solo en el año 1976 se dio el caso de que una mujer ganara el concurso: fue entonces cuando a Françoise Demulder la nombraron la primera mujer galardonada con el *World Press Photo of the Year*, por su fotografía que muestra la matanza en el distrito Quarantaine de Beirut. “En los '80, la exhibición ha ido viajando a cada vez más países. El concurso fue ganando considerable prestigio, y el número de concursantes se iba disparando. *World Press Photo* entró en una nueva fase. Se tomó la decisión de profesionalizar la organización, emplear gente cualificada, y establecer una oficina en Ámsterdam, la cual serviría de base para la extensión internacional del concurso y las exposiciones.”⁵

5 World Press Photo, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/about/history>

Por todo esto, si tenemos en cuenta que *WPP* es una organización sin ánimo de lucro, en el año 1987 vinieron los primeros patrocinadores corporativos: en este caso KLM y la marca de material fotográfico Kodak, se encargaron de obtener fondos financieros.

En el año 1990, *World Press Photo* se estableció no sólo como una plataforma para el fotoperiodismo, sino también como un catalizador para la educación de los fotógrafos. Fue entonces cuando se impartió, por primera vez, un seminario en Budapest, que en la actualidad representa una de las principales actividades de la organización.

En el año 1995 la fundación lanza su primera página web.

Con el transcurso de los años y acorde con los cambios tecnológicos y el comienzo de la revolución digital, el certamen apuesta por digitalizar el concurso – toda participación en el galardón tiene que ser a través de fotografías en soporte digital.

Por otro lado, a partir de 2005, toda participación en el concurso se desarrolla en línea, a través de la página web: <http://www.worldpressphoto.org/>.

En el mismo año, el 2005, *Dutch Postcode Loterry* se convierte en el patrocinador principal del concurso, y esta circunstancia se mantiene hasta el día de hoy.

Cuatro años más tarde o sea, en 2009, la fundación lanza su archivo digital, con lo cual nace la posibilidad de observar todas las imágenes ganadoras en la historia del certamen en un archivo en línea, abierto a todo visitante. Hoy en día, el archivo de este galardón refleja la historia de la humanidad en las últimas seis décadas

La implantación de los nuevos medios y la revolución digital han traído grandes cambios a la narrativa visual. Los géneros foto periodísticos están en constante transformación y utilizan el soporte digital para multiplicar las posibilidades narrativas de la fotografía.

Desde la Fundación del *WPP* han sabido reconocer estos cambios, por lo que en el año 2011 lanzan una nueva categoría de premios dentro del concurso – *World Press Photo* multimedia – destinados a todos los trabajos de periodismo visual que usan nuevos formatos para contar diferentes historias.





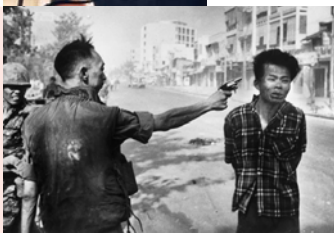

En la página web de la entidad, en el apartado destinado a explicar la visión de la Fundación, podemos observar la siguiente declaración: “Los horizontes de la Fundación de *World Press Photo*, se están expandiendo, porque todo lo relacionado con el mundo, la prensa y la fotografía, está cambiando... Con la aparición de nuevas tecnologías, en la actualidad existen numerosas prácticas para la producción de material visual. Servimos a la comunidad de periodismo visual, incorporando a aquellos que trabajan con el fotoperiodismo, la fotografía documental, la infografía, los documentales interactivos, el multimedia, el vídeo-periodismo y las practicas que aún no se han inventado, para con eso dar visibilidad a historias visuales de alta calidad.”⁶

Aparte de esto, la Fundación en la actualidad invierte numerosos esfuerzos en temas de educación e investigación. Al organizar diferentes *masterclasses*, *workshops* locales, becas, eventos, y además promocionar y patrocinar investigaciones relacionadas con problemas que conciernen la fotografía de prensa actual, la Fundación pretende no solo educar sino facilitar contactos entre los informadores visuales alrededor del planeta.

Para completar este resumen de la historia del *World Press Photo*, a continuación mostraremos un gráfico con los acontecimientos más notables en la historia del galardón. De esta manera pretendemos generar una síntesis visual de todos los eventos importantes, algunos acompañados de fotografías icónicas en la historia del certamen y obtener una visión sobre el desarrollo de la entidad a lo largo de los años.

6 World Press Photo, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/about/new-vision>

Tabla 1. Cronología de la historia del WPP:⁷

AÑO	Cronología historia del <i>World Press Photo</i>	FOTO
1955	<p><i>Dutch Photojournalist Union</i> celebra su 25 aniversario con la primera expo de WPP. La primera fotografía en la historia del concurso muestra el accidente de un motociclista en Dinamarca. En el primer año del galardón, tan solo fue premiada una imagen en una sola categoría: <i>World Press Photo of the Year</i>.</p>	
1956	<p>Participación colectiva por parte de fotoperiodistas de la Unión Soviética.</p>	
1957	<p>La fotografía ganadora del <i>WPP of the Year</i> retrata la primera estudiante de color de piel oscura, que accede al <i>Harry Harding High School</i> en Charlotte, y que es burlada por parte de sus compañeros. Se trata de la primera fotografía premiada por el WPP en la que aparece una persona de color.</p>	
1960	<p>Se establece la Fundación <i>World Press Photo</i>.</p>	
1961	<p>WPP se separa de <i>Dutch Association of Journalists</i>.</p>	
1962	<p>Nace la iniciativa del <i>World Press Photo Yearbook</i>.</p>	
1963	<p>China participa en el WPP por primera vez en la historia del concurso. La imagen ganadora del <i>WPP of the Year</i>, muestra al monje Budista <i>Tchich Quang Duc</i> que se quema hasta morir en una calle de Saigón.</p>	
1965	<p>Introducción de categorías separadas para premiar las imágenes en color.</p>	
1967	<p>La primera <i>World Press Photo of the Year</i> en color.</p>	
1968	<p>Se establece la categoría de premios -photo secuencias-, para reportajes fotográficos. La fotografía premiada por el WPP of the Year muestra al jefe de la policía Nguyen Ngoc Loan como ejecuta a un hombre sospechoso de ser miembro de Viet Cong en Saigón.</p>	
1969	<p>Mención especial para una fotografía -no profesional-, que muestra al hombre andando sobre la luna.</p>	
1972	<p>La imagen ganadora del WPP of the Year es uno de los mayores iconos de nuestra historia jamás premiadas por el concurso. Retrata a Phan Thi KimPhuc (centro), junto a otros niños, huyendo, después de que un avión soltara una bomba de napalm sobre los civiles en el pueblo de Ut Cong Huynh, durante la guerra en Vietnam.</p>	

⁷ Información recogida de www.worldpressphoto.com y *WPP Corporate brochure* (2015) (pp.6-11)

1975	Se establecen 10 categorías de premios dentro del WPP.	
1976	Françoise Demulder fue la primera mujer en ser galardonada con el World Press Photo of the Year. La imagen ganadora muestra la matanza en el distrito Quarantaine, de Beirut.	
1977	Exposición inicial en el Bloque del este, en Budapest.	
1984	Se inaugura la categoría de premios Children Award. Dos acontecimientos trágicos prevalecieron en 1984: el problema del hambre en Etiopía y el desastre de la planta de Union Carbide en Bhopal, India, en el que murieron miles de personas. El World Press Photo of the Year fue otorgado a Pablo Bartolomé por su retrato de un niño muerto en Bhopal.	
1986	Primera vez en la historia del WPP se contrata personal a tiempo completo.	
1987	Patrocinador corporativo original: KLM, Kodak. <i>Eyewitness: 30 years of WPP</i> , exposición en ICP.	
1989	La imagen ganadora del WPP of the Year es otra de las imágenes icónicas en la historia de la modernidad. La imagen tomada por Charlie Cole, muestra un solo manifestante que se enfrenta a una columna de tanques, durante las protestas en la plaza de Tiananmen, China.	
1990	La Fundación de <i>World Press Photo</i> organiza el primer <i>workshop</i> piloto, un seminario en Budapest.	
1991	La imagen elegida para ser la ganadora del World Press Photo of the Year muestra la Guerra del Golfo en Irak. Para retratar este conflicto se premia la fotografía que muestra al sargento americano Ken Kozakiewicz, desangrando hasta la muerte.	
1992	La marca Canon se convierte en patrocinador corporativo.	
1993	Un debate público se establece como parte de la ceremonia de los premios.	
1994	Se realiza el <i>primer Joop Swart Masterclass</i> en Ámsterdam, para jóvenes talentos.	
1995	Se lanza la página web de la Fundación <i>World Press Photo</i> . Publicación del libro <i>The Critical Mirror</i> para celebrar el 40 aniversario del certamen.	
1996	Se celebra la participación de más de 100 países en el concurso.	
1998	Por primera vez en la historia del WPP, se toman en consideración las imágenes digitales como posibles ganadoras del premio. Se inaugura un programa de seminarios de larga duración. La exposición inaugural de este año se organiza en la sede de las Naciones Unidas.	
1999	Los eventos organizados en los días alrededor de la ceremonia de proclamación de los ganadores del WPP, se establecen como - Award Days.	
2003	TNT se convierte en patrocinador corporativo.	
2005	El concurso se digitaliza. Todas las imágenes premiadas aparecen en soporte digital. Dutch Postcode Lottery se convierte en el patrocinador principal del concurso. Se publica el libro <i>Thing as they are</i> para celebrar el 50 aniversario del WPP.	
2009	Se establece el archivo digital del WPP en línea a disposición del público. Toda participación en el concurso a partir de este momento se desarrolla en línea, a través de su página web.	
2010	La FIFA patrocina el proyecto Twenty Ten, que consiste en entrenar a 100 periodistas africanos.	
2011	Se lanza el premio de <i>World Press Photo</i> multimedia.	
2013	<i>Reporting Change workshops</i> en el Norte de África.	
2014 /2015	Se lanza la nueva web del <i>World Press Photo</i> .	
2016	WPP establece su propio código de ética para combatir la manipulación.	

2.2. Reglamento y organización

En la actualidad, la organización *World Press Photo*, con su sede en Ámsterdam, es una institución sin ánimo de lucro, que organiza uno de los concursos más prestigiosos de fotoperiodismo, al igual que una exposición que cambia anualmente y viaja por 45 diferentes países durante el año, publicando un libro anual. Más de 3.5 millones de personas visitan a centenares de diferentes espacios para ver las imágenes expuestas, mientras que un libro publicado en siete diferentes idiomas se distribuye por todo el mundo.

El concurso está organizado en diferentes categorías de premios, y juzgado por un jurado formado por expertos, líderes en el ámbito del periodismo visual, los cuales representan varios aspectos de la profesión.

Durante más de cinco décadas de existencia de la organización *World Press Photo*, las categorías en las que las fotografías premiadas fueron agrupadas en el concurso, han ido cambiando.

“Ese crecimiento ha sido orgánico – el cambio de forma refleja el cómo los medios presentan las imágenes al público. El concurso ha sido un mecanismo para la colección de las imágenes más fuertes de cada año – no sólo una plantilla de estilos, sino el espejo del proceso del desarrollo. El archivo virtual del *World Press Photo* - retrata ese desarrollo en su totalidad.”⁸

El jurado premia una *Press Photo of the Year*, la mejor de todas, según sus criterios, y además proclama el primero, el segundo y el tercer premio en nueve diferentes categorías, las cuales iban modificándose a lo largo los años. En el año 1955, las categorías consideradas para premiar eran *news pictures*, *sports pictures* y *picture*

⁸ *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/activities/photo-contest/history>

stories (imágenes-noticias, imágenes de deporte e imágenes-historias).

En el momento actual, existen nueve diferentes categorías: *spot news, general news, sports, contemporary issues, daily life, people, nature, long term projects - individual, long term projects - group* (noticias de última hora, noticias en general, deportes, temas contemporáneos, vida cotidiana, gente, naturaleza, proyectos de larga duración - individuales, proyectos de larga duración - en grupo).

Alguna vez, cuando una fotografía que no encaja dentro de los criterios del concurso, se le da una mención especial.

“El jurado otorga la mención especial a una imagen cuando ésta ha causado un impacto excepcional en las noticias del mundo entero durante el año anterior, aunque no haya sido captada por un fotógrafo profesional.” (WPP, 2011, p. 50)

Un ejemplo de este tipo de mención especial se ha podido encontrar entre las fotografías premiadas en 2011. El jurado decidió otorgar la mención especial a una secuencia de 12 fotografías, captada por mineros atrapados en la mina San José, en Chile, después de un derrumbamiento. Quedaron atrapados a 700 metros de profundidad durante 69 días, antes de ser rescatados el 13 de octubre de 2010.



Imagen 1. Edison Peña, minero chileno; una imagen de la secuencia de 12 fotografías beneficiadas con Mención especial - World Press Photo, 2011; fotógrafo: un compañero.

“Las imágenes muestran las difíciles condiciones dentro de la mina y a uno de los hombres atrapados en ella, Edison Peña, un atleta entusiasta que siguió entrenándose bajo tierra. El escritor Dan McDougall y el fotógrafo Adam Patterson pasaron semanas con la familia de Peña, antes de que este fuera rescatado, e iniciaron una correspondencia con él. McDougall y Patterson lograron enviar a Peña un par de zapatillas de correr y una pequeña cámara digital a través del estrecho conducto que se perforó para sacar a los mineros de la superficie.” (WPP, 2011, p. 50)

Uno de los miembros del jurado, Abil Abdullah, llegó a decir:

“La mención especial ofrece la posibilidad de reconocer el periodismo ciudadano. Los desarrollos tecnológicos permiten ahora a la gente la posibilidad de captar acontecimientos en lugares donde los fotógrafos profesionales no han podido estar. Esto nos hace entrar en una nueva época desafiante para los profesionales, y estas fotografías son una buena muestra de imágenes captadas en un sitio donde ningún reportero gráfico ha podido llegar.” (WPP, 2011, p. 51)

Los miembros del jurado cambian cada año y operan independientemente, cuentan con un presidente y una secretaria sin derecho a voto, la que controla y balancea el proceso de valoración y selección. Tanto el jurado como su presidente y secretaria son externos e independientes de la Fundación de *World Press Photo*.

En la página web de la Fundación se destaca que “tanto los empleados, como directores y patrocinadores de la Fundación *World Press Photo*, no pueden influir ni guiar las decisiones del jurado.”⁹

El proceso de juzgar para el concurso de *World Press Photo* está llevado a cabo por cinco jurados especializados y un Jurado General. Se desarrolla en varias rondas en un periodo de dos semanas en el mes de febrero, cada año consecutivo. (Judging Procedure Handbook, 2016, p.27)

9 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/activities/photo-contest>

Cada jurado está nombrado de forma distinta y tiene composición diferente. Los jurados especializados son:

1. *News Jury*, compuesto por cinco miembros.
2. *Documentary Jury*, compuesto por cinco miembros.
3. *Nature Jury*, compuesto por tres miembros.
4. *People Jury*, compuesto por tres miembros.
5. *Sports Jury*, compuesto por tres miembros.

(Judging Procedure Handbook, 2016, p.27)

El Jurado General (*General Jury*) está compuesto por siete miembros, que son los presidentes de cada jurado especializado, más dos miembros adicionales, provenientes de *News* y *Documentary Jury* respectivamente.

A cada jurado le son asignadas diferentes tareas y responsabilidades.

Hoy en día, los miembros de los jurados vienen de “las naciones industriales y del mundo desarrollado, del este al oeste, de diferentes antecedentes, tanto religiosos como políticos.”¹⁰

Los jurados están compuestos de distintos profesionales del campo de la comunicación – fotógrafos, editores, gente de las agencias de fotografías, periodistas...

Su experiencia profesional y su práctica en el ámbito de la imagen periodística son garantía de una evaluación de calidad.

Las fotografías presentadas son evaluadas por diferentes criterios. Por un lado, se mide el carácter informativo de la imagen. Por el otro, se evalúa la parte estética de la fotografía y las habilidades creativas del fotógrafo. La votación es electrónica y anónima. Las fotografías también son anónimas: el jurado no sabe los nombres de los concursantes o cualquier otro detalle acerca de la imagen, salvo los que se

¹⁰ *World Press Photo*, página web oficial, citada, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/history-contest>

refieren a la parte técnica, y así hasta que las votaciones estén acabadas.

Otro criterio de evaluación de las imágenes, por parte del jurado, es el trato de cierto problema de actualidad periodística. El tema de la fotografía premiada no tiene que ser de absoluta actualidad, pero sí debe pertenecer al periodo del año transcurrido.

El ganador del premio *World Press Photo of the Year*, recibe un premio en efectivo, al igual que los demás concursantes premiados en diferentes categorías.

El premio general es de 10.000 euros en efectivo, además de la última cámara producida por la compañía Canon, además del prestigio y la publicidad que el premio conlleva.

World Press Photo está establecido como una organización independiente, sin ánimo de lucro, con su sede en Ámsterdam. *World Press Photo* recibe soporte financiero de *Dutch Postcode Lottery* y también está financiado por las sedes de las empresas Canon alrededor del mundo.

Estas dos compañías son los principales patrocinadores del concurso, además de otras compañías, fundaciones y organizaciones que aparecen como benefactores o simples partidarios de la organización.

Desde que fue fundada, la organización exclusivamente admite la participación de imágenes tomadas por fotógrafos profesionales (excepto en casos concretos de mención honorífica). Todos los participantes que quieran concursar, con una o varias fotografías, tienen que acreditar de alguna manera su profesión de fotoperiodista. Dentro de lo estipulado, el *World Press Photo* nunca ofrece un marco genérico del fotoperiodismo, lo que sirve como garantía para la excelencia del concurso.

Debido a varias polémicas y escándalos relacionados con la manipulación de las imágenes ganadoras del *World Press Photo*, en el año 2016 la Fundación lanza su propio código de éticas.

“Los participantes del concurso *World Press Photo* deben asegurarse de que sus fotografías proporcionen una representación verídica y transparente de la escena de la cual han sido testigos, para que la audiencia no sea engañada”.¹¹

Tal y como viene destacado en la página web del concurso “El *World Press Photo* ha revisado el proceso de selección de fotografías, así como sus normas, ya que las experiencias en los dos últimos años le han servido de aprendizaje.”¹²

A la hora de enviar sus imágenes al concurso, los participantes deben firmar una declaración de varios puntos, en la que aceptan las pautas de comportamiento establecidas, con lo que se pretende reforzar el código de éticas del *World Press Photo*.

A continuación exponemos los puntos más relevantes de este contrato:

Las normas de participación en el *WPP*:

1. “El concurso *World Press Photo* está dirigido en exclusiva a fotógrafos profesionales. Esto debe ser demostrado presentando una prueba del estatus profesional (incluyendo, pero no limitando a esta condición), un escaneado de tarjeta de prensa, documento que demuestre ser miembro de una asociación profesional de fotógrafos, tarjeta que demuestre ser socio de una unión de periodistas, letra de referencia de una agencia de fotografía, editorial fotográfica o publicación.
2. El fotógrafo debe ser el autor de la/s imagen/es presentadas a la competición bajo su nombre.
3. El fotógrafo, agente o representante que presente las fotografías para la competición, debe ser propietario de los derechos intelectuales sobre la imagen o estar autorizado por el titular de los mismos para presentar las imágenes.
4. Una imagen sólo puede presentarse a la competición una vez, ya sea como una sola imagen, como parte de un reportaje, o como parte del cuerpo de trabajo

¹¹ *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL:
<http://www.worldpressphoto.org/activities/photo-contest/code-of-ethics>

¹² *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL:
<http://www.worldpressphoto.org/news/2015-08-13/world-press-photo-gathering-feedback-2016-photo-contest>

en los *Long Term Projects* (individuales o grupales). Las fotografías enviadas más de una vez no serán aceptadas.

5. Las imágenes pueden ser presentadas al concurso sin importar que hayan sido publicadas o no.

6. Las fotografías deben cumplir las siguientes pautas:

- Tiene que ser subidas en formato .jpeg/.jpg
- Deben estar guardadas en calidad media o alta
- Deben tener al menos 3000 pixeles en centímetros
- Deben tener un perfil ICC incrustado. Se recomienda Adobe RGB o sRGB para imágenes en color, Gamma 2.2 para blanco y negro.

7. Las fotografías no deben mostrar el nombre del fotógrafo, agencia o publicación, o cualquier otra información (esta información puede estar incluida en el metadata de la imagen, pero no debe ser visible en la misma fotografía).

8. Todas las fotografías deben tener títulos precisos, escritos en inglés, y deben tener toda la información descrita en la *guía de capturas*.

9. Se aceptarán únicamente *single exposure and single frame pictures*. Lo siguiente no será aceptado:

- Exposiciones múltiples, polípticos (dípticos, trípticos y en adelante)
- Fotos panorámicas, sean producidas en la misma cámara o con un software de edición de imágenes.

10. El contenido de la imagen no puede ser alterado añadiendo, reordenando, revirtiendo, distorsionando o borrando personas y/o objetos dentro del marco de la imagen. Existen dos excepciones:

- El recorte que elimina detalles extraños está permitido.
- El polvo en el sensor o arañazos en los escaneados de negativos pueden ser eliminados.

11. Se permiten los ajustes de color o conversión a escala de grises que no altere el contenido, con dos excepciones:

- Los cambios en el color no pueden llevar a cambios significativos de matiz, a tal punto que los colores procesados difieran de los colores originales.

- Los cambios en la densidad, contraste, color y/o niveles de saturación que alteren el contenido, oscureciendo o eliminando los fondos y/o objetos o personas en el fondo de la imagen, no están permitidos.

12. Todas las imágenes que participan en el concurso son examinadas mediante un proceso de verificación, para asegurarse de que cumplen la regla número 9 del presente documento.

13. Antes de la ronda final, todas las imágenes seleccionadas son examinadas para asegurarse de que cumplan con las reglas 8, 10 y 11.

- Antes de la ronda final y solo cuando el *WPP* lo requiere, los participantes deben presentar los archivos, tal como fueron captados por las cámaras (RAW). Estos archivos serán examinados en confidencialidad durante el proceso de juzgado.

- En el caso de no presentar dichos archivos, los participantes serán automáticamente eliminados de la competición.

- Dos analistas digitales independientes comparan los archivos con las imágenes finales, presentadas al *WPP*, para determinar si el contenido (tanto de imágenes singulares como de reportajes fotográficos) coincide.

- Los participantes cuyo trabajo haya sido calificado como “alterado” serán llamados para dar una explicación antes de que el jurado tome la decisión final. Los participantes tendrán que proporcionar esta explicación en un periodo de 36 horas después de ser contactados.

- Los analistas presentarán al jurado un informe técnico en el que identificarían las imágenes cuyo contenido haya sido alterado (si se da el caso), y el jurado determinará cuáles serán las entradas que no puedan optar por el premio.

- Los participantes cuyo trabajo sea excluido de la competición, por alterar el contenido, en dos competiciones, consecutivas o no (a partir de, e incluyendo, el concurso 2016) se verán impedidos de participar en el concurso en un periodo de cinco años después de la segunda exclusión.

- Antes de anunciar los ganadores del concurso, un equipo independiente para la comprobación de hechos (*fact-checking team*) comprobará las capturas y los metadatos de las imágenes ganadoras, para detectar posible falta de información o información errónea, y requerirá de los participantes que verifiquen esta información.

14. Solo se aceptarán participaciones presentadas a través de la web oficial del *World Press Photo*: <https://www.worldpressphoto.org/>” (Judging Procedure Book, 2016, pp.6-8)

Los puntos 14.-19. definen las fechas para la participación en el concurso, las cuestiones de derecho sobre las imágenes, así como las leyes bajo las que se resolverá cualquier tipo de disputa entre los participantes y el concurso.

Para la ocasión de hacer públicos el nuevo reglamento y el código de éticas de *WPP*, su mismo director, Lars Boerning, hizo la siguiente declaración: “Desde que me nombraron director general del concurso, he aprendido que la audiencia tiene a la Fundación de *WPP* en alta estima. Soy consciente de la importancia de escuchar la opinión de las personas involucradas en el cambiante sector del periodismo visual. Todo el mundo está aprendiendo y escuchando, y eso es exactamente lo que alienta y beneficia a la Fundación de *World Press Photo*. Si podemos compartir ideas sobre cómo hacer un periodismo visual creíble y de confianza, entonces podemos construir un fuerte futuro, no solo para la Fundación sino también para la comunidad.”¹³

Queda claro que la Fundación está apostando fuerte por combatir la manipulación en el fotoperiodismo y de esta manera conservar su integridad. El énfasis puesto en la posible manipulación incluye la elaboración de un código de ética para el concurso, así como directrices claras y ejemplos visuales para informar a los participantes del concurso de lo que es y no es aceptable.

¹³ *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/news/2015-08-13/world-press-photo-gathering-feedback-2016-photo-contest>

Para asegurarse de esto, todas las imágenes tienen que pasar por un proceso de verificación. El código de éticas del *WPP*, la declaración y el proceso de verificación que explica de qué manera es detectada la manipulación en una fotografía, serán tratados con exhaustividad en el sexto capítulo de la presente investigación denominado “Hacia una ética fotoperiodística profesional”.

2.3. La función ideológica y social del *World Press Photo* – una visión crítica

World Press Photo tiende a documentar al hombre y al mundo en el que se desenvuelve, siempre y cuando esto sea una noticia. Por tanto la función y objetivo principal del certamen es informar sobre hechos y sucesos socialmente significativos y como consecuencia, crear solidaridad.

Además, hoy en día, *WPP* es responsable de una amplia gama de fotografías informativas de gran impacto social, y gracias a diferentes iniciativas educativas y formativas, proyectos de investigación y su presencia en la web, se convierte en una eminente plataforma comunicativa y de intercambio social.

En palabras de la misma organización, “exactitud, imparcialidad, ecuanimidad, transparencia y responsabilidad son los principales valores que promocionamos, y con ponerlos en práctica mantenemos la integridad del *World Press Photo*. Con las nuevas tecnologías se han expandido los modos y los medios de hacer periodismo, lo que significa que éste ya no es el sinónimo de la prensa impresa. El desarrollo de las tecnologías digitales e Internet han transformado el modo en el que producimos, publicamos, hacemos circular y consumir los relatos visuales. En medio de este cambio fuerte, nuestro apoyo a la investigación libre, expresión libre, discurso libre y la prensa libre es más fuerte que nunca.”¹⁴

14 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/about>

Desde sus inicios, las fotografías premiadas por el certamen han tenido una presencia global, gracias a la exposición itinerante realizada cada año alrededor del mundo. Hoy en día, debido a la presencia de Internet, las fotografías premiadas por el concurso pueden alcanzar, mejor que nunca, cada rincón de la tierra. Desde la Fundación afirman que “los horizontes de la Fundación *World Press Photo* se están expandiendo, porque todo lo relacionado con el mundo en el que vivimos, la prensa, y la fotografía, se encuentra en un proceso de continua transformación.” (WPP)

En una entrevista para la revista *Time*¹⁵, Lars Boerning, el nuevo director general del *World Press Photo*, revela su intención de convertir la Fundación en un *think tank*¹⁶ (un laboratorio de ideas) sin precedentes. (Laurent, 2015)

Valdría aquí recordar qué dice Teixeira Ribeiro sobre la fotografía de prensa: “La fotografía se expone no como un espejo de la sociedad, sino como la representación de ella misma, con los contrastes de las imágenes grises o rojas de los horrores del hambre y la guerra, al lado de las fotos coloridas de las personalidades de la elite que dominan el flujo global de los apellidos, famosos por la nobleza, el dinero y el poder.” (Teixeira Ribeiro, 1999)

En los últimos años, las fotografías premiadas por el certamen han sido tema de acalorados debates sociales, donde se cuestionaron, en numerosas ocasiones, no solo la ética de los autores de las imágenes premiadas, sino también la integridad del propio concurso.

Al ser preguntado qué piensa hacer para cambiar la percepción existente sobre el WPP como una organización monolítica que no quiere tomar posturas ni inmiscuirse en ningún debate, Lars Boerning destaca:

15 *Time*, página web oficial, disponible en URL <http://time.com/3692479/world-press-photo-lars-boering-interview/>

16 Un *think tank* o laboratorio de ideas es una institución o grupo de expertos de naturaleza investigadora, cuya función es la reflexión intelectual sobre asuntos de política social, estrategia política, economía, militar, tecnología o cultura. Pueden estar vinculados o no a partidos políticos, grupos de presión o lobbies, pero se caracterizan por tener algún tipo de orientación ideológica marcada de forma más o menos evidente ante la opinión pública. De ellos provienen consejos o directrices que posteriormente los partidos políticos u otras organizaciones pueden o no utilizar para la actuación en sus propios ámbitos. *Wikipedia*, página web oficial, disponible en URL: https://es.wikipedia.org/wiki/Think_tank

“Creo que *World Press Photo* es una organización fantástica con un gran alcance. Desempeña un papel importante en la comunidad fotográfica internacional. La gente la tiene en alta estima. Pero, en el pasado, ha sido neutral y no abarcaba posturas sobre cuestiones que afectan a los fotógrafos. En el año 2015, no podemos continuar así. La gente espera que tomemos posturas y discutamos y debatamos lo que pasa alrededor de nosotros, que formemos parte de la búsqueda de soluciones para los fotógrafos y narradores visuales sobre temas como el futuro de la fotografía, la censura, la libertad de expresión, etc. Tenemos que ser parte de la conversación, y debemos ser capaces de trabajar juntos con una gran cantidad de organizaciones importantes de la industria, para asegurarnos de que, en cierto modo, estemos yendo en dirección correcta. No podemos ejercer de controladores, pero sí podemos ser parte del futuro”. (Laurent, 2015)

Queda claro que las fotografías premiadas por el concurso *WPP* tienen una presencia global y por consecuencia una notable influencia en la construcción de la opinión pública. Al mismo tiempo, los temas tratados en las imágenes premiadas se convierten en cuestiones del máximo interés social.

La autora Jelka Ninja Below, en su obra *Photojournalism in War and Arm Conflicts* (2010) afirma que “la Fundación *World Press Photo* es una entidad que establece temas periodísticos (*agenda-setting entity*), ya que las fotos premiadas por *WPP* influyen en la cobertura mediática y en la manera en que los sucesos fotografiados serán tratados en adelante. Igualmente determina hasta qué punto y con qué prejuicios los receptores pensarán sobre los eventos mostrados en las fotografías, y de qué manera los recordarán. Por lo tanto, el resultado de la competición puede caracterizarse como el incentivo de una discusión activa a escala internacional.” (p.41)

La teoría de *agenda setting* refiere a la manera en que los medios de comunicación influyen en el público, mediante la inclusión o exclusión de temas, y el trato que se les da, con más o menos relevancia. De esta manera, los medios crean una

“agenda” global de temas que establecen el imaginario colectivo.

Según Maxwell McCombs, en *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo* (1996), “su nombre metafórico proviene de la noción de que los *mass media* son capaces de transferir la relevancia de una noticia desde su agenda a la sociedad”. (p.17)

Hablando de lo mismo, Noam Chomski, (2002), va más allá de este planteamiento y destaca que la *agenda-setting* es una “alianza tácita que existe entre el gobierno de un país (generalmente Occidental y sobre todo Estados Unidos) y los medios de comunicación, para comunicar a los espectadores, oyentes o lectores de un determinado medio, sólo lo que interesa, y ocultar al máximo lo que pueda resultar peligroso o perjudicial para la estabilidad que ellos creen la correcta para su país”.(p.56)

Siguiendo en ese contexto, podemos afirmar que el alcance social del *World Press Photo* ha ido creciendo a lo largo de los años, para hoy en día superar su función meramente informativa y convertirse en un jugador eminente en el panorama mediático actual, que influye sobre la manera de la puesta en escena de temas considerados de interés, los que luego suscitan discusiones.

El hecho de que *WPP* tenga la relevancia que tiene dentro del panorama mediático actual, se debe a diversos factores:

Las fotografías nominadas por este galardón tienen que cumplir con varios criterios: además de la parte estética, técnica y fotográfica, tienen que representar un evento de actualidad.

Teniendo en cuenta que los premios son otorgados una vez al año, la “actualidad” se refiere a los sucesos mundialmente conocidos y significativos, que han tenido lugar en el año transcurrido.

Gracias a esta característica, el archivo de fotografías del *World Press Photo*, se convierte en un abanico de información histórico sobre todos los eventos relevantes, transcurridos en cada año durante las últimas seis décadas.

Esta circunstancia juega un rol importante en el proceso de adquirir la Fundación, a lo largo de los años, un alto prestigio. Igualmente, le permite convertirse en un actor creíble a la hora de establecer temas periodísticos de discusión social, por lo menos en el mundo Occidental.

Asimismo, el *WPP* adquiere reconocimiento internacional al consolidarse, desde sus inicios, como una organización independiente, sin ánimo de lucro, algo que garantiza, o debería garantizar, su independencia de las principales fuerzas de poder y corrientes ideológicas. Ya el primer concurso y su exhibición desataron una discusión en los periódicos locales de Nueva York sobre la naturaleza de la fotografía de prensa, mientras que en los años posteriores, no pocas imágenes premiadas provocaron debates aún más acalorados. Las controversias políticas también hicieron una aparición temprana.

En 1956, entre los temas premiados hubo un gran ausente: las fotografías con tanques soviéticos en Budapest fueron eliminadas de antemano, lo que causó una profunda crisis dentro de la organización. En aquel entonces, no pocos de los intelectuales y artistas occidentales tenían el modelo soviético en gran estima, y otros no, pero el apoyo a los colegas del bloque comunista también jugó un rol importante. En el mismo año 1956, se pudieron contemplar, por primera vez en el concurso, imágenes provenientes de los países comunistas: de la Unión Soviética, pero también de Checoslovaquia, Polonia, Rumania, Yugoslavia y China.

La situación política en Hungría, sin embargo, provocó un acalorado debate entre los miembros de la Asociación Holandesa de Fotoperiodistas, sobre la cuestión de si la exposición no debe ser cancelada por completo, por solidaridad con los periodistas de Hungría, que vieron su libertad de expresión abolida. Con el fin de

que se calmaran los ánimos y la situación se enfriara, la exposición se aplazó por cuatro meses: no se inauguró en noviembre de 1956, sino en marzo de 1957.¹⁷

En aquella época, al igual que ahora, *World Press Photo* enfocaba su empeño y otorgaba la máxima importancia al esfuerzo de mantener la postura ecuánime e imparcial, o sea, su independencia. A nosotros aquí nos interesa hasta qué punto lo lograba.

Tal y como indican desde la misma Fundación, se debe tener en cuenta que, a lo largo de la Guerra Fría, tanto los Rusos como los Americanos formaron parte del jurado – “el número de sus votos solía ser equilibrado”. (World Press Photo Corporate Brochure, 2014)

“El mundo es una red de identidades complejas y diversas, que conlleva al mismo tiempo placeres cotidianos y conflictos persistentes, el amor humano y las ideologías del odio, pequeñas luchas y desafíos globales, todos ellos iluminados por el poder de la narración visual. En un mundo así, nosotros somos independientes e imparciales, conectando a las personas que nos dan ideas acerca de los desafíos que enfrentamos”, destacan en la Fundación.¹⁸

Sin embargo, a pesar de todos los esfuerzos y valores proclamados, las fotografías premiadas por el certamen a menudo se han visto involucradas en polémicas de carácter ideológico. Para ilustrar el alcance de los debates de carácter ideológico que pueden provocar las fotografías premiadas por el certamen, vamos a examinar un ejemplo de una imagen que se vio envuelta en una acalorada polémica social.

Hay que destacar, que esto es solo uno de muchos ejemplos de fotografías que han causado polémica y que serán comentadas a lo largo de esta tesis doctoral.

17 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/collection/context/photo/1956>

18 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/about/new-vision>

La fotografía que podemos observar a continuación fue distinguida con el premio *World Press Photo of the Year* en el año 2013, en la categoría “*Retratos observados*”. La imagen fue tomada por el fotógrafo Daniel Ochoa de Olza y muestra el regreso a los ruedos del torero Juan José Padilla.



Imagen 2. El regreso del torero; segundo premio en la categoría Retratos observados, World Press Photo, 2013; fotógrafo: Daniel Ochoa de Olza

En primera instancia, la imagen fue elegida para la campaña publicitaria en las bandoleras de la ciudad de Barcelona para la exposición anual de *WPP* que tiene lugar en el CCCB (Centro de Cultura Contemporània de Barcelona), cada año consecutivo.¹⁹

El CCCB junto con *Photographic Social Vision*, la entidad encargada de organizar todas las actividades relacionadas con el *WPP* en Barcelona, enviaron la imagen al Ayuntamiento de la ciudad condal para su aprobación.

Al final, la imagen que debía aparecer en las bandoleras a difundir y colocar por toda la ciudad, no fue publicada. El Ayuntamiento decidió sustituirla por otra.

¹⁹ *Lavanguardia*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.lavanguardia.com/cultura/20131105/54393086018/polemica-foto-de-un-torero-world-press-photo.html>

La portavoz del Ayuntamiento aseguró para el diario El País: “No ha habido ningún veto. Se trata de un proceso normal en el que el Consistorio puede elegir qué imágenes exhibe en este espacio, que es gratuito”. El mismo diario publicó que la decisión última recaía en Marc Puig (CiU), el responsable de Comunicación del Gobierno municipal, quien dijo: “Le pedimos a la organización que nos presentara otras alternativas”. (Basquero, 2015)

Silvia Omedes, presidenta de *Photografic Social Vision*, declaró para El País que la foto fue elegida porque “es sencilla, metafórica y muestra el espíritu de superación de un hombre que se enfrenta a su realidad. Es un gran mensaje para la situación actual del país.” Sin ánimo de entrar en la polémica, aseguró: “Aquí no se trata de ser antitaurino o taurino, el mensaje es otro”. (Basquero, 2015)

Casi sobran las explicaciones: a partir de enero de 2012, el Parlament de Cataluña vetó las corridas de toros. Además, todo esto ocurre en la época del gran debate político sobre la pertenencia o no de Cataluña al territorio español. Los catalanes cada vez menos se identifican con los tópicos españoles, y la corrida de toros es uno de estos, casi más llamativo. Dejando al lado el hecho de que la fotografía en cuestión podía leerse de distintas maneras, no solo en la clave humana o apodíctica, sino también en la irónica, la discusión estaba servida. Al final no quedó claro si se trataba de una polémica intelectual o de un acto político acorde con la situación actual del país.

Uno de los principales objetivos del *WPP* tiene que ver precisamente con la garantía de libertad de expresión y la lucha por ella: “Estamos altamente comprometidos con la libertad de investigación y la libertad de expresión y, como vienen cada vez más amenazadas, estamos aumentando nuestros esfuerzos para conectar con los periodistas visuales y su audiencia global, y de esta manera crear un futuro positivo, con la presentación de un fotoperiodismo confiable y de alta calidad”.²⁰

20 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/about>

En referencia a esta máxima de *WPP*, a los pocos días del incidente, en las redes sociales, al igual que en algunos medios de comunicación, apareció la siguiente fotografía, bajo el *hashtag* #fotosincensura:



Imagen 3. Fotografía que aparece en las redes sociales bajo el *hashtag* #fotosincensura como respuesta al veto de la imagen Regreso del torero (World Press Photo, 2013) para defender la libertad de expresión

En la imagen aparecen varios profesionales, compañeros del fotógrafo Daniel Ochoa, quienes adoptan la misma pose del torero, como acto de solidaridad.

Silvia Omedes, directora de Photographic Social Vision, añadió que sería preferible que “toda la energía que se ha destinado a polemizar sobre una imagen se destinara a profundizar sobre el estado del mundo y a utilizar el valor del fotoperiodismo para esa reflexión”.²¹

Dos años más tarde, o sea en el 2015, otro trabajo premiado se ha puesto en cuestión, causando grandes controversias. Se trata de la serie de fotografías denominada *La ciudad negra: el corazón oscuro de Europa*, tomada por el fotógrafo italiano Giovanni Troilo, y premiada con el primer premio en la categoría de relatos *Contemporary Issues*.

²¹ *Lavanguardia*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.lavanguardia.com/cultura/20131105/54393086018/polemica-foto-de-un-torero-world-press-photo.html>



Imágenes 4, 4a, 4b, 4c. La ciudad negra: el corazón oscuro de Europa; en su edición de 2015 World Press Photo le retira el primer premio en la categoría de relatos Contemporary Issues; fotógrafo: Giovanni Troilo

El reportaje hecho en Charleroi, una ciudad belga, incluye 10 fotografías, y muestra la realidad de una Europa oscura, pobre, decadente, muy alejada de la percepción que tenemos de Bruselas como centro de política y negocios de este continente. El crimen, la prostitución y la decadencia caracterizan esta serie de imágenes.

El alcalde de la ciudad belga, Paul Magnette, se mostró insatisfecho con la imagen de la ciudad, que el reportaje ofrecía, acusando al autor de distorsionar la realidad e insultar a los vecinos de la localidad, e incluso habló de un “montaje fotográfico pensado para reforzar el mensaje creado por el autor”. (Ferer, 2015)

El alcalde Magnette llegó a declarar para la revista Times que “las imágenes falseadas y engañosas, la falsificación de la realidad y la construcción de imágenes impactantes, orquestadas por el fotógrafo, son profundamente deshonestas y no respetan el código ético del periodismo... En nuestra opinión, este trabajo no cumple con los objetivos de la competición”. (Laurent, 2015)

Después de varias semanas de polémica y presión por parte del alcalde de este municipio, la Fundación de *World Press Photo* anunció un comunicado en el que finalmente decide retirarle el premio a Troilo. ¿Cuál fue la razón oficial? Una de

las imágenes premiadas fue tomada en Molenbeek, Bruselas, en vez de Charleroi como indicó el autor.

Este asunto nos recuerda mucho a los procedimientos que se utilizan en los regímenes de dictadura blanda, sírvanos de ejemplo la llamada “ola negra” en el cine y la literatura serbios, en la Yugoslavia de Tito, en la época de los '60. La imagen del país, cara al mundo, debía ser próspera y entusiasta. Surgieron los autores con temas lúgubres de la sociedad, creando obras realistas de gran calidad artística. Muy pronto se orquestaron polémicas intelectuales y periodísticas, en los que se ponían en cuestión la veracidad, la ética y los motivos de los autores, y se llegó a denigrar el valor artístico de sus obras, por razones marginales y no estéticas. Al final todos ellos se convirtieron en llamados “disidentes interiores”, con posibilidades limitadas en la vida pública y en su vivir cotidiano.

Volviendo al asunto de las fotografías de Charleroi, desde la Fundación *WPP* apuntaron: “La conclusión es que la historia no estaba acorde con las reglas del concurso y por esta razón el premio ha de ser retirado... La falsificación de la información es una violación de las reglas del *WPP* 2013.”²²

Lars Boerning, director del certamen, destacó: “El *World Press Photo* debe basarse en la confianza en los fotógrafos quienes presentan su trabajo, y en su ética profesional... Una regla ha sido violada y se han sobrepasado los límites de la confianza.... Basándonos en las diferentes reacciones que recibimos en las últimas semanas, me quedó claro que es necesario comenzar un debate para definir la naturaleza de la fotografía, el fotoperiodismo y la fotografía documental, un debate que tendrá implicaciones en la ética profesional de todos los participantes del concurso...”²³

A raíz de todo esto, el *World Press Photo* definió su propio código de éticas para la competición, que será implantado a partir del año 2016.

²² *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/news/2015-03-04/world-press-photo-withdraws-award-giovanni-troilo%E2%80%99s-charleroi-story>

²³ *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/news/2015-03-04/world-press-photo-withdraws-award-giovanni-troilo%E2%80%99s-charleroi-story>

El ejemplo de Charleroi testimonia el gran impacto social que puede llegar a causar alguna de las imágenes premiadas. En caso de Troilo, cabe la duda si el premio hubiera sido retirado si no se hubiera tratado de Bruselas, una de las capitales europeas “ejemplares”, en cuanto a su importancia política y su orden social. ¿Se trata de una iniciativa ideológica para preservar la imagen impoluta del país que representa el cerebro de la Unión Europea? ¿O verdaderamente se puede hablar de un acto de justicia, de una batalla ganada en la lucha contra la manipulación de la información?

Estos son solo algunos de los ejemplos que ilustran el alcance político o ideológico que el certamen conlleva, y la notable importancia social que genera. De esta manera, además de fomentar debates, el concurso se ha mostrado capaz de crear temas de interés en la agenda de la opinión pública, sea esto siempre justificado o no.

En otro orden de cosas, hay que mencionar que el reglamento del certamen conlleva otra particularidad. La competición está dirigida en exclusiva a fotoperiodistas profesionales. Para participar en el concurso, los fotógrafos tienen que demostrar que ejercen su profesión en un entorno profesional, mediante publicaciones en la prensa generalista, cartas de recomendación de editores o bien carnets de fotoperiodistas.

Debido a esta circunstancia, el concurso nunca muestra el panorama completo del fotoperiodismo, puesto que hoy en día existen valiosas imágenes informativas, realizadas por parte del fotoperiodistas aficionados, o bien por ciudadanos. Sin embargo, el atributo de “profesionalidad” es precisamente lo que al *WPP* le otorga prestigio y renombre, con lo que ha adquirido, hace ya tiempo, el puesto de uno de los *agenda setters* más influyentes, a tal punto que Harold Evans, ya en 1981, pudo decir que “los premios de *World Press Photo* muchas veces son denominados como los *Oscars* de la fotografía de prensa” (p.5)

Por otro lado, la autora Mary Panzer (2003) en su obra *Things as they are: Photojournalism in context since 1955* reflexiona sobre el fotoperiodismo y concluye

“El fotoperiodismo es una práctica global en la cual una comunidad universal de fotógrafos, redactores, editores, agentes y lectores, disfrutan el acceso a cada historia que aparece en la prensa alrededor del mundo. A veces este mito de omnipresencia parece ser verdadero – en los quioscos de las calles de Nueva York, Tokio, a través del conjunto de revistas internacionales, en las oficinas de las agencias de fotografía, en festivales de fotoperiodismo como el de Perpiñán, o a través de los ganadores de la exposición anual de *WPP*. Pero a la hora de seleccionar historias, a menudo nos hemos visto obligados a reconocer los fuertes obstáculos a esta utópica visión. El acceso al fotoperiodismo mundial y su conocimiento, están lejos de ser universales, incluso en la era de Internet. Al igual que cualquier tipo de periodismo, éste existe sólo en la forma en la que llegue a la audiencia, o sea a la comunidad” (pp.9-10).

Si partimos de la premisa de que el *WPP* es uno de los mayores *agenda-setters* en lo que concierne al fotoperiodismo de actualidad, se nos presenta una pregunta lógica: ¿qué pasa con el resto de historias de actualidad que llegan a las oficinas y no son seleccionadas?, y por consiguiente ¿quién en realidad selecciona la información que será presentada ante la llamada “comunidad de lectores”?

Como ya fue comentado con anterioridad, el proceso de elección dura dos semanas y reúne a 19 miembros de los jurados, que son editores de imágenes, curadores, fotógrafos y representantes de agencias de periodismo, provenientes del mundo entero. Estos expertos son los que definen, a través de diferentes procedimientos de selección, cuáles serán los temas que ocuparían la agenda pública cada año consecutivo.

Los autores Rossman y Schilke (2014) destacan que los ganadores de los premios *WPP* y Pulitzer, son elegidos “a través de criterios elitistas, por parte de expertos líderes del gremio” (p. 102).

En la edición del *World Press Photo* del año 2011, uno de sus miembros del jurado, Peter Bialobrzeski, ofrece una entrevista para la revista fotográfica *Moonpeak*, el 29 de agosto de 2011, y hablando sobre el *World Press Photo*, señala:

“El trabajo del jurado en la primera ronda consiste en separar las imágenes que no tendrían ninguna posibilidad de ganar, de las otras que sí. Lo interesante de la primera ronda de evaluación es que uno ve todo lo que ha sido presentado.”²⁴

En la misma entrevista se puede leer otro comentario interesante sobre el periodismo actual y la elección de los temas en las fotos ganadoras, donde Bialobrzeski apunta que la importancia periodística reside en el contenido y la investigación, y no en el impacto inmediato.

“Tenemos que mirar los problemas del mundo actual, y para mí, como crítico, algo que es muy cuestionable en los resultados de este año, es que en la primera ronda de selección vi muchas imágenes sobre los disturbios en Europa durante el año anterior, lo que fue una gran señal de lo que está pasando ahora, lo que está pasando en Londres, y cosas parecidas. Para mí, en el sentido de importancia periodística, esto es lo que ha faltado este año en la selección de fotos ganadoras, si es que hablamos de relevancia. Esto es mucho más relevante que las excelentes fotografías del terremoto en Haití, las cuales han ganado tres premios. Es porque Haití, como ya sabemos por Alex Webb y Maggie Steber, siempre se ve excelente en las fotografías. Para ser cínico sobre esto, Haití está a solo una hora de los Estados Unidos, uno se sube al avión, se va allí, la gente es dramática, los colores son magníficos, así que de alguna manera esto es una buena oportunidad para el fotógrafo.”²⁵

En un trabajo de investigación inédito realizado por Novaes (2012), que se denomina “Fotoperiodismo: representación de las víctimas en el concurso *World Press Photo* 2011 – las imágenes premiadas, su análisis deontológico, estético e informativo –”, se

24 *Moonpeak*, página web oficial, disponible en URL: <https://moonpeak.org/2011/08/29/peter-bialobrzeski-talks-about-the-world-press-photo/>

25 *Moonpeak*, página web oficial, disponible en URL: <https://moonpeak.org/2011/08/29/peter-bialobrzeski-talks-about-the-world-press-photo/>

planteó el interrogante ¿cuáles han sido los temas más tratados dentro del concurso *WPP 2011*?, y por tanto la investigación se centró en determinar si existían similitudes en la elección de los temas en las imágenes premiadas.

La respuesta a este interrogante se obtuvo mediante un análisis de datos cuantitativos generales, y se llegó a la conclusión que el tema más tratado, dentro de las categorías *People in the News*, *Spot news* y *General News* han sido las catástrofes naturales, en especial el terremoto en Haití, o sea, las imágenes tomadas en la capital Puerto Príncipe. (Novaes, 2012)

En el mismo trabajo, después de analizar diferentes fuentes de la actualidad, se llegó a la conclusión que algunas de ellas, como por ejemplo la entrevista de Peter Bialobrezski, confirmaban nuestra tesis: existe un déficit real de imágenes que traten los temas ligados a los acontecimientos ocurridos en continentes como Europa Occidental y Norteamérica, o sea, los que conforman el llamado “primer mundo”. (Novaes, 2012)

Ahora, con la visión más amplia del concurso – no solo de una sino de todas sus ediciones – podemos asegurar que la inclinación a ciertos temas por razones de pertenencia geopolítica, en el año 2011, no es un caso aislado. Además, a este hecho se suma una nueva presuposición. Se refiere al rol que, a la hora de puesta en escena de ciertos temas, juegan los patrocinadores del concurso.

2.4. ¿Una posible convivencia entre patrocinio y premiados?

World Press Photo es una institución sin ánimo de lucro, que se financia plenamente por sus principales patrocinadores – *Dutch Postcode Lotery* y *Canon* – además de diversos amigos de la fundación que a través de sus donaciones ayudan a mantener “los más altos criterios dentro del fotoperiodismo”²⁶.

La marca Canon, lleva produciendo material fotográfico por más de 70 años. En las

²⁶ *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL:
<http://www.worldpressphoto.org/about/partners-sponsors/friends>

últimos dos décadas, aparece como uno de los principales sponsors del certamen. A través del portal online del *World Press Photo* los portavoces de Canon declararon “Somos conscientes de que los ganadores del *World Press Photo* dependen de su propio equipo y estas son sus herramientas de trabajo. Los fotógrafos a menudo están obligados a disparar en condiciones extremas, y con la ayuda de nuestros fotógrafos nos esforzaremos para proporcionar cámaras que se ajusten a sus necesidades. Desde Canon, estamos orgullosos que numerosos ganadores del *WPP* en los años anteriores hayan optado por realizar sus fotografías ganadoras con equipo de la marca Canon”.²⁷

La relación entre la marca y el concurso yace en una simbiosis en la que Canon proporciona fondos para el galardón mientras que *WPP* anima a sus participantes al uso del material técnico de esta marca, siendo así una plataforma de marketing para la marca Canon. Pues bien, esta circunstancia, por mucho que implique la competencia desleal, es de entender.

Por otro lado, el segundo patrocinador del certamen – *Duch Postcode Lottery (DPL)* – lleva más de 25 años suministrando fondos para apoyar a diferentes organizaciones con el fin de construir “un mundo más justo”. Algunas de ellas son: UNICEF, WWF, *Amnesty International*, *Naurmonumenten* o Médicos sin fronteras.²⁸ “Un 15% de todas las ganancias de DPL son destinadas a la caridad” – destacan desde esta entidad, a la hora de hablar de sus valores.²⁹

Como ya hemos comentado, en la investigación sobre la representación de las víctimas en el *WPP* 2011 pudimos detectar que la mayoría de las imágenes premiadas retratan la catástrofe natural del terremoto en Haití. En el mismo año, una gran cantidad de fotografías mostraban la desgracia causada por la catástrofe de las inundaciones en Pakistán. (Novaes, 2011)

27 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/about/partners-sponsors/canon>

28 *DPL*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.postcodeloterij.nl/organisatie/perscentrum/factsheet-english.htm>

29 <http://www.worldpressphoto.org/about/partners-sponsors/dutch-postcode-lottery>

Pues bien, es interesante el dato que en este mismo año, el principal sponsor del *WPP*, que es *Dutch Postcode Lottery* (DPL), al mismo tiempo aparece como sponsor de Médicos sin fronteras: donó casi 14 millones de dólares³⁰ para que esta ONG pudiera actuar en las situaciones de crisis en Haití y Pakistán.

Igualmente, vale la pena prestar la atención al trasfondo de la fotografía ganadora del principal premio en el año 2011, el *WPP of the year*. La imagen, realizada por la fotógrafa Jodi Biber, muestra a Bibi Aisha, una mujer afgana que sufrió un abuso atroz, y cuyos derechos humanos fueron degradados.



Imagen 5. World Press Photo of the Year 2011; fotógrafa: Jodi Biber

30 <http://annualreport.artsenzongrenzen.nl/2010/msf/fundraising/>

En la página web de la Fundación *World Press Photo*, junto a la imagen aparece un texto explicativo, donde se cuenta la historia de Bibi Aisha que a la edad de 12 años, junto a su hermana menor, fue entregada a una familia de Talibanes, según la costumbre tribal pastún de resolución de conflictos. Al alcanzar la adolescencia, fue obligada a casarse, pero la niña volvió a casa de sus padres, quejándose de abusos por parte de su familia política. Pronto se le amputó la nariz, también por costumbre, ya que de un hombre burlado por su esposa se dice que “perdió la nariz”, por lo que el castigo que recae sobre la mujer se considera justo. Abandonada por todos, Aisha de 18 años fue rescatada y trasladada a un asilo de Kabul, manejado por la organización caritativa *Women for Afgan Women*, donde recibió asistencia, tanto medica como psicológica, para que más tarde sea trasladada a USA.³¹

Es interesante el dato de que *Dutch Postcode Lottery*, el principal sponsor de la Fundación *WPP*, también patrocina varias actividades y ONG que justamente defienden los derechos de las mujeres. Entre otras, la fundación *Free Press Unlimited* (en concreto, el proyecto de apoyo a mujeres periodistas afganas)³² y la fundación *Mama Cash*³³.

Dutch Postcode Lottery aparece como el principal sponsor de *Mama Cash*, fundación que defiende los derechos de las mujeres y tiene su sede en Ámsterdam. Esta organización tuvo varias actividades a favor de los derechos de las refugiadas de Oriente Medio, en concreto de Afganistán. En el informe denominado *Mama Cash Strategic Plan (2015)* se dice claramente: “*Mama Cash* ha sido beneficiaria del DPL desde el año 2008” (2015, p.6).

El vínculo entre los temas promocionados por *WPP* y las actividades benéficas de DPL es evidente. Parémonos en otro ejemplo: *Dutch Postcode Lottery* también es

31 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/collection/photo/2011/portraits/jodi-bieber>

32 *Free Press Unlimited*, página web oficial, disponible en URL: <https://www.freepressunlimited.org/en/blog/blog-afghanistan-from-the-perspective-of-young-female-writers>

33 *Mamacash*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.mamacash.org/news/mama-cash-awarded-significant-special-project-funding-dutch-postcode-lottery/> y <http://section27.org.za/wp-content/uploads/2012/05/Annexure-A-to-the-SECTION27-submission-to-the-NLDTF.pdf>

uno de los “patrocinadores principales” de la organización HIVOS, tal y como indica su informe anual de 2013. DPL, junto a otras organizaciones caritativas, reunió más de tres millones de dólares destinados a proyectos de temática *LGBT rights*.³⁴

Basta reparar en el dato de que la fotografía premiada por el *WPP of the Year 2015* (siempre se premia el acontecimiento más importante del año anterior, en este caso del 2014) que mostramos a continuación, denominada *Jon and Alex* se refiere precisamente a la comunidad LGBT. La misma imagen es más bien íntima, si no idílica, mientras que la denuncia de los derechos vulnerados de la comunidad,



Imagen 6. World Press Photo of the Year 2015; fotógrafo: Mad Nilsen

En esta ocasión se trata de Rusia. La imagen ganadora del *WPP of the Year* fue tomada por el fotógrafo Mad Nilsen y lleva el título “*John and Alex*”. En la página web de la Fundación *WPP*, junto a la foto aparece el siguiente texto explicativo: “*John y Alex, una pareja de homosexuales, comparten un momento íntimo en casa de Alex, un pequeño apartamento en San Petersburgo, Rusia. La vida para las*

³⁴ HIVOS, página web oficial, disponible en URL: <https://hivos.org/focal-area/lgbt-rights>

lesbianas, gays, bisexuales y transgéneros (comunidad LGBT), en Rusia es cada vez más complicada. Las minorías sexuales se enfrentan a una discriminación legal y social, acoso, e incluso a crímenes de odio y ataques violentos de grupos religiosos, conservadores o nacionalistas.”³⁵

De nuevo podemos observar que la temática de la imagen premiada por *WPP* no difiere de los temas y grupos a los que su principal patrocinador, *Dutch Postcode Lottery*, presta su apoyo.

Mientras que la DPL destaca que “nosotros, en la Lotería, nos enfocamos en solucionar los problemas seleccionados por *World Press Photo*”³⁶, podemos observar que estos casos reflejan justamente lo contrario. Es muy difícil que se tratara de puras casualidades; los dos ejemplos más bien demuestran que es el *World Press Photo* quien ofrece visibilidad a las acciones benéficas o caritativas de la DPL, que casi siempre conllevan una postura político-ideológica.

Con estas coincidencias surge la duda: ¿Es el *World Press Photo* una plataforma para promocionar las actividades caritativas de su principal patrocinador? y por consiguiente, ¿influye la *Dutch Postcode Lottery* a la hora de tomar decisiones acerca de qué imágenes premiar?

Se entiende que *WPP* niega semejantes dudas. En su página web se puede observar un artículo denominado “*Making issues visible with the Dutch Postcode Lottery*”, donde se defiende la postura de que *WPP* es una plataforma para hacer visibles los problemas y desastres globales, y todo esto gracias al patrocinio de la DPL.³⁷

Sin quitar importancia al gran apoyo que ambas entidades – tanto el *WPP*, como la *Dutch Postcode Lottery* – ofrecen a diferentes grupos marginados y minoritarios,

35 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL:
<http://www.worldpressphoto.org/collection/photo/2015/contemporary-issues/mads-nissen>

36 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL:
<http://www.worldpressphoto.org/news/2012-06-18/making-issues-visible-dutch-postcode-lottery>

37 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL:
<http://www.worldpressphoto.org/news/2012-06-18/making-issues-visible-dutch-postcode-lottery>

los dados ejemplos demuestran que *World Press Photo* en estos casos premia las fotografías con temática de acciones caritativas de la DPL, anteriores al año del concurso.

Esta suposición de índole propagandística, significaría que dentro del concurso no se respetan los principales criterios de transparencia y ética periodística, sino que se siguen los intereses de índole financiera, lo que apunta a la necesidad de una exhaustiva investigación acerca de las principales premisas éticas de la misma Fundación.

Si este fuera el caso, *WPP* aparecería como una herramienta de marketing para promocionar los valores y acciones de caridad de la *Dutch Postcode Lotery*, algo que en la era de lo “políticamente correcto” suma importancia a la imagen social que todas las grandes empresas como DPL aspiran tener dentro del imaginario colectivo.

En este trabajo, nuestra finalidad es reflexionar sobre los posibles alcances sociales, políticos e ideológicos del *WPP*, ilustrándolo con ejemplos, e incitar a una reflexión crítica acerca de los valores proclamados, tanto del *World Press Photo* como del fotoperiodismo contemporáneo en general.

CAPÍTULO III – CARACTERÍSTICAS DEL FOTOPERIODISMO OCCIDENTAL. HISTORIA DE UNA RELACIÓN: FOTOPERIODISMO Y GUERRA.

Después de ofrecer una base teórica sobre las características del *World Press Photo*, que representa el paradigma de calidad dentro del fotoperiodismo contemporáneo, se accede a la elaboración del presente capítulo cuyo objetivo principal consiste en trazar un mapa contextual sobre las características del fotoperiodismo occidental. Esta labor nos permite ofrecer un contexto para el tema principal de nuestra investigación que es el *WPP*.

En primer lugar nos prestamos a definir el concepto de *fotoperiodismo*, así como reflexionar acerca de la fotografía documental como modalidad de expresión fotoperiodística.

El capítulo continúa con un breve recorrido a través de la historia del fotoperiodismo occidental. En este epígrafe la intención no fue exponer toda la historia del fotoperiodismo ya que el semejante trabajo ocuparía otra tesis doctoral. Nos limitamos a ofrecer un repaso sintético de los eventos más significativos que marcaron la historia de la fotografía de prensa, desde la aparición de la primera fotografía en el diario *The Illustrated London News* hasta la presentación de noticias en tiempo real, sin querer obviar el hecho de que su eje vertebral han representado las guerras. Por otro lado, a través de ciertas fotografías que representan iconos en la historia moderna, se demuestra que a lo largo de las décadas la fotografía de prensa ha sido utilizada como herramienta de promoción de diversos fines políticos, ideológicos y propagandísticos por parte de las elites de poder.

Por último, se reflexiona sobre las características del discurso fotoperiodístico en la actualidad. Después de la Guerra del Golfo y la llegada de la imagen digital, o sea,

a partir de los años '90, se producen numerosos cambios en la manera en la que se percibe la realidad a través de la imagen. Partiendo de este nuevo contexto digital, se aporta una base teórica sobre las posibilidades y consecuencias de distorsionar la realidad a través de los medios de comunicación, con énfasis en la fotografía.

3.1. Hacia una definición del fotoperiodismo

El término fotoperiodismo está compuesto por dos campos profesionales: la fotografía y el periodismo. Se trata de una modalidad periodística donde las historias de actualidad son narradas a través de una o varias fotografías. El fotoperiodismo conforma una parte importante de la vida pública puesto que adquirimos varios conocimientos del mundo que nos rodea precisamente a través de imágenes informativas que a diario se nos presentan a través de diferentes plataformas mediáticas. Por consecuencia, el fotoperiodismo tiene una gran influencia en la construcción social del imaginario colectivo.

Consultamos el Diccionario de la Real Academia Española, con la intención de perfilar una definición actual de las palabras que componen este concepto. El término de fotógrafo, según la RAE se define como “persona que hace fotografías, especialmente como actividad profesional”. Por otro lado, la definición del periodismo sería la siguiente: “captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades”.

El autor Ulises Castellanos en su obra *Manual de fotoperiodismo* (2004), entiende el fotoperiodismo como una manera gráfica y sintética de ejercer el periodismo. (2004, p.15).

Para Manuel Alonso Erausquin (1995) el fotoperiodismo consiste en la relación entre las fotografías y los hechos de actualidad que constituyen el objeto material de los mensajes periodísticos. (p.8)

Siguiendo la tradición del periodismo escrito, la fotografía periodística es aquella

que acerca los hechos de actualidad mediante la fotografía. Además, una imagen que aspira a ser clasificada como periodística debe cumplir con los parámetros de narratividad y en el mejor de los casos – objetividad.

Para cumplir con su carácter narrativo, toda fotografía periodística (o conjunto de ellas) debe responder a las preguntas qué, quién, dónde, cómo y porqué. Por “actualidad” se entiende que un producto fotoperiodístico ha de contar una historia sobre un suceso reciente y socialmente significativo.

“La potencia y limitaciones informativas de la fotografía son desiguales en las distintas parcelas de interés de quienes recibimos la información. El fotoperiodismo sirve mejor para darnos datos relativos al qué, quién, dónde y a los efectos de lo sucedido, que para hacerlo respecto al cómo, al cuándo, y al por qué”, destaca Erausquin (1995, p.10).

Pepe Baeza entiende por imagen periodística aquella que contiene valores de información, actualidad y noticia, pero también la que recoge hechos de relevancia desde una perspectiva social, política y económica. (p. 37)

Para la autora Mary Panzer (2007) el fotoperiodismo es toda fotografía que tenga la función de captar y denunciar “las cosas como son” – *things as they are*. (p.9)

Teniendo en cuenta el objetivo de nuestra investigación, a la hora de hablar del fotoperiodismo consideramos apropiado acentuar que los dos géneros más comunes de esta práctica profesional son: el reportaje fotográfico y la foto noticia. Cabe destacar que estos dos géneros de fotografía informativa son justamente los que son considerados por el concurso *World Press Photo* para optar por el galardón, por lo que estimamos imprescindible la aclaración de los términos. A esto nos dedicaremos en el próximo apartado del capítulo, siempre teniendo en cuenta que la foto noticia es un género fotoperiodístico que informa sobre hechos o sucesos socialmente significativos y de máxima actualidad casi siempre a través

de una fotografía, mientras que el reportaje fotográfico puede ofrecer todo un relato visual ya que está compuesto por varias imágenes. Al tratarse de géneros (foto) periodísticos, o sea informativos, siempre han de tener una línea narrativa.

Volviendo a nuestra labor de definir el fotoperiodismo como modalidad de la expresión periodística a través de fotografías de actualidad, estamos de acuerdo con la postura de Jorge Pedro Sousa (2011) quien considera que “la noción de fotoperiodismo es cada vez más difícil de precisar, debido a la multiplicidad de fotógrafos que se reclaman del sector, pero que no siempre presentan una unidad en la expresión y planteamientos temáticos, técnicos, de conclusiones y puntos de vista. Es más, el fotoperiodismo ha llegado a mezclarse con la propia publicidad, como sucedió con las campañas de *Benetton*.”(p.17) El autor también destaca que varios fotógrafos que se presentan como fotoperiodistas igualmente apuestan por otros soportes – ya no se trata únicamente de la prensa impresa.

3.1.1. La fotografía documental como modalidad de expresión (foto) periodística

Partiendo de la premisa de que el concepto de fotoperiodismo es difícil de precisar, a continuación discutiremos la relación entre el fotoperiodismo y la fotografía documental, ya que muchas veces en la práctica estos dos términos son entendidos por separado.

El concepto de la fotografía documental habitualmente se refiere a aquella que constituye evidencia en relación con la realidad. Normalmente se asocia al fotoperiodismo profesional, o reportaje de la vida real. Cuando nos referimos a este tipo de fotografía estamos aludiendo al reportaje fotográfico, pero sobre todo a la fotografía de prensa o fotoperiodismo. (Felici, 2007, p.59)

Para David Campbell, quien ofrece una definición más contemporánea del fotoperiodismo, este se refiere a la práctica fotográfica en la que alguien narra una historia sobre algún aspecto del mundo, donde la historia está compilada, en

primer lugar usando tecnologías basadas en lentes y en el segundo, no menos importante, teniendo una relación real con el mundo. Esto incluye por igual la fotografía documental y foto-noticia editorial, pero excluye trabajos de ficción visual, producidos a través del ordenador. Significa también que los trabajos considerados como foto-periodísticos ya no dependen de la prensa impresa. (2013, p.11)

Pepe Baeza, en su obra *Por una función crítica de la fotografía de prensa* (2011), liga la fotografía documental al fotoperiodismo: “El fotoperiodismo se halla profundamente influido por los estilos y por los modos de hacer del otro gran campo de la fotografía de realidad: el documentalismo. El documentalismo, que comparte con el fotoperiodismo el compromiso con la realidad, atiende más a fenómenos estructurales que a la coyuntura noticiosa, hecho que además de alejarlo de los plazos de producción más cortos del fotoperiodismo, lo mantiene abierto – sin renunciar a la publicación en prensa – a circuitos de distribución más variados y minoritarios como son la galería, el museo o el libro de autor. De hecho, algunos autores como Eugène Smith consideran el fotoperiodismo como un ‘documentalismo con un propósito’. Un propósito definido por el encargo y por la voluntad mediática de difusión”. (pp. 34-35)

Para concluir esta discusión sobre el carácter documental de la fotografía de prensa a la hora de definir el fotoperiodismo, nos posicionamos con Sousa (2011), quien formula dos definiciones del fotoperiodismo – una general y otra más estricta.

En primer lugar, el autor ofrece una definición del fotoperiodismo en un sentido amplio de la palabra (*lato sensu*), entendiendo por este “la realización de fotografías informativas, documentales o ilustrativas, para la prensa u otros proyectos editoriales relacionados con la producción de información de actualidad. En este sentido, la actividad se caracteriza más por la finalidad, por la intención, y no tanto por el producto; este puede extenderse desde las *spot news* (fotografías únicas que condensan una representación de un acontecimiento y su significado) a los

reportajes más elaborados y planeados; desde el foto-documentalismo hasta las fotos ilustrativas y las *feature photos* (fotografías de situaciones peculiares, encontradas por los fotógrafos en sus paseos y viajes).” (p.18) En este sentido amplio de la palabra, el término fotoperiodismo también puede ser usado para designar el foto-documentalismo y algunas fotografías ilustrativas.

En segundo lugar Sousa (2011) habla de la definición del fotoperiodismo en un sentido más estricto (*stricto sensu*), en el que entiende el fotoperiodismo como una actividad orientada a la información, contextualización, conocimiento y formación, que trata de “esclarecer o marcar puntos de vista (opinar) a través de fotografías de acontecimientos y de la cobertura de asuntos de interés periodístico. Este interés puede variar de un medio de comunicación social a otro, y no tiene que ver necesariamente con los criterios dominantes de noticiabilidad.”(p.18) El autor, por tanto, distingue el fotoperiodismo, en su sentido estricto, del foto-documentalismo, y considera que esta distinción reside más en la práctica y en el producto que en su finalidad.

Partiendo de lo expuesto, el autor indica que el fotoperiodismo y foto documentalismo se diferencian por el método: mientras que el fotoperiodista en pocas ocasiones sabe qué va a fotografiar y las condiciones con las que se va a encontrar, el foto documentalista trabaja en términos de proyecto, teniendo un conocimiento previo del asunto y las condiciones con las que se va a encontrar antes de comenzar un trabajo. (Sousa, 2011)

En este sentido, y para los propósitos de nuestra investigación que consiste en un análisis de las imágenes premiadas por el concurso *World Press Photo*, entenderemos el fotoperiodismo en su sentido más amplio, donde no se excluyen las fotografías documentales como parte de su expresión, teniendo en cuenta que en muchos de los trabajos premiados por el galardón se puede observar una previa preparación y conocimiento del tema tratado antes de que el fotógrafo comience

a disparar: como es el caso en muchos de los reportajes o retratos premiados, que se podrían calificar como artísticos más bien que periodísticos, aunque siguen perteneciendo al género de fotoperiodismo.

En otro orden de cosas, después de analizar todas las definiciones del fotoperiodismo presentadas por diferentes autores, podemos observar un denominador común: la fotografía periodística y el fotoperiodismo siempre están ligados al concepto de fotografiar la realidad, lo que nos lleva a la cuestión de la veracidad.

El fotoperiodismo tiene una larga tradición de verosimilitud. El impacto de la imagen visual en el espectador viene directamente de la creencia que la cámara nunca miente. El público que tanto confía, muchas veces puede ser manipulado, y eso de distintas maneras que a lo largo del tiempo también se han ido perfeccionando.

Gisele Freund, en su obra la *Fotografía como documento social* (2006), considera que “la introducción de la foto en la prensa es un fenómeno de capital importancia. Cambia la visión de las masas. Hasta entonces el hombre común solo podía visualizar los acontecimientos que ocurrían a su vera, en su calle, en su pueblo. Con la fotografía se abre una ventana al mundo. Los rostros de los personajes públicos, los acontecimientos que tienen lugar en el mismo país, y allende las fronteras se vuelven familiares. Al abarcar más la mirada, el mundo se encoje. La palabra escrita es abstracta mientras que la imagen es reflejo concreto del mundo en el que cada uno vive. La fotografía inaugura los *mass media* visuales cuando el retrato individual se ve substituido por el retrato colectivo. Al mismo tiempo se convierte en poderoso medio de propaganda y manipulación. El mundo en imágenes funciona de acuerdo con los intereses de quienes son los propietarios de la prensa: la industria, la finanza, los gobiernos.” (p.96)

Para John Berger (2013) “toda fotografía produce una ambigüedad. Todas las fotografías han sido arrancadas de una continuidad. Si el evento es un suceso público, esa continuidad es la historia, si es personal la continuidad que ha sido

rota, es historia de una vida... La discontinuidad siempre produce ambigüedad. Sin embargo, a menudo esta ambigüedad no es obvia porque cuando una fotografía es utilizada con palabras, juntas producen un efecto de certeza, incluso de afirmación dogmática.” (p.86)

El autor Lorenzo Vilches (1987) indica que toda fotografía produce una “impresión de realidad” (p.19) que en el contexto de fotografía de prensa se traduce a una “impresión de verdad” (1997, p.19). El mismo autor señala que “la fotografía actúa sobre nuestra psique, y gran parte de lo que sabemos y aprendemos de nuestro mundo se lo debemos a ella.” (Vilches, 1987, p.20)

Las fotografías periodísticas congelan momentos de un suceso y espacio en el tiempo, y esto es usado para contar una historia más amplia. Las fotografías son herramientas comunicativas muy poderosas ya que los momentos captados no solo representan hechos sino también tienen la habilidad de comunicarse con los lectores en un nivel emocional. La fotografía periodística tiene una gran fuerza de manipulación y desde muy temprano en la historia las esferas de poder han sabido reconocer este poder con el fin de usar las imágenes como instrumentos de propaganda de diferentes ideologías. La interpretación de una imagen dependerá de las habilidades de lectura de cada lector de la fotografía, de su *background*, educación, nivel social, conocimiento, códigos culturales...

El tema de la lectura y la realidad de la imagen periodística será tratado en profundidad dentro de nuestro posicionamiento teórico, concretamente en el capítulo que se titula “Teoría de la fotografía informativa”, pero a la hora de hablar del fotoperiodismo en general, consideramos indispensable subrayar que la dualidad y la ambigüedad son intrínsecas al mensaje fotográfico.

Cabe recordar que la inherente propiedad manipulativa de la fotografía de prensa es el hilo conductor de la presente investigación.

Para concluir este epígrafe sobre la fotografía informativa y el fotoperiodismo, nos apropiamos de las palabras de Joan Foncuberta (1997), quien considera que “toda fotografía es una ficción que se presenta como verdadera... la fotografía miente siempre, miente por su instinto, miente por su naturaleza, no se le permite hacer otra cosa... el buen fotógrafo es el que miente bien la verdad”. (p.15)

El autor (Foncuberta, 1997) concluye: “La fotografía aparece como una tecnología al servicio de la verdad. La cámara testimonia aquello que ha sucedido; la película fotosensible está destinada a ser un soporte de evidencias. Pero esto es solo una apariencia... La fotografía actúa como el beso de Judas: el falso afecto vendido por treinta monedas... detrás de la beatífica sensación de certeza se camuflan mecanismos culturales e ideológicos que afectan a nuestras suposiciones sobre lo real”. (1997, p.17)

3.2. Breve historia del fotoperiodismo occidental

En este epígrafe no pretendemos exponer toda la historia del fotoperiodismo, ya que esta labor ocuparía otra tesis doctoral. En esta ocasión, nuestra intención es ofrecer un repaso sintético de los eventos más significativos desde la aparición de la primera fotografía en el diario *The Illustrated London News*, hasta el día de hoy. El fotoperiodismo toma sus orígenes en la fotografía de la guerra y su evolución histórica va pareja con los grandes conflictos bélicos y crisis en la historia de la humanidad. Más tarde, cuando ya es reconocido como modalidad relevante de expresión informativa, el fotoperiodismo se convierte en el aparato de denuncia de víctimas de diferentes situaciones de crisis y conflictos. A continuación expondremos un breve recorrido desde la invención de la fotografía hasta la presentación de noticias en tiempo real.

No existe una sola historia de la fotografía. Tal y como indica Sousa (2011) “la historia del fotoperiodismo es una historia de “oposiciones entre la búsqueda de la objetividad y la aceptación de la subjetividad y del punto de vista, entre el realismo y otras formas de expresión...Entre el valor de lo que es una noticia y la estética, entre el cultivo de la pose y el privilegio concedido a lo espontáneo y a la acción, entre la foto única y las varias fotos, entre la estética del horror y otras formas de abordar temas potencialmente chocantes...” (p.20)

Una historia del fotoperiodismo sería la historia de sus paradigmas teóricos, es decir el pensamiento y reflexiones críticas que han sido enfocados al carácter realista de la fotografía, o sea, a la conexión entre la fotografía y la representación de su referente.

En este contexto se distinguen tres grandes “épocas históricas” en la evolución del pensamiento crítico acerca de la conexión entre la fotografía y su referente: en primer lugar los paradigmas teóricos que entienden la fotografía como mimesis de la realidad, en segundo la fotografía como transformación de lo real y finalmente el discurso del índice o fotografía como huella de una realidad. (Philippe Dubois (1994), Marzal-Felici (2007), Zunzunegui (1985)).

El autor Hugo Domenech Fabregat (2005) destaca que la historia del fotoperiodismo también se podría contemplar analizando los grandes concursos como *World Press Photo*, *Pulitzer* y otros que destacan y premian las mejores historias fotoperiodistas de cada año en función de las convenciones e intereses del momento. “Sin embargo y paradójicamente, la inmensa mayoría de estas historias del medio aparecen incluidas como un escueto capítulo – o incluso un simple epígrafe – en la miscelánea de historias generalistas de la fotografía.” (2005, p. 223)

Por último, existe la historia de la fotografía que se centra en explicar los sucesos más influyentes que marcaron el desarrollo del fotoperiodismo como modalidad relevante de expresión informativa. Nosotros nos basaremos en analizar el impacto que han tenido estos sucesos en el desarrollo de la fotografía informativa y el

fotoperiodismo occidental, para así poder contextualizar el concurso *World Press Photo* dentro de la misma.

3.2.1. Los orígenes del fotoperiodismo

Los orígenes del fotoperiodismo nos transportan a los inicios de la propia fotografía. La historia del fotoperiodismo comienza en 1842, (Campbell, 2013, p.11) cuando la revista semanal *The Illustrated London News* decide darle preferencia a la imagen sobre el texto, publicando en su primer número una fotografía. (Nehwall, 2002, p. 249)

La primera fotografía de prensa oficial era un daguerrotipo. A través de un proceso mecánico, Herbert Ingram, el director de *The Illustrated London News*, consiguió registrar las ruinas de Hamburgo después del gran incendio que arrasó la ciudad alemana, para posteriormente presentar la fotografía al público. En esta ocasión, Ingram prometió a sus lectores proporcionar información sobre los sucesos más significativos tanto a nivel nacional como mundial, a través de diferentes fotografías (Sousa, 2011, p.33), aunque solo a partir de 1890, la revista da preferencia a la fotografía respecto al dibujo y el grabado.



Imagen 7. *Las ruinas de Hamburgo*, 1842; primera fotografía periodística (fotonoticia), publicada en *The Illustrated London News*

Las primeras fotografías fueron entendidas como una fiel y verídica presentación de la verdad, y los primeros fotoperiodistas provenían del mundo de la pintura.

Tal y como indica Susan Sontag (2006) en su libro *Sobre la fotografía*, “la historia de la fotografía podría recapitularse como la pugna entre dos imperativos diferentes: el embellecimiento, que proviene de las bellas artes, y la veracidad, que no sólo se estima mediante una noción de verdad al margen de los valores, legado de las ciencias, sino mediante un ideal moralizado de la veracidad, adaptado de los modelos literarios del siglo XIX y de la (entonces) nueva profesión del periodismo independiente. Se suponía que el fotógrafo, como el novelista prerromántico y el reportero, iba a desenmascarar la hipocresía y combatir la ignorancia.” (2006, p.127)

En los años 50 del siglo XIX ya se habían consolidado las premisas tecnológicas necesarias para presentar información sobre el mundo que nos rodea a través de un medio mucho más “realista” que la pintura: la fotografía. (Sousa, 2011, p.41)

Los orígenes del fotoperiodismo nos llevan a la guerra. Mientras que los daguerrotipos se extendían rápidamente alrededor del mundo, se considera que los pioneros de la fotografía periodística se presentaron en la guerra de Crimea (1854-1855).

La participación británica en la guerra de Crimea llevó al editor Tomas Agnew a invitar al fotógrafo Roger Fenton a fotografiar este conflicto. De esta manera Fenton se convierte en el primer reportero fotógrafo de la historia. Es curioso que en sus fotografías no representara violencia y hostilidades, debido a aparición de la primera censura, pero también por las propiedades técnicas de la cámara: los equipos eran muy pesados y se empleaba el colodión húmedo. (Sousa, 2011, p.41)



Imagen 8. *Guerra de Crimea*, 1855; fotógrafo: Roger Fenton

A partir de la Guerra de Crimea, casi todos los conflictos bélicos han sido fotografiados: la Segunda Guerra de Opio (1856-1860), la Guerra de Secesión norteamericana (1861-1865), la Guerra Franco Prusiana (1870-1871), las Guerras Coloniales en Cuba y Filipinas (1898), la Guerra Ruso-Japonesa (1904-1905) y así sucesivamente.

La Guerra de la Secesión norteamericana es el primer conflicto que fue masivamente fotografiado. En el periodo precedente a la I Guerra mundial, se dan los primeros usos propagandísticos en el campo del fotoperiodismo. En los conflictos posteriores a la guerra de Crimea empieza la estética del horror, como las imágenes de Don McCullin o las de Felice Beato en la Guerra de Opio en China. (Sousa, 2011, pp. 43-50) “Después de la fotografía, la guerra nunca volvería a ser la misma”, indica Sousa (2011, p.49).

3.2.2. Evolución histórica del fotoperiodismo desde la I Guerra mundial hasta el fotoperiodismo moderno

El autor Jorge Pedro Sousa (2011), en su obra *Historia crítica del fotoperiodismo occidental*, ofrece un exhaustivo estudio sobre el desarrollo del fotoperiodismo. Nosotros nos basaremos a grosso modo en su propuesta para explicar la evolución histórica de este género periodístico. Así pues, el autor distingue **tres** grandes fases en la historia del fotoperiodismo:

1. La **primera revolución** del fotoperiodismo, desde los años diez del siglo XX hasta los años sesenta, o sea, hasta el surgimiento del fotoperiodismo moderno. Aquí los sucesos más significativos son las dos guerras mundiales y la Guerra civil española, el desarrollo del fotoperiodismo estadounidense, la aparición de la revista *Life*, el surgimiento del organismo estatal estadounidense *Farm Security Administration* y el de la agencia Magnum.
2. La **segunda revolución** del fotoperiodismo con la que refiere a la evolución de la actividad desde los años sesenta a los ochenta. Los principales hechos que marcan y modifican la actividad foto periodística son la Guerra en Vietnam y la Guerra Fría.
3. La **tercera revolución** del fotoperiodismo entiende el periodo desde los años noventa hasta el día de hoy. Esta etapa está marcada por la Guerra del Golfo Pérsico, Ruanda y la llegada de la fotografía digital, como principales acontecimientos.

La Primera Guerra mundial (1914-1918) estuvo caracterizada por la censura. Las esferas de poder ya eran conscientes del gran poder de la fotografía y por tanto la presencia de los fotoperiodistas en los campos de batalla estuvo prácticamente prohibida, en especial en las líneas francesas y alemanas. En la prensa existen muy pocas fotografías de las víctimas de este gran conflicto bélico. A pesar de todo, en este periodo destacan las portadas del periódico *Berliner Illustrierte Zeitung*. (Calandria y Barbosa, 2013; Sousa, 2011; Newhall, 2002.)

El desarrollo del fotoperiodismo cobra su impulso en el periodo entre dos guerras, especialmente en Alemania durante la república de Weimar. En los años 20 y 30, gracias a un ambiente de libertad y bienestar económico, Alemania se convierte en el país con mayor número de fotoperiodistas modernos y revistas ilustradas. (Sousa, pp.84-89; Freund (2006), pp. 99-103). En el año 1930, la circulación conjunta de estas revistas “alcanzaba los cinco millones de ejemplares semanales y llegaba, según una estimación, a por lo menos veinte millones de lectores. Pero aun de mayor importancia que la popularidad de esas revistas era la forma en que fotos y texto se integraban en una nueva forma de la comunicación, que pasó a ser denominada fotoperiodismo”, destaca Newhall (2002, p. 259).



Imagen 9. Ejemplo de la portada de *Berliner Illustrierte Zeitung* (1917)

A semejanza de las revistas ilustradas alemanas, pronto surgirán revistas paradigmáticas como la francesa *Vu* (1928) y la estadounidense *Life* (1936).

En este periodo también se llega a varios avances tecnológicos que condicionarán y facilitarán la consolidación del fotoperiodismo moderno.

En el año 1929 se perfecciona el flash, que permite hacer fotografías de noche y en espacios interiores (Freund, p.103), mientras que en el año 1930 se inventa la mítica cámara instantánea *Leica* de 35 mm – tanto Capa como Cartier Bresson la utilizarán en sus trabajos – se mejoran las cámaras de gran formato y también los materiales fotosensibles.

El autor Jorge Pedro Sousa (2011) indica cinco factores decisivos que determinan aquel desarrollo del periodismo moderno en Alemania:

1. Aparición de nuevos flashes y comercialización de la cámara de 35mm (Leica y Erninox), con lentes y películas sensibles.
2. Nacimiento del fotoperiodismo como profesión.
3. Actitud experimental entre periodistas, editores y propietarios de revistas ilustradas, promoviendo el movimiento *candid photography* (fotografía sin pose).
4. Inspiración en el interés humano. No solo por los eventos que involucran a figuras públicas, sino también por los temas que representan la propia vida, con lo que el público se identifica.
5. Ambiente cultural y soporte económico. (Sousa, pp.88-89)

Esta gran época del fotoperiodismo europeo se derrumbó totalmente en el año 1933, cuando Hitler llega al poder en Alemania. (Newhall, p. 259)

El ambiente positivo de los años 20 en Alemania también se traslada a Estados Unidos. En el periodo entre las dos guerras mundiales el fotoperiodismo se consolida como participante integrante de la prensa moderna estadounidense. También continúan las conquistas técnicas como Kodak Color que aparece en el año 1942. La época desde los años 20 hasta los 60, en los Estados Unidos se considera la época dorada del fotoperiodismo.

La industrialización de la prensa, el surgimiento de la revista *Life* y la instauración del *Farm Security Administration* hacen que la fotografía periodística, como

fuentes de información de actualidad, sea de nuevo un actor creíble, después de la desconfianza adquirida en la Primera Guerra mundial. Esta característica de la fotografía, de ser “realista” y creíble, posteriormente será utilizada a gran escala, con los fines propagandísticos, tanto por Hitler y su ejército nazi como por los aliados, y esta tradición se mantendrá hasta el día de hoy.

La revista *Life* nace en el 1936, con el editor Henry Luce. Es la época de la Gran Depresión en los Estados Unidos, y una nueva guerra mundial está a la vuelta de la esquina. Al principio *Life* dominaba el mercado publicitario norteamericano. Son los tiempos cuando el medio televisivo se encuentra en su fase inicial, por lo que *Life* se convierte en el principal medio de información de la época. La revista estaba plenamente dedicada al fotoperiodismo: en las 40 páginas de fotografías, lo poco del texto fue meramente explicativo. El objetivo de *Life* era darle visibilidad a los sucesos socialmente significativos. La revista no dejaba a los fotógrafos el control sobre la edición de sus trabajos. Colaboraban, entre otros, los fotógrafos más renombrados de la época, como por ejemplo Robert Capa o Eugene Smith.

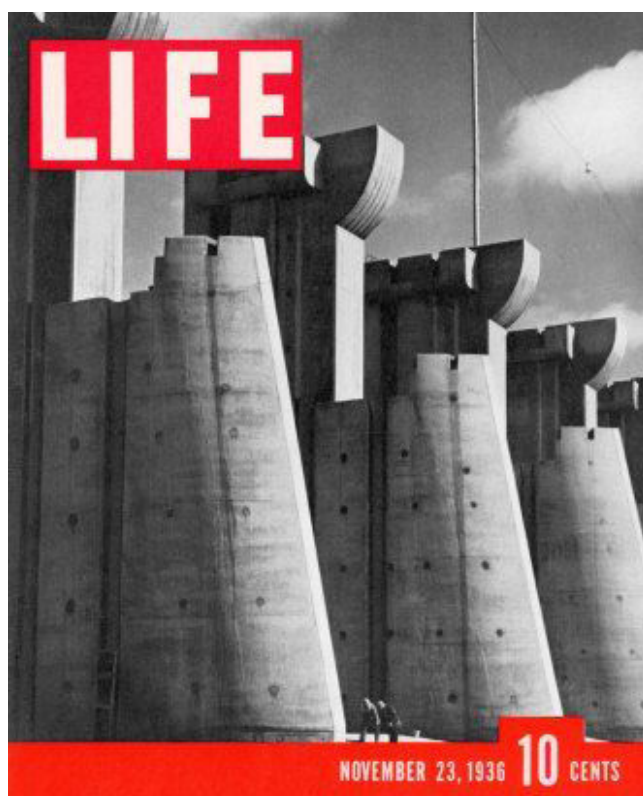


Imagen 10. Primera portada de la revista *Life*, 1936; fotógrafa: Margaret Bourke-White

Lo que distinguió este semanal de los demás “no fue tanto la cantidad de fotos publicadas, como la teoría de una cámara guiada por la mente”. (Newhall, p. 260)

En cuanto al tratamiento de las noticias en la revista *Life*, el autor Sousa (2011) indica que “es el efecto verdad el que opera, la ilusión de que la fotografía no puede hacer otra cosa que reproducir fielmente lo real, sin que atente desde el punto de vista o con otros soportes de connotación. La foto puede jugar con el trucoje”. (p.125) Como ya hemos dicho, la revista no dejaba a los fotógrafos el control sobre la edición de sus trabajos – algo que podía cambiar totalmente el mensaje del reportaje que el autor quería transmitir.

Además da cubrir los grandes conflictos como la Guerra Civil Española, la Segunda Guerra Mundial, o más tarde la Guerra de Vietnam, a lo largo de la historia de la revista aparecen en su portada varios eventos de gran interés informativo para la sociedad, como por ejemplo la mítica portada que refleja la llegada del primer hombre a la Luna, o el asesinato del presidente John F. Kennedy, entre otros.



Imagen 11. Neil Armstrong, primer hombre en la Luna; Portada *Life*, agosto 1969; foto: NASA

La portada de *Life* con la fotografía de la llegada del hombre a la Luna, es un icono de la era moderna. Además de mostrar uno de los acontecimientos más importantes en la historia de la humanidad, la imagen tiene un trasfondo político: en plena época de la Guerra Fría, se muestra como un símbolo de la superioridad y victoria de los EEUU frente a la Unión Soviética. La veracidad de esta fotografía, al igual que de muchas otras en la historia del fotoperiodismo, ha sido cuestionada, siendo acusada la NASA de haber construido todo el evento a través de un fotomontaje.

Por otro lado, en el año 1935, en los Estados Unidos nace, como parte del *New Deal*, el organismo estatal *Farm Security Administration*, con el fin de promocionar la vida del campo y así combatir la pobreza en la América rural. Por mucho que se tratara de una iniciativa política y altamente controlada, los fotógrafos consiguieron presentar, dentro del proyecto, sus trabajos críticos y de denuncia sobre la situación en la que vivían los habitantes de la América campesina, convirtiendo así las fotografías en herramientas importantes para despertar la conciencia social. (Sousa, 2011; Newhal, 2002, Sarriguarte Gómez, 2010) Entre los fotógrafos que formaban parte de la FSA se encuentran Walker Evans (1903-1975), conocido como uno de los fotógrafos de la “América más mísera”, que durante 18 meses (entre el 1935-1936) trabajó para la organización conviviendo con una familia de granjeros en Alabama y retratando su situación lamentable, pero siempre mostrando a los protagonistas con gran dignidad; Dorothea Lange (1895-1965), cuyo opus más importante está ligado a la Gran Depresión, cuando prestó sus servicios al proyecto estatal (desde el 1935 hasta el 1940) recorriendo el país y retratando, también de una manera decente, la precaria situación en la que vivían las partes más pobres de América; Russell Lee (1903-1986), autor de numerosas imágenes de la Gran Depresión que hoy se muestran como iconos de la edad moderna, realizadas en el año 1936 en el marco de la FSA y, al igual que los trabajos de Evans y Lange, marcadas por una representación digna de la pobreza, con el objetivo de llegar a influenciar a las clases políticas y de poder; Jack Delarno (1914- 1997) cuyas fotografías conllevan una fuerte carga emocional,

siendo su trabajo, como el de muchos otros fotógrafos de la época, muy influenciado por las fotografías de Evans. (Sarriguarte Gómez, 2010, pp. 176 - 179) Además de los nombrados, existen otros autores estadounidenses que se podrían considerar “clásicos de la fotografía”, pero en este caso, debido al tema y la extensión de la presente investigación, mencionamos tan solo a los más representativos.

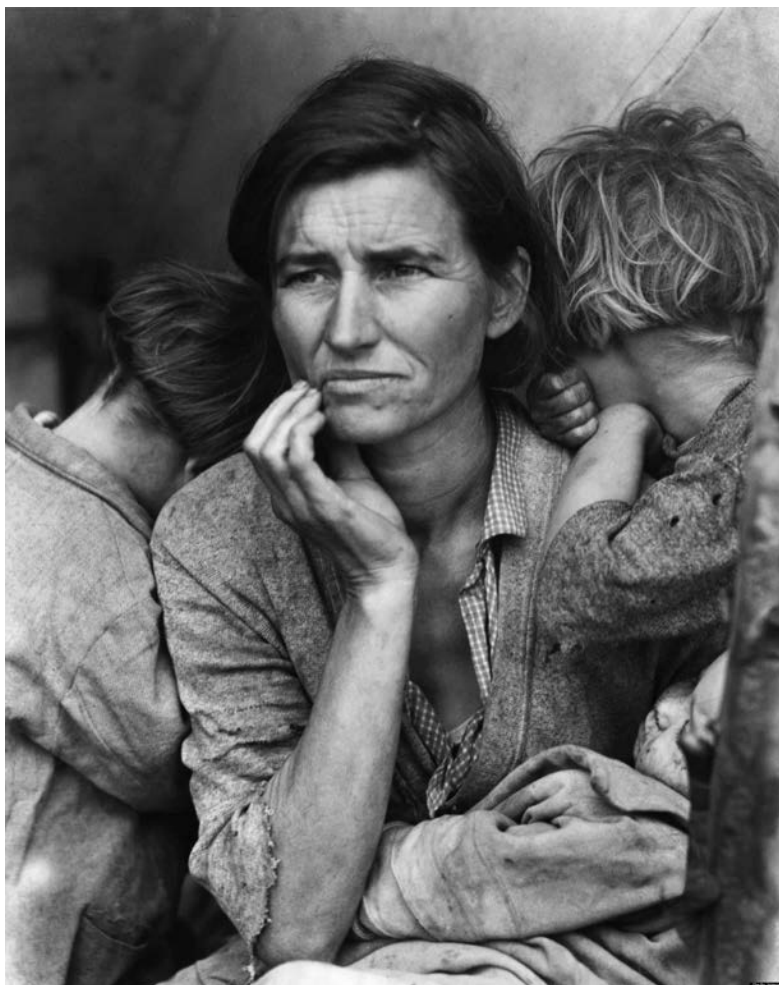


Imagen 12. *Madre emigrante*; fotografía: Dorothea Lange (FSA, 1938)

Mientras tanto, en Europa comienza la Guerra Civil Española que duraría desde 1936 hasta 1939. Este conflicto fue el primero en la historia ampliamente fotografiado, convirtiéndose, también así, en un “ensayo” del más sanguinario conflicto de la historia – la Segunda Guerra Mundial.

Tal y como fue explicado, el periodo entre dos guerras trae varios avances tecnológicos, en cuanto al tamaño, portabilidad, lentes y sensibilidad de las películas.

Ya nada impide a los fotoperiodistas a tomar instantáneas *in situ*, en condiciones desfavorecidas de luz, movimiento... El reportero ya no es un observador pasivo de los acontecimientos, se convierte partícipe de la acción, y por tanto de la guerra. A diferencia de la I Guerra Mundial, en la que reinaba la censura con respecto a la cobertura foto-periodística de los acontecimientos, en el caso de esta nueva contienda, la española, las revistas paradigmáticas como *Vu* o *Life* cubrieron plenamente el conflicto. Aquí destaca el trabajo de una generación mítica de fotógrafos como Robert Capa, Cartier Bresson o Gerda Taro entre otros.

Tal y como indica Doménech (2005) “el reporterismo de guerra no tenía entonces su libro de estilo y los profesionales no dudaban en poner sus ideas delante y detrás de la cámara. La fotografía de guerra en la Guerra Civil no es ni muy técnica ni muy espectacular, tendía al más crudo dramatismo, a la propaganda, y sobre todo, a la foto preparada, a la impostura para la cámara”. (p.290)

Por su parte, el autor John Mraz (2003) destaca que “dentro del contexto de un derramamiento encarnizado de sangre fraterna, la propaganda y la entrega eran prioritarias; las preocupaciones que hoy tenemos acerca de la honestidad fotográfica pasaron en ese entonces decididamente a un segundo plano, sobre todo teniendo en cuenta que podía sacarse un gran provecho a las imágenes tanto en la pelea por la lealtad de los españoles, como en el reclutamiento de ayuda foránea, de la cual dependían en alto grado lo mismo los republicanos que los fascistas”.

Una de las imágenes icónicas de este conflicto es la *Muerte de un miliciano* de Robert Capa, siendo al mismo tiempo una de las fotografías más controvertidas de la historia, dadas las dudas sobre su “autenticidad”. La imagen fue publicada en la revista *Vu* (1936) y posteriormente en la revista *Life* (1937), en un reportaje bajo el título: *Death in Spain: the civil war has taken 500.000 lives in one year.*



Imagen 13. *Muerte de un miliciano*; fotógrafo: Robert Capa (1936)

La fotografía *Muerte de un miliciano* muestra el momento de la muerte de un soldado ante el “supuesto” impacto de un disparo enemigo. A lo largo de los años, la veracidad de esta fotografía ha sido cuestionada por diferentes motivos: se duda de la identidad del miliciano, del lugar en el que se hizo la instantánea, e incluso de su misma muerte.

Tal y como destaca Sousa (2011) “las aportaciones que antes y después del conflicto español traen los fotoperiodistas paradigmáticos son varias. Con relación a la cobertura de guerra los fotoperiodistas pioneros como Capa abren el debate: para informar ¿se debe mostrar o sugerir?” La pregunta indica dos vías de actuación: Capa prefiere sugerir la amenaza, mientras que, años después, fotógrafos como Don McCullin deciden enmarcar su producción dentro de la estética del horror (p.103). Cabe destacar que este debate sigue siendo vivo en la actualidad.

Sin embargo, las imágenes tomadas por todos los fotógrafos en la Guerra Civil a menudo fueron una forma de denuncia sobre los horrores sufridos por el pueblo español.

Durante la II Guerra Mundial el fotoperiodismo continúa mostrando las atrocidades y horrores de la guerra. Sin embargo, el autor Jorge Pedro Sousa apunta que “la fotografía periodística de la Segunda Guerra Mundial fue utilizada con fines desinformativos, contra informativos, y propagandísticos”. (p.137)

En el mismo contexto, Gisele Freund (2006) destaca: “Durante las dos guerras mundiales la prensa alemana, al igual que la prensa de los aliados, estaba llena de fotografías trucadas. Se publicaban fotos estimulantes y muy escogidas. Los censores respectivos no solo suprimían las que hubiesen podido perjudicar a la defensa: fábricas camufladas, fortificaciones, emplazamiento de baterías, sino también las imágenes que mostraban las destrucciones y sufrimientos causados por sus propios ejércitos a los países enemigos. “(2006, p.148)

Pese a esta circunstancia, la II Guerra estuvo cubierta fotográficamente por ambos bandos: por un lado se glorificaban Hitler y el ejército nazi, y por el otro se honraban los logros de las tropas aliadas, principalmente mediante la actividad de la revista *Life* en Estados Unidos. (Sousa, 2011; Amar, p.70). No fue hasta después de la guerra que las fotografías que mostraban los horrores cometidos fueron mostradas al público.

Se debe mencionar la actividad foto-periodística, durante la contienda, de renombrados fotógrafos como Henri Cartier-Bresson, W. Eugene Smith, Margaret Bourke-White o Robert Capa entre otros. Estos fotoperiodistas se identificaron con los fines de los aliados, y se podría decir que con sus trabajos ayudaron a vencer al fantasma del fascismo.

3.2.3. Características del fotoperiodismo occidental en la posguerra

El periodo de la posguerra está caracterizado por la disputa entre dos superpotencias – los Estados Unidos y la Unión Soviética – y sus respectivas ideologías – el capitalismo y el comunismo – para dominar el mundo. Esto prepara el terreno para la guerra fría. La lucha entre las dos ideologías dominantes también influye al

fotoperiodismo, lo que llega a demostrarse con claridad en las dos guerras con los fines geopolíticos y el trasfondo ideológico: las de Corea y Vietnam.

En el año 1947 nace la mítica agencia Magnum, fundada por los más grandes fotógrafos de la historia – Robert Capa, David Seymour, Henry Cartier-Bresson y George Rodger. Magnum surge como una respuesta a la relación entre el periodismo, el poder y los *new media*. En Magnum se apuesta (todavía al día de hoy) por la calidad fotográfica, la fotografía de autor, la ética y el carácter humanista de sus fotógrafos. (Sousa, 2011, pp.159-168)

En el 1955 aparece *The Family of The Man* – la exhibición de fotografías más grande hasta entonces, organizada en MOMO de Nueva York – que hace visible la fotografía humanista universalista (*conserned photography*), cuyo legado llegará más tarde a influir a grandes fotógrafos como Sebastian Salgado.³⁸

Esta exposición sienta las bases para que en el año siguiente, 1956, nazca el paradigmático *World Press Photo*³⁹, que influirá decisivamente en el desarrollo del fotoperiodismo tal y como lo conocemos al día de hoy.

En los años 60, la televisión como medio de masas llega a numerosos hogares alrededor de la tierra, y se convierte en la fuente primaria de información para un notable número de personas en todo el mundo. La información se vuelve más accesible y más barata que nunca, con lo que empieza una nueva era en cuanto a la accesibilidad de la información.

38 Para más información ver capítulo 2, sobre *World Press Photo*

39 Ibid.

3.2.4. Vietnam, la Guerra del Golfo Pérsico y otros conflictos que marcaron el fotoperiodismo mundial

El autor Sousa (2011) denomina la época desde los años 60 hasta los 80 como la segunda revolución del fotoperiodismo, siendo aquí el detonante la guerra de Vietnam (1955-1975).

La guerra de Vietnam fue la primera y la última guerra de “libre acceso”, en el sentido de que los fotoperiodistas podían desarrollar su trabajo con cierta libertad – todo lo opuesto a los grandes conflictos bélicos de las épocas anteriores, pero también a los conflictos e intervenciones armadas posteriores. (Sousa, 2011; Soulages, 2009)

Tal y como indica François Soulages (2009) “en tan solo medio siglo, la libertad de los reporteros gráficos se ha visto drásticamente reducida, hasta el punto de que no es ilegítimo ni retórico preguntarse si aún es posible hablar de libertad. La comparación entre las modalidades de ejercicio de esta actividad en dos tipos de guerras llevadas a cabo por el mismo país, los Estados Unidos, resulta interesante: durante la guerra de Vietnam, la libertad de los reporteros gráficos era relativamente importante; durante la guerra del Golfo o la de Irak, era casi nula, el fotógrafo ya no podía fotografiar libremente. En el primer caso, podía hacer las fotos que quisiera o pudiera – aunque su libertad no era absoluta – y elegía a la vez su objeto y la manera de tratarlo; en el segundo caso, hace solo las fotos que se le permite hacer, o incluso las que se le pide que haga”. (pp.242-243)

Ciertos autores (Sousa 2011; Sontang 2006) afirman que las fotografías de la Guerra de Vietnam han jugado un rol decisivo en crear el sentimiento anti-guerra. La televisión no podía profundizar en el conflicto de la misma manera que un fotoperiodista, debido a los grandes equipos y maquinaria pesada que se utilizaba en aquel entonces, a diferencia de una cámara fotográfica. (Sousa, p.188)

Tal y como concluye Susan Sontag (2006), “las fotografías pueden ser más memorables que las imágenes móviles, pues son fracciones de tiempo nítidas, que no fluyen. La televisión es un caudal de imágenes indiscriminadas, y cada cual anula a la precedente. Cada fotografía fija un momento privilegiado, convertido en un objeto delgado que se puede guardar y volver a mirar. Fotografías como la que cubrió la primera plana de casi todos los diarios del mundo en 1972 – una niña survietnamita desnuda, recién rociada con **napalm estadounidense**, que corre hacia la cámara por una carretera, chillando de dolor, con los brazos abiertos – probablemente contribuyeron más que cien horas de atrocidades televisadas a incrementar la repugnancia del público ante la guerra.” (2006, p.35)

La imagen a la que nos dirige Sontag (2006) se había convertido en uno de los iconos del conflicto bélico en Vietnam.



Imagen 14. La niña survietnamita rociada con napalm; *World Press Photo of the Year 1973*; fotógrafo: Nick Ut

En el comentario de Sontag (2006) sobre la fotografía podemos ver que la autora habla de una bomba de napalm lanzada por el **ejército estadounidense** – un dato más que lógico dadas las circunstancias del conflicto.

Pues bien, analizando diversas fuentes que hablan sobre la misma fotografía, vemos que el discurso periodístico occidental sobre este acontecimiento cambia con los años, manipulando el imaginario colectivo sobre la realidad, de una manera muy sutil pero poco ética: varias publicaciones que aparecen más de 40 años después del conflicto afirman que **la bomba de napalm fue lanzada por el mismo ejército sur vietnamita**, influyendo así en la connotación que un lector poco instruido en el tema tendrá cuando observe la fotografía.

Lo mismo pasa en la página web del *World Press Photo*, donde aparece un texto explicativo sobre la imagen que aquí nos interesa: “La ganadora de *World Press Photo* del año 1972 se ha convertido en la imagen más icónica de todas las premiadas en todos los años: es la fotografía hecha por Nick Ut, de Kim Phuc huyendo después de que los **aviones Sur Vietnamitas por error** echaran napalm sobre su aldea.”⁴⁰

Este comentario nos hace creer que los EEUU no han tenido nada que ver en esta batalla, y además afirma **¡que se trató de un error!**.

Pues bien, en el periódico barcelonés *La Vanguardia* pudimos encontrar una entrevista con la niña rociada por napalm que aparece en la fotografía, Kim Phuc (ahora ya una mujer), publicada el 18 de junio de 1998, bajo el título “Abraqué al capitán que me lanzó napalm”.

40 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/collection/>



Imagen 15. Retrato de Kim Phuc en el periódico español *La Vanguardia* (1998)

En la entrevista podemos leer, entre otras cosas, cómo la mujer Kim Phuc responde a la pregunta si hizo las paces con su pasado: “Sí, fui a Washington en 1996 para dar un discurso en el memorial en honor de los veteranos de Vietnam, y allí estaba **el capitán John Plummer**, el oficial que ordenó lanzar las bombas de napalm sobre mi pueblo”.

De este comentario – como de muchas otras pruebas – queda perfectamente claro que detrás del lanzamiento de la bomba de napalm estaba el ejército de EEUU, en concreto el capitán *John Plummer* fue quien recibió y ejecutó la orden.

Kim Phuc también añade: “La guerra hace que todos seamos víctimas. Yo como niña sufrí, fui una víctima, pero él, que hacía su trabajo como soldado, también fue una víctima. Yo tengo dolores físicos, pero él tiene dolores emocionales y creo que son peores que los míos...”

Estamos de acuerdo con el autor Jorge Pedro Sousa (2011) quien indica que “después de Vietnam los conflictos fueron, por regla general, representados en términos de violencia sensacional”. (p.193)

El mismo autor (Sousa, 2011) remite a la tercera revolución del fotoperiodismo, refiriéndose al escenario mundial de los años 80 y 90.

Esta época se caracteriza por el final de la Guerra Fría, de la que Norteamérica sale airosa, quedando su poder indiscutible, mientras que la Unión Soviética se disuelve. La rivalidad entre las dos potencias no solo se manifestaba en la lucha entre el capitalismo y comunismo, sino también se revelaba como una lucha intelectual, entre los valores que cada uno tenía que sostener delante del otro. El nuevo orden geopolítico mundial lleva a la relajación de los valores, donde las clases sociales se diluyen. Es una época de individualismo sin individuo y del desencanto global.

Algunos acontecimientos como la caída del Telón de acero, la implantación de las nuevas tecnologías de información y comunicación, el conflicto de las Malvinas, la Guerra del Golfo Pérsico, las guerras de la ex Yugoslavia, Chechenia, Ruanda, la transnacionalización, la expansión de la democracia, el nuevo cuadro político-administrativo en Oriente Medio, surgimiento del derecho de intervenciones “humanitarias” como en Somalia o Serbia, la dominación de EEUU como superpotencia en el panorama socio-político mundial, la globalización, son los acontecimientos que influyen en el cambio de la actividad foto periodística tal y como la conocíamos hasta el momento. (Sousa, 2001, pp. 219-221)

A estas alturas consideramos apropiado mencionar la mítica fotografía de la niña afgana, tomada por el fotógrafo Steve McCurry en el 1985, mientras se desarrollaba el conflicto bélico en Afganistán (1978-1992). Cabe mencionar que la imagen ha tenido un gran impacto en el mundo occidental.

Se debe recordar, que este conflicto fue considerado como parte de la guerra fría entre la Unión Soviética y Estados Unidos: la Unión Soviética apoyaba las fuerzas armadas de la República democrática de Afganistán, mientras que varios países occidentales, encabezados por los Estados Unidos, apoyaban a los grupos guerrilleros afganos islámicos proporcionándoles armas y dinero.⁴¹

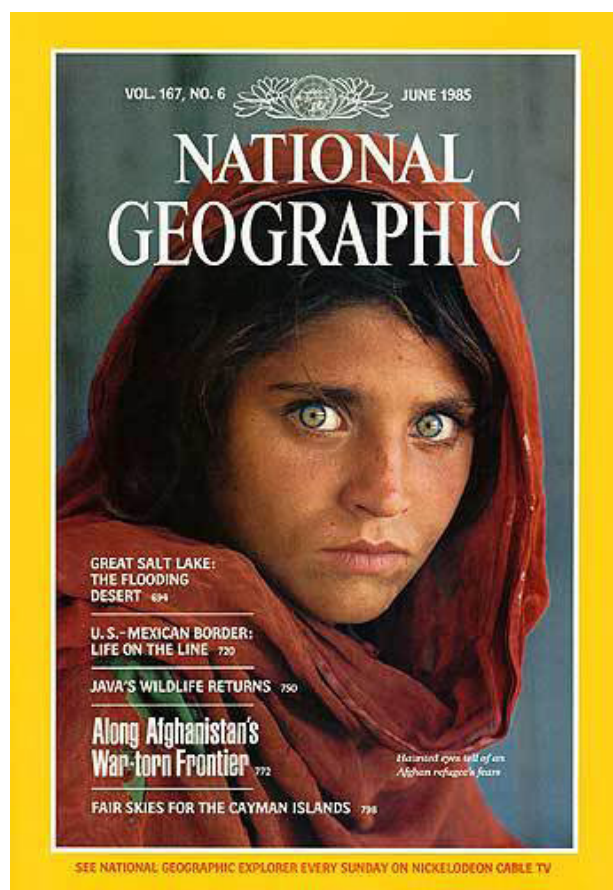


Imagen 16. Niña afgana; portada *National Geographic*, 1985; fotógrafo: Steve McCurry

Pues bien, la fotografía muestra a Sharbat Gula, una niña afgana, en el campo de refugiados Nasir Bagh, en Peshawar, Pakistán, que tuvo que huir de su país después de que “los helicópteros de la Unión Soviética destrozaran su pueblo”.⁴² Steve McCurry llevaba dos años en Pakistán “trabajando en una historia sobre los millones de refugiados que tuvieron que abandonar sus hogares en Afganistán durante la invasión soviética”,⁴³ se indica en el archivo de la revista *National Geographic*.

41 *Wikipedia*, página web oficial, disponible en URL [https://es.wikipedia.org/wiki/Guerra_de_Afganist%C3%A1n_\(1978-1992\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Guerra_de_Afganist%C3%A1n_(1978-1992))

42 *National Geographic*, página web oficial, disponible en URL: http://web.archive.org/web/20081216045749/http://www.nationalgeographic.com/ngm/100best/multi1_interview.html

43 *Ibid.*

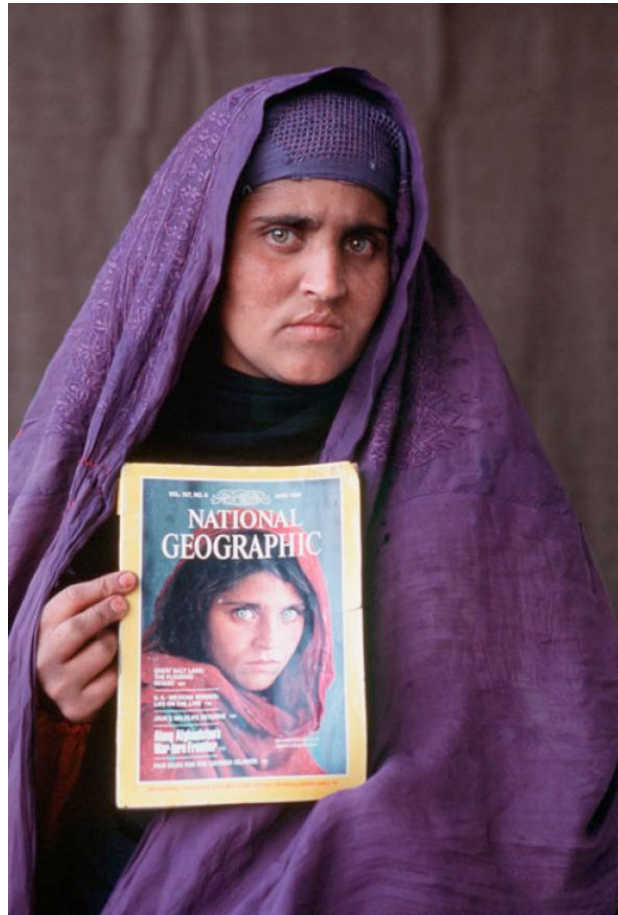
La fotografía de la niña de ojos verdes, publicada en la portada de *National Geographic* en el año 1985, dio la vuelta al mundo convirtiéndose en un icono de la miseria y sufrimiento del pueblo afgano durante el conflicto, así como en un símbolo de la situación de los refugiados alrededor del planeta.

Tal y como indica Whitlock (2007), la primera vez que esta fotografía fue publicada, fue usada como un instrumento de condena a la intervención soviética en Afganistán, que inspiró a muchas personas que la vieron a hacer acciones humanitarias para los refugiados de Afganistán. (p.69)

Pero la historia de la niña de ojos verdes no acaba aquí de cara al mundo occidental.

Las imágenes que podemos ver a continuación, muestran a Sharbat Gula adulta: 17 años después de haberla retratado, Steve McCurry, junto con el equipo de *National Geographic*, viajó en busca de la niña de ojos verdes, y la encontró. La mujer que podemos ver en la fotografía, se ve notablemente envejecida, su rostro revela que no ha tenido una vida fácil, y sus ojos verdes ya no brillan con la misma intensidad.





Imágenes 17 y 18. Sharbat Gula; *National Geographic*, 2002; fotógrafo: Steve McCurry

La revista *National Geographic*, publicó las fotografías en el año 2002, acompañadas de un artículo bajo el nombre *A life Revealed*⁴⁴, sobre la desdichada vida de la mujer. El artículo, además de describir la vida de Sharbat Gula, narra sobre la muerte de sus padres como consecuencia de las bombas soviéticas, y la desgracia de ella y el pueblo afgano a raíz de la participación rusa en el conflicto. En ningún momento se menciona la participación estadounidense en la guerra de Afganistán.

Podemos observar de qué manera el discurso (foto) periodístico occidental nuevamente evade de una forma muy sutil la participación americana en este conflicto, atribuyéndole a los rusos la culpa de todas las desgracias y miserias que sufre el pueblo afgano.

44 Artículo *A life Revealed*, *National Geographic*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.nationalgeographic.com/magazine/2002/04/afghan-girl-revealed/>

Es interesante observar que tanto la búsqueda de la niña de ojos verdes, como la publicación de su retrato de mujer, tienen lugar justo después de los atentados del 11 de septiembre de 2001 en EEUU, a partir de los cuales comienza la segunda guerra de Afganistán que dura desde entonces hasta el presente.

Whitlock (2007) indica que la segunda imagen fue publicada durante incursiones extranjeras en Afganistan muy diferentes de aquellas de la época de la primera fotografía. La prisa por encontrar a la mujer y ponerle un nombre, coincide con la aparición pública de mujeres afganas en los medios occidentales a partir de 2001. Para subrayar la necesidad del lector occidental de atribuirle un rostro y nombre a la mujer afgana, de lo que Sharbat Gula se hace un símbolo, el autor se sirve de palabras de Judit Butler (2004): una “racionalización para nuestra violencia, la incursión de la soberanía, y las muestras de los civiles”. (Whitlock, 2007, pp. 69-75)

Siguiendo en este contexto, Whitlock (2007) destaca que Sharbat Gula viene de Tora Bora (supuestamente el refugio de Osama Bin Laden), la región que estaba sometida a una intensa campaña de bombardeo estadounidense en el invierno de 2001-2002, dentro de la primera ofensiva en la Guerra al Terrorismo: *Operation Enduring Freedom*. Refiriéndose a la fotografía de la niña de ojos verdes (ahora ya mujer), el autor considera que cuando las personas afganas son individualizadas y reconocidas de esta manera, no es algo profético, sino mas bien estratégico. (p.73)

“La influencia de la historia de la niña afgana se mueve en el marco de la preocupación humanitaria por hacer lo políticamente correcto, algo que influye a la mercantilización de las vidas de víctimas de diferentes desgracias, convirtiéndoles así en sujetos apropiados para la compasión. La reaparición de Sharbat Gula en el año 2002, de hecho contribuyó a que se generaran numerosas donaciones al fondo humanitario de la revista *National Geographic* para las mujeres afganas”, destaca Whitlock (2007, p.73)

Pero esto no es la única función de la fotografía en cuestión.

A modo de conclusión, el autor (Whitlock, 2007) cita a Perera, quien considera que “el cuerpo de la niña afgana es un punto en el que se encuentran los principios de la seguridad y del humanismo, y donde la guerra y las ayudas humanitarias están estrechamente conectados: a través de la mirada con sus ojos verdes se legitiman un nuevo abanico de intervenciones – humanitarias, militares, legales, socio-económicas y políticas – en la guerra de Afganistán.” (p.71)

Cabe la duda si el fotógrafo, pasados los años, comenzó la búsqueda de la niña impulsado por razones humanitarias y preocupación por ayudar a esta mujer tal y como indica McCurry, o bien fue la situación geopolítica mundial la que actuó como impulso investigador para realizar la segunda imagen.

El ejemplo nos sirve para subrayar que ninguna imagen es “inocente”, y que toda fotografía, y más en el caso de iconos modernos como la foto de la “niña afgana”, pueden ser y son utilizadas como armas, siendo fuertes instrumentos de diferentes propagandas políticas e ideológicas.

No obstante, si obviamos el contexto informativo de las dos imágenes de Sharbat Gula, su marco histórico, socio económico y cultural, es cierto que ambas poseen un gran valor estético – circunstancia que precisamente posibilitó que se convirtieran en “iconos”. Tal es su valor estético que ya la primera imagen fue comparada con la Mona Lisa de Leonardo da Vinci, y popularmente denominada “*the First World’s Third World Mona Lisa*” (Hesford y Kozol, 2005, p.1).

La fotografía en general se convierte en mercancía, al mismo tiempo que continua siendo un fuerte instrumento político y de propaganda de narrativas ideológicas de esferas de poder (hoy en día EEUU). Las fotografías al estilo *paparazzi*, entran en todos los ámbitos de nuestra vida, incluido el fotoperiodismo. Los fotógrafos, al estilo de buitres, empiezan a perseguir sus “víctimas”, siendo estas los famosos o víctimas de guerras y desastres naturales.

La Guerra del Golfo en el año 1990 es uno de los sucesos paradigmáticos en cuanto a la manipulación de la información por medio de la imagen fotográfica – manipulación ejercida tanto por los fotógrafos de prensa como por los medios de comunicación, siendo el cubrimiento del conflicto la primera señal que el fotoperiodismo está entrando en una profunda crisis.

Este caso muestra el grado de desinformación al que pueden llegar los medios de comunicación para presentar “una realidad” cercana a sus intereses, y también la capacidad de los medios de hacer de la guerra un “espectáculo”.

Walker (en Lister, 1997, p.305) analiza “las implicaciones que la guerra del Golfo ha tenido para la fotografía tal y como la conocemos”, y apunta que respecto a este acontecimiento se ha llegado a un consenso: “La guerra del Golfo cambió la naturaleza del fotoperiodismo y sus principios más preciados se han eliminado de raíz”. (Walker, 1997, p.308)

La Guerra del Golfo, pues, cambió radicalmente la manera en la que los medios de comunicación trataban las noticias. Walker (en Lister, 1997) destaca que “cualquier persona interesada en el tema de la fotografía, en la era de la simulación electrónica, ha tenido que considerar lo que ocurrió durante esas pocas semanas. Y más concretamente, lo que nos reveló”. (p.305)

Según el autor, esta guerra establece claras diferencias con respecto a la guerra de Vietnam: ateniéndose a esta comparación, la caracteriza como “virtual”, de “alta tecnología” y “televisada”. (Walker, 1997, p.306)

Describiendo los reportajes de la Guerra del Golfo, Walker (en Lister, 1997) apunta que estos consistían en tres cosas: “crónicas desde la sala de oficiales, en las que la versión militar norteamericana se presentaba palabra por palabra (al pie de la letra); un sinnúmero de cabezas parlantes, de vuelta al estudio, de pie, junto a su castillo de arena, pretendiendo saber lo que estaba ocurriendo; y, naturalmente,

los más dramáticos reportajes de la CNN en Bagdad, en *directo* desde el frente”. (Walker, 1997, p. 306)

El autor concluye que “el hecho de que todo esto fuera *en directo, al pie de la letra* y en tiempo *real*, no significa que fuera verdad. (...) Los periodistas que estuvieron *allí*, no estuvieron más *allí* que lo que estábamos nosotros delante de nuestras pantallas”. (Walker, 1997, pp.306-307)

Desde los principios de los '90 hasta el día de hoy, varios autores debaten sobre la teoría política del efecto CNN. Esta teoría intenta explicar el papel de los medios de comunicación como actores internacionales y catalizadores de políticas (Robins 1999,2013; Livingsgton, 1997; Gilboa, 2005; Cottle, 2009; Jakobsen, 2000).

El autor Eytan Gilboa (2005), en su estudio *The CNN effect: The search for a communication theory of international relations*, define el efecto CNN y apunta que “cadenas de televisión mundiales, como CNN y BBC World, se han convertido en actores decisivos en la determinación de políticas exteriores, así como en las soluciones de sucesos significativos”. (2005, p. 27)

Para Emilio Gonzalez (2015), el efecto CNN es “el término genérico que denota el impacto de la exposición mediática en tiempo real de eventos como guerras y catástrofes naturales, sobre sociedades y gobiernos a nivel nacional e internacional. El término fue acuñado en los primeros años de la década de los noventa para explicar la influencia de los medios de comunicación *mainstream* sobre las decisiones de política exterior de las principales potencias, especialmente de Estados Unidos en situaciones de catástrofe humanitaria en lugares como el Golfo Pérsico, Bosnia o Somalia”.

Para los propósitos de la presente investigación, nos apropiamos de las palabras de Pierce Robinson (2013): “El término 'efecto CNN' ha llegado a entenderse como sigla para la noción de que los principales medios de noticias, y no solo CNN, hayan tenido un efecto acrecentado sobre la formulación de la política exterior.”

Así las cosas, el concepto llamado “efecto CNN” se puede ligar a toda cobertura periodística de catástrofes humanitarias a través de distintas plataformas mediáticas (en el día de hoy la mayoría funcionan en tiempo real), sin centrarse en esta cadena televisiva. En un contexto más genérico, igualmente se puede aplicar al fotoperiodismo: la reiterada exposición de fotografías sobre algún acontecimiento puede utilizarse para reforzar la política exterior de algún país, para así influir en la formación de la opinión pública.

Tal y como indica Soulages (2009), “la reacción del pueblo americano durante la guerra de Vietnam no ha vuelto a producirse en la guerra del Golfo ni Irak, donde la fotografía fue reemplazada por películas realizadas desde varios aviones con el guión y los comentarios de los expertos en comunicación que parecían tener como modelo *Apocalypse now* y la ideología futurista de Benyamin”. (p. 245)

A diferencia de la gran cobertura televisiva de la Guerra del Golfo (en los cuarteles, los *pools* y las panorámicas hechas desde el aire), hubo pocas imágenes publicadas de este conflicto, de sus pormenores y sus víctimas. Una de éstas fue la fotografía premiada por el *World Press Photo of the Year* en el año 1992, tomada por el fotógrafo David Turnley, que se convirtió en el icono de esta guerra. La imagen muestra a un soldado estadounidense herido y descompuesto por el dolor, llorando sobre el cadáver de su amigo que murió en la batalla. Un segundo soldado estadounidense aparece con la cabeza vendada después de ser herido en el ataque.



1992

→ [view the 1992 Photo Contest](#)

→ [view the 1992 Contest in Context](#)

During the first months of 1991, the Gulf War dominated the headlines. Many prize-winning photos showed the endless burning oilfields and gushing wild oil wells, caused by the retreating Iraqi army.

World Press Photo of the Year **David Turnley**

Imagen 19. *World Press Photo of the Year 1991*; fotógrafo: David Turnley

En el comentario del *World Press Photo* sobre esta y otras fotografías premiadas en el año 1992, se dice que muchas de ellas mostraban: “los interminables campos petrolíferos en fuego y los pozos salvajes de petróleo saliendo a borbotones, todo ocasionado por el ejército iraquí en retirada.”

Nuevamente podemos observar que en el discurso (foto) periodístico occidental, en primera instancia se intenta evadir, de una forma perspicaz, la responsabilidad estadounidense en el conflicto.

Tal y como indica Griffin (2010), esta fotografía representa un símbolo de la Guerra del Golfo Pérsico en el mundo occidental, ya que se trata de una de las pocas imágenes publicadas durante el conflicto. El autor afirma: “Esta ha sido la única fotografía publicada en alguna de la docena de revistas de noticias que hemos analizado, que mostraba una expresión humana del trauma, comparable a las fotos de Vietnam, como 'Tender la mano' de Larry Burrows, 'El masacre de Kent State' de John Filo o 'Napalm accidental' de Nick Ut. La fotografía está en duro contraste con las imágenes del gran cuerpo de la Guerra del Golfo, muchas de las cuales

representan una especie de tecno-guerra.” (2010, p.27)

La imagen causó grandes controversias, por estar acusados tanto el fotógrafo como el concurso por reflejar solo un punto de vista del conflicto: el americano.

Tal fue la polémica que en la página web del *World Press Photo* podemos encontrar el siguiente comentario de “disculpa”: “El *World Press Photo of the Year 1991* también ha representado el punto central de la crítica, durante el debate organizado por *World Press Photo*, en la cuarta edición de *Visa Pour l’Image* en Perpignan, Francia. El objetivo explícito del debate ha sido enfrentar los pros y los contras de *World Press Photo* y su trato de los profesionales que trabajan en el campo de fotoperiodismo. Por ejemplo, la imagen ganadora de Turnley ha sido criticada por mostrar exclusivamente el punto de vista americano, algo que dio pie a una crítica más general, dirigida al hecho de que la mayoría de los autores de las imágenes premiadas por el concurso provienen de los países desarrollados. Una vez más, quedó claro que la organización debería emplear más esfuerzos para premiar trabajos de los fotógrafos de otros países no occidentales.”⁴⁵

Aun hablando de la Guerra del Golfo, por ende nos apropiamos de la opinión de Sousa (2011) cuando afirma: “Estamos convencidos de que la cobertura foto periodística de la Guerra del Golfo sirvió, esencialmente, para estabilizar conceptos algo estereotipados (la superioridad armada norteamericana y la superioridad moral aliada) y para personalizar la guerra (Bush *versus* Saddam, frecuentemente colocados en confrontaciones a través de las fotos publicadas en periódicos), lo que permitió una explotación emocional de los ciudadanos a través de una direccionalidad facilitada hacia los odios y los afectos”. (p.232)

Para concluir este breve recorrido por los conflictos bélicos que tienen que ver con el principio de la “tercera revolución” del fotoperiodismo (según Sousa 2011),

45 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/collection/context/photo/1992>

observaremos una fotografía referente a las guerras del desmantelamiento de Yugoslavia. Este país, próspero mientras lo gobernaba Tito, diez años después de su muerte entró en varias guerras fratricidas que, a lo largo de los conflictos, se iban denominando “guerras de agresión”, aunque no hubo agresión exterior hasta 1999, y eso por parte de la OTAN, con el pretexto humanitario.

Noam Chomsky (1995) considera que Occidente tenía un plan claro con respecto a Europa del Este: “quiere convertir grandes zonas de ese territorio en parte del Tercer Mundo. Siempre ha habido una especie de relaciónseudocolonial entre Occidente y Europa del Este; de hecho el bloqueo soviético de esa relación constituyó una de las causas de la Guerra Fría. Ahora se están restableciendo y hay un serio conflicto sobre quién va a ser el ganador en la carrera para asegurar la explotación y la depredación en esa zona del planeta.” (1995, p. 36)

Durante la guerra de Yugoslavia, desde el principio de la desmembración del país, los Estados Unidos y la Comunidad Europea alentaban a los secesionistas que, empezando por la república de Eslovenia, se iban independizando en cadena. Los problemas surgieron a la hora de independizarse las repúblicas mixtas, compuestas por varios pueblos constitutivos, en primer lugar Bosnia, donde convivían, durante siglos, Musulmanes, Serbios y Croatas.

La guerra en Bosnia, que duró de 1991 hasta 1995, ha ocupado portadas de todos los países del mundo. Sin entrar, en esta ocasión, en los pormenores del conflicto, sus causas o el reparto justo de responsabilidades – de lo que se han escrito toda una biblioteca de libros y estudios, y de lo que aun duran los juicios en el Tribunal de la Haya – el hecho es que el Occidente tomó parte activa en la contienda, tanto en el plan diplomático como en el mediático. Pues bien, en el intento mediático, muchas veces justificado, de sensibilizar la opinión pública occidental en contra de una parte y a favor de la otra, también hubo grandes manipulaciones y atropellos contra la verdad.

Pizarroso Quintero (2008) habla de lo que hoy llamamos las “nuevas guerras” refiriendo al conflicto en Bosnia: “La guerra de Bosnia-Herzegovina y mucho más la de Kosovo, responden al modelo en el que la gran potencia hegemónica interviene en un conflicto periférico (en esta ocasión muy poco periférico) sola o acompañada de sus aliados europeos. En la primera, sobre todo del periodo posterior al momento en que las fuerzas de interposición de la ONU se convirtieron en fuerzas bajo mando OTAN que podían intervenir directamente. En la segunda, Kosovo, por cuanto significó la transformación de la OTAN y la primera guerra en la que esta organización interviene como protagonista en primera persona”. (Pizarroso Quintero, 2008)

En un conflicto que al principio se presentaba muy confuso para cualquiera que no supiera el trasfondo y la historia de la no siempre pacífica convivencia de los pueblos de Bosnia, los medios occidentales muy pronto se prestaron a la tarea de simplificar la contienda estableciendo papeles claros de víctima y agresor. Así las cosas, en la cobertura mediática, a nivel mundial, durante los cuatro años de la guerra, tan solo se hablaba de civiles bosnios (musulmanes) y las milicias serbias, casi nunca de milicias musulmanas y civiles serbios. Según este patrón de interpretar las cosas en blanco y negro, y de justificar la postura política del Occidente frente el conflicto, a la opinión pública se le sirvió, entre otras, una imagen que dio vuelta al mundo, del supuesto campo de concentración serbio.

Tal y como indica el autor Mikel Itulian (2013) refiriendo a esta imagen “en el año 1992, en agosto, prácticamente todos los medios corporativos del mundo mostraban la “prueba” del nuevo genocidio por estos nuevos nazis, los serbios. La supuesta prueba era una fotografía de una persona en estado casi raquíptico rodeada de alambre de espino. La imagen era impactante y engañó a gran parte de la población occidental” (2013).



Imagen 20. Fikret Alic; Bosnia, 1992; fotografía extraída del TV material del cámara Jeremy Irvin

En el artículo titulado „La imagen que engañó al mundo” (1997), el periodista alemán Thomas Deichmann, testigo de la guerra en Bosnia, cuenta que la imagen de un hombre esquelético, encerrado detrás de alambre de púas, que se ha convertido en símbolo mundialmente conocido de la guerra en Bosnia, no es precisamente lo que parece. „La imagen representa a Fikret Alic, un Musulmán bosnio, demacrado y desnudado hasta la cintura, aparentemente emprisionado detrás de alambre de púas, en el campo de Trnopolje, llevado por los Serbios de Bosnia. La imagen ha sido extraída del videotape filmado el 5 de agosto de 1992, por un equipo muy premiado de televisión británica, encabezado por Penny Marshall (ITN) con su cámara Jeremy Irvin, y acompañado por Ian Williams (*Channel 4*) y reportero Ed Vulliamy del periódico *Guardian*. Para muchos, esta imagen se ha convertido en símbolo de las atrocidades en la Guerra de Bosnia – ‘Belsen 92’ tal y como denomina a la fotografía el diario británico *Daily Mirror*, en su portada de 7 de agosto de 1992. Pero la imagen engaña. El hecho es que Fikret Alic y sus acompañantes bosnio-musulmanes no estaban emprisionados dentro de la valla de alambre de púas. El

recinto de Trnopolje no estaba vallado por alambre de púas. No era ninguna prisión, y menos un 'campo de concentración', sino un centro de acogida de refugiados, muchos de los cuales llegaron allí en busca de seguridad y podían marcharse a voluntad. El alambre de púas en la imagen no rodea a los musulmanes bosnios, sino que rodea al cámara y los periodistas. Formaba parte de una valla de alambre medio rota, que circundaba un pequeño coto cercano al recinto de Trnopolje. El equipo británico rodaba desde dentro del coto, haciendo imágenes de los refugiados y del campo a través de la valla del coto. En ojos de mucha gente que las vio, las imagen resultantes dejaron la falsa impresión de que los Bosnios musulmanes estaban enjaulados detrás de alambres de púas. Fuera cual fuera la intención del equipo de noticias británico, lo que hicieron se vio alrededor del mundo como primera evidencia fuerte sobre los campos de concentración en Bosnia. "La prueba: detrás de alambre de púas, la brutal verdad acerca de los sufrimientos en Bosnia" anunciaba *Daily Mirror* al lado de la foto de portada de Trnopolje. "Son las mismas escenas que titilan en las imágenes en blanco y negro de los viejos films sobre los campos de concentración nazi." (7 de agosto de 1992). En el primer aniversario de la toma de las imágenes, un artículo de *Independent* todavía utilizaba aquella alambre de púas para hacer vínculo con los nazi: 'La cámara sube lentamente por el torso desnudo del prisionero. Es la imagen de hambruna, pero luego podemos ver el alambre de púas contra su pecho y es la imagen de holocausto y campos de concentración.' (5 de agosto de 1993)⁴⁶

46 *Independent*, disponible en URL: www.whatreallyhappened.com/RANCHO/LIE/BOSNIA_PHOTO/bosnia.html

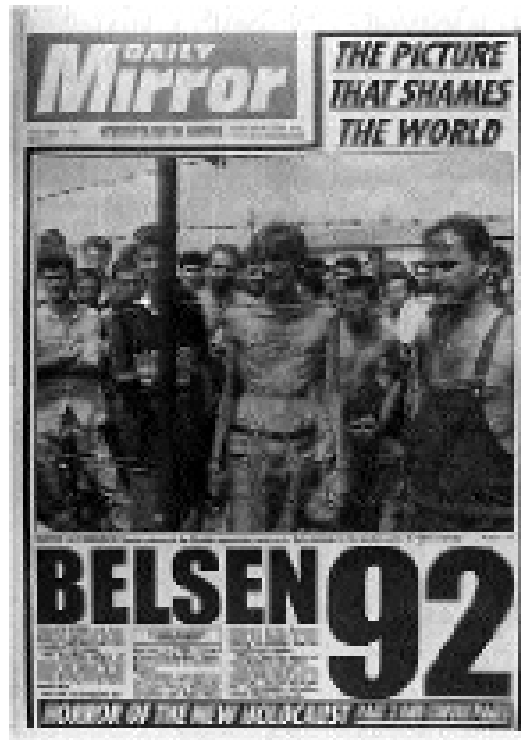


Imagen 21. Portada de *Daily Mirror*, 7 de agosto 1992

Curiosamente, al mismo tiempo que el equipo británico se encontraba en Trnopolje, allí estaba otro equipo con cámaras, el de RTS de Serbia, que filmó la puesta en escena de Ficret Alic, elegido en la multitud como hombre más delgado y obviamente enfermo. Este documento, hecho casi por casualidad, con Penny Marshall y su equipo como protagonistas, donde se ven claramente el montaje y la busca intencionada de sensacionalismo, solo fue montado años más tarde, en 2008, por el online *newsletter* estadounidense *The Emperor's New Clothes*, con el título "Judgement".⁴⁷ Nunca fue divulgado, ni siquiera en Televisión serbia, solo se puede ver en *YouTube*, en tres partes de 9 minutos, como un documento altamente chocante en cuanto a la puesta en escena y la manipulación del ángulo de la cámara y modo de editar.

El periodista alemán Thomas Deichamn, en su artículo ya mencionado de 1997, entre otras cosas dice: "Más tarde, cuando enseñé a los refugiados de Trnopolje y a Pero Curguz, el gerente regional de la Cruz Roja con sede en Trnopolje, la imagen

⁴⁷ Judgement! 1/3 – The Bosnian 'Death Camp' Accusation: An Expose... - YouTube, disponible en URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xox7TR11evI>

de Fikret Alic detrás de alambre de púas, en todos noté la misma reacción: enfado y decepción. Ellos habían esperado un trato justo por parte de la prensa occidental y por eso les habían recibido con las manos abiertas.”

En el Tribunal de Guerra en Haya, la acusación sobre el “campo de concentración” en Trnopolje, fue desestimada en octubre de 1996.

3.3. El discurso fotoperiodístico en la actualidad: realidad, simulacro e hiperrealidad

Existen varios teóricos sociales que han abordado, desde diferentes perspectivas, importantes estudios que deslegitiman los discursos ideológicos contemporáneos, propios de la era posmoderna. Aquí nos centraremos en los paradigmas de algunos de ellos, e intentaremos ponerlos en contexto de la inherente propiedad manipuladora de la fotografía de prensa, así como del discurso fotoperiodístico contemporáneo, cuya veracidad se encuentra bajo continúa sospecha.

En el orden cultural posmoderno se cuestiona la conexión/relación entre la representación y la realidad. Desde el final de la modernidad que conllevaba la dominación de las ideologías y utopías, se debate, a partir de las críticas post-estructuralistas, sobre el desajuste entre la realidad material y nuestras experiencias.

Uno de los aspectos más cuestionados respecto a la fotografía de prensa, desde su aparición hasta el día de hoy, es su carácter de credibilidad.

La Guerra del Golfo es uno de los sucesos paradigmáticos en cuanto a la manipulación de la información por medio de la imagen fotográfica – manipulación ejercida tanto por los fotógrafos de prensa como por los medios de comunicación. Este caso muestra el grado de desinformación al que pueden llegar los medios de comunicación para presentar “una realidad” cercana a sus intereses, y también la capacidad de los medios de hacer de la guerra un “espectáculo”.

Martin Lister (1997, p.31) señala que “la digitalización de la fotografía química... podría tener consecuencias para la continuidad del estatus (ya problemático) del foto reportaje, el periodismo y la práctica documental”.

Como explica Robins (en Lister, 1997, p.51), “en el orden posmoderno se cuestiona la primacía del mundo material sobre el de la imagen. El campo de acción de la imagen ha llegado a ser autónomo, incluso se cuestiona la propia existencia de ‘mundo real’. Es el mundo de la simulación y de los simulacros”.

El filósofo Jean Baudrillard (1991), en su ensayo “La Guerra del Golfo no ha tenido lugar”, sostiene incluso que la Guerra del Golfo nunca existió, caracterizándola como un simulacro mediático. Hay que mencionar que también fue criticado por dicho planteamiento.

Sin ser tan radical, Walker (en Lister, 1997, p.305) analiza “las implicaciones que la guerra del Golfo ha tenido para la fotografía tal y como la conocemos”, y apunta que respecto a este acontecimiento se ha llegado a un consenso: “La guerra del Golfo cambió la naturaleza del fotoperiodismo y sus principios más preciados se han eliminado de raíz” (Walker, 1997, p.308).

Las nuevas tecnologías jugaron un rol decisivo en diluir las fronteras entre la realidad material y la virtual, al ser manipuladas diferentes variantes de la imagen digital.

Ya en el año 1978, Jean Baudrillard anticipa la distorsión de la imagen del mundo a través de la tecnología, poniendo en duda la dominancia del mundo material sobre el mundo de la imagen, ya que vivimos en una realidad codificada en imágenes que a diario nos plasman los medios de comunicación, donde esta realidad virtual domina ante la realidad material, siendo construida por el simulacro.

Tal y como Baudrillard explica en su obra *Cultura y Simulacro* (1978), las fases sucesivas de la imagen, en su relación con el mundo real, son las siguientes:

- es el reflejo de una realidad profunda
- enmascara y desnaturaliza una realidad profunda
- enmascara la ausencia de realidad profunda
- no tiene nada que ver con ningún tipo de realidad, es ya su propio y puro simulacro “. (1978, p.14)

En este contexto, la sociedad posmoderna está fundamentada en la simulación de la realidad. “La simulación no corresponde a un territorio, a una referencia, a una sustancia, sino que es la generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal”. (Baudrillard, 1978, p.5)

Así las cosas, lo hiperreal estaría relacionado al concepto de simulacro: la copia de una imagen sin referencia a un original.

En torno a la hiperrealidad, Baudrillard (1978) destaca que “no se trata ya de imitación ni de reiteración, incluso ni de parodia, sino de una suplantación de lo real por los signos de lo real, es decir, de una operación de disuasión de todo proceso real por su doble operativo, máquina de índole reproductiva, programática, impecable, que ofrece todos los signos de lo real y, en cortocircuito, todas sus peripecias. Lo real no tendrá nunca más ocasión de producirse — tal es la función vital del modelo en un sistema de muerte, o, mejor, de resurrección anticipada que no concede posibilidad alguna ni al fenómeno mismo de la muerte”. (Baudrillard, 1978, p.11)

“La misma realidad colapsa en hiperrealismo, en la meticulosa reduplicación de lo real, preferentemente a través de otro medio reproductivo, como es la fotografía. De un medio a otro, lo real está volatilizado, convirtiéndose en alegoría de la muerte. Pero, en otro sentido, también está reforzado a través de su propia destrucción. Llega a ser realidad por sí misma, el fetichismo del objeto perdido: ya no el objeto de representación, sino el éxtasis de la negación y de su propio exterminio ritual: lo hiperreal”. (Baudrillard, 1978, p. 145)

La realidad posmoderna podría ser entendida como una narrativa más en la era de la omnipresencia del *storytelling* en todos los ámbitos de nuestras vidas.

Si entendemos que la realidad no es real, se podría decir que es una ficción.

Aquí podemos ver un paralelismo con algunos planteamientos situacionistas del autor Guy Debord (1967), en su obra *La sociedad del espectáculo*, en la que Baudrillard se inspiró directamente para formular su teoría del simulacro.

Para Debord (1967), “las imágenes que se han desprendido de cada aspecto de la vida, se fusionan en un curso común, donde la unidad de esta vida ya no puede ser restablecida. La realidad considerada *parcialmente* se despliega en su propia unidad general, en tanto que pseudo-mundo viene *aparte*, como objeto de mera contemplación. La especialización de las imágenes del mundo se encuentra, consumada, en el mundo de la imagen hecha autónoma, donde el mentiroso se miente a sí mismo. El espectáculo en general, como inversión concreta de la vida, es el movimiento autónomo de lo no-viviente”. (Debord, 1967, p.2)

Asimismo, el autor considera que “el espectáculo no puede entenderse como el abuso de un mundo visual, el producto de las técnicas de difusión masiva de imágenes. Es más bien una *Weltanschauung*⁴⁸ que ha llegado a ser efectiva, a traducirse materialmente. Es una visión del mundo que se ha objetivado”. (1967, p.3)

La teoría del “espectáculo social” de Debord (1967), a la que de forma interpretativa se suplementa el punto de vista de Baudrillard, representa una construcción socio-económica reflejada a través de recursos mediáticos.

Después de estas teorías más bien tempranas, consideramos razonable el planteamiento más reciente de la autora Divna Vuksanovic que en su libro *La filosofía de los medios* (2007), apunta: “La comprensión de la realidad, constituida

⁴⁸ Cosmovisión o “visión del mundo” o en la forma original alemana *Weltanschauung* (AFI: [vɛlt.ʔan ʃau.ʊŋ]) es una imagen o figura general de la existencia, realidad o “mundo” que una persona, sociedad o cultura se forman en una época determinada; y suele estar compuesta por determinadas percepciones, conceptualizaciones y valoraciones sobre dicho entorno. Wikipedia, disponible en URL: fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Cosmovisi%C3%B3n>

bajo la influencia de distintas 'post' teorías de interpretación, ha sido transformada de manera que lo pensado *per definitionem* está intercedido por los medios, o sea, técnicamente reproducido, lo que, en realidad, viene a ser lo mismo. Esto, a la vez, no significa que la realidad primariamente concebida, tal y como la habían definido los viejos metafísicos, haya sido suprimida y cancelada por esa otra realidad mediática, puesto que una conclusión de esta índole sería arbitraria y extremadamente simplificada. Sin embargo, sobran argumentos para afirmar que con la aparición y la frecuente utilización 'creativa' de los medios de comunicación masiva, la experiencia de la realidad, en los tiempos actuales, ha cambiado notablemente". (2007, p.12)

Siguiendo este punto de vista, es razonable decir que el mundo de los nuevos medios de comunicación y la cultura del ciberespacio son esenciales para la comprensión actual de la realidad, lo que significa que la percepción de la realidad, y el mundo al que se aplican estos paradigmas, bajo la influencia de los nuevos medios, la Web 2.0 y las nuevas formas de comunicación, han cambiado significativamente.

Por más de 20 años sigue activo el debate sobre la relación entre la cobertura informativa de las guerras y su influencia en las decisiones de políticas de diferentes países del planeta.

Muchos años han pasado desde la teoría del "hiperrealismo" de Baudrillard, y muchas cosas cambiaron desde la época de la Guerra del Golfo. Hoy en día aparecen nuevas cuestiones como la proliferación de las nuevas tecnologías de información y comunicación, la expansión de las redes sociales, la Web 2.0, los medios globales, la sociedad del conocimiento e información, la guerra contra el terrorismo, etc.

A estas alturas, cabe mencionar las palabras de Vilmer (2012) sobre el fenómeno del efecto CNN: "El fenómeno se extendió siguiendo el desarrollo de los canales de noticias 24 h – CNN es el símbolo de este desarrollo, pero por supuesto que no

es el único canal. En el caso de Libia podemos hablar del *efecto Al-Jazeera*. En cuanto a la 'primavera árabe', sería más apropiado hablar del *efecto de YouTube, Facebook y Twitter*. Añadiríamos aquí que en los casos de Siria y Ucrania también se podría hablar del *efecto Russia Today*. Sin embargo, esto no significa que el uso de diferentes medios de comunicación para los fines políticos sea algo novedoso. De todas formas, los canales televisivos que, con su alta tecnología, gran despliegue de reporteros *en situ* y una cobertura global, consiguen transmitir la imagen deseada sobre ciertos sucesos que ellos mismos, o sus gobiernos, consideran de primera importancia. La CNN en concreto, suele poner foco en imágenes apocalípticas de destrucción de ciudades y todos los pueblos (sobre todo en Oriente Medio), también con los numerosos analistas en el estudio que explican las situaciones puntuales, sin que se analizaran las causas profundas del conflicto y menos la implicación propia (o sea de los Estados Unidos, OTAN o la Comunidad Europea) en el mismo. De esta manera se encubre el interés político del Occidente por haber provocado (en gran parte) dicho conflicto, y también se justifica su intervención militar allí, muchas veces con el pretexto humanitario. La opinión pública se “sensibiliza” en cierta dirección, con el fin de que los congresos, los parlamentos o los gobiernos, en su juego democrático, destinen fondos para intervenciones militares. A partir de la Guerra del Golfo, este patrón se repite en varios países del Oriente Medio, sin que se resolviera ninguna de las contiendas, y menos la inicial, de Irak, que sigue cobrando víctimas, con lo que el Occidente, implicado en cada guerra, por lo menos consigue controlar el precio del crudo. Hoy días parece como si las grandes potencias, ayudadas por sus medios de comunicación, hayan abierto la caja de Pandora en Oriente Medio, sin saber cómo cerrarla.

El efecto CNN, terciado por el efecto BBC, tal y como estaban ideados funcionaron más de una década, hasta que otra gran potencia mundial, Rusia, se levantó de su decadencia y, utilizando los mismos medios, puso en marcha sus informativos de 24 horas al auditorio global: en 2005 inauguró su propio canal televisivo en inglés,

en el año 2007 otro en lengua árabe, y a partir de 2009, uno en español. *Russia Today*, el despliegue informativo global por parte de la segunda potencia militar del mundo, dio por terminada la imagen unilateral del mundo y sus conflictos, sirviendo como correctivo del efecto CNN, según muchos analistas. La gente ansiosa de obtener informaciones más cercanas a la objetividad, buscaba noticias de ambas fuentes, y las comparaba.

Como era de esperar, en la última década se puede incluso hablar de una guerra informativa entre *Russia Today* por una parte y CNN y BBC por otra, siendo estas emisoras medios importantes en la lucha por primacía política de sus países respectivos. Los gobiernos consideran su importancia tan grande que no ahorran esfuerzos para deslegitimar y desprestigiar al medio informativo rival, a tal punto de que hemos sido testigos cómo la Comisión Europea en Bruselas, a finales de 2016, hizo una resolución contra *Russia Today*⁴⁹ y su vertiente radiofónica *Sputnik*, llegando, en las discusiones previas, a tal extremo de igualarles con actos de terrorismo.

Por otra parte, cuando mencionamos el *efecto de YouTube, Facebook y Twitter* en la 'primavera árabe', nos referimos a otro tipo de uso de tecnologías visuales y de difusión, con el fin de provocar o direccionar revueltas, conflictos y también guerras. Dado que todo el mundo, incluidos los jóvenes de países en desarrollo o no desarrollados, tienen acceso a redes sociales a través de sus móviles, es fácil servirles contenidos elaborados que comuniquen con su descontento de cualquier índole, e incluso convocarles a las protestas o revueltas. De esta manera, la alta tecnología se puede convertir, y en ciertos casos se ha convertido, en arma peligrosa de sembrar ideas o convocar masas para cualquier propósito. Simbólicamente, se trata de otra 'caja de Pandora' o, en otras palabras, de la eterna cuestión del buen y mal uso de los avances científicos, en este caso, tecnológicos. Un mensaje o una imagen impactante puede servir como detonador de cualquier suceso o impulsor de cualquier proyecto, incluidos los proyectos terroristas.

49 Fuente: *Tanjung*, disponible en URL: <http://tanjug.rs/full-view.aspx?izb=286950>

La proliferación de las nuevas tecnologías de la información parece democratizar el mundo de comunicación y otorgar transparencia a diferentes sucesos que transcurren alrededor de la tierra. Internet, las cámaras de los móviles, Al-Jazeera, CNN, Russia Today y la web 2.0 facilitan que todas las imágenes e información sobre eventos importantes puedan recorrer el mundo en tiempo record.

Pero tal y como apunta Robinson (2013), la pluralización de los medios influye en la fragmentación de la audiencia, en la era en la que cada semana sucede un nuevo conflicto o crisis, así que la atención del público decae, y en vez de crear un ambiente para una mayor participación popular con los problemas globales, conflictos y políticas exteriores, “el abanico de voces contrastadas puede que haya creado menos potencial para que la gente movilice opiniones y haga efectiva su influencia política”. (Robinson, 2013). Por otro lado se debe apuntar a la hipótesis de que gracias a la proliferación de los medios, los usuarios tienen la posibilidad de obtener una información más completa y objetiva a través de otros medios como es por ejemplo la Web 2.0, lo que, sin embargo, funciona más en teoría que en la praxis.

También cabe mencionar el concepto de *compasión fatigue* (fatiga de compasión), tratado por varios autores, entre ellos Cottle (2009), que explica cómo el fenómeno ocasiona en el público una sensación de aburrimiento, sobrecarga y fatiga, provocados por demasiada implicación mediática frente a una crisis o un tema concreto: algo que pasó, según Cottle (2009), con el cubertura de la “Guerra contra el terrorismo”, después del 11. de septiembre de 2001, cuando cayeron en segundo plano todas las noticias sobre el resto de las crisis humanitarias mundiales.

Estamos de acuerdo con Robinson (2013) cuando indica que el problema más notable en cuanto a los medios de comunicación masiva tiene que ver con la presencia de narrativas ideológicas – como por ejemplo la *War Terror* (Guerra contra el terrorismo), o la de “anticomunismo” – que en el ecosistema mediático de actualidad moldean el discurso informativo. Estos contenidos influyen tanto

en los artífices de políticas, como en los periodistas y, ante todo, en la creación de la opinión pública. Tal y como señala Robinson (2013), los gobiernos dedican cada vez más tiempo y recursos para potenciar las narrativas ideológicas en los medios, a través de estrategias como ingeniería de acuerdo unánime, “*perception management, strategic communication, public diplomacy* (diplomacia pública) y, recientemente, *global engagement* (el compromiso global), actividades que implican la promoción de políticas a través de campañas de PP. RR. (relaciones públicas), cuidadosamente elaboradas”. (Robinson, 2013)

No queda duda que el poder de los medios de comunicación sigue creciendo, teniendo una notable influencia tanto en las tomas de decisiones por los gobiernos, como en la creación del imaginario colectivo.

Uno de los mejores ejemplos conforman las guerras de desintegración de Yugoslavia, donde distintas naciones y sus nuevos estados tuvieron distinto trato por parte del Occidente: es bien sabido que los serbios no se dieron cuenta de que paralelamente a los conflictos bélicos se estaba desarrollando una fuerte guerra mediática, en la que quedaron peor parados y, como consecuencia, bombardeados por la OTAN, sin que el resto del mundo supiera casi nada de sus víctimas⁵⁰ civiles durante los conflictos. Sin restar responsabilidades del gobierno serbio en la crisis de Kosovo, proclamada crisis

50 Para más información sobre el tema, se puede consultar el documental *Zasto (Why)*(2013), producido por *Rusia Today*. Disponible en URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HxDcvhH2Ypc>

humanitaria a base de imágenes tanto verídicas como fabricadas (caso Racak)⁵¹, el hecho es que la OTAN, preparada la opinión pública, descargó toneladas de bombas contra ciudades de un país europeo, sin el mandato de la ONU.

La historia del uso de los medios para los fines políticos es larga, y es cierto que en las épocas anteriores los medios también impulsaban los gobiernos a intervenir en diferentes crisis. El día de hoy, parece que sirven como meros catalizadores de políticas exteriores, y difusores de diferentes narrativas ideológicas. En la era del marketing, las estrategias de éste solo han reforzado la función utilitaria de los medios.

De todo esto no queda exento ni el tema principal de nuestra investigación, que es el fotoperiodismo. El concurso *World Press Photo* también puede actuar como catalizador de diferentes narrativas ideológicas a través de la difusión repetitiva de temas o reiterada representación de diversos grupos raciales y culturales, y de esta manera influir en la creación del imaginario colectivo. Así las cosas, en el fotoperiodismo podríamos hablar sobre el *efecto World Press Photo*.

51 Cuando el “masacre de Racak”, los periódicos franceses *Le Figaro* y *Le Monde* no corroboraron las noticias anglosajonas sobre lo sucedido; ver Domenico Losudo: “Industria de la mentira y guerra imperialista” y también el documental “Rachak: Lies and the truth” (2009) del periodista Slaven Kranjc, (disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=MQCmuEy0xRo>) pronunciado opositor del regimen de Milosevic. En su versión en You Tube, junto al video de 1 hora y 7 minutos, va la explicación: “In the village of Račak, near Štimlje, Kosovo and Metohia, in the Republic of Serbia, on 16 January 1999, CIA and UCK Albanian separatists staged a “massacre” scene collecting bodies of those killed in UCK battle with Serbian security forces. CIA operative William Walker was immediately sent - with TV cameras and all - to witness “evidence of a massacre” and blame it on Serb forces. Walker's emotional interviews in front of the cameras were promptly shown on all major TV networks around the world. This “massacre” was soon used by the US government to blackmail Serbia with an ultimatum demanding a complete surrender of its territory to US military forces, which would have a complete freedom of movement across Serbia and would not be accountable for any of their actions, and then in March of 1999 as a justification for NATO to carry out a 78 day-long bombing campaign on Serbia that killed some 3500 people and destroyed the economy of this country. As another consequence a treaty was signed providing for withdrawal of Serbian forces from the province of Kosovo and Metohia in June 1999 and occupation of it by NATO countries, and exodus of about 250,000 of non-Albanians: Serbs, Romany, Turks, Croats and others ensued. Although UN Resolution 1244 guarantees Serbia sovereignty on the territory of Kosovo and Metohia, the Albanians have declared independence in Feb 2008 and actively block the return of the expelled population to their homes, jobs and farms. NATO forces have mostly turned a blind eye to destruction of 172 churches and monasteries, many of them priceless cultural and Christian treasures from 13-17th centuries. Curiously, at the Hague tribunal the “Račak massacre” was suddenly dropped from charges against Slobodan Milošević, the then president of Serbia. Another curiosity is that shortly after the Račak operation- and prior to the NATO bombing campaign against Serbia - Gen. Goran Radosavljević, who commanded Serbian forces in the Račak operation, was commended for contribution to peace and awarded a medal for masterful execution of an operation against terrorist forces by NATO Commander Gen. Robertson in Bruxelles”.

PARTE II – TEORÍA Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS
DE LAS FOTOGRAFÍAS PREMIADAS POR EL
WORLD PRESS PHOTO

CAPÍTULO IV – EL TRATAMIENTO DE LOS DATOS VISUALES EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

Uno de los objetivos de nuestra investigación ha sido crear una base de datos con todas las fotografías premiadas por el concurso *WPP* desde sus inicios hasta la actualidad. El cuadro obtenido nos permitió detectar la representación de personas provenientes de diferentes grupos raciales y culturales, notar que existe una representación repetitiva negativa a lo largo de los años, y determinar el posible exceso de muerte, miseria y violencia en el fotoperiodismo contemporáneo.

Para poder confirmar estas premisas en términos científicos, ha sido necesario construir una base teórico metodológica, con el fin de realizar el posterior análisis de las fotografías. El presente capítulo revela el primer paso en este camino.

Al iniciar esta parte del trabajo, nos centramos en realizar una aproximación teórica al análisis de contenido de las imágenes, y para poder hablar de tal análisis, nos prestamos a definir el qué sería el análisis de contenido, e indagar en su conjunción con otras técnicas de investigación.

Después de definir el concepto y detectar que el análisis de contenido favorece la integración de distintas técnicas de investigación, nuestra siguiente preocupación ha sido explicar cómo se puede aplicar semejante metodología – que en sus principios fue ideada para la interpretación de textos escritos – al análisis de las fotografías. Este enfoque nos sirvió para la posterior creación de un manual de codificación de imágenes de elaboración propia, que aplicamos en nuestro análisis de contenido de las fotografías premiadas por el concurso *World Press Photo*.

El presente capítulo continúa con la revisión conceptual del análisis de los datos visuales en las Ciencias Sociales. Este paso también nos sirve para apoyar el análisis de contenido de las fotografías, que posteriormente efectuamos, con una base teórica.

Después de indagar en diferentes conceptos analíticos, y con el fin de obtener un contexto sobre el sitio que ocupa la fotografía en el campo de la investigación social, nos prestamos a estudiar el análisis sociológico de los datos visuales. Dentro de las Ciencias Sociales existe una larga tradición en la investigación de los datos visuales. Para comprender el mundo social, el mundo que nos rodea, existen diferentes métodos de investigación que implican el uso de las imágenes. Al buscar respuestas sobre las construcciones sociológicas ideadas para explicar la realidad, nosotros nos centramos en su uso de la fotografía.

Para contextualizar el uso de la fotografía en las investigaciones pertenecientes al campo de las ciencias sociales, nos entregamos a determinar la trayectoria del uso de los datos visuales en estas disciplinas.

Finalmente, analizamos las corrientes metodológicas en el ámbito del análisis de la fotografía, desde la perspectiva de las Ciencias de la Comunicación. Esto nos sirvió para concluir que en la actualidad existe un enfoque de análisis “mestizo y abierto”, y que todas las perspectivas existentes están enlazadas entre sí, lo que no hace más que favorecer el uso de nuestra metodología “hibrida” para el análisis de las fotografías.

4.1. Aproximación teórica al análisis de contenido de las imágenes

4.1.1. El análisis de contenido: definición del concepto y la conjunción con otras técnicas de investigación

El análisis de contenido es una de las técnicas más usadas en la investigación social desde los finales del siglo XX (Minayo, 2000; Raigada, 2002; Vilches, 2011; Velázquez, 2011).

Con los años, esta técnica de investigación ha ido adquiriendo cada vez más relevancia, a medida que diferentes programas y “procedimientos informáticos se iban introduciendo para el procesamiento de los datos”, hasta obtener la importancia que tiene como método científico al día de hoy (Raigada, 2002, p.2).

El análisis de contenido forma parte de una búsqueda añeja de la conjunción entre la teoría y la práctica dentro de las investigaciones sociales.

La definición clásica del análisis de contenido es la que dio Bernard Berelson en su libro *Content Analysis in Communications Research* (1952): “El análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (p.17).

Otra definición de esta técnica de investigación la ofrece Klaus Krippendorff (1990) en su libro *Metodología de Análisis de Contenido*. Para este autor el análisis de contenido es “una técnica de investigación destinada a formular a partir de ciertos datos **inferencias** reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto. El análisis de contenido comprende procedimientos especiales para el procesamiento de datos” (p.28). Para este autor, el AC es una “herramienta”, y su objetivo final consiste en “proporcionar conocimientos, nuevas intelecciones, una representación de los hechos y una guía práctica para la acción” (p.28).

Para Jaime Andreu (2000), el análisis de contenido es “una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados..., u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos,... el denominador común de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimientos de diversos aspectos y fenómenos de la vida social” (p.2).

Para Kondracki, Wellman y Amudson (2002) el análisis de contenido “proporciona un método científico para la evaluación y colección de datos usando una variedad de métodos como *focus groups*, entrevistas, videografías, y observación etnográfica. Tablas, bases de datos, fotografías, dibujos animados, también pueden ser usados en este tipo de análisis, pero muchas veces requieren un instrumento mas complejo de codificación que el texto” (p.224).

Siguiendo con esta línea teórica de una aproximación más “abierta” al método del análisis de contenido, consideramos necesario mencionar la definición generada por el prof. J. L. Raigada (2002) quien entiende este método como disponible a una combinación de lo cualitativo y lo cuantitativo, para comprender los significados de diferentes mensajes, a los que podemos llegar a través de datos cuantificables. Para este autor el análisis de contenido se refleja en un “conjunto de procesos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos, discursos) que proceden de procesos comunicativos previamente registrados y que se basan en técnicas de medida cuantitativa (estadísticas basadas en el recuento de unidades) y cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías), y tiene como objetivo elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido en esos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior” (Raigada, 2002, p.2).

Además, Andreu (2000) explica que “todo contenido de un texto o una imagen pueden ser interpretados de una forma directa y manifiesta o de una forma soterrada de su sentido latente. Por tanto, se puede percibir de un texto o una imagen el contenido manifiesto, obvio, directo que es representación y expresión del sentido que el autor pretende comunicar. Se puede además, percibir un contenido latente, oculto, indirecto que se sirve del texto manifiesto como de un instrumento, para expresar el sentido oculto que el autor pretende transmitir” (p.2.)

Raigada (2002) encuentra la explicación de la esencia de este método en su misma denominación, y sugiere “el análisis de *contenido*, lleva a suponer que el *contenido* está encerrado, guardado – e incluso a veces oculto – dentro de un *continente* (documento físico, texto registrado, etc.) y que analizando *por dentro* ese *continente*, se puede desvelar su contenido (su significado, sentido) de forma que una nueva *interpretación*, tomando en cuenta los datos de análisis, permitirá un *diagnóstico*, es decir un nuevo conocimiento...” (2002, p.2)

Hablando del análisis de contenido, Gómez-Mendoza (2000) también destaca “la pertinencia y la complementariedad de las perspectivas cuantitativas y cualitativas”.

Por su parte, Teresa Velázquez (2011) apunta que “la utilización del análisis de contenido como técnica de indagación para los productos de comunicación, puede ser válida por sí misma” (p.121), pero también si lo combinamos con otras técnicas de análisis, como por ejemplo el análisis socio-semiótico, “los resultados obtenidos pueden servir como base cuantificable de aquellos otros resultados obtenidos mediante técnicas y metodologías cualitativas” (p.121).

En el mismo contexto, Velázquez (2011) explica la interacción entre el análisis de contenido con el análisis socio-semiótico, y concluye que el análisis de contenido cuantitativo se encarga de estudiar “el contenido manifiesto del texto”, mientras que el análisis socio-semiótico se encarga de explicar “el contenido latente del mensaje y su significado, de manera que se encuentren las claves para su interpretación” (p. 237).

Por último, compartimos la postura de Vilches (1987) que considera que “la conjugación de la metodología del análisis de contenido con conceptos de pertinencia semiótica no puede sino favorecer los estudios y la comprensión de los medios de comunicación en sus aspectos sociológicos y simbólicos. Las incomprendiones y las actitudes corporativistas entre la semiótica y la sociología ya no tienen razón de ser para muchos investigadores. La colaboración de ambas disciplinas y la incorporación

de otras ciencias al estudio de los fenómenos de la comunicación de masas no hacen más que comenzar en algunos ambientes internacionales” (p. 257).

Estamos a favor de la combinación del análisis de contenido con otras técnicas de investigación, a lo que invita la propia naturaleza de las Ciencias Sociales, ya que en muchos campos de análisis, además de obtener información a través de datos cuantificables, es necesario descifrar el significado latente de los datos analizados, como lo intentaremos hacer en la presente investigación. Consideramos que las características cuantitativas dentro del análisis de contenido ayudan a ofrecer unos resultados menos subjetivos, más exactos y más científicos. No obstante, al mismo tiempo consideramos necesario combinar este tipo de análisis con elementos cualitativos que puede ofrecer el análisis socio-semiótico u otro tipo de análisis. El análisis de contenido nos ayudará a ofrecer una interpretación cuantificable de los datos visuales. Por su parte, algunos elementos relacionados con la teoría de la lectura de la imagen nos ayudarán a descifrar el mensaje latente del “texto visual” en las fotografías por analizar.

Hay que tener presente que uno de nuestros principales objetivos es confrontar las características de representación de personas de diferentes razas y culturas dentro del concurso *World Press Photo*, para así determinar si existe una abundancia de temas de muerte y miseria en las imágenes premiadas dentro del concurso analizado.

Asimismo, queremos detectar si existe una posible creación de estereotipos dentro del concurso. El uso exclusivo de la técnica del análisis de contenido, no nos permitiría realizar este objetivo, más bien nos limitaría a la hora de analizar la representación de las personas.

Teniendo en cuenta que queremos estudiar diferentes tipos de representación en las imágenes premiadas del concurso *World Press Photo*, aplicaremos un análisis de contenido, que nos permitirá integrar elementos de carácter cualitativo con los datos cuantificables obtenidos – así podremos definir las representaciones de

los personajes de las fotos dentro del concurso, y al mismo tiempo los cambios sociales realizados a lo largo de los años.

La parte cualitativa que combinaremos con el análisis de contenido que se aplicará en la presente investigación, la realizaremos a través de algunos “estudios de caso”, y se basará en la teoría de la lectura de la imagen. Nos centraremos en los niveles que Vilches denomina como nivel de expresión y de contenido, así como en los actantes que entran a formar parte de la narración en la fotografía.

4.1.2. Análisis de contenido de las fotografías

Ya hemos destacado en el apartado anterior que el análisis de contenido es uno de los métodos de investigación más usados en la actualidad por los investigadores visuales, dado que es una metodología abierta a la combinación con otras técnicas de investigación, con el fin de mejor comprensión de diferentes significados en los procesos de comunicación.

En este apartado nos centraremos en explicar cómo se puede aplicar esta metodología – que en sus principios fue ideada para la interpretación de textos escritos – al análisis de las fotografías.

John Collier (1979) explica cómo el análisis de contenido de las imágenes puede ofrecer información precisa acerca de todos los elementos estáticos como: “la geografía, la topografía, detalles étnicos, las relaciones en el orden social, lugares identificables, objetos y procesos” (p.168).

Para este autor, el reto del investigador se revela en seguir diferentes pistas que las fotografías nos ofrecen, “en el tiempo y espacio, moviéndonos desde un punto estático hacia otro, desde una tangible de la información hacia otra y teniendo que proyectar la acción, cualificación y significado a través del tiempo y del espacio” (Collier, 1979, p.168).

Para obtener una visión práctica del análisis de contenido de las imágenes, partiremos de las preposiciones que ofrece la autora Gillian Rose (2001).

Para Rose (2001) el análisis de contenido, en el contexto de las fotografías, está asociado a la “frecuencia de aparición de algunos elementos visuales en una muestra de imágenes claramente definida, y al posterior análisis de estas frecuencias” (Rose, 2001, p.56).

A continuación describiremos el proceso de la aplicación del análisis de contenido a las imágenes, siguiendo las pautas que ofrece Rose (2011, pp.54-68).

Existen cuatro diferentes pasos a seguir en el proceso de análisis de contenido de las fotografías:

1. El muestreo (Encontrar las imágenes)
2. Idear las categorías de codificación
3. Codificar las imágenes
4. Analizar los resultados

El muestreo

Según Rose (2001, p.57) uno de los requisitos más importantes es escoger bien las fotografías que sean relevantes para cierta investigación. Una de las cuestiones cruciales en cuanto a este tipo de análisis es la “representatividad” de los datos escogidos.

Para no fallar en este proceso es imprescindible seguir una buena estrategia de muestreo. La naturaleza de los objetivos de la investigación debe determinar las estrategias para escoger una buena muestra en cuanto al análisis de las fotografías. (Prosser y Shwartz, 2005:108)

Según Rose (2001), para asegurarse que las imágenes sean representativas del tema o proceso que se examina, no es necesario analizar cada una de las

imágenes existentes sobre el tema. La mayoría de los análisis de contenido basados en fotografías, trabajan con grandes bases de datos visuales, y es por eso que “el muestreo en el análisis de contenido es una de las preocupaciones más importantes, como en cualquier tipo de análisis cuantitativo.”(p.57)

La autora (Rose, 2001, pp.56-59), partiendo de las propuestas teóricas de Krippendoff (1980) y Weber (1990), define cuatro estrategias básicas para el muestreo:

La primera estrategia la denomina *aleatoria*. Esta estrategia consiste en cifrar cada imagen con un número, y usar una técnica aleatoria para escoger un número representativo de las imágenes a analizar.

La segunda estrategia para el muestreo dentro del análisis de contenido de las imágenes sería el *muestreo estratificado*. Consiste en escoger una muestra desde subgrupos que ya existen en un conjunto de datos.

La autora denomina la siguiente estrategia como *sistemática*. Se trata de escoger las imágenes según un patrón, por ejemplo cada quinta o décima imagen, en una fuente de material.

La cuarta estrategia consiste en “escoger grupos al azar, y la muestra solo de estos grupos.” (Rose, 2001, p.58). Esta estrategia la denomina como la *estrategia de agrupamiento*.

La elección de uno de los métodos – o la combinación de ellos – dependerá de los objetivos de la investigación que se vaya a realizar.

Elaboración de las categorías para la codificación y definición de las unidades de análisis

El análisis de contenido de las imágenes, en esta segunda etapa, envuelve la interacción de dos procesos: la especificación de las unidades de análisis y definición de las características para la codificación.

El segundo paso después de seleccionar la muestra de imágenes, siguiendo la propuesta de Rose (2001), sería “seleccionar un conjunto de categorías para codificar las imágenes” (p.59). La autora no menciona la definición de las unidades de análisis en su propuesta, paso que nosotros consideramos de máxima importancia en el proceso del análisis de contenido de las imágenes.

Antes de acceder al proceso de codificación, se deben definir las “unidades básicas” de texto visual, en nuestro caso las unidades de datos visuales, “que serán clasificados durante el proceso del análisis de contenido” Mayring (2000).

Refiriéndose al análisis de contenido del texto escrito, las autoras B.M. Widelmuth y Y. Zhang (2009) destacan que el “análisis de contenido usa con más frecuencia los temas individuales como unidades de análisis, antes que unidades psicolingüísticas como palabras, frases, o párrafos, que son más usados dentro del análisis cuantitativo. Pero en el caso del análisis de contenido cualitativo de los textos, un tema puede ser expresado en solo una palabra, frase, párrafo, o en un documento entero. Cuando se usa un tema como unidad de codificación, primariamente se busca por la expresión de una idea. Es por eso que es necesario asignarle un código a la unidad que se quiera analizar, independientemente de su tamaño, siempre y cuando la unidad escogida representa un tema singular, o asunto de relevancia para los objetivos de tu investigación” (Widelmuth y Zhang, 2009, p.310).

Llevando esta explicación al campo del análisis de la imagen, aquí también será necesario definir las unidades de análisis en el proceso del análisis de contenido. Teniendo en cuenta que en la actualidad uno de los géneros más usados dentro de la fotografía es el reportaje fotográfico, las unidades de análisis se pueden definir como una sola fotografía, o bien un conjunto de ellas siempre y cuando estén enmarcadas con un mismo tema o características similares (el reportaje) y que tengan importancia para la investigación que se está llevando a cabo.

Después de definir las unidades de análisis en el proceso del análisis de contenido de las fotografías, se debe acceder al proceso de elaborar las categorías para la codificación. La codificación consiste en elaborar un conjunto de categorías para el posterior análisis de las imágenes.

Según el autor Bruce L. Berg (2007), las categorías en las que se codifica el contenido de los ítems varían en acorde con la naturaleza de la investigación y las particularidades de los datos (p.248).

Rose (2001) destaca que las categorías de codificación tienen que tener algunas características comunes independientemente de su naturaleza descriptiva o interpretativa, destacando que las categorías deben ser *exhaustivas*, *exclusivas* y *esclarecedoras*. Cada aspecto de la imagen por el que la investigación se preocupa tiene que ser cubierto con una categoría, estas no pueden coincidir, y deben producir un desglose de las imágenes que será analíticamente interesante y coherente (pp. 59-60).

Los autores Lutz y Collins (1993, p.89) hablan sobre el proceso de reducción del material visual que se puede obtener de una muestra significativa de varias fotografías. Según estos autores, el proceso de reducción del material visual existente a una serie de códigos, es una reducción en la que mucho será perdido.

Y volviendo a los argumentos de Rose, “las imágenes tienen que ser reducidas a un número de componentes que puedan ser etiquetados de manera que tengan un significado analítico. Los códigos usados tienen que depender de una conexión teórica entre la imagen y un amplio contexto cultural en el que el significado esta hecho... El rigor del análisis de contenido yace en la estructura de las categorías usadas en el proceso de codificación” (2001, p.60).

Las categorías tienen que ser objetivas y descifrar lo que narra el “texto visual” de las fotografías.

Codificar las imágenes

Para asegurarse de la consistencia del proceso de codificación, en especial cuando tratamos grandes cantidades de datos e ítems, se debe desarrollar un manual de codificación, que consiste en asignarle nombres a las categorías y definir las reglas para asignar los diferentes códigos (Weber, 1990). Consideramos apropiado añadir que para los propósitos de la presente investigación se creó un manual propio de codificación de fotografías que ha sido aplicado en la parte empírica que consiste en el análisis cuantitativo de las fotografías premiadas por el concurso *World Press Photo* en las seis décadas de su existencia, o sea desde el año 1955 hasta el año 2014.

Siguiendo con la propuesta de Rose (2001), en cuanto a la codificación de las imágenes, las categorías tienen que ser claramente definidas, para que “diferentes investigadores, en diferentes tiempos, usando las mismas categorías, puedan codificar las imágenes de la misma manera” (p.62). Esto es una de las premisas más importantes para que el proceso pueda ser aplicado en el futuro para otra investigación.

En cuanto al análisis de contenido de las imágenes, y para asegurarse de que pueda ser aplicado en un futuro, los códigos tienen que ser definidos con máxima precisión y será necesario realizar un proceso piloto, para asegurarse de que “dos diferentes *ítems*, usando los mismos códigos, producen el mismo resultado en la misma muestra de imágenes.” (Rose, 2001, p.62)

Según la autora, existen dos diferentes maneras de registrar el codificado en el análisis de las fotografías: manual con un “*index card*” en el que se anotan los códigos que se consideran relevantes, o bien se pueden realizar con un programa de ordenador. Una de las ventajas del uso del ordenador en el proceso de codificación es que posteriormente se puede realizar un análisis cuantitativo mucho más fácil y preciso. (Rose, 2001, p.63)

Mayring (2000) destaca que cada vez existen más programas que incorporan un módulo de presentación visual que ayuda a los investigadores a ver las relaciones entre las categorías con más claridad. Cada vez que se trabaja con una gran cantidad de datos e información se debería tomar en cuenta algún tipo de programa informático para que soporte los esfuerzos de los investigadores humanos.

Análisis de las fotografías

El último paso para realizar un exhaustivo análisis de contenido de una muestra significativa de distintas fotografías, siguiendo a groso modo la propuesta de Rose (2001), se revela en el análisis de la muestra escogida.

Una vez realizado el proceso de codificación, cada imagen o grupo de imágenes que constituyan una unidad de análisis, tendrá consignado un número de códigos. Para poder descifrar el significado que este conjunto de códigos conlleva, será necesario realizar una “cuenta cuantitativa de su contenido” (Rose, 2001, p.63).

“Es necesario detectar las frecuencias importantes en la muestra de los resultados”, sostiene la autora (Rose, 2001, p.63). Las frecuencias importantes serán definidas en correlación con el marco empírico y teórico en el que se está trabajando.

“El uso más común de las frecuencias es comparándolas con otros valores. Un análisis más sofisticado se puede efectuar explorando la relación entre diferentes categorías de codificación. Esto se puede efectuar de manera cuantitativa y cualitativa. Las medidas cuantitativas de las posibles relaciones entre categorías, incluyen asociaciones, correlaciones entre dos variables, y un análisis ‘multi-variable’ entre varias de ellas” (Rose, 2001, p.64).

El análisis de contenido es una técnica de interpretación donde los resultados nacen de la interpretación y entendimiento de cómo los códigos interactúan entre sí, y conectan en un contexto más amplio en el que las imágenes generan significados.

Para poder comprender estos significados en su totalidad, muchas veces será necesaria una combinación del análisis de contenido con otras técnicas de investigación.

4.1.2.1. Revisión conceptual del análisis de los datos visuales en las Ciencias Sociales

Después de haber definido – apoyándose en términos generales en la propuesta científica de Gillian Rose (2001) – los pasos necesarios a seguir para realizar un exhaustivo análisis de contenido de las imágenes, vamos a revisar algunos conceptos relacionados con el análisis de los datos visuales.

M. Emmison y Ph. Smith (2000), contemplan el análisis de los datos visuales desde varias perspectivas y acceden a la comprensión de este tipo de análisis con dos diferentes pero interrelacionados enfoques: el cuantitativo y el cualitativo.

Los autores hablan de este tipo de análisis y su aplicación a la investigación del material bidimensional, donde, además de las fotografías, contemplan mapas, comics, dibujos y otras materializaciones de los datos visuales en materiales bidimensionales. En cuanto a la parte cuantitativa del análisis, resaltan que la ventaja principal de usar los datos visuales en el análisis cuantitativo se revela en la posibilidad de “contemplar largos periodos de la historia usando rigurosas técnicas de muestreo.” (Emmison y Smith, 2000, p. 63)

Aquí nos centraremos en explicar algunos conceptos que Emmison y Smith (2000) proponen para el análisis cualitativo de la imagen. Destacan que en los últimos años un nuevo y amplio campo de estudios culturales ha desarrollado herramientas extensas de conceptos para el análisis de las imágenes. Estos conceptos vienen de campos diferentes del quehacer humano: “antropología, sociología, comunicación, estudios del cine y crítica literaria... Es imprescindible

un entendimiento básico de estos conceptos no solo para poder pensar sobre las imágenes sino también para poder escribir sobre ellas” (p.66).

A continuación vamos a enumerar algunos de los conceptos clave, según Emmison y Smith (2001), para cualquier tipo de análisis cualitativo de las imágenes (pp.67-69):

- *Oposiciones binarias* - Este concepto se refiere a significados que son organizados en pares “pero opuestos entre ellos” (p.67). Algunos ejemplos podrán ser: hombre - mujer, positivo - negativo; blanco-negro; niño-adulto. Muchas veces existe una jerarquía envuelta en la oposición binaria. La oposición binaria puede jugar un rol esencial en contrastar las formas en las que interpretamos una imagen.

- *Frames* - Los *frames* se refieren a “contextos en los que las imágenes, o una parte de la imagen, son presentadas a su espectador”. Teniendo en cuenta que la interpretación envuelve una relación entre “una parte y el conjunto, estos marcos siempre tienen un impacto e influyen en la manera en la que las imágenes son interpretadas”. Otro tipo de marco sería el “bagaje cultural” que nos ayuda a usar el sentido común y desplegar las convenciones a la hora de decodificar un ítem visual. El texto también puede ser usado para “enmarcar” una imagen. (Emmison y Smith, 2001, p.67)

- *Género de expresión* – El concepto tiene que ver con “las categorías que nosotros usamos para clasificar los objetos culturales en grupos con propiedades y temas similares. Pensamos en diferentes géneros como: fotografía informativa; fotografía deportiva; fotografía de moda. También podemos pensar en los géneros en el contexto de moda, estilo o narrativa que conllevan. Cada género tiende a ser llevado por sus propios códigos, y convenciones. Entender bien su género puede ser una pista para entender una imagen individual” (Emmison y Smith, 2001, p. 67).

- *Identificación* – La identificación se refiere a la recepción de un artefacto, y en este caso se explica como la manera en la que las personas se relacionan con una fotografía. De la misma manera en la que nos podemos identificar con héroes de novelas, películas, series, nos podemos identificar con el personaje o grupo de

personas en una imagen fotográfica. La posición de los sujetos puede jugar un rol esencial en esto. “Muchas imágenes cargadas de ideología funcionan estableciendo la identificación entre el espectador y los representados en la fotografía”. (Emmison y Smith, 2001, p. 67)

- *Narratividad* – cada imagen tiene una línea narrativa. Esto se puede reflejar en una imagen o en un conjunto de fotografías. Una imagen es narrativa cuando puede relacionarse con una historia, con actores y una temporalidad. (Vilches, 1987). La narrativa existe tanto en una sola fotografía, como en un conjunto de imágenes (reportaje). El proceso de narración en una sola fotografía se revela en el proceso de la lectura de esta.

- *La lectura* – Es el proceso de decodificación de las imágenes.

- *Posición de los sujetos* – se trata de “la identidad que se invoca en una imagen en particular”. Determinar la posición de los sujetos que entran a formar parte de la narración en la imagen es muchas veces lo central a la hora de interpretar una fotografía. (Emmison y Smith, 2001, pp. 68-69)

Algunos de los conceptos que han sido mencionados, serán tratados a fondo a lo largo del quinto capítulo de la presente investigación denominado “Teoría de la fotografía informativa”.

4.2. El análisis de los datos visuales en la investigación social

Existe una larga tradición en la investigación de los datos visuales dentro de las Ciencias Sociales. Diferentes métodos de investigación implican el uso de las imágenes, para comprender el mundo social, el mundo que nos rodea. Nosotros nos basaremos en el uso de la fotografía, para obtener respuestas sobre las construcciones sociales de la realidad.

Consideramos necesario apuntar que existe una escasez de teoría específica referente al campo de la investigación de la fotografía (salvo excepción de la teoría concerniente al análisis de la fotografía desde la perspectiva semiótica) dentro de las Ciencias de la Comunicación.

Paradójicamente, las carencias analíticas en el campo de la imagen fotográfica contrastan con el valor social, político, histórico, que adquiere cada día más la fotografía en el mundo, y con la importancia que la fotografía tiene como medio de información en la era digital, siendo herramienta primordial para la creación del imaginario colectivo.

Es por eso que optamos por explicar las corrientes conceptuales en el uso de la fotografía, dentro de las Ciencias Sociales, basándonos en la sociología y antropología, como disciplinas cercanas a las Ciencias de la Comunicación. Esta revisión nos servirá para obtener un panorama general de la investigación de lo “visual” y también del uso de la imagen en la investigación de carácter social.

Fue a principios de los 70 cuando cambió radicalmente la manera en la que las Ciencias Sociales contemplaban lo “visual”, y esa tendencia siguió las próximas cuatro décadas. Como destaca la autora Gillian Rose (2001) en su obra *Visual methodologies*, fue la “cultura” la que inicialmente marcaba la ruta por la cual los científicos empezaron a entender los “procesos sociales, las identidades, los cambios sociales y los conflictos” (2001, p.14).

En las sociedades desarrolladas contemporáneas, lo que empieza a ser la base central en la comunicación social, incluso en la construcción cultural de la vida, es lo “visual”.

Rose (2001) destaca que vivimos rodeados de diferentes géneros de “tecnologías visuales – la fotografía, el video, las gráficas digitales, la televisión... imágenes de prensa.. etc.”(2001, p.14).

A continuación, Rose (2001) apunta que todas estas tecnologías y diferentes imágenes que a diario se nos plasman, contribuyen a la formación de una visión del mundo: “construyen el mundo en términos visuales”. Siguiendo en este contexto, la autora explica que “una imagen nunca es inocente, las imágenes nunca son ventanas transparentes al mundo. Interpretan el mundo en su manera particular.” (2001, p.15)

Hay muchos autores que tratan el problema de objetividad de la imagen en lo que se refiere a la fotografía (Vilches, 1987; Sousa, 2011; Felici 2001; Texeira Ribeiro, 1988; Lester, 1991; Baeza, 2001; etc..).

Javier Marcial Felici destaca la importancia de la dimensión política de la imagen como instrumento de control social, refiriéndose al problema del carácter “documental” de este tipo de fotografías e indicando al problema de lo “objetivo” y lo “neutral” en ellas, dentro de su relación con la realidad (2007, p.58).

Este problema será tratado con exhaustividad más adelante, en el apartado de lectura de la imagen, mientras que aquí tan sólo queremos apuntar a su magnitud, y apoyar la tesis de Rose (2001) de que la visión del mundo en “términos visuales”, creada por diferentes imágenes que difunden los medios, está llena de “intencionalidad”. Es por esta y otras cuestiones que consideramos necesaria una investigación de los datos visuales que obtenemos a través de las fotografías.

Para formar un marco conceptual, nos paramos en la diferencia entre los términos ingleses *vision* y *visuality*: el primero se refiere a lo que el ojo humano es capaz de ver fisiológicamente, o sea a primera vista, y el segundo a la manera en la que la visión es constituida – y, por consiguiente, en la que percibimos las cosas. Lo que es visto y la manera en la que se ve son construcciones condicionadas por la cultura (Rose, 2001).

Otro autor que en sus obras abarca esta cuestión es Jon Wagner (2006) quien reflexiona de la siguiente manera sobre el concepto “*visible*”: “El término *visible* se refiere a los atributos físico-ópticos de los fenómenos o las materias, independientemente de lo interesantes o significativos que estos puedan ser para los investigadores o como temas de investigación. Algo es *visible* si puede o podría ser visto, aunque nadie se de cuenta o se preocupe por ello” (p. 55). El término *visible* de Wagner va parejo con lo que Rose denomina *visión*.

A diferencia de lo *visible*, lo *visual*, según Wagner (2006,p.56), “se refiere a un atributo, dimensión o modo de percepción, y no a los objetos de por sí”. El término *visual* de Wagner sería análogo a *visuality* de Rose.

Por otra parte, Wagner define los términos *visualise* (visualizar) o *visualised* (visualizado), refiriéndose “no a objetos ni a percepciones directas, sino más bien a un modo, un proceso o dimensión de entender, a una estrategia de comprensión o conceptualización” (2006, p.56).

Llevando este debate al campo de la lectura de la imagen, los teóricos se acercan al problema del significado y comprensión de la fotografía en relación con su contexto denotativo o de contenido, lo que se refiere a la misma imagen con su contexto connotativo o expresivo, o sea, al conjunto de la imagen, la lectura del texto que la acompaña y su posición en el periódico, dando este conjunto una amplia gama de posibilidades de manipulación y, como resultado del análisis, de su comprensión (Vilches 1987; Barthes 1989).

Sin embargo, el contexto connotativo se puede elaborar igualmente dentro de la imagen, observando la denotación como la lectura que se efectúa a priori, y la connotación como el significado verdadero, que se obtiene de una imagen al leerla y analizar “en profundidad”. Así pues, se pueden descubrir algunas intenciones sugeridas por el autor con respecto al tema tratado.

Volviendo a los conceptos sociológicos de lo *visual* en las fotografías, y para concluir este debate, citamos a Wagner (2006) quien considera que “las relaciones recíprocas entre la visualización y el ver afianzan todas las investigaciones empíricas, pero son con frecuencia descuidadas. Este descuido conduce a distorsiones en cómo los investigadores sociales piensan acerca de las dimensiones visuales de sus datos, del desafío visual de comunicar su investigación a los demás y de las imágenes y visualizaciones que guían su teorización. Prestar más atención a estos elementos puede enriquecer nuestra comprensión de la cultura y la vida social, y de la misma investigación social” (p. 56).

Independientemente de si nos aproximamos a este problema desde una perspectiva sociológica o bien semiótica, el hecho de que hemos detectado que se complementan y tratan la misma cuestión con diferentes conceptos y sus respectivas denominaciones, nos hace considerar importante tener en cuenta ambas dimensiones y, en el caso concreto de esta investigación, estimamos que las dos nos pueden proporcionar el análisis de los datos visuales en las fotografías. Igualmente consideramos que, a la hora del análisis, *lo obvio en la imagen* y *el mensaje subliminal* tienen la misma importancia.

Lo obvio en la imagen, lo que podemos registrar a primera vista, además de lo visible en la fotografía, se puede referir a las cualidades técnicas que vienen marcadas, como por ejemplo el color, y también a toda la información que nos sea accesible a una primera vista cuando accedemos al análisis de una fotografía (esto incluiría, si fuera el caso, el texto acompañante, título, las cualidades cromáticas, nombre de los fotógrafos si figuran en el pie de foto ...etc.. y todos los demás elementos que son accesibles para el investigador en un primer acercamiento, sin tener que adentrar en su contenido).

El mensaje subliminal, el mensaje oculto, se encuentra debajo de la primera lectura de una fotografía (la connotación en términos de Barthes, o bien *visuality*, o *visualise* en términos del análisis sociológico de la fotografía).

Partiendo de esta distinción, el significado se podrá producir observando un conjunto de datos visuales, o sea múltiples fotografías enmarcadas en un mismo contexto, en nuestro caso el concurso *WPP*. Tratándose de la presente investigación, consideramos que la segunda dimensión del significado de los datos visuales se puede obtener contemplando las imágenes en su totalidad – no hay porqué limitarse a una imagen sola, sino observarla en la totalidad de su contexto o de un marco referencial, en este caso el paradigmático concurso.

Estos elementos serán tratados con más exhaustividad en el quinto capítulo de la presente investigación denominado “Teoría de la fotografía informativa”.

Wagner (2006), apoya la postura de que hay que buscar una manera alternativa de pensar en la investigación social, “en la que las imágenes y las ideas están estrechamente relacionadas.” En una perspectiva alternativa “todos los aspectos de la investigación social tienen material importante y dimensiones visibles.... – familias, instituciones, desarrollo internacional, ocupaciones, comunidades, el género, la etnicidad... etcétera” (p. 55).

El autor concluye, a modo de extensión de su perspectiva, que “ningún objeto de indagación social puede ser entendido por completo sin tener en cuenta sus dimensiones materiales y visibles, así como ninguno podrá ser entendido contemplando estas dimensiones solas, sin un contexto” (Wagner, 2006, p.55).

En la misma línea de Wagner (2006), estimamos que la sinergia entre los resultados del análisis de los datos visuales, tanto “materiales” como del “contexto” que puede revelar el significado latente de las imágenes, puede ayudar a configurar una comprensión mucho más completa y general del problema y objeto tratado.

4.2.1. El uso de los datos visuales en la investigación social

El uso de la fotografía en las Ciencias Sociales tiene una larga tradición.

Para empezar y ofrecer un marco contextual sobre la tradición del uso de la fotografía y los datos visuales dentro de la investigación social, comenzaremos con el nombre de John Wagner, quien marcó una de las más aceptadas tipologías sobre el uso de la fotografía en la investigación. En su obra *Images of Information* Wagner (1979) habla sobre el uso de la fotografía en la investigación social, y distingue tres grandes áreas en las que se complementan estas dos disciplinas – la fotografía y la sociología (pp. 283-279).

Siguiendo la propuesta de Wagner (1979), la primera área se refiere a la investigación sobre el comportamiento del “organismo” humano con bases en la investigación etnológica. Este tipo de investigación social fotográfica, en sus comienzos analizaba el comportamiento de los animales, usando la fotografía como herramienta de observación y captación. Hoy en día, en el campo de la sociología, este tipo de investigación se relaciona con los estudios visuales del comportamiento humano mediante la “grabación sistemática de su comportamiento” (p. 285).

El segundo uso de la fotografía, dentro de la investigación social, Wagner (1979) lo denomina “el estudio del significado de la estructura de acción situada”. En este tipo de investigación, la fotografía puede ser usada para estudiar el comportamiento y su significado – “si nos enfocamos en los actores, en la estructura de sus acciones y en sus comentarios sobre las acciones que realizan” (p.285). El problema de este tipo de investigación, según apunta Wagner (1979), se refleja en la imposibilidad de tener información, mediante la observación de una fotografía, sobre cómo las personas se ven a sí mismas y cómo perciben la configuración de sus actos. El autor apunta que existen pocas investigaciones en las que se puede observar directamente y con claridad la reacción de los personajes que salen en las fotografía, sobre ellos mismos.

La última área de investigación donde se correlacionan la fotografía y las ciencias sociales, siguiendo la propuesta del autor, sería el estudio de las imágenes visuales. Este es el espacio que encontramos más afín a las características de nuestra investigación.

Wagner (1979) destaca que “combinando cuestiones sobre el significado de la actividad con cuestiones sobre la imagen, se puede estudiar el fenómeno de la imagen en sí” (p. 287). Discute el uso de las imágenes periodísticas y de las noticias visuales en la investigación, y se pregunta: “¿Qué diferencias podemos observar en las formas en las que diferentes personas y grupos de personas son representados en las fotografías, y por consiguiente, de qué manera percibimos esas personas? ¿Qué significados se les otorgan a estas imágenes? Y en consecuencia, ¿qué tipo de información suplementaria necesitamos para entender una fotografía?” (p. 287). Esta línea de pensamiento nos ayudará a generar respuestas a preguntas similares a las que antepone Wagner.

No obstante, en el discurso de Wagner (1979) no queda claro si en este tercer tipo de investigación social fotográfica entiende también la participación activa de los *actantes* fotografiados en el posterior proceso de análisis, obteniendo así un *feedback*, o bien tiene ideado un análisis del significado que se extrae exclusivamente de la imagen.

Coincidimos con Wagner en que el análisis de las imágenes visuales puede ayudar a comprender de qué manera son representados “ciertos grupos o personas”, y así obtener unas pautas sobre la posible visión que otros grupos tienen de los que son representados en las fotografías.

De manera muy similar, los autores Emmison y Smith (2000) ofrecen un panorama más actual sobre el uso de la fotografía en la investigación social. Estos autores distinguen cuatro modos del uso de material visual, en concreto las fotografías, en la investigación social (p.22-46):

La primera forma se refiere a la producción de imágenes y el uso de las fotografías por los investigadores de las áreas de etnografía y antropología, y también por los sociólogos orientados al análisis cualitativo. Estos científicos usan las fotografías en sus investigaciones para darle un significado adicional a la documentación de los procesos sociales y culturales.

El segundo modo del uso de los datos visuales en la investigación foto-orientada, se revela en el análisis de las imágenes existentes, creadas para usos comerciales por agencias publicitarias y otros fines mediáticos. Según los autores, estas investigaciones son primordialmente realizadas por los semióticos y sirven para descubrir “ideologías y códigos culturales”. Los investigadores de los estudios culturales son los que con más frecuencia se aproximan a esta técnica.

El tercero sería el análisis de la “práctica de la visualización”. Este análisis entiende el uso de tablas, diagramas, gráficos y cifras en investigaciones científicas y en la comunicación. Los autores ligan este tipo de análisis con la investigación etno-metodológica y con los constructivistas quienes encabezan los estudios sociales.

El cuarto modo del uso de la imagen en el análisis de los datos visuales, Emmison y Smith (2000) lo ponen en el contexto del uso de la grabación en video de los procesos naturales de interacción social. Este tipo de investigación visual, según los autores, “nace entre el análisis tradicional de la conversación, pero sus raíces se pueden encontrar mucho antes, en los estudios cinéticos de los gestos y el lenguaje corporal” (p.22).

En estas tipologías ofrecidas por Wagner (1979) hace cuatro décadas, y luego por Emmison y Smith (2000) al principio de nuestro siglo, podemos ver algunos problemas característicos en cuanto a la conceptualización de la investigación social de los datos visuales. Ambas tipologías se centran en el análisis de las fotografías producidas por los mismos investigadores, las fotografías que integran la participación de las personas, poniendo un pequeño y no tan claro énfasis en las

imágenes generadas por los medios de comunicación y fotoperiodistas, o en otras imágenes ya existentes.

Además, Emmison y Smith (2000) argumentan el fallo de muchos de los investigadores visuales, haciendo una distinción entre el análisis de la información que estos examinan – “la que el ojo puede ver” – y el “significado metodológico que estos investigadores establecen para capturar la información – los estudios de las imágenes particulares” (p.18).

Emmison y Smith (2000) centran sus reglas de investigación en un campo más genérico que lo que sería la investigación de las fotografías concretas. El marco físico que delimita los contenidos que la cámara puede grabar, representa una limitación, según los autores, ya que excluye las dimensiones visibles de la vida social.

Paulatinamente, los autores van concluyendo que la única ventaja del uso de los datos visuales en un análisis cuantitativo de las fotografías, se revela en la posibilidad de “contemplar largos periodos de la historia, usando rigurosas técnicas de muestreo” (Emmison y Smith, 2001, p. 63).

En este punto discrepamos con la postura de Emmison y Smith (2000), puesto que, para ellos, el análisis exclusivo de las fotografías en una investigación social resulta ser una limitación. Según nuestro parecer, la investigación de las fotografías informativas, creadas por los fotoperiodistas profesionales, la consideramos de máxima importancia para las Ciencias de la Comunicación, ya que de ellas se puede extraer información valiosa sobre diversas cuestiones de interés en este campo de estudio. Además, los argumentos y las tesis de investigadores provenientes del campo de la sociología. (Wagner; Collier; Shanklin; Cheatwood y Stasz; Rose; Litz y Collins)

A estas alturas casi sobra decir que numerosos estudios en el campo de la investigación de las Ciencias de la Comunicación, han sido llevados a cabo enfocándose precisamente en el registro de las cámaras. Si el marco de la cámara

fuera una limitación a la hora de obtener resultados analíticos, entonces lo mismo se podría decir de cualquier registro, tanto grabado como escrito, ya que delimitaría los aspectos restantes de la vida social. En verdad, ¿cómo investigar todos estos aspectos si no uno por uno?

La postura de Emmison y Smith (2000) la podemos entender tan solo si tenemos en cuenta su orientación sociológica, puesto que en tal contexto el marco de la fotografía podría ser una limitación si se pretende contemplar el comportamiento cambiante de las personas. Sin embargo, a la hora de examinar procesos comunicativos, ideologías, significados o representaciones, las imágenes fotográficas se entronizan como contenidos de gran utilidad.

Weber S. (2008) en *Using Visual Images in research* destaca por qué las fotografías pueden apoyar una valiosa investigación (pp. 41-54):

1. Las imágenes pueden capturar lo inefable, lo que no se puede decir en palabras.
2. Las imágenes pueden hacernos prestar atención a cosas de una manera nueva.
3. A las imágenes se las puede memorizar.
4. Las imágenes pueden ser usadas para comunicación más integral, puesto que incorporan múltiples capas, evocan historias y cuestiones.
5. Las imágenes pueden ayudar a una comprensión más empática y generalizada.
6. Mediante la metáfora y los símbolos, las imágenes pueden estar llenas de “teoría y elocuencia”.
7. Las imágenes ayudan una comprensión encarnada de la realidad.
8. Las imágenes son más accesibles que muchas formas del discurso académico.
9. Las imágenes facilitan la reflexión y el diseño de la investigación.
10. Las imágenes provocan acción para la justicia social.

Siguiendo en este contexto, consideramos apropiado mencionar el nombre de Haوارد Becker. Este investigador se preocupa por el uso de la fotografía documental social dentro de la sociología visual. Distingue dos tipos de fotografías: las generadas por el investigador, y las que son usadas en la investigación y generadas por los fotoperiodistas. Para Becker (1995), ambas son igualmente válidas en el escenario científico. Él critica la postura según la cual las imágenes informativas con el tiempo se convierten tan solo en “un valor histórico”, puesto que su valor como noticia y como fuente de información depende del contexto y de la contemporaneidad del evento. Becker apunta que “cuando pasa el tiempo, una fotografía dejará de ser noticia, dejará de tener la misma connotación que en su momento, pero la historia prolonga su vida” (1995, p.13). ¿Qué características abarca entonces este tipo de fotografía? “Tiene que ser alguna otra cosa que noticia”, apunta Becker (1995, p.13), y se hace la pregunta “¿Si deja de ser noticia, que será esta fotografía?”(p.13).

Según Becker (1995), en el contexto adecuado, las fotografías de noticias de interés continuo pasan a ser documentos válidos para la investigación social.

Y para concluir, Becker (1995) nos refiere: “Para los sociólogos y otros científicos sociales, esto proporciona una advertencia contra el purismo metodológico, una ilustración de la naturaleza contextual de todos los esfuerzos para entender la vida social. Los mismos ejemplos proporcionan material para la continua exploración de formas de contar acerca de la sociedad, ya sea a través de palabras, números o imágenes” (p.14).

4.2.2. Corrientes metodológicas en el ámbito de análisis de fotografía, desde la perspectiva de las Ciencias de la Comunicación

Javier Marcial Felici (2007, p. 97-169) enuncia algunas de las principales corrientes metodológicas en el análisis de la imagen fotográfica. Ofrece varias perspectivas

y presenta una aproximación a diferentes análisis metodológicos de la fotografía, asociándolos con elementos básicos de la comunicación, para lo que se apoya en el esquema de comunicación de Laswel:

1. Emisor, en este caso denominado *polo productor*
2. Mensaje, el cual se refiere al texto audiovisual
3. Receptor, denominado *polo receptor*
4. Canal, que se refiere al campo de fotografía
5. Contexto sociológico, histórico o cultural, que afecta a todos los elementos anteriormente mencionados e influye en la interpretación de la imagen.

Sirviéndose de estos elementos básicos de la comunicación, Felici (2007) distingue las principales perspectivas metodológicas en el estudio de la fotografía:

- Partiendo desde el estudio de la instancia creadora: la aproximación biográfica.
- El estudio de elementos contextuales ofrece la aproximación histórica y perspectiva sociológica.
- Estudiando el *canal* se obtiene la perspectiva tecnológica.
- El estudio inmanente del texto visual: aproximaciones psicológicas, perspectiva iconológica, y orientación semiótica.
- El estudio de la instancia receptora: orientación hermenéutica, perspectiva deconstruccionista, perspectiva de los “estudios culturales” y teoría del discurso feminista.

En la actualidad existe un enfoque de análisis “mestizo y abierto”, y todas estas perspectivas están enlazadas entre sí, considera el autor, destacando así la imposibilidad de introducir un historicismo en el análisis metodológico de la imagen fotográfica (Felici, 2007, p.165). El ámbito de investigación de la imagen fotográfica, según Felici (2007), en el estudio metodológico de la fotografía, habría que aceptar la posibilidad de aplicación de diferentes reflexiones de los campos de la sociología, antropología, historia y teoría de arte.

Así las cosas, esta perspectiva es atractiva para nuestra investigación, ya que defiende la integración de diferentes perspectivas en el campo del análisis de las fotografías.

En resumen, la síntesis de corrientes metodológicas ofrecidas, nos sirve para contextualizar nuestro método de análisis dentro de las corrientes científicas existentes.

4.2.2.1. Breve historia del método iconológico

El historiador de arte y teórico de la cultura Aby Warburg introdujo a la historia del arte el método iconológico, como una extensión del método iconográfico. (Gombrich, 1970) Se fijaba en las representaciones extrañas dentro de las imágenes, y las ponía en contexto de diferentes actividades del espíritu humano. A su método lo ha denominado método iconológico ya en el año 1912. En una obra de arte se fijaba en los símbolos y los ponía en relación con la civilización humana entera, entendiendo bajo este concepto el conjunto de la cultura material y la espiritual: historia de la religión, astrología, diseño, comercio, poesía, filosofía y los demás campos del saber humano, incluida la magia y el ocultismo. Warburg usaba su método para “descifrar” los significados de las representaciones peculiares. Para él, la iconología es una interacción de forma y contenido, sin renunciar a la idea de que el estilo es un síntoma de la mentalidad de una época. (Grupo de Autores, 2000, pp. 85 - 130)

El proceso de simbolización es un elemento importante en la concepción de la cultura y el arte, mientras que la cuestión de pervivencia de los símbolos a través de la historia de la cultura es de una relevancia singular. (Felici, 2007, p.130)

La figura más importante en cuanto a la iconología, sin lugar a dudas, es el historiador de arte de origen alemán Erwin Panofsky (1892-1968). Es el primero que ha aplicado este método a las obras visuales, sentando sus bases en 1932, y luego lo ha

desarrollado. Lo dividió en fases de las que cada una parece un método separado, por lo que en cada una de estas fases el investigador ha de tratar cosas distintas. El análisis iconológico de una obra de arte Panofsky considera verdaderamente objetivo, teniendo así un carácter interpretativo a diferencia del iconográfico que sería descriptivo. (Grupo de Autores, 2000, p.87) Trata de trascender el mero análisis iconográfico, que se limita al significado manifiesto o evidente de la metáfora presente en la imagen. En el método iconológico la metáfora se observa y aclara, no solo como mensaje del autor, sino a través del contexto profundo del momento de la creación de la imagen: histórico, social, económico, político, científico, etc. A la vez se relaciona con el contexto espacial o cultural, además del temporal, y así cuenta con el significado ideológico específico, relevante para su momento. (Lopez - Rajo, 2005, pp. 239-343)

Tal y como advertimos, el análisis o método iconológico proviene del estudio de la Historia del arte, pero ha tenido su uso en otras artes visuales, mayormente en la fotografía y el cine. Es relevante para nuestra investigación que los autores como Gombrich o Panofsky, tan ligados a la iconología, son citados con frecuencia en textos relacionados con la fotografía, lo que demuestra su gran influencia en el mundo de la crítica fotográfica. (Felici, 2007, p.134)

Más adelante, en el octavo capítulo de la tesis denominado “Estudio de caso: El estereotipo de 'la víctima' tratado mediante un análisis iconológico del caso '*World Press Photo 2011*'”, el método iconológico será explicado paso a paso.

CAPÍTULO V – TEORÍA DE LA FOTOGRAFÍA INFORMATIVA

En este capítulo, junto con el anterior, se elabora la base teórico-metodológica necesaria para el posterior análisis de las fotografías premiadas por el *World Press Photo* (1955-2014).

Su objetivo consiste en posicionarnos dentro de la teoría de la imagen periodística, lo que nos permite establecer una base teórico-metodológica para el análisis textual de las fotografías, y su posterior aplicación a fotografías representativas del *World Press Photo*.

Teniendo en cuenta que el tema principal de la tesis tiene que ver con la representación de personas provenientes de diferentes grupos raciales y culturales, la elaboración de este capítulo nos proporciona las herramientas para indagar en la posible presencia de connotaciones ideológicas dentro del concurso.

Para configurar el capítulo, partimos de la teoría semiótica y su aplicación al análisis de los medios visuales. En este contexto, la fotografía informativa se entiende como un texto que se debe leer, y por tanto nos centramos en examinar el proceso de la lectura del texto fotográfico, además de explicar la dualidad y carácter polisémico de su mensaje. Para cumplir con esta labor, consultamos las posturas de autores como Vilches (1983, 1987), Marzal-Felici (2007), Dubois (1994) Barthes (1980, 1982, 1989) y Joly (2005), quienes, entre otros autores, aplican elementos de pertinencia semiótica al análisis de la fotografía.

El siguiente paso en la elaboración de esta unidad teórica, tiene que ver con la representación y percepción de la realidad, y con el estudio de la percepción visual. Este paso nos sirve para evidenciar que a la hora de decodificar el mensaje de una fotografía hay que tener presentes diferentes procedimientos perceptivos, además de los elementos de expresión y contenido. Para cumplir con este objetivo

consultamos las propuestas teóricas de Vilches (1987), Villafañe (2006), Aparici (2006), Gombrich, Hochberg y Black (1970), Arhainm (1974), Cordero Ruiz (2005), Marzal Felici (2007) y Zunzunegui (1985) quienes estudian exhaustivamente las leyes y procedimientos de la percepción visual.

Después de indagar en diferentes procedimientos de percepción visual, con el fin de obtener una visión sobre los efectos que pueden influir en la construcción del mensaje subliminal de una fotografía, nos prestamos a estudiar los elementos para la lectura de la imagen a nivel de expresión y contenido, y su posible impacto en la línea narrativa final de una imagen.

Este trabajo se suma al anterior en nuestro camino hacia la construcción de un panorama general sobre todas las categorías analíticas que se deben tener en cuenta a la hora de decodificar el mensaje latente en una fotografía.

Después de definir cuáles son los elementos que influyen en la lectura de una fotografía, y de qué manera pueden actuar en la construcción de su significado, nos centramos en definir otro aspecto, relacionado con el trabajo teórico anterior, que tiene que ver con las características persuasivas y manipulativas de la fotografía de prensa. Aquí se demuestra cuáles son los diferentes procedimientos de manipulación del lenguaje visual en los niveles de expresión y contenido de la fotografía periodística, y por consiguiente, cómo se produce un efecto de realidad, cómo se manipula el imaginario colectivo.

5.1. Ver, leer fotografías informativas. La dualidad del mensaje fotográfico.

La fotografía, por lo general, es concebida como un medio de representación verosímil de la realidad. Desde sus principios viene cargada con una gran fuerza de “objetividad”, ya que produce un “efecto de realidad”. Al principio de su expansión, se consideraba que la fotografía liberaría a la pintura de su función de representar la realidad, por sus características verosímiles y realistas. Esta primera postura

acerca de la fotografía fue ampliamente superada y debatida ya que la fotografía tiene una gran fuerza de distorsionar la realidad.

Philippe Dubois (1994), en *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*, ofrece un recorrido histórico sobre las principales posturas teóricas acerca de la fotografía y sus cualidades de representar la realidad material, o sea, sobre la conexión entre la fotografía y la representación de su referente. El autor distingue tres “épocas históricas” y designa este recorrido *de la verosimilitud al índice* (pp.19-51).

En su primera instancia *la fotografía*, según Dubois, fue considerada *como un espejo de lo real* (el discurso de mimesis). Aristóteles fue el primero quien planteo el arte como imitación de la vida real, y esta postura se mantuvo a lo largo de la historia. La postura sobre la fotografía como mimesis de la realidad, y el “efecto de realidad” que este medio produce, se debe a la semejanza entre la imagen y su referente. El “análogo” – entre la realidad material y la fotografiada – que se capta por el ojo humano condiciona este primer discurso acerca de la imagen como *icono*.

La segunda época histórica tiene que ver con *la fotografía como transformación de lo real* (el discurso del código y deconstrucción, en palabras de Dubois). Esta segunda época impone la duda sobre el “efecto real” que produce la fotografía. El pensamiento estructuralista de diversos autores – entre ellos Christian Metz, Rolan Barthes, Umberto Eco, Lindekens o Grupo u – quienes comienzan a analizar las fotografías guiándose por la premisa de que la fotografía distorsiona la realidad, es primordial en este periodo. Acercándose al problema desde una perspectiva lingüística, el pensamiento teórico de esta etapa se conduce por el paradigma de que la imagen, al igual que el texto escrito, está culturalmente codificada. En este caso, la fotografía es concebida como un conjunto de códigos, un *símbolo*, en términos de Pierce.

En la tercera etapa histórica definida por Dubois, la fotografía se entiende como la *huella de un real* (el discurso del índice y la referencia) y tiene que ver con “la deconstrucción (semiología) y denuncia (ideológica) de la impresión de la realidad” (Dubois, p. 21). Volviendo al referente pero sin la “obsesión mimética”, la imagen representa una huella dactilar del referente en el negativo, que afirma la realidad en el sentido de que sí, existió. Dubois indica que “la foto es ante todo un índice. Es solo a continuación que puede llegar a ser semejanza (icono) y adquirir sentido (símbolo).” (p.51)

Queda claro que la fotografía no puede ser concebida como una imitación de la realidad, y, partiendo de esta premisa, varios autores se preocuparon por examinar la “realidad” fotográfica, aplicando, en su mayoría, conceptos de la teoría semiótica.

Hoy en día vivimos en una sociedad basada en imágenes, y precisamente es la fotografía informativa la que en ocasiones funciona en acorde con las exigencias del mercado, de los medios y los gobiernos, mostrándose como portadora de diversas ideologías – políticas, propagandísticas, éticas.

Por estas razones la fotografía no se puede solo mirar. Hay que acceder a su lectura para obtener una comprensión profunda y sistemática de su significado.

Susan Sontag, en su libro *Sobre la fotografía* (1981), apunta que “La realidad misma empieza a ser comprendida como una suerte de escritura que hay que decodificar. Por lo demás, las imágenes fotográficas fueron comparadas con la escritura.” (p. 170)

La fotografía e imagen en general, tienen características propias de un texto escrito. Al igual que el texto, una imagen puede ser leída. Las fotografías están compuestas por códigos visuales que cada lector decodifica en el proceso de su lectura.

Si observamos la fotografía como un texto que se puede leer, naturalmente entendemos que cada imagen tiene una línea narrativa, y que un grupo de imágenes puede conformar todo un relato visual.

Hay que apuntar que aquí nos centraremos en la imagen sola, sin palabras acompañantes, ya que las fotografías premiadas por el *WPP* – tema de nuestra investigación – vienen solas, en la mayoría de los casos sin pie de foto, y acompañadas tan solo de una breve nota descriptiva. En los periódicos suele ocurrir lo mismo, pero sí existe una interacción entre la fotografía y el artículo correspondiente.

En todo acercamiento al análisis textual de la imagen, una gran influencia han tenido las aplicaciones semióticas al estudio de la fotografía y teorías de autores como Sanders Peirce. La semiótica considera que la fotografía, como otras formas de expresión visual, es un lenguaje que cuenta con un código que hace posible la presencia de signos en la imagen.

Existen diferentes aspectos, tanto formales como de contenido, que pueden influir en la historia que es presentada a través de una imagen y por consiguiente en su lectura. En el acto de lectura de la imagen influyen tanto los elementos expresivos de la fotografía, la organización de su contenido, como elementos de la percepción visual (Vilches, 1983; Barthes, 1986; Zunzunegui, 1985). Además, en la lectura de la imagen influyen las diferentes competencias del lector. (Vilches, 1987)

El bagaje cultural de cada persona tendrá un rol decisivo en el modo de la lectura de una imagen y, en consecuencia, de la comprensión de su significado.

Lorenzo Vilches (1987) aplica esta distinción al análisis de la fotografía informativa, donde los elementos de expresión visual se organizan a través de las leyes de percepción visual y también a través de diferentes variables visuales de la fotografía, mientras que los elementos de contenido se organizan a través de sus elementos narrativos.

Según el autor “el plano de expresión organiza la 'visibilidad' del texto visual, mientras que el plano de contenido organiza su 'legibilidad' o comprensión” (Vilches, 1987, p.79). Los elementos, tanto expresivos como de contenido de la fotografía informativa, serán plenamente examinados en el siguiente apartado de este capítulo.

La autora Martine Joly (2005) también diferencia los planos de expresión y del contenido, como categorías analíticas en cuanto a la imagen, y propone determinar cómo interactúan (al igual que Vilches, 1988, 1987; Aguirre y Bisbal, 1990) para producir un mensaje más amplio, adaptando sus procedimientos metodológicos al objetivo de análisis (p. 176), tal y como lo hace cada uno de los autores.

Igualmente, Roland Barthes (1971) apunta que todo sistema de significación está compuesto por un plano de expresión (E) y un plano de contenido (C) y que la significación sería la relación (R) que une ambos planos (p.91). Apoyándose en Hjemlev, Barthes indica que cuando un sistema ERC se convierte en un elemento del segundo sistema: “el primer sistema se convierte en el plano de expresión o significante del segundo sistema. El primer sistema constituye el plano de denotación y el segundo sistema (extensivo al primero) el plano de connotación” (p.91).

En su obra *Lo obvio y lo Obtuso: Imágenes, Gestos, Voces* (1986) se puede encontrar la aplicación de este planteamiento al análisis de la fotografía.

Barthes (1986) apunta a la dificultad del análisis estructural del mensaje propio a la fotografía. Según el autor, la fotografía, al igual que todas las artes, cuenta con una dualidad del mensaje: el denotado, que sería análogo a la realidad, y el connotado, que en cierta manera viene a ser el modo en el que la sociedad ofrece al lector su opinión sobre el anterior.

El mensaje fotografico estará condicionado por estas dos categorías, según detalla Barthes (1986).

La denotación en la fotografía de prensa, para Barthes (1986), sería una descripción primaria y “objetiva”, donde se percibe su más cercana analogía con la realidad, por lo que el denotado sería un mensaje sin código – un mensaje icónico no codificado.

Según R. Aparici (2006) “la denotación es lo que literalmente nos muestra una imagen, es lo que percibimos inmediatamente. La denotación está conformada por todos los elementos observables: desde la pequeña unidad de análisis como es el punto o la línea, hasta los objetos de distinto volumen y material que se encuentran en ella”. (p.209)

Para acceder a una lectura denotativa del mensaje no necesitamos más que un saber relacionado con nuestra percepción: saber identificar los elementos icónicos que componen la imagen.

Aparici (2006) destaca que “en una lectura denotativa de la imagen enumeramos y describimos lo que aparece representado, sin incorporar valoraciones personales que no estén presentes en ella”.

Marzial Felici (2007) cuestiona el “carácter analógico de la denotación, así como la imposibilidad de ser analizada.” Según el autor existen diversos elementos expresivos de la fotografía, “puramente denotativos”, que a menudo pueden ser “puramente connotativos” (p.171).

La connotación, según Barthes (1986), abarca todos los demás aspectos. Todas las facetas que aparecen sugeridas en la fotografía, las que no se ven de forma arbitraria y primaria sino de manera subliminal, son integradas en su contenido y se necesitan una interpretación y una reflexión para poder acceder a una lectura connotativa.

Según indica Aparici (2006) “la connotación no es mostrada, no es observable y tampoco es igual para todas las personas. La connotación está estrechamente ligada a un nivel subjetivo de lectura” (p.209).

Esta dualidad del mensaje fotográfico para Barthes representa la paradoja de la fotografía: la coexistencia de dos mensajes, uno de ellos sin código (la denotación), y uno con código (connotación). El mensaje connotado (o codificado) se desarrolla en la fotografía a partir de uno sin código” (1986, pp. 13-16).

La connotación consiste en la codificación del análogo fotográfico: la *codificación del mensaje sin código*. El código de connotación – la relación entre significante y significado, entre niveles de expresión y contenido – es cultural en el sentido en que los colores, los gestos, los símbolos, organizaciones narrativas y perceptivas en una fotografía, vienen determinados por los significados que les atribuye una concreta sociedad (Barthes, 1986, pp.13-16).

Barthes (1986, pp.16-21) enumera los “procedimientos de connotación” que se pueden encontrar en la práctica fotográfica:

El Trucaje es un método que interviene dentro del plano de denotación, utiliza la particular credibilidad de la fotografía, su excepcional poder de denotación. De esta manera se hace pasar por un mensaje denotado, siendo de hecho un mensaje connotado con mucha fuerza.

La pose de los personajes en la fotografía da pie a la lectura de los significados de connotación. La fotografía es significativa en la medida en que existe una reserva de actitudes estereotipadas que constituyen elementos de significación ya establecidos (direcciones de la mirada de los personajes, direcciones de las manos, gestos...). La “gramática histórica” de la connotación busca referencias en la cultura.

Los objetos tienen una notable importancia para generar el sentido connotado de la imagen. Los objetos hacen asociaciones a otras ideas (por ejemplo biblioteca =intelectual), a través de lo cual se forma el mensaje sublime, connotado en la fotografía informativa. Asociación de ideas con objetos, para crear significados.

En cuanto a *la fotogenia*, en términos de estructura informativa en un mensaje connotado, esa se encuentra dentro de la misma imagen “adornada”: se construye mediante diferentes técnicas de iluminación, impresión y reproducción.

El esteticismo, o estética de la fotografía, también puede ser un procedimiento de connotación, de carácter más complejo y sutil que los demás.

La sintaxis sería un conjunto de varias imágenes que se construyen en secuencia. En este caso, la connotación no se establece en ninguno de los fragmentos, sino en el conjunto del encadenamiento de las fotografías. Barthes habla de las revistas ilustradas como ejemplo de este procedimiento de connotación, pero consideramos que en el caso de la fotografía informativa, en la actualidad, los reportajes fotográficos serían su mejor ejemplo. Varias imágenes en conjunto, relacionadas entre sí, forman una historia donde la connotación se revela en la relación y el conjunto de todas ellas.

Para concluir, Barthes habla sobre la importancia de la connotación ideológica o ética, refiriéndose a aquella que, a la hora de su lectura que siempre es de tipo sintáctico, introduce posturas políticas o ciertos valores. Este tipo de connotación se puede asociar con aquello que Barthes designa como Mito (Barthes, 1984), y que para él representa las ideologías dominantes de nuestra época.

Durrer (2004) considera que “las fotografías nunca son transparentes por sí mismas. De una manera u otra, son solo fragmentos destrozados de un espejo roto hacia la realidad, que mientras nos muestra sus imágenes, nosotros estamos forzados a reconstruir su significado.” Este autor amplía la propuesta de Barthes con la necesidad de tener un cuadro de referencia, o contexto, para poder acceder a una lectura correcta, y avisa que, a la hora de analizar una fotografía, como resultado final se obtendrán más preguntas que repuestas.

Tal y como indica Vilches (1987), “la lectura de la imagen se realiza en espacio físico y al mismo tiempo perceptivo – cognoscitivo”, donde el lector se convierte en un “verdadero personaje narrativo”. (p.238) A todo esto podríamos añadir que la narrativa en la fotografía se desarrolla en su mismo proceso de lectura, cuando el lector atribuye distintos significados a los códigos que componen el texto visual de la fotografía.

Lorenzo Vilches (1987) señala tres niveles básicos de lectura para clasificar la fotografía desde la perspectiva de la interpretación (pp.238-242):

Delimitación del marco físico-cognoscitivo de la imagen – En el mismo acto de fotografiar, el fotógrafo elige lo que quiere dejar fuera y dentro del encuadre. Vilches estudia el marco en su doble aparición: “como delimitación de un espacio visual en su aspecto interno o englobante, y como espacio de representación en su aspecto interno o englobado” (1987, p.239).

La noción del punto de vista – Al punto de vista Vilches lo estudia desde una perspectiva multidisciplinar, intentando fusionar sus aspectos técnicos y formales. En ese sentido, el punto de vista lo relaciona con la acción de enfocar, y lo entiende como un acto de percepción psicológica que pasa a actuar como persuasión, y por tanto conforma la capacidad de expresar algunas figuras retóricas.

El tema fotográfico – Para la lectura del tema fotográfico hay que “examinar el modo en que un fotógrafo se sirve de una superficie de contrastes y volúmenes para exhibir simultáneamente una serie de espacios parciales” (1987, p.241).

Vilches (1983) apunta que la lectura del texto visual de la imagen exige competencias tanto del lector como del autor de la imagen. Trata de categorizar el espacio visual sirviéndose de los niveles anteriormente descritas: Marco y Enfoque (punto de vista) en la expresión, y Tema y Tópico en el contenido.

Las competencias Autor / Lector se distribuyen de la siguiente manera: “el autor muestra un marco y el lector enfoca su visión en el plano de la expresión. El autor exhibe un tema y el lector topicaliza un espacio en el plano del contenido”. (Vilches, 1983, pp. 107-108)

Tabla 2.

	Sustancia	Forma	Modalidad	Competencia
Expresión	Marco	Foco	Mostrar Ver	Autor Lector
Contenido		Tema Tópico	Exhibir Mirar	Autor Lector

Fuente: Vilches, 1983, p. 108

Todos estos elementos nos indican que en el proceso de lectura de una imagen hay que tener en cuenta tanto el plan de expresión como de contenido, puesto que se trata de un proceso complejo cuyo resultado analítico puede otorgar mensajes polisémicos, dependiendo de las competencias de cada lector. En el proceso comunicativo de la formación del mensaje fotográfico entran en juego dos personas por lo que se abre una mayor gama de posibilidades de su interpretación.

El autor desde el mismo momento del acto de fotografiar escoge su postura para contar algo, de una manera subjetiva. La decodificación del mensaje dependerá de las competencias del lector, y cada lector podrá atribuirle diferentes significados.

Si entendemos la fotografía como un texto que se puede leer, junto con los elementos ya descritos también hay que tener en cuenta algunos “atributos” de la narratividad: en el caso del fotoperiodismo, cada imagen o conjunto de ellas debe tener y tiene una línea narrativa.

No sucede lo mismo con las imágenes artísticas, abstractas, el collage, etc. En estos casos nos podemos encontrar con fotografías en las que es difícil seguir el hilo narrativo del texto visual.

No obstante, en el caso del fotoperiodismo, precisamente por su carácter periodístico, las imágenes representativas de este género deben responder a las cinco preguntas, igual que las noticias verbales y reportajes escritos: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Dónde?, ¿Cuándo? y ¿Por qué?

Por ello, y gracias a las características del propio lenguaje de la fotografía, estas desarrollan su potencial narrativo a través de los códigos visuales que cada imagen contiene y que conforman un texto visual que en el proceso de la lectura revela la historia que el fotógrafo quiso contar.

Teniendo en cuenta que el tema de este estudio está ligado al concurso *World Press Photo*, para entender las cualidades de la fotografía periodística como texto, y por consiguiente su narratividad, partiremos de los dos subgéneros que son premiados por dicho galardón – la fotonoticia y el reportaje fotográfico.

La fotonoticia es un género foto periodístico que informa sobre un hecho o suceso socialmente significativo. En la mayoría de los casos, la información está presentada a través de una sola fotografía. La fotonoticia puede ir acompañada de un breve texto escrito (título o pie de foto), pero debe tener autonomía para cumplir su función informativa por sí misma a través de diferentes códigos visuales, sin depender de la información complementaria en forma de texto escrito. El valor de una fotonoticia siempre depende del momento en el que haya sido captada, ella siempre trata un hecho concreto y el tema tratado debe ser fácilmente reconocible por el público. El impacto emocional que causa en sus receptores es tan importante como su significado social (Abreu, 1998; Cebrián-Herreros, 1992).

Por consiguiente, cada fotonoticia debe tener una línea narrativa. Una sola fotografía es narrativa cuando existe un autor, un lector, uno o varios actores y una representación temporal (Vilches, 1987). La temporalidad en este caso se puede revelar en el tiempo subjetivo del lector, en el proceso de lectura de los códigos visuales de la imagen y por tanto de su descripción connotativa.

Cada lector, acorde a sus competencias de lectura personales, atribuye un significado a los códigos que conforman el texto visual de cada imagen, siempre condicionado por la intencionalidad del autor y el contexto en el que se presenta la fotografía.

En este sentido, en plan connotativo de la imagen dependerá plenamente de la preparación del lector. Sírvanos de ejemplo la fotografía aparecida en la portada de El País el 2 de noviembre de 1993.

EL PAÍS

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA

EDICIÓN DE MADRID Redacción, Administración y Talleres: Miguel Yuste, 40 / 28037 Madrid / ☎ (91) 337 82 00 / Precio: 100 pesetas / Año XVIII. Número 6.031

WEDNESDAY, NOVEMBER 03, 1993 PÁGINA 1

Entrevista con Juan Pablo II, que acusa a la CE de pasividad

“El cristianismo ha sido determinante en la caída del comunismo en Europa”

Juan Pablo II, el papa polaco de 73 años que ascendió hace 15 al trono de san Pedro, está convencido de que la caída del comunismo en la Europa del Este, por la que luchó durante décadas, se ha debido a la fuerza del cristianismo en esa parte del mundo, que no ha sido socavada por la relajación occidental. Sin embargo, cree que es preciso evitar los excesos del ultraliberalismo.

En una entrevista que hoy publica EL PAÍS, el papa Wojtyła admite, no obstante, que el comunismo tenía aspectos buenos y defiende el activismo político de los cristianos.

“Creo que si ha habido un factor determinante en la caída del comunismo en la Europa del Este, ese ha sido el cristianismo, su intrínseca defensa de la persona humana y de sus derechos”, declara el Papa en una de las escasísimas entrevistas que ha concedido desde que accediera al solio pontificio. Juan Pablo II mantiene que se ha demostrado que la fuerza del sentimiento religioso es muy superior a la ideología y a la lucha de clases, que tampoco “han logrado derrotar la conciencia nacional”.

El Pontífice cree que “los protagonistas del capitalismo a ultranza tienden a desconocer incluso las cosas buenas realizadas por el comunismo: la lucha contra el paro, la preocupación por los pobres”, pero esa vertiente positiva no redime al comunismo de los estragos perpetrados en las mentes y las sociedades donde ha impuesto su poder. Sólo se podrá perdonar a los comunistas si se convierten y rinden cuentas de sus acciones. Pero el Papa estima que “en algunos países del mundo, el capitalismo pervive en su estado salvaje, casi como en el siglo pasado”.

Juan Pablo II dice estar siempre del lado de los desheredados de la Tierra, y agrega: “Los poderosos de este mundo no siempre tienen una buena opinión de un papa así”. Entre ellos cita a quienes “piden vía libre para el aborto, para la anticoncepción, para el divorcio”, peticiones a las que él no puede asistir.

ha confiado Dios es la de defender los derechos fundamentales de la persona, y el derecho a la vida es uno de ellos”.

El Papa critica a los nacionalismos radicales y a la Comunidad Europea, por estar demasiado pendiente de sí misma y ajena a los muchos problemas que turban el mundo.

A la pregunta de si no se siente a veces solo, el Papa dice que “realmente no”, y admite que tal vez se trate de “una cuestión de carácter”.

Páginas 4 a 6

Un confidente policial afirma que la farmacéutica de Olot está muerta



Francisco Evangelista, con antecedentes por pequeños delitos, ha declarado ante la Guardia Civil que Maria Angels Felis, la farmacéutica de Olot, de 35 años, secuestrada el 20 de noviembre del año pasado, está muerta. El confidente asegura que los presuntos autores del secuestro fueron Joan Casals y Xavier Bassa, detenidos el pasado sábado en Barcelona.

Maria Angels Felis.

Página 17



LA SANGRÍA BOSNIA NO TERMINA. La Cruz Roja difundió ayer un informe en Sarajevo según el cual miles de civiles croatas y musulmanes han abandonado sus hogares y vagan asustados por Bosnia central, huyendo de los milicianos de ambos bandos que se han enfrentado al canon en la los asentamientos masivos de civiles. En la foto, una

SUMARIO

44 Air Europa y SAS rompen el monopolio de Iberia

Las compañías aéreas Air Europa y Scandinavian Airlines (SAS) empezaron ayer a hacer competencia a Iberia en los vuelos interiores. Aunque Iberia mantiene una frecuencia de vuelos muy superior, sus competidoras han abaratado los precios. Air Europa ofrece 25 rutas y SAS se ha metido en uno de los trayectos más usados, el que une Madrid y Barcelona.

7 El Ejército británico adiestra a las bandas protestantes en el Ulster, dice un diputado unionista

12 Israel propone a la OLP un plan para retirar sus tropas de la franja de Gaza

18 Los casinos se oponen a la ley antiblancqueo de dinero que tramitan las Cortes

19 El PNV insta a ETA a

Imagen 22. Una mujer llora ante la tumba de su hijo en Sarajevo; fotógrafo: Chris Helgren

Se ve una mujer agachada, vestida de negro, con expresión de duelo, junto a una cruz de madera que ocupa el primer plano. La lectura denotativa de la imagen es obvia y universal: el sufrimiento de una mujer ante la gran pérdida causada por guerra. La imagen fue tomada durante la Guerra en Bosnia, en el periodo del asedio de Sarajevo por parte de las milicias serbias. La opinión pública de todo el mundo estaba sensibilizada por los sufrimientos de los ciudadanos de Sarajevo, en su mayoría Musulmanes y Croatas, sin saber que los civiles serbios también estaban atrapados. El público, en este caso español, no tiene conocimientos de tres distintos ritos religiosos y símbolos funerarios entre las tres etnias que conforman la sociedad de Bosnia. Solo un lector proveniente de los Balcanes enseguida se

dará cuenta de que la tumba de la fotografía es de rito ortodoxo y la mujer afligida, serbia. Se trata no solo de tipo de cruz de madera, o del modo en el que la mujer lleva el pañuelo negro en la cabeza, sino de tipo de velas utilizadas, que difieren de las velas usadas por los croatas católicos. Estos “detalles” distintivos tienen una gran importancia para los pueblos bosnios. Sin embargo, la fotografía presentada a un público que ignora estas distinciones, sirve como un testimonio más de las atrocidades serbias, apoyado por el texto a pie de foto en el que se habla solo de “civiles croatas y musulmanes”.

En este caso, ni siquiera se puede hablar, con seguridad, de omisión o manipulación editorial, porque es posible que ni el mismo fotógrafo alemán (de la agencia REUTERS) supiera distinguir la simbología funeraria de las tres religiones en Bosnia.

El proceso de lectura del relato visual de la imagen, cambia cuando se trata del reportaje fotográfico. Mientras que en el caso de la fotografía nos basamos solo en los códigos visuales que componen una fotografía, en el caso del reportaje hay que considerar un grupo de diferentes imágenes que aparecen como unidad y relato del reportaje.

El reportaje fotográfico es el género foto periodístico que con más claridad muestra el potencial narrativo de la fotografía periodística, ofreciendo todo un relato visual y al mismo tiempo diversas posibilidades para su lectura.

Las posibilidades que trae el soporte de la cámara digital de producir una gran cantidad de imágenes, al instante y sin ningún coste, han jugado un rol decisivo en la expansión de este género. El número de fotografías que conforman el relato visual del reportaje fotográfico ha ido aumentando desde sus inicios, para hoy en día convertirse en una narración visual larga que contiene un conjunto de entre 10 y 20 fotografías.

El reportaje fotográfico consiste en la narración de un relato visual, centrado en un tema, por medio de varias fotografías. Al igual que el reportaje escrito, el reportaje fotográfico tiene un inicio, desarrollo y desenlace, por lo que su historia y discurso dependerán del orden en el que las imágenes son presentadas. Si cambia la relación entre las imágenes mostradas, cambia la historia que se pretende contar, y por consiguiente cambia su lectura. La capacidad de contar historias, que el reportaje fotográfico tiene, lo convierte en el género más usado dentro del fotoperiodismo profesional contemporáneo (Abreu, 1998, Cebrián-Herreros, 1992).

La narrativa visual y la lectura de la imagen están estrechamente vinculadas, pues si la fotografía no fuera narrativa no habría elementos para su lectura.

Como ya hemos indicado, Barthes (1986, 1994) nos introduce al entendimiento del discurso fotográfico a través de su narración, y esta proviene de las características de ambigüedad de su propio mensaje – se trata de toda una retórica fotográfica.

Yoko Thsuchiyama (2015) examina las características narrativas de las fotografías que muestran la bomba atómica en Nagasaki, fuera del contexto del periódico. Este autor igualmente considera que el mensaje fotográfico puede ser polivalente. Además del mismo acto de fotografiar donde varios elementos influyen en la interpretación de la realidad, dándole un toque subjetivo a la representación del objeto fotografiado, el autor distingue un segundo nivel de interpretación. La fotografía cambia su apariencia dependiendo del código y del contexto. El texto que acompaña la imagen guiará la lectura del mensaje, pero también el orden en el que las fotografías son presentadas en el caso del reportaje (*photo story*) que será una decisión tomada por el editor o curador. Esto estará condicionado por el lugar en el que se exhibe la fotografía, pero no es una decisión que depende del mismo fotógrafo. El autor apunta a las fotografías de la bomba atómica en Nagasaki que se muestran como “objetivas” y “realistas”, pero fueron interpretadas y usadas en diferentes contextos político después de 1945, borrando así la frontera entre la

ficción y no-ficción. La interpretación y la narración que se les atribuyen a estas imágenes, cambian después de un tiempo, pero las fotografías encarnan el mismo testimonio, y esto no cambia con los años – indica el autor.

Para Berger y Mohr (1997) toda fotografía presenta dos mensajes, uno relativo al suceso fotografiado, y otro que tiene que ver con un golpe de discontinuidad. Los autores se preguntan si existe una forma narrativa verdaderamente fotográfica, concluyendo que sí, y apuntan que todas las fotografías son ambiguas: las compara con nuestra memoria. Las imágenes han sido arrancadas de una continuidad (al igual que nuestros recuerdos) pero al mismo tiempo son discontinuas en su temporalidad. Y esta sería la ambigüedad generada por lo narrado en la imagen (pp.279-282).

En ningún momento se debe olvidar que la fotografía no es una mimesis de la realidad, sino una construcción cultural, mediática, ideológica, social. Por consiguiente, el mensaje fotográfico es polisémico, es decir, puede tener diferentes significados según la interpretación de cada lector, pero también contiene significados latentes, incorporados en el mismo acto de producción de la fotografía. En el caso de la fotografía informativa, la realidad muchas veces es distorsionada y es por eso que necesitamos acceder a su lectura para decodificar el mensaje que el texto visual de la imagen nos ofrece. En los próximos apartados nos dedicamos a realizar un estudio exhaustivo de los elementos necesarios para entender propiamente el mensaje fotográfico en todos sus niveles: perceptivo, expresivo y de contenido.

5.1.1. La representación y percepción de la realidad. Estudio de la percepción visual.

El estudio de la percepción visual proviene de la Teoría del Arte a partir de donde encuentra también su amplia aplicación en los estudio de las Ciencias de Comunicación e Información. Según el diccionario de la Real Academia Española la palabra proviene del latín (*perceptio, -ōnis*).

- Sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos.

A esta definición debemos agregar la del adjetivo, tal y como lo define la misma fuente, la RAE: visual, del latín, (*visuālis*).

- Perteneiente o relativo a la visión.

Podemos decir, pues, que la percepción visual es la *impresión* material del mundo exterior a través del sentido de la visión. Para Cordero Ruiz (2005) la percepción visual es “la sensación interior de conocimiento aparente que resulta de un estímulo o impresión luminosa registrada en nuestros ojos”.

El acto perceptivo es complejo y queda evidente que el mundo real no es lo que percibimos mediante nuestro sentido de la visión y por eso es necesario acceder a un análisis constante de los estímulos recibidos a través de nuestra mirada. Nosotros a través de la percepción organizamos y entendemos la realidad.

En el caso de la fotografía existen diversas leyes de percepción visual que influyen en la manera en la que percibimos los elementos constituyentes de una fotografía, y por consiguiente pueden influir en la manera en la que concebimos su mensaje.

Desde el mismo instante que el fotógrafo decide congelar un fragmento de la realidad a través de su cámara, este “fragmento de la realidad” representada viene cargado con una gran fuerza de subjetividad. Consideramos importante subrayar la importancia de interpretar la representación de la realidad en el caso de la fotografía informativa, puesto que su función primaria es presentar información visual sobre los hechos socialmente significativos de una manera objetiva y transparente. Tristemente, esta función de la fotografía es una categoría utópica, puesto que en el mismo acto de fotografiar el autor toma una serie de decisiones que influyen en la manera en la que la realidad “material y arbitraria” es percibida, cargando el mensaje de la imagen con una dosis de mayor o menor subjetividad.

Además de la elección del marco físico-cognoscitivo de la imagen, del tema y del punto de vista, que mencionamos anteriormente y que Vilches (1983, 1987) examina con exhaustividad, el autor Félix del Valle Gastaminza (2001) enumera las decisiones tomadas por el fotógrafo que influyen en nuestra percepción de la realidad manifestada a través de la fotografía: la elección de película (color, BN, sensibilidad, ISO..), la elección de objetivo, la elección de los filtros, la regulación de la apertura de diafragma y la decisión de tiempo de exposición.

Pues bien, todas estas decisiones que el autor de una fotografía toma en el mismo acto de fotografiar, influyen en nuestra percepción de la realidad material. Hay que tener en cuenta la inherente propiedad manipuladora de la fotografía informativa para promover ciertas ideologías.

Pero en el caso de la percepción visual, lo que toma mayor importancia a la hora de percibir la realidad son las leyes y procedimientos de la percepción visual. Los fotoperiodistas y editores se sirven de estas leyes para guiar nuestra mirada a los puntos de atención de la imagen, muchas veces para promover ciertos intereses. Por esta razón es importante conocer e interpretar estos procedimientos, para poder acceder a una lectura completa de la fotografía y en ocasiones también a la lectura del mensaje subliminal que esta puede portar.

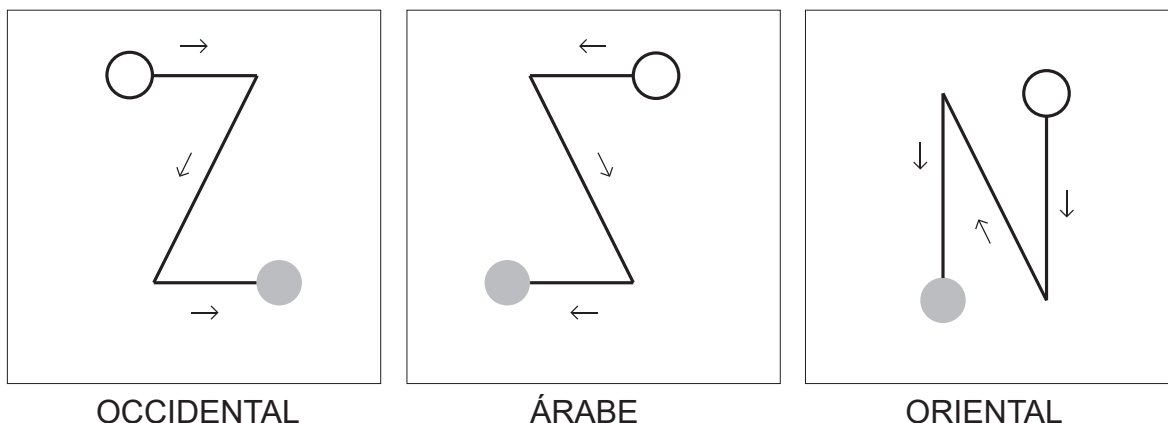
Según considera Aparici (2009) “el hecho de que entendamos las fotografías y otras reproducciones de la realidad se debe a que se asemejan más o menos a la imagen del referente real que se forma en nuestra retina. Si la primera representación de la realidad la realiza el ojo humano, los medios de comunicación hacen una segunda representación de los acontecimientos. Mientras que la primera representación es fisiológica, la segunda es una construcción que se vale de dispositivos tecnológicos para transmitir una dimensión estética, ideológica, ética, etc...” (2009, p. 21).

Cuando hablamos de los procedimientos de percepción visual, hay que tener en cuenta que nuestra mirada no es inerte, ya que recorre un camino en el proceso de

la lectura de una fotografía – el recorrido visual. Partiendo de autores como Marzal Felici (2007) y Vilches (1987) vamos a definir lo que sería este concepto.

A través del *recorrido visual* se establecen relaciones entre diferentes elementos que forman parte del texto visual de una imagen. Lo que permite establecer estas relaciones son las direcciones visuales que marcan el recorrido visual y llevan nuestra mirada hacia los centros de interés de cada fotografía. La dirección del recorrido visual depende de las direcciones de escena, creadas por la composición interna de cada imagen y de nuestros hábitos de lectura. La dirección del recorrido visual estará marcada por las direcciones de escena en la fotografía. Las direcciones de escena pueden estar representadas gráficamente dentro de la imagen (por ejemplo, con diagonales formadas a través de diferentes gestos de los actantes que encaminan nuestra mirada), o bien sugeridas a través de la composición de diferentes elementos de la fotografía, mediante el uso de las condiciones que tienen que ver con las leyes de la percepción.

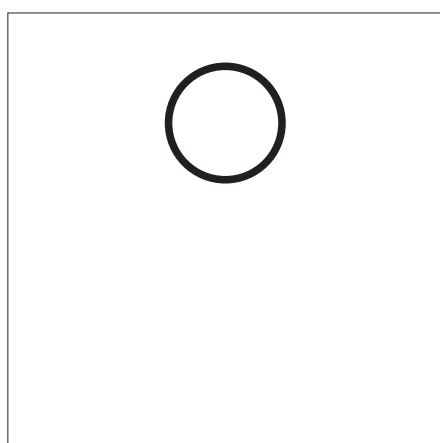
Otro elemento que condiciona la dirección del recorrido visual de nuestra mirada tiene que ver con nuestra manera de leer textos escritos. Hay que tener en cuenta que diferentes culturas tienen diferentes esquemas de lectura de textos, lo que directamente influye en el proceso de lectura de una fotografía. En la cultura occidental, el esquema de lectura sigue un recorrido visual en forma de Z, comenzando desde el cuadrante superior izquierdo de la imagen, y finalizando en el cuadrante inferior derecho. Esto difiere en el caso de la cultura árabe u oriental. El sentido del movimiento ocular también está influido por la costumbre de leer de izquierda a derecha, y de arriba abajo.



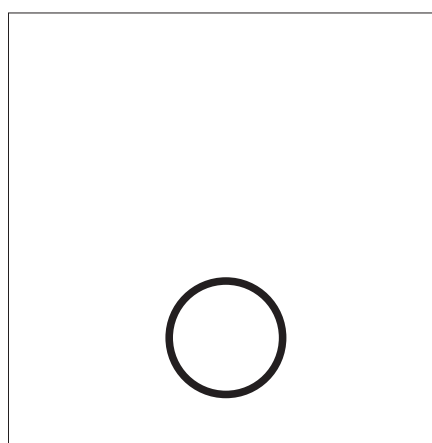
Imágenes 23, 23a, 23b.

Esto hace que nuestros ojos se muevan con mayor facilidad al realizar dicho recorrido, y como consecuencia las dos zonas de mayor atracción visual en una imagen serán en la parte superior y derecha del cuadrante de la fotografía. Por consiguiente, cualquier elemento colocado en la parte de arriba de la superficie de una fotografía tendrá más fuerza de atracción visual que un elemento que se encuentre en la parte inferior de la imagen.

+ FAVORITO



- FAVORITO



Imágenes 24, 24a. Zonas de mayor atracción visual en una imagen

Así las cosas, el autor de una fotografía guiará el recorrido visual, o sea, la ruta de la mirada del espectador, mediante la composición de cada fotografía y teniendo en cuenta las leyes de la percepción.

Estas reglas referentes al recorrido visual pueden cambiar y cambian con frecuencia, según lo que pretende contar cada autor, en especial cuando nos encontramos ante imágenes más complejas, con códigos visuales más abstractos – por ejemplo, en el caso de la fotografía artística. (Vilches, 1987; Marzal Felici, 2007)

Además del recorrido visual que como pudimos ver está condicionado por nuestro bagaje cultural, existen diversas leyes que influyen en la percepción al observar una fotografía.

La teoría de Gestalt sienta fundamentos para la psicología perceptiva y sus conclusiones son ampliamente arraigadas en los estudios de La Teoría del Arte y posteriormente en las Teorías de la Comunicación, y sus límites son contemplados por varios estudios de diversas materias (Vilches, 1987; Villafaña, 2006; Aparici, 2006; Gombrich, Hochberg y Black 1970; Arhainm, 1974; Cordero Ruiz, 2005; Marzal Felici, 2007; Zunzunegui, 1985). Nosotros examinaremos su aplicación en el contexto del fotoperiodismo.

La teoría de la Gestalt, que parte de la palabra alemana “figura” y trata de la percepción, podría resumirse, según Villafaña (2006), como “una agrupación de estímulos que no es fruto del azar” (p.57). La Gestalt por tanto no es una característica de los objetos, sino se manifiesta en el reconocimiento del estímulo por parte del lector.

Una de las principales reglas de percepción tiene que ver con la relación entre *Figura y Fondo*. En este sentido, al leer una imagen distinguimos la figura y el fondo, pero los captamos como “el objeto de la figura, que se percibe sobre un fondo que actúa sobre el primero como un contexto espacial”. (Vilches, 1987, p.22). Es decir, la figura tiene forma, mientras que el fondo es indefinido, y los dos se transforman en el acto de la percepción. Por consiguiente, la figura y el fondo son dinámicos.

Aparici (2006) enumera las características que distinguen la figura de su fondo:

1. La intensidad de luz y su diferencia de brillos que establecen la distinción entre objetos y superficies. Se perciben mejor los detalles de la forma con una iluminación fuerte cuando el objeto es negro u oscuro y se destaca de un fondo blanco o claro, y viceversa.
2. Una figura se percibe correctamente cuanto más simple sea la forma del objeto.
3. Un objeto es más fácilmente percibido si pertenece al campo de experiencias del observador. Además, las formas se identifican y recuerdan con más precisión y seguridad que los colores". (p.22-23)

Toda percepción es una unidad y la alteración de uno de los componentes de percepción visual influye en todo el conjunto de la imagen. Los medios y fotoperiodistas son conscientes de esta ley de figura y fondo, que por tanto es ampliamente usada para acentuar y resaltar diferentes aspectos narrativos de la imagen, y así guiar la vista del espectador.

Acogiéndose a la teoría de la Gestalt, diversos autores explican de qué manera un conjunto de sensaciones puede ser resaltado de su fondo (Vilches, 1987; Aparici, 2006; Arhainm, 1974; Marzal Felici, 2007; Cordero Ruiz, 2005; Villafañe, 2006; Zunzunegui, 1985):

La *Ley de agrupamiento (proximidad)* se basa en la relación de los objetos dentro de un espacio. Los elementos que se encuentran cercanos se captan como si pertenecieran a la misma figura, es decir, cuanto más cercanos se hallan más se atraen entre sí.

La fotografía que se muestra a continuación (imagen número 17), fue galardonada por el *World Press Photo of The Year*, en el año 1965, o sea, en el apogeo de la guerra en Vietnam. El contenido de la fotografía muestra⁵² una madre y sus hijos

⁵² *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.archive.worldpressphoto.org/search/layout/result/indeling/detailwpp/form/wpp/q/ishoofdafbeelding/true/trefwoord/year/1965>

caminando a través de un río para escapar de los bombardeos estadounidenses. La Fuerza Aérea de Estados Unidos había evacuado su aldea porque era sospechosa de ser utilizada como un campamento base por parte del Vietcong.



Imagen 25. *World Press Photo of The Year 1965*; fotógrafo: Kyoichi Sawada

Ante esta imagen, nuestra visión, conducida por la ley de agrupamiento, percibe a la madre vietnamita y sus respectivos hijos como un grupo de estímulos, formando todos ellos una figura que resalta claramente de su fondo, que en este caso sería el río en el que se encuentran. De tal manera el fotógrafo consigue destacar a este grupo de personas del fondo en el que se encuentran, centrando nuestra mirada en este punto de atención y así acentuando a los actantes como portadores de la acción y narración en la fotografía.

Las figuras también pueden resaltarse del fondo en el que se encuentran, siguiendo las condiciones de la *Ley de continuidad*. Los elementos organizados en una misma dirección, continuos y no interrumpidos, resultan más estables, y tienden a ser percibidos como una misma forma.

La imagen ganadora del premio *World Press Photo of the Year* en el año 1990 (imagen número 18) se muestra como un ejemplo ilustrativo para entender esta ley de percepción.

La fotografía representa los disturbios en la plaza de Tiananmen en Pekín, en plenas protestas estudiantiles por las reformas democráticas. El contenido de la imagen muestra a un manifestante que se enfrenta a una línea de tanques del Ejército Popular de Liberación.



Imagen 26. *World Press Photo of the Year 1990*; fotógrafo: Charlie Cole

El hombre y los tanques se encuentran organizados en la misma línea, continua, diagonal, y por tanto tienden a ser percibidos como una figura que resalta de su fondo que sería la carretera de asfalto. Aquí también actúa la *ley de agrupamiento*, por la ubicación espacial de los actantes de la fotografía, pero la *ley de continuidad* viene más acentuada.

Las figuras temáticas las percibimos organizadas en dos grupos: el hombre minúsculo que se encuentra al frente y la columna de tanques. La interacción de estas dos figuras temáticas es simbólica, y está basada en elementos “antagónicos”, en este caso pequeño-grande, “que representan el enfrentamiento mítico entre el bien

y el mal” (Vilches, 1997, p. 30), o también entre David y Goliat.

Esta fotografía representa, además, un magnífico ejemplo de cómo la lectura de una imagen depende del contexto y también del bagaje cultural, siendo su significado una construcción ideológica, cultural, mediática y social.

La antagónica relación entre los actantes, hombre – tanque (el bien y el mal), en el mundo occidental se percibe como que el hombre sea un símbolo del movimiento democrático chino, es decir, la encarnación del bien, o un icono que representa a todos los estudiantes en lucha contra el Partido Comunista (la encarnación del mal).

Su lectura dentro de China cambia radicalmente. La imagen fue usada por el gobierno como un ejemplo del cuidado y respeto de los soldados del Ejército Popular de Liberación (en este caso “el bien”) hacia el pueblo chino, quienes, a pesar de haber recibido órdenes de avanzar, decidieron proteger al individuo que, por otra parte, fue presentado como un símbolo de delincuencia (el mal), y un posible agente perteneciente a los gobiernos occidentales.

Por todo esto, nos apropiamos de las palabras de Vilches (1987) quien considera que figura y fondo “no son objetos fijos sino se transforman en relación de la percepción, son organizaciones sociopsicológicas que vienen determinadas por nuestro entorno cultural (...) La organización perceptiva de una persona depende tanto del factor de educación, como del modo en el que aquella persona adquiere información y resuelve los problemas del significado que ha de darle a los datos sensoriales”. (p.26)

Otro elemento perceptivo es el *Contraste*. El contraste se manifiesta en la diferencia entre las sombras y las altas luces en una imagen, y es un elemento clave en la representación fotográfica. El contraste atrae la mirada y rompe la pereza mental del lector, dándole así vida a los elementos estáticos en una fotografía. Se trata de un valor cromático y perceptivo de la imagen que tiene que ver con la luminosidad

de los elementos en la fotografía. Los ojos humanos están acostumbrados a buscar la luminosidad, es decir a buscar con la mirada aquellos elementos que sean más brillantes o contrastados en comparación con los demás elementos de su entorno. Es por esta razón que una imagen bien contrastada es de fácil interpretación, ya que ayuda a asimilar y reconocer diferentes códigos visuales, lo que asegura una lectura más comprensible. El contraste también tiene su valor como recurso discursivo. Una imagen muy contrastada puede ayudar a transmitir una idea de conflicto, un estado de ánimo del actante de la imagen, o por ejemplo, conformar ciertos ambientes o nociones de tiempo y espacio – dependiendo de la historia que el autor quiera contar. El contraste puede existir en todo tipo de fotografías, sea en blanco y negro o en color, o bien analógica o digital. (Aparici, 2008; Marzal Felici, 2007; Vilches, 1987)

El contraste como elemento formal de la percepción ayuda a resaltar la figura del fondo que la rodea, de modo que un objeto difiera de otros por su color, forma, tamaño, iluminación.

La semejanza condiciona que los componentes que se parecen entre sí, sean percibidos como una forma. Diversos elementos nos ayudan a establecer semejanzas: color, luminosidad, proximidad... Pero la actividad de establecer semejanzas no sería posible si no existiera el contraste. Como indica Vilches, “no existe semejanza sin contraste” (1987, p.29).

Además de la ley figura/fondo existen otros elementos de la percepción visual que influyen en la manera en la que percibimos la realidad, como algunas *ilusiones ópticas* que tienen que ver con “el tamaño y longitud” de los objetos. (Cordero Ruiz, 2005) Estas ilusiones no son conceptuales sino perceptivas.

Un ejemplo de efecto óptico, ampliamente usado en la fotografía, es conocido como la ilusión de la flecha, y fue descubierto por Franz Müller-Lyer, en 1889. También se denomina el “efecto Muller-Lyer”, y se establece cuando el lector percibe una de las

flechas como más alta que la otra, siendo las dos de la misma altura.

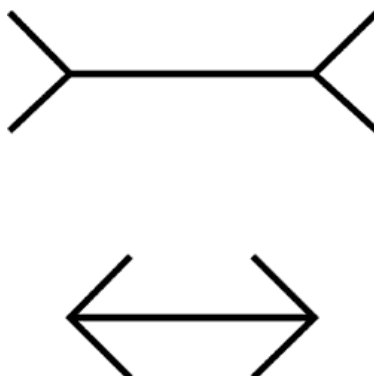


Imagen 27. Efecto Muller-Lyer

Este fenómeno, considerado una ilusión óptica, comprueba que lo que creemos ver no es idéntico a lo que el ojo ha registrado. Partiendo de la teoría de la emoción, se podría decir que una de las flechas también nos parece más larga, porque transmite al observador una sugerencia de expansión. (Vilches, 1987)

El efecto de *la perspectiva* igualmente tiene que ver con la percepción del “tamaño o longitud” (Cordero Ruiz). Descrito por Mario Ponzo en 1913, muestra que el segmento B parece mayor que el segmento A. Según indica Cordero Ruiz (2005), “se asocia este fenómeno a la perspectiva lineal y a las experiencias de las vías del tren, pero el efecto resiste la inversión del dibujo, y por otra parte, los ensayos realizadas con individuos poco familiarizados con fotografías y las ilusiones de profundidad en los dibujos, también detectan la distorsión, por lo que pensamos que más bien será por el relativismo entre los espacios llenos y vacíos”.

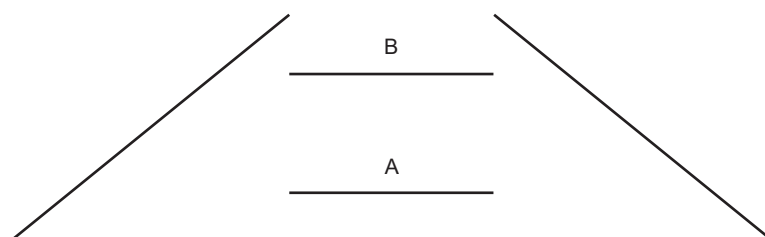


Imagen 28. Ejemplo de perspectiva

5.1.2. Elementos para la lectura de la imagen a nivel de expresión

El nivel de expresión en una fotografía sería lo que corresponde al significante del signo en términos de Saussure. La expresión se podría considerar la forma mientras que el contenido manifiesta el significado de una fotografía.

Aguirre y Bisbal (1990) señalan que el plano de expresión, o plano material del significante, decodifica todos aquellos elementos que configuran un mensaje fotográfico (pp. 277, 279).

No obstante, si concebimos la fotografía como un texto que se puede leer, el nivel expresivo debe contemplarse como una compleja “superficie textual”, puesto que viene compuesta por un conjunto de signos y códigos y no por elementos aislados. En esta visura textual de la imagen, la expresión corresponde a la sintaxis y el contenido a su significado o aspecto semántico del lenguaje (Vilches, 1983, pp.40-77).

Siguiendo en este contexto, la contemplación de los elementos visuales de la expresión no se manifiesta en un simple acto perceptivo, sino en un acto de lectura coherente, donde dichos elementos adquieren significados en el plano de contenido. El plano de la expresión está compuesto tanto por los elementos técnicos como formales de la fotografía. Varios autores estudian los elementos de expresión fotográfica (algunos coinciden con los elementos expresivos de la pintura) desde diversas perspectivas (Marzal Felici, 2007; Villafañe, 2006; Arhainm, 1974; Gombrich, Hochberg y Black 1970; Gastamaniza, 2001; Aguirre y Bisbal, 1990; Aparici, 2006; Zunzunegui; 1985).

Nosotros seguiremos la propuesta de Vilches (1987, pp.40-77) quien divide las variables de expresión visual en dos grandes grupos:

1. Valor cromático: Contraste/Color/Nitidez/Luminosidad
2. Valor espacial: Planos/ Formato/ Profundidad/ Horizontalidad/ Verticalidad

A continuación describiremos estos dos grupos de categorías visuales y la manera en la que influyen en la narración y por tanto lectura de la fotografía.

Hay que mencionar que en este caso no indagaremos en los valores referentes a la posición de la foto en el periódico, debido a la naturaleza de la presente investigación que examina las fotografías premiadas por el *WPP*. Dado que las observamos en el contexto del concurso y no de un periódico, la propuesta de Vilches sobre los valores de expresión será ajustada a los propósitos de nuestra investigación.

El *Color* es un elemento de expresión que se manifiesta como un efecto de la luz, ya que sin ella no hay color. Estrictamente hablando, todas las apariencias visuales deben su existencia al contraste y color (Arhainm, 1974, p.332).

Se considera, por lo general, que los colores que percibimos son siete colores elementales, y todo el resto son sus variantes. El color también puede tener uso retórico potenciando componentes persuasivos y también puramente estéticos. El estudio del color como portador de mensajes subliminales es ampliamente usado en publicidad pero también se tiene en cuenta en el caso de la fotografía de prensa. Por ejemplo, el color rojo tiene una alta visibilidad, salta al primer plano de la percepción antes que el resto de los colores.

El color se caracteriza por su tonalidad, saturación y luminosidad. Estas *cualidades del color* varían según el tipo de película, técnica de revelado o el uso que se le quiera dar en el laboratorio digital para potenciar elementos narrativos de la fotografía. Por tanto, el modo de emplear el color también tiene su función narrativa. El uso de diferentes colores, más cálidos o saturados, más claros u oscuros, puede producir ciertos ambientes y emociones: sensación de armonía, efecto de agresividad, impresión de tibieza, impacto de deterioro, noción de estabilidad... En la era de la fotografía digital la manipulación de los colores se da ampliamente, gracias a las posibilidades que ofrece el laboratorio digital, donde estos se resaltan o atenúan para cumplir con diferentes propósitos estéticos o narrativos. La cualidad

más importante de un color es la impresión subjetiva de su temperatura que nos da nuestra percepción. El calor de un tono depende de las sensaciones que nosotros relacionamos con el mismo, ya que existen colores cálidos (los relacionamos con la idea de sol y fuego) y fríos (agua, hielo, noción de frío). Los colores cálidos y fríos tienen una calidad expresiva y provocan sensaciones diferentes. (Arhainm, 1974; Villafañe, 2006; Aparici, 2006)

El autor Tsuchiyama (2014) examina la recepción de las fotografías en BN y en color sobre la bomba nuclear en Nagasaki, y de qué manera influye la presencia del color en la narrativa de la imagen. Tsuchiyama llega a la conclusión que las imágenes en color se muestran como documentos más realistas, nos narran sobre los detalles de la ropa de las personas, la textura de los edificios, etc., mientras que las imágenes en BN son neutrales y la representación fotográfica por tanto es limitada. Según el autor hoy en día las fotografías en BN de sobre este suceso se perciben como una narrativa histórica sobre el final de la Segunda Guerra y el principio de la era nuclear. (pp. 182-185)

Podemos concluir que en el ámbito informativo “creemos” más en las imágenes en color, ya que las fotografías en blanco y negro las conectamos con narrativas históricas del pasado y por tanto su uso en la actualidad se puede encontrar mayormente en el ámbito artístico.

El color y *Contraste* están relacionados. Una de las maneras de crear una composición a través del color es precisamente a través del contraste. Los colores pueden producir sensación de movimiento y, como apunta Villafañe (2006), el color tiene una función plástica, ya que la forma la percibimos precisamente a través del contraste lumínico o cromático. Por tanto “la característica dinámica del color es, por excelencia, el *contraste*” (Villafañe, 2006).

El *Contraste* sería la unidad mínima del texto visual y corresponde a las letras o sílabas (Vilches, 1987). Este elemento de expresión visual es tratado exhaustivamente en

el apartado de percepción visual de la presente investigación.

La *nitidez* o borrosidad, es uno de los componentes visuales y expresivos de la fotografía. La nitidez, además de ser un valor cromático de la imagen, tiene su función en el ámbito narrativo de la fotografía. Gracias a este componente expresivo, se puede destacar la figura sobre el fondo en una imagen, darle más o menos importancia a diferentes elementos que componen un conjunto, o bien transmitir cierto ambiente o idea de temporalidad. El grado de nitidez en una imagen se relaciona con el control del enfoque y, por consiguiente, con el punto de vista. En tiempos de la fotografía analógica, la nitidez estaba directamente relacionada con el grano y el concepto de la textura de la imagen. La nitidez se controlaba en el proceso de revelado, a través del uso del trípode, o bien mediante el control del enfoque. Hoy en día, cuando hablamos de la fotografía digital, la nitidez se asocia en gran parte al trabajo sobre el píxel. En la era de la fotografía digital la nitidez toma más importancia como elemento influyente en la lectura de una fotografía gracias a las posibilidades de manipulación que ofrecen diferentes programas de edición fotográfica que conforman el laboratorio digital (por ejemplo *Photoshop*). El fotógrafo puede elegir qué elementos serán más o menos nítidos y destacados según la historia final que quiera contar y gracias a la posibilidad de enfoque selectivo que tienen estos programas. En ese contexto, la nitidez toma importancia a la hora de establecer jerarquías de percepción, que están vinculadas a la lectura de la imagen (Marzal Felici, 2007; Vilches, 1987).

La *luminosidad* es la capacidad que tiene cualquier color de reflejar la luz blanca que cae sobre él. Esta puede depender de la intensidad lumínica o de las condiciones del ojo. Los ojos humanos están acostumbrados a buscar la luminosidad, es decir a buscar con la mirada aquellos elementos que sean más brillantes o contrastados en comparación con los demás elementos de su entorno. La luminosidad y el contraste están relacionados, podemos incluso hablar de contraste de luminosidad como regla compositiva, que es cuando enfrentamos un color claro a uno oscuro, o blanco y negro.

La luminosidad está condicionada por la apertura del diafragma y las características del objetivo, y puede permitir que elementos aparentemente secundarios pasen a tener importancia en el significado global (Del Valle Gastaminza, 2001).

Por otro lado, la representación de la realidad necesita fijar ciertos límites, que se revelan en los *valores espaciales* de la expresión visual. Aparici destaca que existen diversos criterios para estudiar el “recorte” de la realidad, o sea, el espacio representado en la imagen: a través del espacio que las imágenes ocupan – tamaño y formato – y a través del modo de representación del espacio real – los planos, el punto de vista, la óptica, el movimiento y la continuidad (Aparici, 2006, pp.104-141).

A continuación enumeramos algunos de los *valores espaciales* de expresión visual que hay que tener en cuenta a la hora de ver/leer una fotografía.

A través de la elección de *los planos y ángulos* se le puede conceder más o menos volumen a una fotografía, algo que influirá en la sensación de dimensión, espacio y perspectiva visual.

Los planos organizan la composición interna de la fotografía. Los planos son un elemento de expresión visual relacionado a la composición interna de la fotografía. El plano se construye mediante la distancia entre la cámara y el objeto fotografiado. A través de los planos se decide qué elementos estarán más o menos acentuados en la composición y, por tanto, cuáles serán los portadores de la línea narrativa. Los planos usados en la práctica común fotográfica (y cinematográfica) son: el Gran Plano General (GPG), el Plano General (PG), el Plano Americano (PA), El Plano Medio (PM), el Primer Plano (PP), el Gran Primer Plano (GPP) y Plano Detalle (PD) (Aparici, 2006; Eridzon, 1998).

Los ángulos tienen que ver con el punto de vista y situación de la cámara con respecto al objeto fotografiado. Las anulaciones del encuadre pueden ser: a nivel (frontal), picado y contrapicado. Ellos también tienen su función compositiva y por

tanto narrativa, transmitiendo diferentes sensaciones y conceptos. El ángulo picado puede servir para debilitar o minimizar a un personaje, mientras que el contrapicado acentúa el valor subjetivo de una imagen, dándole al personaje retratado un aire grandioso y heroico, pero también le puede proporcionar un tono maligno y amenazador (Aparici, 2006; Vilches, 1987; Eridzon, 1998).

El *Formato* es un valor de expresión visual que define la manera en la que interpretamos el espacio, que en la fotografía está materializado en una forma rectangular. El formato depende de las dimensiones de la película y generalmente puede ser vertical con proporciones 3:2, y horizontal 2:3.

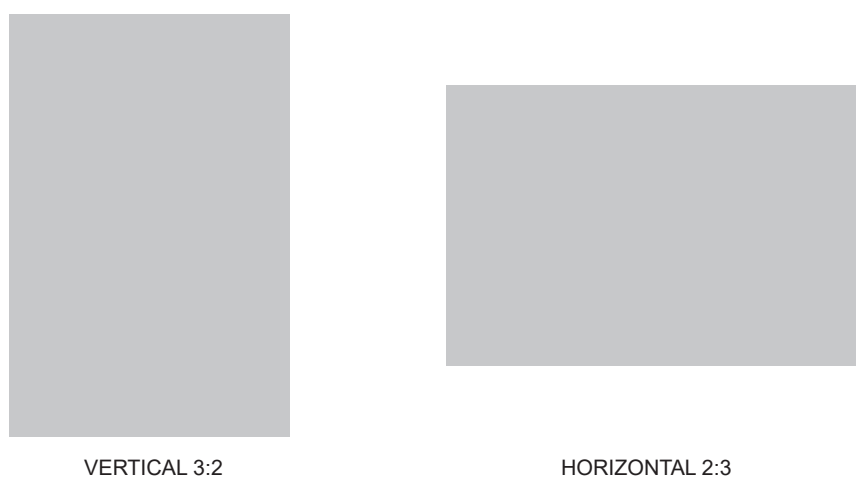


Imagen 29, 29a. Formato en las fotografías

Horizontales y verticales. Los diferentes formatos condicionan la percepción visual de la fotografía, tanto en el momento del acto fotográfico como a la hora de leerla y analizar. Estas dos posibilidades (vertical y horizontal) nos ofrecen dos espacios que reaccionan de forma diferente ante los elementos que forman parte de la composición. Un formato horizontal nos propone sensaciones de estabilidad, calma, relajación, mientras que el formato vertical será más activo, inestable y ofrecerá más tensión.

De la *óptica* y abertura del diafragma dependerá la profundidad del campo de la imagen. El objetivo que se coloca en la cámara se define por dos características: la luminosidad y la distancia focal (Aparici, 2006).

El uso de diferentes objetivos influye en la historia que se quiere contar y por tanto en su lectura.

La elección del tipo de objetivo⁵³ influye notablemente en la manera en que la realidad es percibida a través de la fotografía. Existen diferentes tipos de objetivos que influyen en cómo será contada la historia final:

- Objetivos normales – son aquellos con distancia focal de 50mm. Estos objetivos producen una imagen en la que las proporciones de los objetos son muy similares a lo que vemos a través de nuestros ojos.

- Objetivos angulares – son aquellos que tienen un gran ángulo de visión, por lo que se dice que “estiran la perspectiva”, y abarcan una mayor profundidad de campo en la fotografía con pequeña distorsión, lo que se traduce en cubrir una mayor cantidad de espacio a distancias cortas. Son usados frecuentemente en el periodismo fotográfico. Se distinguen los objetivos moderados (de 35mm a 24mm, distancia focal) y extremos (de 20 a 15mm).

- Teleobjetivos – son aquellos con una distancia focal superior a la normal. Se dice que “comprimen la perspectiva” ya que el fondo aparenta estar más cerca de lo que realmente está. Su aplicación es la de fotografiar objetos lejanos y comprimir la perspectiva. Pueden clasificarse como Cortos (de 85 a 200mm), Medios (300 a 500 mm), Largos o Superteles (600 a 2000 mm).

Además de estos objetivos habituales que se diferencian entre sí por distancia focal, existen otros tipos de objetivos independientemente de este performance,

⁵³ Información extraída del libro de apuntes internos del *Institut d'estudis fotogràfics de Catalunya*, I curso de fotografía

como los Zooms, Catadióptricos, Ojos de Pez, Objetivos Descentrables, Objetivos Macro y Objetivos con estabilizador de imagen.

De todo lo expuesto se puede concluir que el plano de expresión se organiza tanto a través de las leyes de percepción como de las variables de expresión visual y que por tanto están en continua relación. Es importante detectar estos elementos a la hora de la lectura de la fotografía, para poder entender correctamente el significado en el plano del contenido, ya que este puede conllevar mensajes subliminales contruidos con la ayuda de dichos elementos.

5.1.3. ¿Cómo se organizan los contenidos de la fotografía informativa?

Tal y como indica Lorenzo Vilches, “todo texto visual está constituido por un sistema de la expresión y por un sistema del contenido, y ambos son inseparables. Es decir: existe función semiótica de un texto visual cuando dos funitivos – expresión y contenido – entran en recíproca relación, manteniendo, a su vez, una *relación intertextual con otros textos* de función semiótica. De ahí que se pueda hablar de contexto fotográfico como de las funciones semióticas que pertenecen a otros sistemas textuales. (La pintura, la arquitectura, la literatura, la poesía son otros tantos sistemas semióticos que pueden contextualizar un determinado sistema textual fotográfico.)” (1983, p. 61)

En el plano de contenido, los elementos visuales que se encuentran en el plano de la expresión son interpretados como significativos. El sistema de correlaciones establecidas entre expresión y contenido muestran que las fotografías son lenguajes semi simbólicos y que están estructuradas como sistemas semi-simbolicos, porque los elementos de su plan expresivo solo corresponden a ciertas categoría de contenido. (Wright, 2011, pp.311-315)

El progreso en el plano de contenido procede mediante la inmediata identificación de relaciones sobre el plan de la expresión, dando lugar a un proceso generativo durante el

cual sistemas de relaciones que siguen la línea lógica de la narrativa son establecidos. La estructura narrativa refiere al proceso de significado que emerge desde los niveles, expresión y contenido, correlacionados y vistos como una posibilidad. Las constantes correlaciones entre expresión y contenido se establecen a través de algunas marcas de reconocimiento (códigos semánticos) como la perspectiva, el contraste y el detalle (Caneparo y Carpentini, 1997, pp.147-159).

Si observamos la fotografía como un texto que se puede leer, los contenidos de la foto son aquellos que a través de diferentes códigos organizan la comprensión del texto visual de la fotografía. El texto visual se presta como un texto independiente y por eso hay que tener presentes algunas características de su narratividad. La narrativa visual y la lectura de la imagen están estrechamente vinculadas, pues si la fotografía no fuera narrativa no habría elementos para su lectura. Los códigos que organizan la legibilidad y por tanto la narratividad del mensaje informativo, en el caso de una fotografía periodística, son los códigos de contenido. Todos los significantes expresivos de la imagen producen significados de contenido.

Pero, ¿cómo se organizan estos códigos? ¿Qué influye en la organización de los códigos de expresión y contenido?

El plano de contenido (isotopía⁵⁴ semántica en palabras de Vilches, 1983) tiene que ver con la coherencia de la lectura del texto visual de la fotografía.

Vilches (1987, pp.79-90) señala que los códigos ópticos influyen en la organización de los códigos de contenido: las lentes y equipos de iluminación que utiliza el fotógrafo suponen una decisión que este toma en el mismo momento de hacer la imagen.

Igualmente, los códigos de tratamiento de la fotografía tienen su función en la organización del contenido. El autor menciona diferentes procedimientos a los que es sometida la fotografía antes de ser publicada.

⁵⁴ La **Isotopía**, ('Iso'=igual, 'Topía'=lugar) es una **Figura Retórica** que consiste en la **agrupación de campos semánticos** para dar homogeneidad de significado al texto o a la exposición

Hoy en día, gracias a las posibilidades de manejo que facilitan diferentes programas del laboratorio digital, el tratamiento de la fotografía en post producción se ha vuelto un aspecto indispensable en la producción de toda imagen.

Teniendo en cuenta que en este caso nos centramos en imágenes fuera del contexto del periódico (el concurso *World Press Photo*), no nos ocuparemos de los códigos de compaginación y composición dentro del periódico.

Pero existen otros elementos mediante los cuales se organizan los códigos de contenido de la fotografía – las reglas de composición.

Como indica Villafañe (2006) “la composición es el procedimiento que hace posible que una serie de elementos inertes cobren actividad y dinamismo al relacionarse unos con otros” (p.177).

Felici (2007) enumera tres diferentes grupos de elementos que se deben tener en cuenta a la hora del análisis del nivel compositivo de una fotografía (pp. 195-218):

Tabla 3.

1. Sistema sintáctico o compositivo	Ritmo
	Perspectiva
	Tensión
	Proporción
	Distribución de pesos
	Ley de tercios
	Orden icónico
	Recorrido visual
	Estaticidad/ dinamicidad
	Pose
2. Espacio de la representación	Campo/ Fura de campo
	Abierto/ Cerrado
	Interior/ Exterior
	Concreto/Abstracto
	Profundo /plano
	Puesta en escena
3. Tiempo de representación	Instantaneidad
	Duración
	Atemporalidad
	Tiempo simbólico
	Tiempo subjetivo
	Secuencialidad/ narratividad

Como ya fue explicado con anterioridad, los niveles de expresión y contenido son inseparables, no existen el uno sin el otro, y, en el caso de la fotografía, tampoco se podrían relacionar sin las leyes y procedimientos de la percepción visual. Igualmente los códigos de composición no se pueden separar del nivel de percepción o plano de expresión. A través de diferentes procedimientos de percepción nosotros organizamos los elementos expresivos de la composición para obtener la legibilidad del texto visual de la fotografía, en el plano de contenido.

Para Cartier-Bresson (1980) “tomar fotografías significa reconocer –simultáneamente y dentro de una fracción de segundo – tanto el hecho mismo como la rigurosa organización de formas visualmente percibidas que le dan sentido” (p.77).

A través de la composición se organizan diferentes elementos visuales que intervienen en la imagen y pueden llegar a formar parte de la narración. La

composición permite transmitir al lector los elementos propios del lenguaje de la fotografía de una forma legible y comprensiva.

No explicaremos aquí cada uno de estos procedimientos, ya que fueron tratados a lo largo del capítulo: los diferentes niveles analíticos de la fotografía están relacionados.

Aquí nos centraremos en las estructuras icónico narrativas que entienden a los actantes (personajes) como “elementos visuales que entran a formar parte de la narración” (Vilches, p. 80), para entender de qué manera se organizan los contenidos de la fotografía, explicado por Lorenzo Vilches (1987).

Además de ofrecer su propia definición del concepto, Vilches (1987) cita a Greimas (1982) y Almasi (1974), para definir el concepto de los *actantes*:

- El actante puede concebirse como el que realiza o el que sufre un acto independiente de cualquier otra determinación (Greimas, 1982)

- De acuerdo a la escala de valores que propone Almasi (1974), distinguimos 5 tipos de actantes en un texto visual: personas, animales, seres vivos (flores, insectos), no vivos, objetos móviles y estáticos. Las funciones de estos actantes se pueden estudiar a través de la jerarquía de funcionamiento de reglas espaciotemporales, como por ejemplo: en una relación de jerarquía, los vivos dominan a los fijos y móviles. De la misma manera los actantes móviles dominan a los fijos.

Sin embargo Vilches cuestiona esta jerarquía, ya que la fotografía de prensa “no puede establecer significados fijos ni estables”. Según el autor, el rol esencial de los actantes en la fotografía es “mostrar que existen unas estructuras perceptivas, narrativas, informativas, pero que están sujetas al juego de la lectura... y solo por la competencia narrativa del lector se ponen en relación los actores en un espacio y en un tiempo concretos, a través de los diversos modos del aparecer de estos en las situaciones comunicativas” (1987, p. 84).

Lo que el autor considera importante en la construcción del significado de la imagen entre los niveles de expresión y contenido, son las reglas de coherencia textual:

Las isotopías de contenido, según Vilches (1983, pp. 65-69), son definidas conforme a las reglas retóricas de representación:

1. *Supresión*. La fotografía es un fragmento de la realidad, y nunca puede representar idealmente el referente fotografiado. La imagen es bidimensional, y por eso queda en nuestras competencias perceptivas la reconstrucción de la tercera dimensión de la realidad.

2. *Adjunción*. Todos los elementos de narratividad en una fotografía no son evidentes. El lector tienen que atribuir los componentes y abundar nuevos significados a la imagen para generar un contexto y entender la historia que el autor quiere contar.

3. *Supresión/Adjunción o regla de construcción*. “Esta regla tiene una relación análoga a la regla de las macroestructuras discursivas de la lingüística textual”. (Vilches, 1983, p.68).

5.2. Manipulación y persuasión a través de la fotografía de prensa

“La nuestra es una época visual. Se nos bombardea con imágenes de la mañana a la noche. Al abrir el periódico por la mañana vemos fotografías de hombres y mujeres que son noticia... Por la noche para distraernos, nos sentamos frente al receptor de televisión, la nueva ventana al mundo, y vemos pasar imágenes de placeres y horrores... No es de extrañar que se haya dicho que estamos entrando en una época histórica en que la imagen se impondrá a la palabra escrita....” E. H. Gombrich (1997, p.49)

En el tercer capítulo de la presente investigación denominado, “Características del fotoperiodismo occidental. Historia de una relación: fotoperiodismo y guerra”, hemos

podido observar que desde sus inicios la fotografía periodística ha sido usada, entre otras cosas, para cumplir con diferentes fines propagandísticos. Asimismo, a lo largo del presente capítulo, hemos podido analizar los diferentes procedimientos, tanto los perceptivos, como los de contenido y expresión del lenguaje fotográfico, que pueden influir en la manera en la que nosotros concebimos el mensaje que cada fotografía conlleva.

Cuando apareció, la fotografía fue considerada, igual que el cine y el cinematógrafo en sus principios, como “un medio de expresión caracterizado por ser una representación verosímil de la realidad” (Felici, 2007, p.57), que en el contexto de la prensa se traduce en una “impresión de verdad” (Vilches, 1987, p.19).

El fotoperiodismo tiene una larga tradición de verosimilitud. El impacto de la imagen visual en el espectador viene directamente de la creencia que la cámara nunca miente. El público que tanto confía, muchas veces puede ser manipulado.

En el momento de la aparición del medio fotográfico, en el año 1839, la sociedad se vio defraudada con la “verdad” que traía la pintura, entregándose a la fotografía como a un “espejo” de lo real.

Por otro lado, la manipulación e intencionalidad fotográfica, sean estas elaboradas mediante la puesta en escena o bien mediante la manipulación de la imagen, también tienen una larga tradición. En la historia de fotografía, los fotógrafos y editores aprendieron temprano que los propósitos, tanto económicos como políticos, pueden ser logrados por medio de manipulación de fotografías en el más amplio sentido de la palabra, cuando se exhiben ante el público ingenuo (Lester, 1991, p. 90).

Paul Lester (1991) ofrece un resumen histórico de diferentes casos de manipulación fotográfica, partiendo desde los inicios de la fotografía y llegando hasta nuestros días.

Este autor inicia su resumen con la primera imagen manipulada, llamada “Retrato del fotógrafo como un hombre ahogado”, tomada en el año 1840, por el fotógrafo francés Hippolyte Bayard. En esta imagen, el fotógrafo por primera vez emplea la dirección artística, que supone la creación de situaciones con modelos y escenografía, para así efectuar composiciones de numerosos negativos.

Este hombre descubrió un proceso fotográfico muy útil, independientemente de Daguerre y Fox Talbot (creadores del medio fotográfico). Indignado por la falta de reconocimiento social, Bayard hizo la primera imagen “falsa” en combinación con el título que había utilizado en 1840. Creó una imagen de sí mismo posando como un cadáver, y la acompañó del texto que rezaba: “El gobierno, que apoyó al señor Daguerre más de lo necesario, se declaró incapaz de hacer algo por el señor M. Bayard, y este hombre insatisfecho se arrojó al agua y desapareció”...Dos años más tarde recibió un premio de la Sociedad de Estímulo a la Industria Nacional Francesa (Geensheim, 1969, p.87).



Imagen 30. Retrato del fotógrafo como un hombre ahogado, 1840; fotógrafo: Hippolyte Bayard

Paul Lester (1991) propone una síntesis de la historia de la manipulación desde sus inicios hasta las posibilidades que en la actualidad ofrece el laboratorio digital.

Del mismo modo que la manipulación e intencionalidad tienen una trayectoria larga, el carácter verosímil, creíble y “realista” de la imagen, tiene su historia. La manipulación se puede elaborar tan sólo con un indicio que nos transmitirá la postura ideológica intencional del fotógrafo.

Hablando de la percepción inicial de la fotografía, el autor Felici (2007) apunta que todos los estudios sobre los principios de la fotografía indican a ella en un contexto realista, que concebía el arte como mimesis, poniendo así la fotografía en servicio de la verdad. La credibilidad de este medio yace en la creencia de que la imagen fotográfica refleja fielmente la realidad, ya que se produce mediante un proceso mecánico, en el que el humano no parece participar. Es una postura que fácilmente se puede debatir.

El autor Lorenzo Vilches advierte que la fotografía de prensa (o la documental social) “es un producto determinado por las propiedades técnicas (de la cámara, del proceso de revelado, de la puesta en página) y por las leyes de percepción visual” (1987, p.20).

Muchos autores se acercaron al problema de la verosimilitud de la fotografía de prensa en relación con su contexto denotativo o de contenido (en términos de Vilches), lo que se refiere a la misma imagen con su contexto connotativo o expresivo, o sea, al conjunto de la imagen, el texto que la acompaña y su posición en el periódico, dando este conjunto una amplia gama de posibilidades de manipulación.

Sin embargo, el contexto connotativo se puede elaborar igualmente dentro de la imagen, observando la denotación como la lectura que se efectúa a priori, y la connotación como el significado verdadero, que se obtiene de una imagen al leerla y analizar “en profundidad”. Así pues, se pueden descubrir algunas intenciones sugeridas por el autor con respecto al tema tratado.

Análogamente, la manipulación se puede practicar tan sólo mediante la intencionalidad del autor que trata de transmitirnos algunos “valores”. Esta se puede producir dentro de la misma imagen, sin necesidad del texto acompañante. Se efectúa mediante la puesta en escena, el laboratorio digital, la relación figura/fondo, la composición de los planos... Estos y muchos elementos más, nos alejan de la pura “objetividad” del medio fotográfico. Como fue mencionado anteriormente, Vilches (1987) muestra que el marco, el tema y la noción del punto de vista pueden ser elementos que en cierto modo influyan en la lectura de cada imagen y en la percepción de diferentes imágenes. En ese contexto se discutieron a lo largo del presente capítulo, algunos de los elementos que Vilches señala como básicos para la lectura de una imagen.

Por último, en la construcción del significado también tendrán un rol muy importante las diferentes competencias del lector de la imagen, y gracias a estos elementos, según Vilches (1987) hace referencia, los autores pueden construir su propio universo ideológico, expresivo, subjetivo.

Volviendo a la historia, observemos que el autor Jorge Pedro Sousa indica que a la fotografía documental – de compromiso social, cuyos temas son “referencia obligada para el fotoperiodismo” (2011, p.62) – en sus inicios no se le prestaba atención por parte de la prensa.

Para este autor, la llegada del foto-documentalismo fue encaminada por numerosos hechos y circunstancias.

Uno de ellos es el que se refiere a fotografías de África y del Oriente, con intención documental, pero con “una clara orientación colonialista europea”. Este tipo de fotografía pretendía hacer el “inventario del mundo” (Sousa, 2011, p.63).

Javier Marcial Felici destaca la importancia de la dimensión política de la imagen como instrumento de control social, refiriéndose al problema del carácter

“documental” de este tipo de fotografías e indicando el problema de lo “objetivo” y lo “neutral” en ellas, dentro de su relación con la realidad (2007, p.58).

Del fotógrafo se espera que produzca un documento objetivo y creíble del objeto que fotografía.

Del mismo modo el autor Carlos Soria apunta que:

“El periodismo de denuncia contaminará al tiempo que limpia el ámbito público. La denuncia pública, el hostigamiento a los políticos, la miseria y la pobreza moral de las personas como argumento informativo favorito, la diseminación de la porquería social, tienen, por supuesto, efectos beneficiosos, regeneradores, catárticos, romperán la complicidad del silencio... Pero también, esa forma de proceder tiene efectos perversos, negativos, destructores, en términos sociales. Genera desilusión, desconfianza, contamina el ambiente público de cierta inestabilidad, de un cierto cinismo, de una falta de esperanza.” (1999, p.156).

El autor, obviamente, habla del efecto acumulativo de las noticias negativas que inundan los medios de comunicación, pero también se refiere a diferentes formas de manipulación de la información.

¿Qué pasa cuando nos damos cuenta que lo que hemos leído o visto no es precisamente lo que nos han hecho creer?

Las asociaciones de periodistas y los promotores de fotografía periodística, conscientes de sus posibilidades y recursos manipulativos, intentan poner freno a diferentes prácticas de trucaje de la “verdad”. En un estudio sobre la “integridad” de la imagen, financiado por el *World Press Photo*, Campbell (2014) habla sobre los estándares de “edición y manipulación” aceptados en la práctica por las organizaciones mediáticas en la era de la edición digital. Dice que existe un consenso de que los siguientes elementos relativos a edición/manipulación, están estrictamente prohibidos:

- La alteración de las imágenes queda rotundamente prohibida (por alteración se entiende añadir o quitar objetos a través del laboratorio digital.
- La prohibición de alterar muchas veces está lanzada en términos de no engañar o despistar a los espectadores/lectores.
- La única alteración generalmente aceptada es el retoque (herramienta de clonaje) para eliminar el polvo del sensor de la cámara o rasguños en los negativos/impresiones escaneadas.
- Algunas empresas mediáticas permiten también el desenfoco en los rostros de los sujetos, u otros tipos de identificación (p. ej. matrícula de los vehículos), sea que esto quede marcado por la ley o bien por el propio juicio de la empresa mediática.
- Toda imagen que sea alterada para fines ilustrativos tiene que ser etiquetada como “foto - ilustración” o con algún termino parecido.
- Los ajustes realizados a través del laboratorio digital (p. ej. recorte limitado, aclarar y oscurecer, tonificar, ajuste de color, conversión a escala de gris) son aceptables siempre que sean “mínimos/normales, moderados”, mientras que el “uso excesivo” queda rotundamente prohibido.
- Estos ajustes “mínimos/normales, moderados” son regularmente justificados con referencia a “las prácticas comunes aceptadas en el laboratorio oscuro tradicional”, o que no violen la “veracidad emocional” de una imagen, y son considerados como necesarios para hacer posible una reproducción clara y precisa.
- Las fotografías no pueden estar orquestadas, re-encuadradas, o bien existir una puesta en escena en ellas.

Hablando de lo mismo, pero más en los términos deontológicos y menos técnicos, el autor David McQuail (2000) propone lo que debería representar el concepto de información de prensa verosímil, y no manipulada, que igual se podría aplicar a la información transmitida por una imagen:

- Construir un relato completo e imparcial, que incluya las distintas versiones y puntos de vista de los actores implicados.
- Apuntalar la voluntad de documentar la verdad, es decir, ser veraz y dar un tratamiento inteligible de los acontecimientos.
- Ofrecer un contexto que confiera sentido a los hechos y datos.
- Entender la prensa como foro de intercambio de comentarios y críticas.
- Concebir la prensa como un transporte público de la expresión pública.
- Dar la información como la imagen representativa de los grupos constitutivos, minorías sociales y culturales de la sociedad.
- Presentar y clarificar los objetivos y valores de la sociedad.
- Concebir la información como un bien público con responsabilidad social, reflexionando sobre su efecto, y como un servicio para una sociedad.
- Los media deberían posibilitar una elección de contenidos pertinente en un momento dado, variedad en el tiempo, de acuerdo con las necesidades de la audiencia.
- Ofrecer información exacta, honesta, suficientemente completa y fiable.
- Ofrecer información equilibrada, equitativa, inclusiva, de los puntos de vista alternativos, sin sensacionalismo y sin ser tendenciosa. (2000, p.200-234)

A pesar de la existencia de muchos códigos y preceptos para los profesionales, Paul Lester (1991, p.90) señala que hasta algunas de las fotografías ganadoras de premios tan respetados como Pulitzer, que fueron elogiadas como documentos humanísticos, han sido cuestionadas a causa de manipulación, con diferentes *mise en scène*.

En el concurso *World Press Photo*, que es el objeto de estudio de la presente investigación, según sus normas, no existe posibilidad de manipulación mediante el texto que acompaña la imagen, ni existe la posibilidad de colocación de la imagen en contexto específico de un medio de comunicación – las imágenes premiadas circulan por el mundo tan solo mediante una exposición que ronda por todos los continentes. Sin embargo, sí existen diferentes elementos en los que nos

hemos de fijar en el momento de su lectura – en el contexto de todo lo que hemos mencionado acerca de las diferentes posibilidades de manipulación informativa – ya que las fotografías casi siempre contienen elementos ideológicos que transmiten al espectador. Aquí se contemplan las imágenes partiendo desde la posibilidad de manipulación y el hecho de que una imagen puede ser sugerente de manera que nos involucre en el universo ideológico del autor o del grupo (sociedad) al que pertenece.

5.2.1. Manipulación del lenguaje visual en los niveles de expresión y contenido de la fotografía periodística

Al querer acercarnos al problema de la persuasión de la fotografía de prensa, desde una perspectiva semiótica, partimos de una distinción realizada por Lorenzo Vilches (1987), donde el autor entiende dos campos generales en los que podemos encontrar diferentes procedimientos de manipulación del lenguaje visual, o bien del texto visual de la fotografía: el nivel de expresión y de contenido.

Según este autor, “en una foto de prensa se pueden encontrar cuatro tipos de operación retórica que suponen cuatro terrenos o campos distintos del lenguaje visual:

- a) El soporte fotográfico en su forma pura, material y arbitraria (no analógica): es el resultado de un proceso mecánico, óptico y químico a la vez. Es lo que hace que una fotografía sea distinta de cualquier otro objeto físico.
- b) El campo de la forma de la fotografía, la parte propiamente expresiva o sintáctica que permite que percibamos y comprendamos una foto por sus planos, por sus personajes y objetos, por su relación con el contexto en la página, etc.
- c) El campo semántico o códigos del contenido que permite la comprensión del significado y la lectura de la información visual.
- d) El terreno lógico o referencial que está vinculado al contenido en sí del objeto fotografiado y con el contexto externo.” (1987, p.113)

Como indica Vilches (1987) estas cuatro operaciones en resumen se refieren a:

- a. manipulaciones realizadas sobre el soporte material de la foto y del periódico
- b. manipulaciones realizadas sobre la forma de la foto en la pagina
- c. manipulaciones realizadas sobre el contenido de la foto
- d. manipulaciones realizadas sobre el referente, sobre la existencia y veracidad del objeto o acontecimiento fotografiado. (p.113)

Estos tipos de manipulación del lenguaje visual se realizan a través de los procedimientos que ya hemos mencionado anteriormente: *supresión, adjunción, sustitución y conmutación*.

Pues bien, partiendo de esta distinción vamos a intentar examinar los principales tipos de manipulación (según Vilches, 1987) haciendo hincapié en el contexto de las divergencias de manipulación que conlleva la fotografía digital en comparación con la analógica.

a) Manipulaciones realizadas sobre el soporte material de la foto

En el campo de la manipulación a *nivel de expresión*, una de las divergencias más significativas entre la fotografía analógica y digital tiene que ver con el carácter de su soporte. En el caso de la fotografía analógica la manipulación en el soporte fotográfico tiene que ver con la manipulación sobre el negativo que aparece como el archivo original, tangible y arbitrario de la fotografía.

En el caso de la fotografía digital no existe el original del negativo físico. En falta de un archivo original digital fotográfico, el proceso a través del que una fotografía digital es creada es el archivo RAW⁵⁵. Se trata de un registro de datos capturados por el sensor. Cuando un fotógrafo captura una imagen en formato RAW, el proceso de creación de la fotografía en el ordenador se realiza fuera de la cámara fotográfica

⁵⁵ El formato de imágenes raw (entiéndase como "bruto" o "en crudo" siguiendo el término anglosajón para denominar a los brutos de cámara) es un formato de archivo digital de imágenes que contiene la totalidad de los datos de la imagen tal y como ha sido captada por el sensor digital de la cámara, ya sea fotográfica u otro tipo. Wikipedia, disponible en URL: [https://es.wikipedia.org/wiki/Raw_\(formato\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Raw_(formato))

– el revelado digital se efectúa a través de diferentes programas de foto-edición (*Adobe Camara RAW, Lightroom, Photoshop*). (Campbell, 2014, pp. 7-9)

Como ya hemos mencionado con anterioridad, Philippe Dubois (1986), en *El acto fotográfico: de la representación a la recepción*, habla sobre la fotografía como índice, es decir como un registro fiel de la existencia de su referente que queda impreso como una huella dactilar en el negativo.

En este caso el negativo quedaría como una prueba de la existencia de lo representado como algo real y exterior a la imagen. Si la huella de la realidad de la que habla Dubois empleamos a la fotografía digital, se podría decir que es más discreta ya que queda codificada en datos numéricos y píxeles.

Además, hay que tener en cuenta que las posibilidades de la cámara digital permiten captar detalles muchas veces imposibles de registrar con el ojo humano.

Diferentes programas de laboratorio digital han abierto una amplia gama de posibilidades de manipulación de elementos de la expresión fotográfica, que se prestan por su simplicidad y múltiples opciones. Tanto en el ámbito de la manipulación de la expresión como del contenido fotográfico, el soporte digital de las fotografías abre una nueva gama de posibilidades manipulativas, gracias a las herramientas que conlleva el laboratorio digital, y hoy, más que nunca, se pone en cuestión el carácter de credibilidad de las fotografías informativas.

Abogando por la fotografía digital, Campbell (2014) intenta aclarar algunas cosas elementales. “Los debates sobre la manipulación digital muchas veces parten del argumento que las imágenes están capturadas en la cámara y luego post-procesadas fuera de la cámara. Sin embargo, esta es solo una representación del problema relacionándolo con la fotografía análoga, sin la conciencia del cambio radical en la era digital. Si entendemos que la fotografía digital es computacional, esto quiere decir que cada imagen requiere un “post-processing” para poder convertirse en

imagen. En la fotografía computacional, digital no existe un original de la imagen. En el momento de captura solo se obtienen datos que tienen que ser procesados. Esto significa que el “post-procesamiento” es necesario para producir una imagen. Por eso la suposición de que dentro de la cámara tengamos una imagen que pueda funcionar como la imagen auténtica y original, ya no es sostenible.” (2014, p.9) Sin embargo, el problema persiste: las posibilidades de manipulación en la post-producción de la imagen se han multiplicado y no solo en teoría sino en la práctica.

Hoy en día ya no se habla de la alteración de la superficie material físico-química por parte del fotógrafo, sino más bien de diferentes procesos de manipulación que se efectúan en el laboratorio digital. Aquello de orquestar las situaciones fotografiadas con el fin de conseguir los propósitos económicos o ideológicos por parte de autores o medios, se practica hoy igual que antes, pero la novedad que conlleva la era digital es que en el juego entra la posibilidad de añadir y quitar objetos de la foto en el laboratorio digital. Esto se efectúa con facilidad.

A continuación mostramos una imagen en la que se alteró el soporte original de la fotografía (en este caso, su formato es RAW).

La fotografía fue tomada por Narciso Contreras, ganador del premio Pulitzer en el año 2013 y fotógrafo en plantilla de la *Associated Press*. La imagen se muestra como un ejemplo de manipulación del soporte de la fotografía, dado que la cámara que se encontraba en el cuadrante izquierdo de la primera imagen, fue eliminada en la segunda. En este caso, fueron alterados tanto el nivel de expresión como de contenido de la fotografía. A raíz de esta “corrección” visual que fue descubierta, AP rompió su contrato con el fotógrafo y eliminó de sus archivos⁵⁶ todas las fotografías realizadas por él, ya que surgió la sospecha de que incumplen los requisitos de veracidad propuestos por la agencia.

56 <https://www.xatakafoto.com/actualidad/associated-press-rompe-su-contrato-con-narciso-contreras-ganador-del-pulitzer-2013-por-alterar-una-fotografia>



Imagen 31. Ejemplo de manipulación del soporte material de la foto; fotógrafo: Narciso Contreras

Por otro lado, en esta imagen se puede observar una operación retórica que corresponde con la forma de la expresión visual – la ruptura de la sintaxis visual en la foto. La *supresión* completa del acontecimiento que sucede “fuera de campo” de la fotografía, produce la figura retórica de “elipsis”. (Vilches, 1987, p.130) Al no saber qué es lo que se encuentra “fuera de campo” de la fotografía, el lector, a través de sus propias competencias de lectura, intenta imaginar a dónde se dirige el combatiente de la guerra en Siria: ¿huye o va hacia el enemigo, o simplemente “posa” ante varias cámaras?

b) Manipulaciones realizadas sobre la forma de la foto en la página (del periódico o página web)

Otro procedimiento de manipulación a *nivel de expresión* tiene que ver con las operaciones que se realizan en el periódico “donde la foto viene sometida a recortes de formato, ampliaciones de detalles, disposición vertical u horizontal de la imagen en la pagina, coloración, tramado, etc.” (Vilches, 1987, p.120) Añadiríamos a esta reflexión de Vilches que estos procedimientos, además en periódicos, pueden ser realizados al presentar una imagen en cualquier tipo de plataforma digital.

En el caso de la presente investigación, analizamos las fotografías premiadas por el *World Press Photo*, fuera del contexto de periódicos, pero se ha de tener en cuenta que las imágenes ganadoras de estos premios también aparecen en los diarios de referencia, y su forma puede ser sometida a estos procesos de manipulación.

Tal y como comentamos con anterioridad, diferentes programas de laboratorio digital han abierto una amplia gama de posibilidades de manipulación de elementos de la expresión fotográfica, que se prestan por su simplicidad y múltiples opciones.

Pues bien, una de las divergencias que trae la manipulación digital tiene que ver con la autoría de la imagen.

Como indican Marín, Armentia y Caminos (2008) “en la fotografía analógica el soporte es el negativo, que evidencia la existencia de lo representado como algo exterior y real a la imagen, y al mismo tiempo permite al autor el control sobre su obra, legitimando la autoría de la misma a través de la posesión del original.”

Por consiguiente, la manipulación del negativo queda posible solo para su autor, o persona que disponga del negativo original.

Este no es el caso con la fotografías de soporte digital: una vez que esté difundida en la red, “la obra original está a disposición de propios y extraños para ser alterada a gusto del consumidor.” (Marín, Armentia y Caminos, 2008)

Además, la fotografía puede ser usada para diferentes propósitos propagandísticos, económicos e ideológicos y en diversos contextos sin tener los consumidores el permiso del autor.

A continuación mostramos un ejemplo de cómo se puede alterar el mensaje e historia que se cuenta a través de una imagen si se cambia la forma en la que la fotografía es presentada (en la página de un periódico, o bien en cualquier tipo de plataforma digital).



Imagen 32a.

Imagen 32.

Imagen 32b.

Tal y como indica Vilches (1987) “la supresión retórica en la expresión se obtiene a través de operaciones parciales o totales. Se produce una supresión parcial recortando parte del formato externo de la foto o bien suprimiendo algún objeto o personaje dentro del marco visual de la foto o bien una parte del objeto o personaje.” (p.120).

Las imágenes 32a y 32b son un ejemplo de supresión parcial en relación con el modelo de la fotografía 32. Este ejemplo apareció en la Web 2.0 para mostrar los alcances manipulativos de los medios de comunicación. Podemos observar cómo cambia el mensaje y la historia que narra la fotografía al recortar una parte externa de la foto y exponerla sin el contexto entero (que sería la imagen central) en el periódico o alguna plataforma digital. Este tipo de manipulación puede ser usado para diversos fines económicos, propagandísticos e ideológicos y puede ser un arma especialmente peligrosa cuando se trata de fotografías de guerra.

c) Manipulaciones realizadas sobre el contenido de la foto

Por otro lado, si nos interesa detectar la manipulación *del contenido* de la fotografía, hay que tener en cuenta que los principales elementos a través de los que se

organizan los contenidos en la foto, son los aspectos narrativos. Manipulando el contenido de una foto, se puede distorsionar en totalidad el significado de la imagen.

Las imágenes presentadas a continuación forman parte de un proyecto denominado *Photojournalism Behind the Scenes*⁵⁷, donde el fotógrafo Ruben Salvatori explica el papel del fotógrafo en el periodismo de guerra y la manipulación de la opinión pública por parte de los medios de comunicación.

Las fotografías fueron tomadas durante disturbios callejeros en Jerusalén. Estas imágenes publicadas en un periódico al lado de una noticia nos transmiten una sensación de caos, desorden, conflicto, drama y tensión.



Imágenes 33, 33a. Disturbios callejeros en Jerusalem, proyecto *Behind Photojournalism*; fotógrafo: Ruben Salvatori

57 Rubel Salvatori, pagina web oficial, disponible en URL: <http://www.rubensalvadori.com/index.php/project/photojournalism-behind-the-scenes/>

Las siguientes fotografías, representan el “making off” de las dos primeras imágenes.



Imágenes 34, 34a. Disturbios callejeros en Jerusalem (contraimágenes), proyecto *Photojournalism Behind the Scenes*; fotógrafo: Ruben Salvatori

En las fotografías 33, 33a, 34 y 34a (recuperadas del proyecto *Photoyoualism Behind the Scenes*) podemos observar cómo cambia el mensaje que percibimos a través de una fotografía informativa, al cambiar el punto de vista y ofrecer un contexto. En estas imágenes los actantes se muestran relajados, incluso se podría decir que están posando para los fotógrafos.

Los dos pares de fotografías, en su conjunto, representan un testimonio sobre la manera en la que los fotoperiodistas y los medios de comunicación pueden distorsionar la realidad y así generar conflictos y configurar el imaginario colectivo.

d) Manipulaciones realizadas sobre el referente, sobre la existencia y veracidad del objeto o acontecimiento fotografiado.

La manipulación sobre el referente fotográfico y la existencia y veracidad del objeto o acontecimiento fotografiado, siempre ha existido tanto en la era de la fotografía analógica como de la digital.

En toda fotografía la “realidad” es manipulada de alguna forma, mediante la elección de los planos, el ángulo, delimitación del espacio exterior, transformación de los colores, mediante las convenciones culturales del autor de la imagen y su propio universo ideológico que desea transmitir al espectador.

La manipulación del referente fotográfico es larga como la historia misma de la fotografía. En el tercer capítulo de la presente investigación denominado “Características del fotoperiodismo occidental. Historia de una relación: fotoperiodismo y guerra” hemos analizado y discutido diferentes ejemplos de fotografías donde se cuestiona *la existencia y veracidad del objeto o acontecimiento fotografiado*, a lo largo de la historia.

Diferentes códigos éticos y deontológicos del fotoperiodismo penalizan precisamente la orquestación de situaciones y acontecimientos en el fotoperiodismo, ya que la fotografía periodística es un medio informativo que en el caso ideal debe presentar

información verídica y no engañar a los espectadores y lectores.

Incluso el código de éticas⁵⁸ del *WPP* puntualiza este problema, exigiendo que los participantes del concurso:

- Deben ser conscientes de la influencia que su presencia pueda ejercer sobre la escena que fotografían, y deben resistirse a ser engañados por oportunidades de fotografiar situaciones escenificadas.

- No deben contribuir intencionadamente a la escena que fotografían, alterarla o reactivarla, como tampoco deben orquestar eventos.

En un sentido similar Vilches (1987) reflexiona sobre las operaciones lógico-referenciales que se pueden efectuar en una fotografía. En el plano lógico de una fotografía de prensa, “se trata de *verdad o falsedad*, de aquello que se muestra del mismo modo que el pie de foto puede ajustarse o falsear el referente de la foto”. (1987, p.156)

La imagen que mostramos a continuación es un ejemplo de cómo se falsean los acontecimientos reales a la hora de ser fotografiados. El marco físico-cognoscitivo de la imagen delimita el espacio externo a la figura de un niño supuestamente sirio, que duerme entre dos tumbas. La imagen se hizo viral, y tuvo un gran impacto en las redes sociales, generando miles de comentarios que caracterizaban entre otras cosas la fotografía como “desgarradora” e incluso “la foto más triste jamás vista”.⁵⁹

58 *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL:
<http://www.worldpressphoto.org/activities/photo-contest/code-of-ethics>

59 RT, página web oficial, disponible en URL:
<https://actualidad.rt.com/sociedad/view/117353-foto-nino-sirio-tumbas-falsa>



Imagen 35. Niño sirio duerme entre dos tumbas; fotógrafo: Abdul Aziz Al-Otaibi

La imagen incluso fue usada para fines políticos e ideológicos: Ahmed Jarba, líder de la oposición siria publicó la imagen en su cuenta de *Twitter*, acusando al presidente sirio Bashar Al-Assad de ser culpable del triste destino del niño sirio, indica el diario Foreign Police.⁶⁰ Al lado de la imagen figuraba el siguiente *tweet*: “Los niños sirios se han quedado huérfanos por la brutalidad de Assad. Son 5 millones de niños afectados por la crisis. Este número se ha triplicado este año”.⁶¹

Sin embargo, resultó que la imagen formaba parte de un proyecto artístico del fotógrafo saudí Abdul Aziz Al-Otaibi, quien señaló que las tumbas no eran tumbas en realidad y que el niño era su sobrino.^{62 63} Otaibi publicó en su cuenta de *Instagram* la foto del mismo niño sirio pero tomada desde otro punto de vista. En este caso el niño se muestra feliz y contento, posando para el fotógrafo con una sonrisa.

60 <http://foreignpolicy.com/2014/01/17/whoops-tragic-photo-of-orphaned-syrian-boy-is-fake/>

61 RT, página web oficial, disponible en URL: <https://actualidad.rt.com/sociedad/view/117353-foto-nino-sirio-tumbas-falsa>

62 RT, página web oficial, disponible en URL: <https://actualidad.rt.com/sociedad/view/117353-foto-nino-sirio-tumbas-falsa>

63 ABC, página web oficial, disponible en URL: <http://abcblogs.abc.es/el-pajaro-loco/2014/01/21/otaibi-foto-tumba-siria/>



Imagen 35a. Niño sirio (contraimagen); fotógrafo: Abdul Aziz Al-Otaibi

Estas imágenes muestran un claro ejemplo de cómo se puede manipular la opinión pública orquestando eventos y acontecimientos para fines ideológicos, políticos y económicos.

CAPÍTULO VI – HACIA UNA ÉTICA FOTOPERIODÍSTICA PROFESIONAL

Después de definir nuestro *posicionamiento contextual* a través de un extenso trabajo teórico sobre el concurso *WPP* y el fotoperiodismo en general, ofrecer una base teórico metodológica para el análisis de las fotografías mediante nuestro *posicionamiento teórico*, inauguramos la tercera y última parte de nuestro marco teórico que tiene que ver con el *posicionamiento ético* en la tesis.

El objetivo del presente capítulo es realizar reflexión sobre la relación existente entre los códigos de la deontología y ética de la profesión fotoperiodística por un lado, y la conducta de los fotoperiodistas en situaciones límite por el otro, para poder obtener un panorama general de lo que podría ser un comportamiento ético dentro de la profesión.

Para cumplir con este objetivo – teniendo en cuenta la escasez de teoría específica relativa a la ética en el fotoperiodismo – y para definir los conceptos de ética y deontología profesional, partimos de las proposiciones de autores que tratan este problema desde un campo más genérico – la ética en la comunicación audiovisual. (Bonete, (1995); Videla Rodríguez, (2004); Villanueva (1996); Aznar, (2005)).

Seguidamente, realizamos el análisis de diferentes organismos de autorregulación ética en el fotoperiodismo (*National Press Photographers Association (NPPA)*, *Declaración de principios sobre la conducta de los periodistas de la Federación Internacional de Periodistas (FIP)*, *Código de ética del World Press Photo*) y definimos cuales son los principales problemas de su aplicación en la práctica profesional. Una posible explicación se halla en el hecho de que el periodismo se ejerce en los medios que funcionan como empresas y en consecuencia operan con el impulso principal de obtener beneficios económicos (Aznar, 2005; Bonete, 1999).

Por último, en este capítulo se reflexiona sobre la ética y deontología en el fotoperiodismo, a través del problema de abundancia de muerte, miseria y violencia en las fotografías informativas, haciendo énfasis en el tratamiento de la infancia desde una perspectiva ética. Después de indagar en casos icónicos en la prensa contemporánea, en la que existe un tratamiento no ético de la información visual, también se analizan las premisas éticas de los autores y los medios que difunden sus instantáneas.

Mediante todo lo expuesto, llegamos a la conclusión que en el fotoperiodismo no existe un código ético universal, ni un acuerdo deontológico unánime que se respete. Asimismo, los códigos éticos existentes, por regla general son olvidados en situaciones límite: los fotoperiodistas con frecuencia cruzan la frágil línea entre la ética y la estética, entre la profesionalidad y el sensacionalismo. El hambre por triunfar, o por ser el primero en informar sobre algún acontecimiento, muchas veces les aleja de las principales propiedades del ser humano, que son la compasión, la solidaridad y el respeto de la dignidad de los demás.

6.1. Ética y deontología en la comunicación audiovisual. Definición de los conceptos.

En el fotoperiodismo no existe un acuerdo unánime, unos estándares de códigos de conducta ética universales, como el juramento hipocrático – documento fundamental para la ética y deontología de la práctica médica. Para poder hablar de una ética y deontología en el fotoperiodismo será necesario, en primer lugar, definir estos conceptos.

Según el *Diccionario de la Real Academia Española*⁶⁴:

1. *Ética*: “la palabra *ética* proviene del latín *ethĭcus*, y este del griego antiguo *ἠθικός*.

- Conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida. *Ética profesional, cívica, deportiva*.

- Parte de la filosofía que trata del bien y del fundamento de sus valores.”⁶⁵

2. *Deontología*: “la palabra *deontología* proviene del griego antiguo *δέον*, *-οντος*, el deber, y *-logía*, conocimiento.

- Parte de la ética que trata de los deberes, especialmente de los que rigen una actividad profesional.

- Conjunto de deberes relacionados con el ejercicio de una determinada profesión”.⁶⁶

Muchos grandes pensadores de la historia de la humanidad contribuyeron, en su conjunto, a la definición de estos conceptos. Entre ellos nombraremos a Aristóteles y Kant como pensadores emblemáticos de la ética y Jeremy Bentham quien forjó el concepto de la deontología, para apoyarnos luego en algunos autores contemporáneos que se ocuparon más específicamente de la ética y deontología en el campo de la comunicación audiovisual.

Aristóteles fue quien introdujo la denominación *Ética*, derivándola de *éthos* que en el griego antiguo significaba “el carácter, el modo de ser, adquirido a través de los actos y hábitos...” (Bonete, 1995, p.19)

Aristóteles acuñó el término, para designar lo concerniente a los principios del bien y el mal. La ética de Aristóteles defiende que todas las acciones humanas tienden o van encaminadas a conseguir la felicidad. Todas las acciones tienen un fin, que se identifica con el bien. La felicidad será el bien supremo. Para Aristóteles la felicidad consiste en lograr la perfección de la propia naturaleza humana. Un ser es feliz cuando

65 RAE, página web oficial, disponible en URL: <http://dle.rae.es/?id=H3y8ljjlH3yay0R>

66 RAE, página web oficial, disponible en URL: <http://dle.rae.es/?id=CESMXhy>

actúa de acuerdo a su naturaleza, consiguiendo la máxima perfección respecto a eso.

La ética de Aristóteles defiende que todas las acciones van encaminadas a conseguir un fin, y se denomina como ética teleológica⁶⁷.

En la época dorada de la filosofía alemana, cuando los pensadores ofrecían sus sistemas íntegros de filosofía, fue el materialista Kant quien se adentró de pleno en el campo de la teoría ética, en sus obras maestras *Crítica de la razón práctica*, *Metafísica de las costumbres* y *Fundamentación de la metafísica de las costumbres* que hasta hoy no han sido superadas en cuanto a la aproximación íntegra al tema.

La ética de Kant es una teoría ética deontológica, del deber, donde las normas vienen marcadas por la propia conciencia de las personas, por la ley moral, y son independientes de las influencias externas. Para Kant, la ética es en sí misma una ciencia de los deberes o “imperativos categóricos”, en la que no importan los fines, sino “la intencionalidad del acto”.

El término deontología también proviene de la filosofía griega, y hace referencia a la rama de la ética que estudia los pilares del deber y normas morales de cada profesión. El concepto fue acuñado por el padre del utilitarismo, *Jeremy Bentham*, en su obra *Deontology or the Science of Morality* (en español: *Deontología o la ciencia de la moralidad*) (1889).

Para diferentes teóricos contemporáneos de la comunicación, existen diversas definiciones de los términos ética y deontología.

Enrique Bonete Perales (1995) en términos simplificados define la ética como la teoría, y la deontología profesional como la moral. (pp. 19-25)

Tal y como indica Bonete (1995) “el sentido etimológico principal del concepto de ética

⁶⁷ La **teleología** (del griego τέλος, *fin*, y *-logía*) es el estudio de los fines o propósitos de algún objeto o algún ser, o bien literalmente, a la doctrina filosófica de las causas finales. Usos más recientes lo definen simplemente como la atribución de una finalidad u objetivo a procesos concretos. *Wikipedia*, página web oficial, disponible en URL: <https://es.wikipedia.org/wiki/Teleolog%C3%ADa>

nos remite al de *éthos*, como manera de ser, que se va adquiriendo personalmente y con poco esfuerzo, a través de reiterados actos y hábitos...” (1995, p.21).

Por otro lado, la deontología profesional se ocupa de “explicar a través de los códigos deontológicos un '*éthos* profesional', una manera moral de ser profesional, más que el incluir deberes y normas que se han de cumplir por parte de los profesionales conscientes de su responsabilidad social”. (1995, p.21)

Siguiendo el sentido etimológico de la palabra, el autor contempla la ética y la deontología como algo adquirido mediante actos y hábitos, en cada ser humano, algo que cada uno lleva dentro y que, mediante los códigos deontológicos, tan solo queda claramente definido y resaltado. (Bonete, 1995, pp.19-25)

Si tal concepto se aplique a la profesión del fotoperiodista, cada profesional actuará según sus propios criterios morales que ya tiene adquiridos de por sí, a través de sus actos y hábitos. Los códigos deontológicos servirán tan solo para subrayar esos criterios.

Los códigos deontológicos “diseñan una manera moral de realizar la profesión”, (Bonete, 1995, p. 21), unos deberes que al convertirse en una manera de ser, dejan de ser deberes. Después de aceptar y adquirir tales códigos, el profesional, a la hora de elegir si cumplirá los mismos o no, no será juzgado por el colectivo profesional, sino por su propio carácter moral y conciencia. (Bonete, 1995, p. 21)

Para Ernesto Villanueva (1996), por otro lado, la ética es una “ciencia normativa de la conducta, que permite al periodista elegir, entre distintas opciones, cuál debe ser el camino correcto en el ejercicio de su profesión.” (1996, p.16)

Según Villanueva, “la no elección es una forma de haber elegido” – la ética del ser humano opera partiendo de las conductas voluntarias del individuo. (1996, p.15)

Vemos la discrepancia entre los dos autores: mientras Bonete (1995), adoptando la definición de Aristóteles, define la ética como el carácter, *éthos*, que se adquiere a través de los actos y hábitos, Villanueva (1996) contempla la ética desde otra perspectiva mucho más estricta, científica, normativa – más bien en la línea de Kant – donde la voluntad jugará el rol decisivo, tanto en el acto de elegir, como en el acto de condenar al individuo por un comportamiento no-ético.

¿Cómo saber qué es ético y qué no lo es en el ejercicio de la profesión?

Una posible respuesta, ofrecida por Villanueva, está ligada a “identificar lo ético con los valores supremos del periodismo” (p.17). Esto se refiere tanto a los principios generales que ofrecen organizaciones como la ONU, la UNESCO u otras, como a las normas establecidas por diferentes asociaciones profesionales que intentan marcar las pautas con las que se debe ejercer la deontología periodística.

Villanueva (1996) concluye su definición del concepto de deontología periodística como “el conjunto de principios éticos asumidos voluntariamente por quienes profesan el periodismo, por razones de integridad, de profesionalismo y de responsabilidad social. La deontología periodística implica para el informador un compromiso de identidad, con el rol que juega en la vida social y una percepción amplia del valor que tiene la información como ingrediente de primera importancia para traducir en hechos concretos la idea de la democracia.” (1996, p.17)

Otro autor que se aproxima a la ética de la comunicación es Juan José Videla Rodríguez (2004). Por un lado, observa la ética desde el punto de vista de los comportamientos, y por otro, desde los mecanismos profesionales orientados a la regulación de las actitudes éticas en el periodismo.

El objeto de la ética es el conjunto de actos humanos racionales. Distingue dos tipos de influencia ética en los informadores – la ética general y la ética específica. (Videla Rodríguez, 2004)

Siguiendo en la misma línea de interés, la ética general sería “un conjunto de principios que se ofrecen a la persona para guiar sus comportamientos individuales y sociales en comunidad”, mientras que la ética específica “fija pautas de actuación en su acción como transmisores de información”. (Videla Rodríguez, 2004, p.20)

Por otro lado, Videla Rodríguez (2004) apunta que el conjunto de actos que la ética propone al ser humano, conforman una moral a la que cada uno es libre de adherirse o no:

“El ser humano goza de libertad para orientar su moralidad porque sigue los consejos de la voluntad a la hora de dirigirla hacia la razón consciente del deber. Pero la persona es influida por el ambiente y por las pautas morales de la sociedad de la cual forman parte los periodistas.” (2004, p. 23)

En cuanto a los medios de comunicación, Videla Rodríguez sugiere que estos “no prestan un servicio al bienestar moral de la sociedad”, ya que anteponen solamente el beneficio medido en términos económicos de audiencia. (2004, p.25)

Por esto los periodistas, con tal de alcanzar “el ideal moral” dentro de un comportamiento ético correcto, deberían “actuar en conciencia, tanto en la ética personal como en la profesional”. (Videla Rodríguez, 2004, p.27)

Podemos concluir que cada uno de los diferentes autores mencionados tiene su propia noción de lo que sería una ética y deontología profesionales. Lo que se podría deducir a modo de conclusión es que la ética sería un conjunto de actos humanos ligados a un comportamiento moralmente correcto. La deontología se podría definir como la moral, o como un conjunto de pautas fijadas para un correcto quehacer profesional.

La definición práctica de lo que sería un comportamiento éticamente correcto en la profesión, viene explicado en los códigos deontológicos de diferentes profesiones, como la de médico, abogado, arquitecto, etc.

Nosotros, en este caso, nos ocuparemos de analizar las pautas que marcan los valores supremos del fotoperiodismo, definidos por los códigos deontológicos de diferentes asociaciones de (foto) periodismo.

6.2. Los códigos deontológicos como concreción del deber de los informadores audiovisuales

Los códigos deontológicos representan una concreción del quehacer profesional para los trabajadores en diferentes gremios y campos de la actividad humana. En el caso de la presente investigación nos centraremos en los deberes de un comportamiento éticamente correcto en cuanto a los profesionales del ámbito del periodismo visual.

Hugo Aznar (2005) define los códigos deontológicos como “documentos que recogen un conjunto más o menos amplio de criterios, normas y valores que formulan y asumen quienes llevan a cabo una actividad profesional.” (p.31) Estos documentos se ocupan de aspectos profesionales como es la dimensión ética.

El mismo Aznar (2005) señala que “la deontología se encarga de reflexionar sobre la dimensión moral de una actividad profesional como la información y la comunicación y de precisar normas éticas que le deben guiar. Pero la deontología como tal no tiene más efectividad que la derivada de la persuasión y el compromiso que pueda suscitar en las conciencias. Es la autorregulación, a la que le corresponde establecer mecanismos que hagan efectiva la deontología, convirtiéndola en una exigencia que la sociedad proyecta sobre una determinada actividad social más allá de las opciones personales que puedan darse”. (2005, pp. 15-16)

A pesar de considerar que los códigos deontológicos son el mecanismo de autorregulación más extendido, Aznar (2005) también afirma que la presencia de los mismos no significa la solución a los problemas éticos en los medios de comunicación.

En cuanto a los mecanismos de autorregulación en la comunicación audiovisual el autor apunta: “No existe ningún lugar donde hoy por hoy se den todos y ni tan siquiera la mayoría de ellos y estén a su vez bastante extendidos como para sacar conclusiones definitivas acerca de su efectividad”. (Aznar, 2005, p.28)

Por su parte, Bonete (1999) considera que “los códigos deontológicos vienen a expresar la conciencia moral que el colectivo profesional posee, la capacidad de asumir responsabilidades sociales y la sensibilidad ante la defensa de los derechos humanos fundamentales.” (p. 31)

Con el paso del tiempo, el problema no se va solucionando, sino más bien al contrario. En la última década del siglo XX se abre una nueva etapa en la vida de los códigos. Se han hecho notar las consecuencias de las nuevas tecnologías y su capacidad para transformar la vida de nuestras sociedades, lo que ha planteado nuevas e importantes cuestiones relacionadas con la intimidad, la manipulación, la propiedad intelectual, etc. (Aznar, 2005, pp. 39-42)

El mismo Aznar apunta que desde finales de los '80 aparecen nuevos problemas sociales como “la discriminación racial, religiosa, sexual, etc., o las nuevas amenazas para la democracia: corrupción, racismo, xenofobia, nacionalismos extremos, terrorismo, etc.” (Aznar, 2005, p.39)

El autor concluye que “la novedad fundamental de esta etapa hay que buscarla en el hecho de que por primera vez la ética de los medios deja de ser una preocupación exclusiva de editores y periodistas. Desde hace algunos años, al hilo del creciente protagonismo de los medios, la ética periodística ha pasado a tener un lugar propio en el debate público de nuestras sociedades.” (Aznar, 2005, p.42)

Es por eso que los usuarios también exigen el cumplimiento de los códigos.

Para concluir, nos apropiamos de las palabras de Jesús Vilar (2000) quien apoya la idea que “los códigos deontológicos son una condición necesaria pero no

suficiente para la regulación de las profesiones que tienen a las personas como protagonistas o sujetos de la acción del profesional, y el riesgo está en considerar que determinadas cuestiones valorativas quedan resueltas por la simple existencia de un código regulador.” (p.278)

6.2.1. Problemas de aplicación de los códigos de conducta ética

En la práctica profesional existe un considerable número de códigos de conducta ética que diferentes asociaciones formadas por profesionales de la comunicación audiovisual proponen a sus miembros a seguir, pero tal y como comentamos con anterioridad, existe un problema en su aplicación.

Varios autores reflexionan sobre esta circunstancia, al mismo tiempo que critican, tanto las limitaciones como la falta de seguimiento de los códigos en la práctica profesional.

Bonete (1999), entre otros temas ligados a la ética de la comunicación audiovisual, reflexiona sobre los propósitos de los medios audiovisuales y los conflictos morales en los medios. Hablando de la imposibilidad de la aplicación de los códigos de conducta ética en la práctica de la profesión, esboza una paralela entre estos conflictos y los sempiternos dilemas humanos. Primero nos hace recordar la posición kantiana que defiende la existencia de “principios éticos incondicionales y deberes morales que han de ser cumplidos siempre” (p.53) y define los códigos deontológicos del periodismo como una *concreción profesional* del modelo ético kantiano. En este contexto, la ética sería la teoría, y la deontología profesional la moral. Luego expone, desde una perspectiva filosófica, la razón por la que los diferentes mecanismos de regulación ética no son aplicados ni aplicables en la práctica, planteando el dilema ético que se presenta a lo largo de toda la historia del pensamiento: “si el fin justifica o no los medios” (Bonete, 1999, p.53).

La razón por la que los códigos deontológicos funcionan en teoría y no en la práctica profesional, la explica confrontando dos posiciones filosóficas y teóricas – el deontologismo y el teleologismo. (Bonete, 1999, pp.53-60)

La primera posición, planteada por Kant, defiende que “existen principios éticos incondicionales y deberes morales que han de ser cumplidos siempre” (Bonete, 1999, p. 53), mientras que la segunda – la teleológica – sostiene que “lo exigible moralmente depende de las consecuencias y los resultados que se consigan con las acciones. Sería la búsqueda del máximo bienestar, para el mayor número de personas el mejor resultado social y, por ello, el único criterio moral como se deriva del enfoque utilitarista.” (Bonete, 1999, p.53) El enfoque utilitarista es uno de los *modelos teóricos más afines al teleologismo*, cuyas raíces se remontan a la ética aristoteliana.

El autor razona que “no es casualidad que los códigos éticos de las diversas profesiones se denominan ‘deontológicos’ (del griego deón= deber), como queriendo sugerir que los profesionales han de someter sus comportamientos a deberes morales que les vienen exigidos por las características de su actividad”. (Bonete, 1999, p.54)

En cuanto a los medios de comunicación, estos acogen una posición de teleologismo, o sea, utilitarista, a través de la búsqueda del máximo bienestar, para el mayor número de personas y el mejor resultado social” (Bonete, 1999, pp. 53-60), siendo esto el único criterio moral.

La postura teleológica-utilitarista de los medios es incompatible con el “deontologismo” de los códigos deontológicos de los diferentes organismos de autorregulación, dado que estos últimos, en la mayoría de los casos, rechazan rotundamente el principio de que “el fin justifique los medios”. (Por ejemplo, en las recomendaciones para los periodistas en cuanto a cómo obtener información). (Bonete, 1999, pp. 53-60)

Estamos de acuerdo con Bonete (1999) cuando sostiene que “el cálculo de las consecuencias o los fines que se consiguen, aunque sean relevantes moralmente, no han de constituirse como criterios del quehacer profesional.” (p. 54)

En la misma línea, Aznar (2005) considera que los problemas de aplicación de los códigos de conducta ética en el periodismo, vienen condicionados por la circunstancia de que los medios funcionan como empresas impulsadas por obtener beneficios económicos. (2005, pp. 69-99)

No es “deontológicamente incorrecto” tratar de obtener beneficios económicos de la actividad de comunicar e informar, siempre que eso no significara dejar de lado cualquiera otra consideración moral, política, social. (Aznar, 2005, p.71)

Por otro lado, Aznar (2005) destaca que existen algunas circunstancias en las que la estructura empresarial de los medios podría ser beneficiosa para sus aspectos éticos (pp.71-76):

- La independencia económica de los medios de comunicación podría ser una garantía de independencia de las influencias políticas, ideológicas y del poder del estado. (Aznar, 2005, pp. 71-72)

- La configuración empresarial de los medios debería ser positiva para su funcionamiento ético, debido a la necesidad de competir entre ellos en el mercado. En una situación ideal, esta circunstancia favorecería su diversificación, puesto que la necesidad de cada medio de ganar su parte del mercado les obligaría a diferenciarse con productos de más calidad. (Aznar, 2005, pp. 73-76)

Lamentablemente, varios factores como la globalización, el neoliberalismo, la liberación del mercado audiovisual en Europa en los años '80 o la crisis económica mundial de la última década, han influido a la búsqueda de rentabilidad a corto plazo que ha llevado a la ruptura de muchas normas éticas. (Aznar, 2005, p.75)

Así las cosas, el funcionamiento empresarial de los medios, beneficioso en cuanto a una comunicación ética – sigue siendo una utopía. En la práctica profesional existen diversas implicaciones no-éticas, como precisamente la competencia – introducida e impulsada por los medios – que muchas veces influye a intentar ganarse el público a toda costa.

Aznar (2005) describe uno de los casos más generalizados de conducta no-ética en los medios de comunicación: “Acentuando la presentación dramática de los acontecimientos de manera que se conviertan en noticia cuando no lo son... se genera de esta forma uno de los mayores problemas de los medios: el sensacionalismo como recurso para aumentar el interés y la curiosidad del público. Llevado a su extremo, este sensacionalismo con miras comerciales daña gravemente al periodismo y a la comunicación en lo que deben tener de reflejo fiel de la realidad.” (2005, p.76)

Teniendo en cuenta todo lo expuesto, nos apropiamos de las palabras de Bonete (1999) quien considera que: “el fin último de una empresa audiovisual no debe ser ganar dinero. Es uno de sus fines... Por consiguiente, presentar información de manera sensacionalista y con fotografías impactantes en la prensa... es pervertir los fines específicos de la comunicación audiovisual y servirse de este poder mediático para obtener beneficios económicos a costa del menosprecio de la dignidad de los usuarios”. (1999, p.36)

6.2.2. Los códigos deontológicos que afectan directamente al fotoperiodismo

Existen diversos códigos de conducta ética de numerosos organismos de autorregulación y heterorregulación alrededor del planeta. Nosotros presentaremos a continuación los más relevantes para nuestra investigación, o sea, los que afectan directamente el fotoperiodismo.

Debido al carácter y extensión de esta investigación, no se repasarán todos los códigos deontológicos que influyen a los profesionales de la comunicación audiovisual y el fotoperiodismo, ya que numerosos autores han tratado este tema con exhaustividad.

Para más información se puede consultar el libro *Éticas de la comunicación y deontologías del periodismo* (1995) de Enrique Bonete Perales, quien ofrece un repaso pormenorizado por los códigos deontológicos más influyentes en la actualidad, que afectan a los profesionales de la comunicación.

Nosotros, en esta ocasión, hablaremos sobre los códigos de conducta ética que no han sido tratados en la literatura más conocida sobre el tema, y que afectan directamente al fotoperiodismo: el código de ética de la *National Press Photographers Association (NPPA)* y el código ético del *World Press Photo*.

Además, se examinará el código de conducta ética de la *Federación Internacional de Periodistas (FIP)*, puesto que es el documento de recomendaciones de conducta ética más influyente en cuanto al periodismo a día de hoy, y también el documento por el que se regía el *WPP* hasta el año 2016, que fue cuando la organización generó su propio código deontológico a seguir.

6.2.2.1. *National Press Photographers Association (NPPA)*⁶⁸

La *National Press Photographers Association* (acrónimo en inglés NPPA) es una asociación norteamericana de fotoperiodistas, con sede en Carolina del Norte, que se dedica a la promoción del periodismo visual – su creación, práctica, formación, edición y distribución – en los medios de comunicación, al mismo tiempo que ejerce como un servicio público.

Se trata de una organización sin ánimo de lucro que promueve la “más alta calidad” en el fotoperiodismo. Esta organización, además de ser la única asociación que

⁶⁸ Toda la información sobre la NPPA ha sido recopilada en la página web de la NPPA, página web oficial, disponible en URL: <https://www.nppa.org>

se dedica al periodismo visual en exclusiva (no al periodismo en general), tiene un alcance global por lo cual se puede considerar como un organismo competente de regulación ética y deontológica en el fotoperiodismo.

La NPPA fue fundada en 1946. En los primeros años de su existencia, la NPPA luchó para que se permitiera la presencia de las cámaras en los tribunales, así como para mejorar las relaciones entre el gobierno y los medios de comunicación. De los frutos y muchos de los beneficios logrados en esa época, se goza en la actualidad, ya que evolucionaron a partir de los programas iniciados en la década de los 1940.

En el primer número del *National Press Photographer* (revista publicada en Boston, MA, en abril de 1946), en la misma portada se hablaba sobre la asociación: “Con esta edición nace una voz, una voz que ha estado callada por demasiado tiempo”.⁶⁹



Imagen 36. Portada del *National Press Photographer*, 1946

Al día de hoy, la NPPA se ocupa de las tres facetas del periodismo visual –fotografías, vídeos y proyectos multimedia – manteniéndose al día con las transformaciones que conlleva la llegada de los nuevos medios y tecnologías digitales. La NPPA cuenta con más de 6.500 personas que figuran inscritas como miembros de la asociación.

Además de regular la profesión de los periodistas visuales alrededor del mundo, la NPPA también cumple con su responsabilidad ante la sociedad mediante la fundación *The National Press Photographers Foundation Inc.*

Se trata de una fundación sin ánimo de lucro que se encarga de contribuir a la mejora de la calidad de la fotografía de prensa a través de la educación y concesión de becas a las personas que han demostrado gran capacidad o buenos resultados en el campo del fotoperiodismo. Las becas y cursos de formación se financian a través de las tasas anuales que pagan los miembros de la NPPA, y gracias a los patrocinadores que dejan sus contribuciones en la página web de la asociación.

Además, la asociación colabora estrechamente con la revista *News Photographer* que apoya los esfuerzos de la NPPA en su papel como la voz del reportero gráfico, haciéndolo mediante la comunicación de noticias, identificación de tendencias y el suministro de información, y de esta manera le da visibilidad al trabajo de los profesionales del fotoperiodismo. Las columnas y los artículos que aparecen en la revista mensual son citados a menudo como “la eminencia” en el campo del derecho y la ética de la tecnología.

Al tener numerosos países miembros, y teniendo en cuenta los años de su existencia, podemos afirmar que la NPPA es la asociación más importante de periodistas visuales al día de hoy, y por tanto el organismo internacional de autorregulación ética en el fotoperiodismo más importante en el mundo entero.

Existen otras asociaciones de periodistas, puede que más grandes, o más expandidas, con sus propios códigos de conducta ética y deontológica que

recomiendan a seguir a sus fotoperiodistas, pero podemos asegurar que la NPPA es la única a nivel global que trata en exclusiva los deberes, derechos y necesidades de los informadores visuales.

Además de los documentos internos que definen y delimitan la actuación de la NPPA, cada uno de los miembros de la asociación firma un acuerdo donde se compromete a seguir el Código de Ética de la asociación, que figura en el apartado de estatutos.

Código de Ética de la NPPA y documentos relacionados

La NPPA, al igual que otras asociaciones de periodistas que existen alrededor del mundo, tiene su código de ética, que sería el documento que enumera los deberes y pautas “morales” que sus miembros han de seguir.

A continuación presentaremos este documento en su totalidad:

Preámbulo⁷⁰

“La Asociación Nacional de Fotoperiodistas (NPPA) es una sociedad profesional que promueve los niveles de calidad más altos en fotoperiodismo y reconoce el interés de la gente de ser informada sobre eventos públicos y ser reconocida como un actor en nuestro mundo.

Los fotoperiodistas actúan como testigos para el público. La labor principal de la asociación es registrar visualmente los eventos importantes y los puntos de vista variados en nuestro mundo común. La meta principal es captar el momento de una manera honesta y completa. Como fotoperiodistas, tenemos la responsabilidad de documentar a la sociedad y preservar su historia con imágenes.

Las imágenes fotográficas y de video pueden revelar grandes verdades, mostrar el mal y el descuido, inspirar la esperanza y el entendimiento, y conectar a la gente

⁷⁰ NPPA, página web oficial, disponible en URL:https://nppa.org/code_of_ethics

de nuestro mundo por el lenguaje visual. Las fotografías también pueden causar grandes daños si están tomadas sin sensibilidad y respeto o están manipuladas.

Este código de ética tiene la intención de promover la calidad más alta en todas sus formas fotos periodísticas y fortalecer la confianza del público en la profesión. Además este código sirve como una herramienta educativa para los fotoperiodistas y los que aprecian el fotoperiodismo. Con ese fin, la *Asociación Nacional de Fotoperiodistas (NPPA)* propone el siguiente documento”⁷¹

Código de ética⁷²

“Los fotoperiodistas y los que manejan la producción de noticias visuales son responsables de trabajar según las siguientes reglas durante su trabajo diario:

1. Ser preciso y comprensivo en la representación de los sujetos.
2. Resistirse a ser manipulados por oportunidades fotográficas orquestadas.
3. Ser completos y dar contexto cuando estén fotografiando o grabando a los sujetos. Evitar estereotipos de personas individuales y grupos. Reconocer y evitar revelar sus propias tendencias en las imágenes.
4. Tratar a todos sus sujetos con respeto y dignidad. Dar consideración especial a los sujetos vulnerables y tener compasión de las víctimas de crímenes o tragedias. Entrometerse en momentos privados de luto solamente cuando el público tiene una necesidad justificable para ser testigo.
5. Mientras se fotografía a los sujetos, no contribuir, alterar, intentar alterar o influenciar en los eventos intencionalmente.
6. Editando se debe mantener la integridad del contenido y contexto de la imagen. No se deben manipular las imágenes ni añadir o alterar el sonido de ninguna forma que pueda confundir al público o representar los sujetos de una forma incorrecta.

71 NPPA, página web oficial, disponible en URL: https://nppa.org/code_of_ethics

72 Ibid.

7. No pagar a las fuentes y sujetos o premiarlos con información o participación.
8. No aceptar regalos, favores, o compensación de los que buscan influenciar la cobertura periodística.
9. No sabotear intencionalmente los esfuerzos de otros periodistas.

IDEALMENTE, LOS FOTOPERIODISTAS DEBEN:

1. Esforzarse en divulgar lo que es de interés del público. Defender los derechos de acceso a todos los periodistas.
2. Pensar pro-activamente, como un estudiante de psicología, sociología, política y arte para desarrollar una visión y presentación única. Trabajar con ganas para las noticias y medios visuales contemporáneos.
3. Esforzarse por tener acceso total sin restricciones a los sujetos, recomendar alternativas a oportunidades superficiales o apresuradas, buscar puntos de vista diversos, y trabajar para exponer los puntos de vista poco populares o no tomados en cuenta.
4. Evitar involucrarse políticamente, cívicamente, o en negocios que comprometen o den apariencia de comprometer su independencia periodística.
5. Esforzarse por ser discreto y humilde con los sujetos.
6. Respetar la integridad del momento fotográfico.
7. Esforzarse para mantener el espíritu y los niveles altos de calidad expresados en este código. Al afrontar situaciones en las que la acción correcta no está clara, buscar el consejo de los que exhiben los niveles más altos de la profesión. Los fotoperiodistas deben estudiar su arte continuamente y la ética que lo guía.”⁷³

En la página web de la asociación, además del Código de éticas figura un apartado denominado *Visual Journalism Ethics Resources*. En este apartado la organización apunta que las cuestiones éticas en el periodismo visual, pueden ser delicadas y complejas. Por esa misma razón, animan a todos sus miembros que no solo

73 NPPA, página web oficial, disponible en URL: https://nppa.org/code_of_ethics

lean el Código de éticas, sino participen en este apartado interactivo, discutiendo y explorando cuestiones éticas por su cuenta y con sus compañeros de trabajo, para que estén preparados en los momentos en los que surjan problemas.

En este apartado de la página web de la asociación podemos encontrar diferentes subapartados donde los miembros pueden informarse, participar, o explorar temas deontológicos relacionados al periodismo digital.

6.2.2.2. Declaración de principios sobre la conducta de los periodistas de la Federación Internacional de Periodistas (FIP)

La FIP representa la mayor organización de periodistas a nivel mundial. Esta entidad fue fundada en el año 1926 y hoy en día cuenta con un total de 600.000 miembros provenientes de más de un centenar de países. A diferencia de la NPPA que está centrada en defender los derechos y deberes de los periodistas visuales en exclusiva, la FIP acoge a todos los profesionales del gremio y abarca todas las facetas del periodismo actual desde el escrito, visual, hasta el periodismo multimedia.

A pesar de que la declaración de principios sobre la conducta de los periodistas no se refiere directamente al **fotoperiodismo**, sino al periodismo en general, este documento ha servido, a lo largo de los años, como guía para que diversos profesionales del fotoperiodismo tomen ejemplo de lo que debería ser un comportamiento éticamente correcto en la profesión.

Dentro de la FIP, parecen ser conscientes de los crecientes problemas relacionados con la libertad de expresión. En la página web de la organización figura el dato de que hoy en día existen diez multinacionales (número aproximado) que controlan las noticias en el mundo entero. La FIP subraya la importancia del derecho a la libertad de expresión:

“Una violación de la libertad puede ser una bala asesina, dirigida a matar a un periodista investigador e intimidar y silenciar a sus colegas. Puede ser un toque de

la policía a la puerta, llevando a un reportero o reportera a cuestionar sus fuentes, o a llevarle a la cárcel con o sin un debido juicio. Puede ser una ley de medios restringida, que coloque el poder sobre el contenido editorial en manos de censores y juicios a la prensa.”⁷⁴

Desde la asociación (FIP) destacan que se trata de una organización sin ánimo de lucro, que promueve la acción internacional y defiende la libertad de la prensa y justicia social, oponiéndose a todo tipo de discriminación y uso de los medios con fines propagandísticos, al mismo tiempo que defienden la libertad de de expresión política, cultural y los derechos humanos en general.⁷⁵

En cuanto a los derechos humanos, la FIP enfoca sus esfuerzos en proteger a los periodistas de amenazas físicas, combatir el racismo en los medios de comunicación, así como crear sensibilidad respecto a los derechos de los niños en los medios de comunicación.

Otro problema que existe en el ámbito del periodismo, en especial en el periodismo de guerra, está relacionado con la muerte de muchos informadores que trabajan en estos ambientes. La FIP dedica gran parte de su actuación en campañas dedicadas a la concienciación del público sobre estos problemas, así como al apoyo de las familias de los periodistas fallecidos.

La FIP ha hecho campaña durante muchos años para aumentar la seguridad de los periodistas residentes en zonas de conflicto y profesionales free lance que se encuentran informando en zonas de riesgo y que no tienen casi ninguna protección, ni de su labor ni de sus vidas.

Por esto el autor Juan Antonio Prieto (en Bonete, 1995), apunta que “difícilmente puede hablarse de códigos éticos, de principios deontológicos o de normas de comportamiento, si previamente no existe un marco adecuado para que el

74 página web oficial, disponible en URL: <http://www.ifj.org/>

75 página web oficial, disponible en URL: <http://www.ifj.org/about-ifj/mission-statement/>

profesional desarrolle su trabajo. Si el periodista no dispone de unas condiciones mínimamente aceptables (salario digno, horario, vacaciones retribuidas, consejos de redacción...) para garantizar su independencia y con un estatus que le permita ser libre, es prácticamente imposible que pueda cumplir los principios establecidos en los diferentes códigos". (1995, p. 216)

A pesar de tal realidad, la FIP propone su propia *Declaración de principios sobre la conducta de los periodistas*, a modo de documento en el que se enumeran las pautas deontológicas a seguir, con lo que intenta promover un comportamiento éticamente correcto dentro de la profesión.

Cabe aquí destacar que también el *World Press Photo* (la organización fotoperiodística a la que en este trabajo dedicamos atención principal) obligaba a los participantes de su concurso a firmar una cláusula en la que prometían desarrollar su trabajo acorde con las normas que figuran en el código de la FIP. Esta práctica ha durado hasta el año 2016, cuando el *WPP* lanzó su propio código de éticas.

A continuación mostramos la *Declaración de principios sobre la conducta de los periodistas* de la (FIP):

1. Respetar la verdad y el derecho que tiene el público a conocerla constituye el deber primordial del periodista.
2. De acuerdo con este deber, el periodista defenderá, en toda ocasión, el doble principio de la libertad de investigar y de publicar con honestidad la información, la libertad del comentario y de la crítica, así como el derecho a comentar equitativamente y a criticar con lealtad.
3. El periodista no informará sino sobre hechos de los cuales él/ella conoce el origen, no suprimirá informaciones esenciales y no falsificará documentos.
4. El periodista no recurrirá sino a medidas equitativas para conseguir informaciones, fotografías y documentos.

5. El periodista se esforzará – con todos los medios – por rectificar cualquier información publicada y revelada, que fue inexacta y perjudicial.
6. El periodista guardará el secreto profesional acerca de la fuente de las informaciones obtenidas confidencialmente.
7. El periodista se cuidará de los riesgos de una discriminación propagada por los medios de comunicación y hará lo posible para evitar que se facilite tal discriminación, fundamentada especialmente en la raza, el sexo, la moral sexual, la lengua, la religión, las opiniones políticas y demás, así como el origen nacional o social.
8. El periodista considerará como faltas profesionales graves: el plagio; la distorsión mal intencionada; la calumnia, la maledicencia, la difamación, las acusaciones sin fundamento; la aceptación de alguna gratificación a consecuencia de la publicación de una información o de su supresión.
9. Todo periodista digno de llamarse tal se impone el deber de cumplir estrictamente con los principios enunciados arriba. En el marco del derecho vigente en cada país, el periodista sólo aceptará, en materia profesional, la jurisdicción de sus iguales, excluyendo cualquier injerencia gubernamental o de otro tipo.”⁷⁶

6.2.2.3. Código de ética del *World Press Photo*

El *World Press Photo* es una organización sin ánimo de lucro que promueve los más altos criterios en el fotoperiodismo.⁷⁷ En el segundo capítulo de la presente investigación que trata sobre el *WPP* como tema del estudio, nos ocupamos de indagar en el reglamento, organización interna y función ideológica y social de la organización. Por tanto en este epígrafe nos ocuparemos exclusivamente del alcance ético y deontológico del concurso.

Al enviar sus imágenes al concurso, los participantes son obligados a firmar una declaración que tiene varios puntos de acuerdo entre la organización de *World Press Photo* y ellos.

⁷⁶ página web oficial, disponible en URL: <http://www.ifj.org/es/la-fip/declaracion-de-principios-de-la-fip/>
⁷⁷ Para mas información véase el capítulo I de la presente investigación.

Hasta el año 2016, en el contrato figuraba que la organización de *World Press Photo* exige que todos los concursantes actúen acorde con las pautas ofrecidas en la *Declaración de Principios sobre la Conducta de los Periodistas de la Federación Internacional de periodistas*.

Después de numerosas polémicas sobre los aspectos ético-manipulativos de diversas imágenes premiadas a lo largo de la historia del concurso, en el año 2016 el *World Press Photo* decide lanzar su propio código de éticas que los concursantes que aspiran a optar por los premios han de seguir.

Este es el texto íntegro del código de éticas del *World Press Photo*:

“Los participantes del concurso *World Press Photo* deben asegurarse que sus imágenes proporcionan una representación verídica y fiel de la escena de la que fueron testigos para que el público no sea engañado.

Esto significa que:

1. Deben ser conscientes de la influencia que su presencia pueda ejercer sobre la escena que fotografían, y deben resistirse a ser engañados por oportunidades de fotografiar situaciones escenificadas.
2. No deben contribuir intencionadamente a la escena que fotografían, alterarla o reactivarla, como tampoco deben orquestar eventos.
3. Deben mantener la integridad de la imagen asegurándose de que no haya cambios materiales en su contenido.
4. Deben asegurarse que las captaciones sean verídicas.
5. Deben asegurarse que en la edición de sus reportajes el contexto sea representado de manera exacta y verídica.
6. Deben ser abiertos y transparentes, sobre todo tratándose del proceso por el que sus imágenes han pasado para ser elaboradas y, si llega el caso, rendir cuentas al *World Press Photo* sobre su práctica.

Este código proporciona las pautas para la mejor práctica profesional dentro del fotoperiodismo contemporáneo.”⁷⁸

El código de éticas del *World Press Photo* queda reforzado – especialmente sus cláusulas 2 y 3 – con documentos en los que se explica qué es lo que se entiende por manipulación dentro del concurso (este tema, la manipulación en el fotoperiodismo, ha sido tratado en el quinto capítulo de la presente investigación), se expone cómo funciona un proceso de verificación, y se ofrece una ficha para rellenar, con toda la información necesaria acerca de la fotografía presentada (fecha, nombre del fotógrafo, tema tratado en la imagen, localización, información relevante sobre el suceso tratado que no se aprecia en la fotografía).

6.3. Deontología y ética en el fotoperiodismo

Nos parece apropiado pararnos por un instante en las sencillas y a la vez sabias palabras de la autora Julianne H. Newton, quien reflexiona sobre el poder de la fotografía y sus implicaciones éticas que cada vez más a menudo se nos escapan: “Los antropólogos nos dicen que todavía existen personas en este nuestro mundo, que piensan que alguien les está robando el alma cuando son fotografiados. Todos hemos escuchado historias semejantes, y la mayoría de nosotros las hemos considerado mitológicas – unas creencias con encanto de culturas no sofisticadas. No estoy tan segura. A lo mejor, por un lado, estas personas extremadamente sensibles comprenden algo que nosotros hemos olvidado, algo sobre la naturaleza de la fuerza vital humana y la imagen personal. A lo mejor nosotros estamos equivocados.” (2001, p. 63).

Tal y como señalamos con anterioridad, es muy difícil definir lo que sería una “ética, o deontología profesional” en el fotoperiodismo, ya que lo que para una persona “es ético”, para otra no lo es.

⁷⁸ *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.worldpressphoto.org/activities/photo-contest/code-of-ethics>

Después de exponer e indagar en los códigos deontológicos que influyen al fotoperiodismo, llegamos a la conclusión de que no existe un código ético universal, ni un acuerdo deontológico unánime que se respete dentro del fotoperiodismo. Asimismo, los códigos éticos existentes, por regla general son olvidados en situaciones límite: los fotoperiodistas con frecuencia cruzan la frágil línea entre la ética y la estética, entre la profesionalidad y el sensacionalismo. La ansiedad por triunfar, o por ser el primero en informar sobre algún acontecimiento, muchas veces les aleja de las principales propiedades del ser humano, que son la compasión, la solidaridad y el respeto de la dignidad de los demás.

En la actualidad existe la tendencia de captar imágenes de contenidos impactantes y sin explicar claramente las causas. Por esto, en el contexto de una comunicación (foto) periodística ética, nos guiaremos por las siguientes preguntas: ¿Es verdad que estos contenidos hacen una denuncia social? ¿Cuáles son los criterios que un fotoperiodista debe perseguir para construir una información? ¿Qué le puede alejar de la tentación de caer en el sensacionalismo y manejar la imagen como una mercancía? ¿Cómo puede prescindir del criterio de “impacto” de la imagen, a la hora de elegirla o tomarla?

Luiz Augusto Teixeira Ribeiro (1998) advierte de la necesidad de iniciar una reflexión sobre el sensacionalismo dentro del fotoperiodismo contemporáneo y sobre la postura ética del fotógrafo. Según el autor, la fotografía es un signo visual que intenta reflejar la realidad, cuyo objetivo es transmitir una información de asimilación instantánea. Es difícil discutir la veracidad de la fotografía, dado que nos guía la imagen de gran poder de credibilidad. La fotografía, más que los otros medios, consigue atrapar la realidad y todos los acontecimientos de la vida social. (Teixeira Ribeiro, 1998)

Estamos de acuerdo con el mismo autor (Teixeira Ribeiro, 1998) cuando apunta: “Habitualmente, las imágenes de dolor, de la muerte, de la violación de la integridad humana, han sido incorporadas a lo cotidiano, aportando material propio a la

creación de una comunicación inmediata e intensa con el público. Se trata de un campo delicado, donde cabe la reflexión sobre la corrección ética de la transmisión de estas imágenes, así como el cuestionamiento de la postura del espectador delante de ellas. La gran cantidad de sensacionalismo, frecuentemente presente en la transmisión de imágenes violentas, llega a sugerir la duda: si la realidad de la violencia precede a las imágenes, o si son los medios los que acaban por hacer germinar la violencia real. Actualmente, las publicaciones tienden a buscar imágenes de grandes conflictos y tragedias que son 'dramáticamente sensacionales', pero sin intentar investigar casos específicos o descifrar causas, no contribuyendo a la comprensión de la imagen en su contexto social.”(1998)

Otra aproximación al fotoperiodismo desde una perspectiva ética, ofrece la escritora estadounidense Susan Sontag (1981), en su libro *Sobre la fotografía*, al describir la influencia que tiene la divulgación de imágenes violentas, en cuanto a la forma en la que percibimos el mundo que las rodea: “Esperanzas frustradas, humoradas juveniles, guerras y deportes de invierno son semejantes: la cámara los iguala. Hacer fotografías ha implantado en la relación con el mundo un voyerismo crónico que uniforma la significación de todos los acontecimientos.” (1981, p.26)

La misma autora, Sontag (2003), explora la influencia que las noticias ejercen sobre nuestro entender de los desastres. Igualmente, desarrolla la tesis de que las imágenes pueden fomentar la indiferencia. Los fotógrafos producen cada vez más imágenes que reflejan la miseria. Se aumenta la producción de imágenes, y a la vez su contenido violento, todo esto en acorde con la demanda del mercado. Con el exceso de la producción de imágenes de este carácter, los receptores de imágenes – los espectadores – llegan a insensibilizarse con dichos contenidos. El límite de tolerancia de mirar las imágenes con extremo contenido de violencia y miseria se amplía, y los fotógrafos tienden a captar imágenes cada vez más impactantes, para conseguir llegar hasta el público. La autora defiende que la gente se acostumbra a ver imágenes de horror. (Sontag, 2003)

Por otro lado, la autora Susie Linfield (2010) critica estas ideas y no está de acuerdo con que las fotografías de violencia política exploten a sus protagonistas y potencien las tendencias voyeristas de sus espectadores. Linfield (2010) considera que ver imágenes de muerte, miseria y violencia es una experiencia ética y política, necesaria en la actualidad para poder conectarnos con la violencia y ser conscientes de la capacidad de la crueldad que existe en las sociedades modernas. La autora defiende la necesidad de la existencia de este tipo de fotografías. Asimismo, (Linfield, 2010) explora la compleja conexión entre el fotoperiodismo contemporáneo y la expansión de los ideales de derechos humanos, abogando por la fotografía que nos ayuda a ver la ausencia de cualquier tipo de derechos humanos.

Paul Lester, (1991) considera que un fotoperiodista que cree en los principios de mostrar la verdad, la objetividad y el derecho a la información, tomará fotografías a pesar de lo terrible que sea el tema tratado. Pero si el fotógrafo se basa sólo en los principios profesionales, existe el riesgo de que el sujeto sea explotado. Por otro lado, los fotoperiodistas que creen que a las víctimas de violencia hay que dejarlas a que soporten su dolor en la privacidad, sin el entrometido ojo de la cámara... estos fotoperiodistas, guiándose solamente por las preocupaciones humanistas, corren el riesgo de privar los lectores de las informaciones a los que, a lo mejor, les interesaría conocer. (Lester, 1991, p.159)

Si tenemos en cuenta que la gran parte de las cosas que aprendemos de nuestro mundo se la debemos a la fotografía, y que tanto los fotógrafos como los medios difunden imágenes en las que se debe cuestionar tanto la objetividad como las premisas éticas de los autores, ¿quizás tenemos una visión distorsionada de la realidad? La pregunta está en el aire: ¿cuál sería la solución a esto? ¿Cómo crear una deontología profesional universal para los fotoperiodistas?

En la profesión de periodismo, a diferencia de la legal o médica, existe un problema de aplicación. A pesar de que los fotógrafos a menudo son criticados y a veces

despedidos por una violación de ética, él o ella no pueden ser expulsados de la profesión. (Lester, 1991, p.161)

Paul Lester (1991) ofrece una solución para la NPPA, que puede ser aplicada a todas las asociaciones de periodistas. Según este autor, la NPPA debería tener un comité para éticas en fotoperiodismo. Este comité debería ser financiado para realizar tanto investigaciones, como publicaciones y lecturas, los cuales deberían promover el comportamiento ético positivo. Además, este comité debería realizar investigaciones acerca de casos de ética cuestionables, con derecho a censura. Un reportero gráfico no ético podría ser expulsado de la NPPA (o bien cualquier otra asociación), además de que el público sería informado del dicho comportamiento.

El código de éticas que todos los miembros de la NPPA deberían firmar, incluiría algunas frases adicionales.

Aquí se mencionan algunas de ellas que se refieren a los deberes de los fotoperiodistas y se ven como relevantes para dicha investigación:

- Ningún fotoperiodista va a aumentar intencionalmente el dolor de la víctima para ganar dinero o premios
- Ningún fotoperiodista va a violar intencionalmente la privacidad de un sujeto para beneficios financieros o ganancia de premios
- Ningún fotoperiodista escenificará intencionalmente el tema, o usará el laboratorio tradicional o digital para alterar el significado de la imagen” (Lester, 1991, p.161)

Estas proposiciones que ofrece Lester (1991) coinciden con el debate actualísimo en los medios, acerca de la necesidad de establecer un código de la propia industria periodística, que sea aplicado por un consejo independiente y sometido a una nueva ley, para así controlar las relaciones entre el periodismo y los políticos.

El mismo autor (Paul Lester, 1995), concluye que “los mensajes visuales representan una forma poderosa de comunicación porque estimulan repuestas tanto intelectuales como emocionales, que nos hacen pensar y sentir. Por consecuencia, las imágenes pueden ser usadas para persuadir y presentar ideas que las palabras solas no pueden... Cuando son controladas por intereses económicos y consideraciones corporativas, las imágenes son armas poderosas para persuadir a la gente... El creador de una imagen tiene una responsabilidad ética y moral para asegurarse de que, por ejemplo, la imagen representa de forma justa y verídica a alguien de otra cultura. Por desgracia, a menudo la verdad sale a luz después de que la imagen haya hecho daño.” (1995, p.73)

6.3.1. Muerte, miseria y violencia en el fotoperiodismo

Si tratamos el tema de la ética en el fotoperiodismo no podemos obviar el problema que viene a ser su hilo rojo: la abundancia de muerte, miseria y violencia en las fotografías informativas de actualidad.

En el tercer capítulo de la presente investigación, denominado “Características del fotoperiodismo occidental. Historia de una relación: fotoperiodismo y guerra”, nos prestamos a realizar un breve repaso histórico acerca del desarrollo de la actividad fotoperiodística, analizando los eventos más significativos que marcaron el fotoperiodismo desde sus inicios hasta el día de hoy. Pues bien, llegamos a la conclusión que la historia del fotoperiodismo está direccionada por el desarrollo socio-político mundial, y en concreto por el desarrollo de la cobertura periodística de las guerras.

Dada la propia naturaleza de los conflictos bélicos, su cobertura va pareja con la representación de la muerte en el fotoperiodismo – pues la guerra y la muerte son dos hechos inseparables. Es cierto que no toda fotografía periodística muestra un cuerpo sin vida, pero en lo que se refiere al contenido de las fotografías que documentan eventos de actualidad e interés social, parece que hay cada vez más imágenes de miseria, violencia y muerte.

Esta condición también marca el tema de nuestro análisis, el paradigmático concurso *WPP*.

Nosotros partimos de la premisa que en numerosas fotografías periodísticas la abundancia de contenido explícito y agresivo aparece sin explicación necesaria de las causas, marcando un tono claramente sensacionalista.

Refiriéndonos de nuevo al tercer capítulo de la presente investigación dedicado a la historia del fotoperiodismo, pudimos observar que la representación visual de los conflictos en los últimos 40 años y, por consiguiente, el tratamiento y presencia de la muerte y violencia en las fotografías informativas, ha ido cambiando (desde la censura en la I guerra mundial, llegando hasta la estética del horror que reina hoy en este tipo de imágenes, por ejemplo la abundancia de imágenes de muertos en el conflicto de Siria).

La representación de la muerte en el fotoperiodismo ha sido tema de un debate vivo desde la misma aparición del medio fotográfico.

Algunas corrientes teóricas consideran que la presencia de muerte, miseria y violencia en las imágenes que retratan las crisis humanitarias ayudan a fomentar un sentimiento anti guerra (Campbell, 2004; Taylor, 1998, Linfield, 2010), otros pensadores defienden que la sobreexposición y proliferación de fotografías que contienen cuerpos sin vida crea en los receptores una creciente indiferencia. (Sontag, 1981, 2003; Berger, 1991; Barthes, 1989).

Para Sontag (1981, 2003), el hecho de ser espectadores de imágenes de calamidades nos convierte en *voayeristas* y una especie de consumidores de *porno miseria*, mientras que Campbell (2004) considera que las fotografías le otorgan al retrato de la muerte y la violencia una dimensión importante de denuncia.

“Ver a un cuerpo y ver qué se le ha hecho, es importante. Las imágenes solas quizás no tengan la fuerza narrativa, pero las narraciones sin ilustración deben

esforzarse para convencer sobre los horrores que en muchas circunstancias son más que evidentes. Está claro que habría que preocuparse si los medios cayeran en una simple proliferación de imágenes violentas. Producir la pornografía de guerra y ofrecerla al consumo masivo no tendría que ver con las consideraciones que aquí levantamos. Pero, la ceguera causada por una combinación de tráfico social de gustos y sistema mediático de autocensura, constituye una injusticia considerable con respecto a nuestro entendimiento colectivo de la desdicha del otro”, considera Campbell (2004, p.71).

Otra cuestión vinculada a la representación visual de la muerte en el fotoperiodismo la expone el autor Sousa (2011), remontándose a la cobertura de la guerra civil española, donde un pionero del fotoperiodismo, Robert Capa, abrió el debate sobre la cuestión si para informar debe ¿”mostrarse o sugerirse”? La pregunta originó dos vías de actuación: Capa gusta sugerir la amenaza, mientras que, años después, Don McCullin prefiere enmarcar su producción dentro de la estética del horror. (Sousa, p.103)

Tal Morse (2014) habla sobre la cobertura fotográfica de la muerte y apunta que “a diferencia de otros temas cuya representación visual nos hace más fácil comprometerse con la causa, la conexión que establecemos con la representación visual de la muerte – en especial la muerte violenta – a menudo se experimenta como abrumadora e inquietante.” (p. 2)

Morse (2014) destaca tres puntos clave que hay que tener en cuenta en cuanto a la tensión que rodea el tema de representación de la muerte en el fotoperiodismo:

1. El derecho del público a la información: Una muerte violenta de civiles inocentes en realidad representa la incapacidad de sus gobiernos de protegerles, así que la documentación de estos casos es la prueba de tal injusticia. No obstante, al fotografiar civiles heridos o muertos se puede incurrir en violación, no solo de su privacidad sino de su dignidad humana, lo que realmente complica el asunto de cobertura fotoperiodística de los eventos con muerte. (2014, p.4)

2. Dignidad humana y privacidad: Aquí se antepone la pregunta ¿qué es lo que el público necesita saber, o más bien ver, acerca de una muerte violenta? En este sentido debemos tener en cuenta no sólo la violación de la dignidad de las víctimas, sino también de los sentimientos de sus familiares. El derecho de los familiares a la privacidad y dignidad humana, en muchos aspectos es igual de importante como el de la víctima ya muerta. (Morse, 2014, p. 4)

3. Respeto de los sentimientos del público y la protección de las audiencias: Otra consideración en cuanto a la visibilidad de la muerte es tener en cuenta el público general, los espectadores y lectores que podrían estar angustiados por la exposición a imágenes espantosas. El público ha de controlar si quiere o no ver y leer ciertas noticias, pero en realidad no tiene control sobre las noticias que recibe. (pp. 4-5)

El desafío que tiene un fotoperiodista es hacer un balance entre los dos esenciales valores democráticos: la dignidad humana y el derecho del público a la información. (Morse, 2014, p. 3)

Otro problema reside en el hecho de que las imágenes con contenido de muerte, miseria y violencia, en la mayoría de los casos muestran a personas provenientes de países lejanos, no-occidentales.

Los medios difunden imágenes sobre diferentes catástrofes humanas que muchas veces están enfocadas al sufrimiento de mujeres y niños, más aun, abundan en cadáveres. A simple vista, también se puede notar que las imágenes con este tipo de contenido, siempre tratan temas relacionados a la miseria y pobreza del llamado tercer mundo, y siempre están dirigidas al público del denominado primer mundo, con lo que el concepto de sufrimiento llega a ligarse al concepto de lo exótico. Los niños que pertenecen al mundo occidental, nunca son fotografiados como noticias, además esto está prohibido por ley. Por otro lado, los niños de pertenencia geopolítica tercermundista son los principales actantes de imágenes que nos llegan como representativas de los sucesos transcurridos en aquellos países lejanos y problemáticos.

Si se tiene en cuenta todo lo expuesto, aparece la pregunta de si estas instantáneas en realidad “critican”, es decir hacen una demanda social, o más bien contribuyen a la creación de un imaginario colectivo, a una visión occidental distorsionada del mundo subdesarrollado, guiada por una propaganda táctica que hacen los medios.

Los medios de comunicación, cumpliendo con su función de difundir la información, al redundar en imágenes con los actantes afectados por diferentes miserias y catástrofes, en realidad contribuyen a la creación de estereotipos raciales y culturales.

Por consiguiente, surge la cuestión lógica: ¿en qué se diferencian la visión contemporánea del mundo subdesarrollado y la visión colonialista de estos mismos lugares en siglos pasados? ¿Está el fotoperiodismo actual ligado a las prácticas de un nuevo colonialismo? ¿Se podría decir que el fotoperiodismo contemporáneo forma parte del post-colonialismo?

En este contexto, estamos de acuerdo con Sontag (2003), cuando afirma: “Ser espectador de calamidades que tienen lugar en otro país es una experiencia intrínseca de la modernidad, la ofrenda acumulativa de más de siglo y medio de actividad de esos turistas especializados y profesionales llamados periodistas.... La información de lo que está sucediendo en otra parte, llamada 'noticia', destaca los conflictos y la violencia – 'si hay sangre, va a la cabeza', reza la vetusta directriz de la prensa sensacionalista y de los programas de noticias que emiten titulares las veinticuatro horas – a los que se responde con indignación, compasión, excitación o aprobación, mientras cada miseria se exhibe ante la vista”. (Sontag, 2003, p. 27)

Se debe añadir que uno de los problemas éticos más importantes, relacionados con el fotoperiodismo, es la manipulación. Esta ha sido ampliamente tratada en el quinto capítulo de la presente investigación, “Teoría de la fotografía informativa”.

6.3.1.1. Fotoperiodismo e infancia: casos icónicos en la prensa contemporánea

Si indagamos en el problema de la ética en el fotoperiodismo y bajo esta luz observamos la abundancia de muerte, miseria y violencia en la fotografía informativa, consideramos necesaria una reflexión sobre el problema de la representación de los menores dentro del periodismo visual de actualidad. Nos atreveríamos a afirmar que en este género fotográfico existe una notable sobreexposición de cuerpos de niños sin vida.

La autora Morillas Fernández (2012) apunta que “los medios de comunicación se muestran en nuestra sociedad como órganos necesarios, destinados a la información pública. Normalmente se hace referencia a los masivos, entendiendo por tales, los destinados a la pluralidad de los ciudadanos. Prensa, televisión y radio se presentan como los más accesibles por los usuarios. Los derechos que en este ámbito se pueden ver vulnerados son indudablemente el derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen en relación a la persona afectada, y el derecho a la libertad de información y expresión si se trata del medio que lo emite. Cuando estos derechos de la personalidad se refieren a menores de edad se intensifica su regulación y protección”. (2012, p.2)

Por esta razón, las legislaciones, principales documentos de heterorregulación ética y las asociaciones que defienden los derechos humanos (ONU, UNICEF, UN) protegen el derecho a la imagen del menor y penalizan las vulneraciones de este derecho básico del menor. (Maciá Barber, 2011, p.33) O al menos deberían hacerlo.

Observando los documentos legislativos anteriormente analizados que se ocupan directamente de las cuestiones éticas y deontológicas en el fotoperiodismo, pudimos detectar que ninguno de ellos incluye alguna pauta acerca del trato de los menores en la fotografías de prensa, como si tal problema no existiera.

Sin embargo, la realidad es bien diferente: la abundancia de imágenes explícitas de niños en la prensa internacional es notoria, y además, en numerosas ocasiones los menores están envueltos en acontecimientos de notable carga ideológica o política (Maciá Barber, 2011).

En la misma línea de pensamiento Morillas Fernández (2012) considera que “la realidad diaria nos lleva a reconocer que actualmente son numerosos los programas de televisión y la información en prensa que se hacen eco de la vida personal e íntima de, en ocasiones, personas anónimas, menores en muchos casos, cuya trágica vivencia o situación amorosa se considera de un interés público relevante, lesionando de esta manera los derechos de su personalidad.” (2012, p.2)

Los menores son usados como herramientas de marketing político que surge como consecuencia natural de numerosas “guerras visuales” que se están llevando a cabo en la era visual en la que nos encontramos sumergidos.

En una investigación pionera acerca de *La imagen del menor en la cobertura fotoperiodística de conflictos armados* (2013), el autor Carlos Maciá Barber analiza el tratamiento fotoperiodístico de la prensa en la cobertura informativa de los conflictos armados cuando aparecen menores de edad, esbozando una paralela entre fotoperiodismo, violencia y menores.

El autor llega a la conclusión de que existe una notable recurrencia al uso de la imagen del menor para ilustrar conflictos armados: siendo el conflicto “la novedad y foco de interés”, el principal criterio de la selección viene a ser lo “noticioso”. Como escenarios más recurrentes aparecen Oriente Medio y Afganistán. (Maciá Barber, 2013, p.763)

A lo largo de la historia de la fotografía, muchas imágenes han sido cuestionadas por sus contenidos no éticos, también las fotografías de niños: cabe mencionar aquí la costumbre en España, en los principios del siglo XX, de fotografiar los

cuerpos infantiles sin vida en brazos de sus padres dolidos, práctica que luego fue prohibida por ley.

Al día de hoy, la práctica de recurrir a la imagen de menores en la prensa se asocia a la representación de niños provenientes de países lejanos, para ilustrar diferentes crisis humanitarias.

Sontang (2003) esboza una paralela entre la exhibición de víctimas de países lejanos con aquellas que tomaban los colonizadores para “exhibir las razas”.

“La exhibición fotográfica de las crueldades inflingidas a los individuos de piel más oscura en países exóticos continúa con esa ofrenda, olvidando las consideraciones que nos disuaden de semejante presentación de nuestras propias víctimas de la violencia; pues al otro, incluso cuando no es un enemigo, se le tiene por alguien que ha de ser visto, no alguien (como nosotros) que también ve”. (2003, p.33)

Esta tesis se podría aplicar también a las imágenes de menores en la prensa contemporánea, puesto que las imágenes violentas de niños que aparecen en la prensa contemporánea en contadas ocasiones retratan a menores de color de piel blanco. (Maciá Barber, 2013)

A lo largo de la presente investigación hemos analizado algunas imágenes crueles en las que precisamente aparecen niños como sus principales protagonistas.

Para ilustrar las reflexiones antepuestas, a continuación vamos a mostrar algunos ejemplos de fotografías icónicas, en las que aparecen niños como protagonistas y que, después de ser divulgadas, generaron numerosas polémicas, tanto sobre el carácter “humanístico” de sus contenidos, así como sobre la postura ética de sus autores.

Se debe destacar, una vez más, que ninguna de estas imágenes de contenido violento ha sido protagonizada por niños occidentales.

La primera imagen que mostramos fue tomada por el fotógrafo Kevin Carter en Sudan, y ganó el premio Pulitzer en el año 1994. El tema principal de la imagen refleja a una niña sin fuerza, desnutrida y agachada, y un buitre muy cerca, esperando que la niña caiga definitivamente, para poder devorarla.



Imagen 37. Foto publicada en *The New York Times*, 26 de marzo de 1993; fotógrafo: Kevin Carter

La fotografía, publicada por vez primera en *The New York Times* el 26 de marzo del 1993, dio la vuelta al mundo, causando una gran polémica acerca del destino final de la niña.

Dentro del contexto socio-cultural en el que aparece la información visual, su autor fue acusado de no ayudar a la niña que se dio por muerta, y aprovecharse de la dramática situación para obtener dinero y fama. El propio Carter no la vio morir: disparó la fotografía y se fue veinte minutos después.

Al recibir el premio, el autor declaró que aborrecía esta fotografía y que todavía estaba arrepentido por no haber ayudado a la pequeña. En el mismo año en el que ganó el Pulitzer (1994), Kevin Carter se suicidó. (Ferreira y Puertas, 2013; Macleod, 2001)

Si observamos la imagen desde la noción de su marco como espacio de representación interna de la fotografía, apreciamos que las dos figuras (buitre y niña) se encuentran sobre un fondo ambiguo y neutro, dándole así importancia a los dos sujetos que protagonizan la imagen. Las figuras están organizadas de forma horizontal, ofreciendo una sensación de amplia profundidad de campo dentro de la fotografía.

Pese a que la figura de la niña se encuentra en un primer plano, el peso visual se reparte entre los dos sujetos dándole así al lector de la fotografía una sensación de ser partícipe del momento en el que el buitre se alzaría sobre el cuerpo infantil.

Los recursos visuales utilizados son cuestionables desde una perspectiva ética. Se antepone la duda: ¿Es necesario ser partícipe de la “muerte en directo” de un menor para obtener información sobre la crisis humanitaria en Sudan?

En la misma línea agónica de representación violenta de menores de países no occidentales, se muestra la fotografía tomada por Frank Fournier, que retrata a Omayra Sanchez, una niña de 12 años, víctima del volcán Nevado del Ruiz, cuya erupción arrasó el pueblo Armero en Colombia.

La fotografía ganó el premio *WPP of the Year* en 1985.



Imagen 38. *World Press Photo of the Year 1985*; fotógrafo: Frank Fournier

El marco contextual de la fotografía es el siguiente:

Mientras que el equipo de rescate, no pudiendo alcanzar a la infanta, estaba esperando a que llegara la maquinaria, Omayra finalmente perdió el conocimiento y murió de un ataque al corazón. El 13 de noviembre de 1985, el volcán Nevado del Ruíz, de 5.000 metros de altura, situado en el Parque Nacional de Los Nevados, entró en erupción. La explosión produjo varios flujos de lodo y escombros, que corrieron por las laderas del volcán y a través de los pueblos cercanos. La población de Armero fue completamente arrasada, con lo que perecieron 25.000 personas.⁷⁹

Omayra murió tras permanecer 60 horas a la intemperie, mientras que las cámaras de televisión grababan su agonía en directo. La imagen causó polémica sobre la posición de los medios y el fotoperiodista ante esta situación dantesca.⁸⁰

El tema principal de la fotografía, sin lugar a dudas, es el terrible proceso de muerte de una menor.

La figura de la niña se muestra en primer plano, sobre un fondo neutro, algo que aumenta el protagonismo de su rostro agonizante.

Al observar la fotografía se antepone la pregunta: ¿Aparte del impacto, qué aporta a nivel informativo el ser partícipe de la muerte y agonía de la pequeña Oymara?

Para concluir este epígrafe sobre el tratamiento violento de menores en la prensa, analizamos la fotografía de Alan Kurdi, un niño kurdo de tres años, proveniente de Siria, que apareció muerto en una playa de Turquía en septiembre de 2015. Las fotografías de su cadáver dieron la vuelta al mundo, convirtiéndose la imagen del cuerpo ahogado del pequeño Alan en icono de la crisis humanitaria en Siria, y en concreto de la situación de los refugiados que intentan alcanzar el suelo de Europa.

⁷⁹ *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL:
<http://www.worldpressphoto.org/collection/photo/1986/world-press-photo-year/frank-fourmier>
⁸⁰ *BBC News*, página web oficial, disponible en URL:
http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_4305000/4305372.stm



Imagen 39. Muerte de Alan Kurdi; fotógrafo: desconocido

La barca en la que viajaba Alan, junto a sus padres y muchas otras personas que trataban huir de la guerra en Siria, atravesaba de forma ilegal y por tanto temeraria, la franja entre Turquía y la isla griega de Lesbos. Como en muchos otros casos, la embarcación repleta de gente terminó naufragando. (Abellan, 2015)

La fotografía de pequeño Alan “funcionó como una imagen desencadenante. Apareció en la mayoría de los principales medios de comunicación del mundo en un aluvión de portadas y noticias, y provocó que Siria fuera tendencia en las búsquedas de Google”, destacan los autores Andrés, Nos-Aldás y García-Matilla (2016), en una investigación acerca del poder de cambio social de una fotografía.

El diario BBC Mundo compartió la información sobre el impacto de la fotografía: “Los días posteriores, el tema inundó las redes sociales. En pocas horas, se

publicaron más de 300.000 mensajes de Twitter en árabe bajo el hashtag 'un niño sirio se ahoga' y el tema se convirtió en tendencia en otros idiomas. Organizaciones no gubernamentales que trabajan con los refugiados vieron un aumento en los donativos que reciben. También el presidente francés, François Hollande, aseguró que los estados europeos 'debían asumir su carga moral' y pidió que Europa 'fuera más lejos' en sus acciones con los refugiados."⁸¹

Un año después de la muerte de Alan Kurdi, BBC Mundo publica un artículo en el que ofrece las cifras que deberían mostrar si en el último año, gracias al gran impacto que causó la fotografía, algo había cambiado respecto a la situación de los refugiados sirios. A continuación exponemos algunos de estos resultados:

1. Citando números de la OIM (Organización internacional de refugiados) la BBC destaca que: “entre enero y agosto de 2015 – el periodo de 8 meses anterior a la muerte de Alan Kurdi – fallecieron intentando cruzar el Mediterráneo 2.656 personas, una cifra superior al mismo periodo de 2014, cuando se contabilizaron 2.223 migrantes muertos. Entre enero y agosto de 2016, esa cifra fue de 3.156 personas”.⁸²

2. En cuanto al número de refugiados que llegan por el mar a Europa, BBC Mundo (citando la misma OIM) apunta: “En septiembre y octubre de ese año (2015), justo después de la muerte de Alan Kurdi, se alcanzó la cifra más alta, con 163.563 y 220.579 migrantes recibidos en cada mes respectivo”.⁸³

3. Por último, la investigación realizada por la BBC destaca que un año después de la publicación de la fotografía del pequeño Alan, sigue existiendo un flujo constante de refugiados que huyen de la guerra en Siria, mientras que el número de víctimas se sitúa en cientos de miles.⁸⁴

81 *BBC*, página web oficial, disponible en URL: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-37248600>

82 *Ibid.*

83 *Ibid.*

84 *Ibid.*

A modo de conclusión, el artículo cita las palabras del propio padre de Alan, quien considera que: “al principio todo el mundo se mostró ansioso por ayudar a los refugiados. Pero eso no duró ni un mes. De hecho, la situación empeoró. La guerra se está intensificando y cada vez más gente está dejando el país”.⁸⁵

Observando estos casos de muerte infantil en la fotografía periodística, y teniendo en cuenta la investigación realizada por la BBC sobre los efectos de la imagen del pequeño Alan, podemos concluir que la exhibición de los cuerpos moribundos de menores no contribuyó a ningún tipo de cambio social, ni tampoco ha sido crucial para cumplir con el contexto informativo de las situaciones que reflejan las fotografías.

Por otro lado, se violaron varios derechos a la imagen de las víctimas y sus familiares, y otros derechos defendidos en los códigos deontológicos que en las páginas anteriores habíamos citado.

Recordemos las cláusulas III y IV del código de ética de la *National Press Photographers Association (NPPA)*:

3. Ser completos y dar contexto cuando estén fotografiando o grabando a los sujetos. Evitar estereotipos de personas individuales y grupos. Reconocer y evitar revelar sus propias tendencias en sus imágenes.

4. Tratar a todos sus sujetos con respeto y dignidad. Dar consideración especial a los sujetos vulnerables y tener compasión de las víctimas de crímenes o tragedias. Entrometerse en momentos privados de luto solamente cuando el público tiene una necesidad justificable para ser testigo.

En el caso de la fotografía tomada por Kevin Carter, en la que aparecen la niña moribunda y el buitre, podemos afirmar que fue violada la III cláusula del código de la NPPA, al mostrar una imagen estereotipada de la niña famélica africana.

85 Ibid.

También podemos afirmar que la cuarta cláusula del código de la *NPPA* fue violada en las tres imágenes mostradas, y más si se tiene en cuenta que la repercusión de dichas fotografías, a nivel social, fue escasa o nula: no contribuyeron que se produzca un cambio social en los países receptores, o cambio de los hechos trágicos en los lugares de los que proceden las víctimas.

Por último, cabe destacar que si queremos ver en Internet las imágenes en cuestión, les precede una Advertencia: “Contiene imágenes que pueden herir su sensibilidad”.

La fotografía periodística tiene una gran fuerza de poder, y durante la historia moderna ha sido un gran instrumento de denuncia y poderoso arma para combatir guerras, movilizar sociedades, crear conciencia y producir cambios (recordemos el caso de Vietnam). El problema que aparece hoy en día, relacionado con este tipo de fotografías, es que en la era digital o visual en la que vivimos, se pierden en un océano de imágenes de contenido similar. Las personas ya no se movilizan para actuar en casos de desgracias lejanas y ajenas a la suya, como resultado de una *superproducción* y *superconsumo* de imágenes informativas, que en los espectadores generan una saturación.

Teniendo en cuenta esta circunstancia (el marco social y punto de desarrollo tecnológico de la sociedad actual), las imágenes de violencia no hacen más que explotar a sus protagonistas e invadir los momentos de luto y dolor de sus familiares, sin tener ningún tipo previo de consentimiento.

Otra vez surge la pregunta: ¿Hasta qué punto es ético fotografiar el sufrimiento ajeno o las atrocidades?

Estamos de acuerdo con López Raso (2003) cuando destaca que “tanto los fotógrafos como los editores deberían valorar el registro de la noticia como la transmisión de una idea o una sensación, pero nunca como una agresión, que para colmo acaba por llevar a la insensibilización del público observador.” (López Raso, 2003).

6.3.2. Tratamiento no ético de la información, los fotoperiodistas y las víctimas de fotoperiodismo – el ejemplo de Fabienne Cherisma

En este apartado se pretende examinar el ejemplo de fotografías tomadas por diferentes autores, pero que tratan el mismo tema, señalando el mismo acontecimiento. Las fotos en cuestión recorrieron todo el mundo y causaron un gran impacto mediático y social. Mediante este ejemplo podemos obtener una visión de lo que puede ocurrir con la postura ética de los fotoperiodistas en los momentos límites, cuando deben decidir si es más importante informar o seguir los códigos éticos personales y sociales, propuestos por las agencias periodísticas a las que pertenecen.

Se trata de imágenes muy diferentes de Fabienne Cherisma, una niña fallecida tras el terremoto en Haití en el año 2010. El cuerpo sin vida de la niña, fotografiado por numerosos fotógrafos, además de haber sido mostrado en periódicos y medios visuales, proporcionó a los autores más de un prestigioso premio de fotoperiodismo.

El fotógrafo Paul Hansen ganó el premio *Swedish Picture of the year*; ocho semanas más tarde, el fotógrafo Lukas Oleniuk ganó el premio *National Newspaper Awards* en Canadá⁸⁶; James Oatway ganó el Premio *Exelencia de POYI* en la categoría *Impact 2010 – Multimedia category*⁸⁷ mientras que Fredric Sautereau fue nominado para la *Visa d'Or News*⁸⁸ en Perpignan, por su reportaje en Haití en el que figuran siete imágenes sobre la muerte de la niña Fabienne.

Especialmente llamativo es el caso del fotógrafo Olivier Laban-Mattei quien fue galardonado con el *Gran Prix Paris 2010*⁸⁹, por su reportaje sobre Haití que también incluye la muerte de Fabienne. Este fotógrafo además ganó un premio en el concurso *World Press Photo* en el año 2011, con un reportaje que contiene el cuerpo sin vida de la misma niña, sólo que en esta ocasión fue fotografiado el

86 Página web oficial de *National Newspaper Awards*, disponible en URL: http://www.nna-ccj.ca/wordpress_dev/wordpress/?p=1226&lang=en

87 Página web oficial de *POYI awards*, disponible en URL: <http://www.poyi.org/68/22/ae.php>

88 Página web oficial de *Visa d'Or News*, disponible en URL: http://www.visapourlimage.com/visa_dor_awards.do

89 Página web oficial de *Grand Prix Paris*, disponible en URL: <http://www.lalettredelaphotographie.com/entries/grand-prix-paris-match-2010>

momento en el que la familia recogía el cadáver.

Ante todo queremos ofrecer un análisis comparativo de dos fotografías que aparentemente tratan el mismo tema y en realidad denuncian cosas distintas, para luego hacer una síntesis del impacto mediático que causaron las imágenes de un mismo acontecimiento trágico – la muerte de una niña – y así obtener una visión más completa de lo que realmente ocurrió en Haití.

6.3.2.1. Una imagen, dos puntos de vista

En primer lugar nos interesa aproximarnos a dos trabajos visuales desde un ángulo interpretativo y semiótico.

Como ya hemos señalado en el capítulo “Teoría de la fotografía informativa”, Vilches (1987) señala algunos conceptos importantes para la lectura e interpretación de la fotografía, tanto artística como informativa. Algunos de ellos son el marco físico cognoscitivo de la fotografía, la noción de punto de vista y el tema fotográfico.

Gracias a estos principales niveles de lectura, el “lector” de la imagen se convierte en narrador, intérprete de la comunicación fotográfica. (Vilches, 1987, p.239)

Según Vilches (1987), el marco físico cognoscitivo de la fotografía, por un lado se refiere a la delimitación del espacio externo, condicionado por las propiedades del formato fotográfico. Por otro lado se refiere al “espacio de representación” en su aspecto interno o englobado.

En cuanto a la noción de punto de vista, una de las maneras en las que se puede estudiar, además de lo que se refiere al resultado del enfoque del autor, es prestando interés a todo lo relacionado con la persuasión, la intencionalidad del fotógrafo, así como con su capacidad de expresar una figura retórica. (Vilches, 1987, p.240)

El tema fotográfico, en términos generales, invita a examinar el modo en que un fotógrafo se sirve de una superficie de contrastes y volúmenes para exhibir

simultáneamente una serie de espacios parciales. (Vilches, 1987, p.241)

La fotografía, además de los otros medios visuales, tiene una gran fuerza de “objetividad”. Muchas veces, más que el texto escrito. Los receptores del mensaje confían en la veracidad absoluta de este medio.

Por otro lado, se podría decir que los autores, utilizando, entre otros, estos elementos indicados, construyen su propio universo ideológico, intencional, creando una historia de la manera de la que ellos quieren que su imagen fotográfica sea narrada.



Imagen 40. Muerte de Fabienne Cherisma; fotógrafo: Paul Hansen

Esta imagen fue tomada por el fotoperiodista Paul Hansen, uno de los muchos fotógrafos que gracias a la niña Fabienne muerta ganaron prestigiosos premios. En este caso, el autor fue beneficiado con el premio de *International News Image*, en el concurso de *Swedish Picture of the Year Awards*.⁹⁰

A primera vista es una imagen muy dramática y perturbadora, que podría ser una pincelada de las grandes tragedias que están pasando los habitantes de Haití después del terremoto.

90 Página web oficial del concurso *Swedish Picture of the Year*, disponible en, URL: <http://aretsbild2011.se/?p=493>

En lo que se refiere al marco físico-cognoscitivo de esta fotografía, el espacio externo está delimitado a la figura de una joven que yace en primer plano de la imagen, y dos figuras más en segundo plano, en el ángulo derecho, cuya mirada parece apuntar al objetivo del fotógrafo.

Algunas investigaciones han demostrado que cuando existe más de una persona en el campo visual, quien se encuentra en la izquierda produce mayor identificación en el observador, mientras que el sujeto de la derecha viene percibido como un adversario del anterior. El centro de la visión se halla en el lado izquierdo, debido a que el observador pone mayor énfasis en la identificación de objetos en este espacio. (Vilches, 1987, p.21)

Los personajes están organizados siguiendo una línea que atraviesa la imagen en diagonal. El fondo está compuesto en gran parte 2/3, por el suelo resquebrado, con grietas que indican a que ha habido un movimiento sísmico. Un 1/3 parte del fondo, ocupa el cielo nublado que está bastante contrastado, dándole así un toque aun más dramático a la imagen.

Analizando la noción del punto de vista del autor, la figura de la niña se encuentra en primer plano, muy enfocada, dándole importancia así al cuerpo de la niña sin vida. Las figuras que se encuentran en segundo plano, están menos nítidas, quitándoles importancia visual de esta manera.

Se aprecia que la imagen está tomada desde muy cerca, dándonos así una información de dónde se podría encontrar el autor en el momento de tomar la imagen.

Asimismo, se puede observar el uso excesivo de máscara de enfoque, mediante las herramientas del laboratorio digital, para así resaltar más las figuras humanas o los paisajes, de lo que se nota la intención del autor de añadir más dramatismo y realismo a la imagen.

El tema es bastante claro. Los lectores integran, en su percepción, la figura de una niña fallecida, como objeto central de la imagen, sobre un fondo repleto de grietas y piedras, que nos indica que se ha producido un movimiento sísmico, una desgracia natural. Es fácil relacionarla con Haití, partiendo de la suposición de que la mayoría de los lectores de esta imagen, están informados sobre el terremoto que se produjo en Haití en el año 2010.

Antes de pasar a la segunda fotografía, es importante señalar que la de Paul Hansen causó grandes polémicas en diferentes portales de la Web⁹¹, y en seguida se entenderá el porqué.



Imagen 41. Muerte de Fabienne Cherisma; fotógrafo: Nathan Weber

La segunda fotografía que vemos fue tomada por el fotógrafo Nathan Weber. Esta imagen refleja más que una denuncia, el “documental” de cómo fue tomada la fotografía anterior, la de Paul Hansen (y muchas más). Es de entender que precisamente la segunda fotografía que mostramos desató grandes polémicas en la Web. En varios

91 Las polémicas se pueden observar en las siguientes páginas web: <http://nuncalosalobre.wordpress.com/2011/06/>, <http://elventano.blogspot.com.es/2011/04/fotografos-o-carroneros.html>, <http://erickimphotography.com/blog/2011/04/is-this-photo-ethical/>, <http://www.cazadorgrafico.com.mx/foto/imagen,169/>, <http://noticias.terra.es/2011/mundo/0411/actualidad/etica-fotografos-vuelve-duda.aspx>, <http://www.globalreporting.net/blogg/communication-for-development-blog/contro-versy-over-swedish-picture-year...>

debates revisados en la Web, sobre la “ética” de los fotógrafos que trataron la muerte de Fabienne, la gran mayoría de la gente se puso de parte de Weber.

El marco físico-cognoscitivo de esta imagen está delimitado a la figura de la misma niña que yace en el suelo como en la imagen anterior, sólo que en este caso están incluidas siete figuras más. Se trata de siete fotógrafos que están fotografiando a la niña. Al lector de la imagen se le sugiere que dé más importancia al acto de los fotógrafos que al cuerpo de la niña fotografiada, ya que ella se encuentra al lado derecho de la imagen. El fondo está compuesto por ruinas, indicándonos una atmósfera de catástrofe.

La noción del punto de vista, en el sentido de los recursos usados para reflejar la intencionalidad del autor, nos indica a la puesta en escena, la aparición de un cierto “*making of*” de cómo una imagen periodística puede ser tomada. Los fotógrafos apuntan con sus cámaras, como si fueran pistolas, disparando hacia el cuerpo de la niña fallecida. El autor nos quiere demostrar un tipo de realidad: cómo se efectúa el acto de captar una noticia en situaciones de catástrofe o simplemente “interesantes” para convertirse en noticias.

El tema es bastante similar al de la imagen anterior. Una niña fallecida, postrada sobre un fondo repleto de grietas y piedras, que nos indica que se ha producido un movimiento sísmico, una desgracia natural. Sin embargo, la presencia de otras figuras – siete fotógrafos apuntando con sus cámaras hacia el cuerpo sin vida – cambia radicalmente el enfoque de la lectura. A diferencia de lo que ofrece la primera imagen, aquí el lector casi obvia el cuerpo sin vida y en el proceso de tematización centra su atención a la actuación del grupo de fotógrafos. En otras palabras, el tema de esta imagen es el fotoperiodismo contemporáneo, ni más ni menos.

Si la primera fotografía podía causar compasión con la víctima de una tragedia, mientras que la segunda solo puede causar la indignación hacia los fotógrafos de la misma tragedia.

Al detenernos en las dos fotografías de un mismo suceso, no lo hicimos con la intención de definir la postura ética de los fotógrafos ni de evaluar el contenido artístico o informativo de las fotografías. Pretendemos demostrar de qué manera cambian la percepción y el sentido de un acontecimiento fotografiado, cuando son ofrecidos varios puntos de vista. Ampliando el marco, y cambiando el punto de vista en una misma situación, obtenemos lecturas bien distintas. La primera imagen podría ser leída como una de estas que denuncian la gran desgracia ocurrida en Haití, mientras que la segunda ofrece un significado totalmente diferente, induciéndonos a una reflexión sobre el comportamiento ético de todas las personas involucradas en el registro de este acontecimiento, incluidos los que vinieron a “ayudar”.

Teniendo en cuenta que pocas veces, al leer una imagen, tenemos la posibilidad de verla desde varios puntos de vista, el caso expuesto nos da una idea de lo que puede que esté pasando al otro lado de la cámara a la hora de la toma de la imagen que pretende denunciar la miseria o la desgracia humana.

El valor de la segunda fotografía no se refleja en haber señalado a otro niño muerto más, sino más bien en haber demostrado hasta qué grado una muerte ha sido “pública”, con lo que la denuncia se torna al revés, provocando como había provocado, en el mundo receptor de la fotografía, un amplio debate sobre el valor ético de imágenes con semejante contenido.

6.3.2.2. El debate: “*Disaster pornography*”

La representación fotográfica del cuerpo sin vida de Fabienne Cherisma ha causado un gran impacto mediático, pero también es cierto que ha levantado grandes polémicas.

La primera noticia de esta muerte particular la dio Carlos García Rowling, el fotógrafo de la agencia Reuters. Su fotografía (de contenido muy similar a la de Paul Hansen), fue publicada en el periódico *The Guardian* el miércoles 20 de enero del año 2010, y pronto recorrió el mundo entero.

El siguiente texto acompañaba la imagen: “La horrorosa consecuencia del terremoto en Haití trajo una víctima más, en forma de una niña de 15 años, una aparente saqueadora, disparada a muerte por la policía. Fabienne Cherisma fue matada con una bala en la cabeza después de coger cuadros de una tienda en Puerto Príncipe, el pasado martes. Los testigos dicen que no quedó claro si fue matada deliberadamente, o bien se trataba de un tiro accidental mientras la policía disparaba al aire para dispersar a la multitud, que estaba llevándose bienes pertenecientes al *Rue Grand Rice*.”⁹²

Al ser publicada en el periódico *The Guardian* y luego en otros medios impresos y digitales, la imagen de Carlos García Rowling recorrió todo el mundo e inmediatamente provocó una polémica a gran escala. Además de causar un debate mediático sobre la cuestión de por qué el cuerpo de la joven fue movido (en comparación con otras imágenes que poco después aparecieron en los medios), la fotografía también desató una polémica más general sobre la representación de las víctimas en Haití de manera “demasiado gráfica”.

En los años '70, fueron los críticos de cine de Colombia los que introdujeron el término “porno miseria”. El término se refería a aquel tipo de cine que usaba la pobreza y miseria humana para obtener beneficios financieros y prestigio internacional. La intención era apuntar a aquellos directores que filmaban escenas sensacionalistas con escaso compromiso social y eran apreciados en algunos sectores del público europeo. El llamado Grupo de Cali – encabezado por cineastas agudos como Carlos Mayolo y Luis Ospina, y respaldado por cierto círculo de la crítica – señalaba que los realizadores de aquellas películas eran burgueses que sacaban beneficio y lustraban sus apellidos en marquesinas retratando, a través de estereotipos y tremendismo, una realidad que desconocían y les era totalmente ajena.⁹³

92 Carrol, R. (2010) “Haiti earthquake :The shooting of Fabienne Cherisma “, En: *The Guardian*, Miercoles 20 de Enero 2010.

93 Khan, O. (2007) “Desde la ‘pornomiseria’ hasta los circuitos comerciales”. En: *El País*, 27 noviembre 2007.

Después de que el diario *The Gurdian* publicara la imagen de Fabienne Cherisma muerta, en el debate acerca de si las imágenes tomadas en Haití eran “demasiado gráficas”, resurgió el término “porno miseria”, solo que esta vez en inglés: “*disaster pornography*”.

Además de los *bloggeros* que entraron en un amplio debate en la web, cuestionando las premisas éticas de los medios al publicar este tipo de imágenes, la polémica se disparó en los medios de comunicación masiva.

La BBC emite un programa de radio, en el que Ishbel Matheson, trabajadora social de la organización *Save the children*⁹⁴ y Eamonn McCabe, editor de imágenes en el diario *The Guardian*, discuten si es posible contar una historia sin enseñar imágenes “demasiado gráficas” y si las imágenes de Haití han sido demasiado explícitas. Además, debaten sobre la pregunta si las imágenes hubieran sido igual de gráficas si se tratara de un acontecimiento ocurrido “más cerca de casa”.⁹⁵

La discusión siguió en una entrevista publicada en el periódico *The Guardian*, con Brendan Gormley, jefe ejecutivo del *Disaster Emergency Committee*⁹⁶. Él habla sobre la representación del terremoto en Haití en los medios de comunicación. Le preguntan: ¿Ha sido la cobertura mediática del terremoto en Haití demasiado gráfica? ¿Se ha violado así la dignidad de las víctimas del desastre? Gormley responde que él había advertido contra el uso del material que “representa una especie de pornografía de desastre, lo que sí que existe con respecto a Haití”, especialmente cuando los periódicos publicaron una serie de imágenes con cuerpos muertos, en el momento cuando les sacaban de los camiones.⁹⁷

94 *Save the Children Fund*, comúnmente conocido como *Save the Children* o *Save the Children International*, es una organización no gubernamental (ONG) que promueve los derechos de los niños, proveyendo de ayuda y cuidado a los niños de los países en desarrollo

95 Version online de BBC news, disponible en URL: http://news.bbc.co.uk/today/hi/today/newsid_8478000/8478314.stm

96 Grupo de diferentes ONG, procedentes del Reino Unido

97 Edemariam, A. (2010) “Brendan Gormley: I wasn’t very charitable”. En: *The Guardian*, 23 enero 2010

A la polémica levantada también se suma Michele McNally, el asistente del editor jefe para la fotografía en el periódico *New York Times*, y es llamativo de qué manera busca la excusa: “Una de las razones por las que las imágenes de Haití han sido extremadamente manifiestas era que la gente de Haití quería que los periodistas fotografiasen los cuerpos muertos y contasen sus historias. Ellos querían que el mundo vea y sepa lo horrible que ha sido. “ Al principio, él mismo había enviado a Haití cinco fotógrafos para que cubrieran el desastre, incluido Damon Winter, el ganador del premio *Pulitzer*.

Sin embargo, Valérie Payen-Jean Baptiste, maestra en una escuela primaria en Haití, que había perdido en el terremoto casi toda su familia, todas sus posesiones, su casa y su escuela, piensa algo diferente: “Estoy cansada de esto; las fotos son demasiado”, dice. “Sé que se tomaron fotos para los noticiarios, y que esto ha ayudado en la recaudación de dinero. Pero lo que yo estoy viendo es que la gente en Haití está realmente molesta. Algunos ven estas fotos como un insulto, un desastre, y es que ya hemos sufrido demasiado.”⁹⁸

CAPÍTULO VII – CRÍTICA DEL ESTEREOTIPO EN LA FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA. LOS ESTEREOTIPOS MÁS COMUNES EN EL *WPP*.

Para completar el bloque textual sobre nuestro *posicionamiento ético*, y con este el marco teórico de la tesis, confeccionamos este capítulo con el fin de aproximarnos al concepto de estereotipo, investigar sobre la creación de estereotipos en los medios de comunicación – especialmente aquellos visuales – y detectar cuales son los estereotipos más comunes dentro del *WPP*.

Uno de los objetivos principales de nuestra investigación es definir si en las imágenes premiadas por del concurso *WPP* (1955-2014) existe un modelo repetitivo negativo en cuanto a la representación de algunos grupos raciales y culturales. Como consecuencia natural de este objetivo, se efectúa una reflexión teórica sobre los estereotipos más comunes en los medios visuales, ilustrándolos con ejemplos de *WPP*.

Después de ofrecer una aproximación al concepto, y alumbrarlo desde puntos de vista teóricos, nos dedicamos a definir las características de los principales estereotipos étnicos/raciales que pudimos encontrar dentro del *WPP*. Al final del capítulo hacemos un esbozo del nexo conceptual entre estereotipo, prejuicio y discriminación, para demostrar las consecuencias negativas que pueden llegar a abordar los estereotipos.

7.1. Aproximación al concepto de estereotipo

Para poder hablar sobre los estereotipos en la fotografía de prensa y en concreto sobre los estereotipos raciales, sociales y culturales dentro del concurso *World Press*

Photo como tema principal de la presente investigación, consideramos necesario, en primer lugar, aclarar el concepto. Para los propósitos de la presente investigación el concepto de estereotipos será examinado y delimitado al ámbito social.

El diccionario de la Real Academia Española define el concepto de estereotipo como “una imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable”.⁹⁹

Un estereotipo es un consenso, una opinión repetida y simplificada, sobre una persona o grupo de personas con ciertas características similares. Los estereotipos tienden a tener connotaciones peyorativas a base de generalizar las características negativas u opacas de las personas pertenecientes a estos grupos.

El término proviene del griego antiguo y la primera vez fue conceptualizado – y posteriormente aceptado – dentro de las ciencias sociales, en concreto por el periodista estadounidense Walter Lippmann (1922), en su obra *La opinión pública*. El autor designa el término estereotipo como un *cliché* que se constituye a través de imágenes mentales que median entre la realidad y la percepción que nosotros tenemos de ella. (Lippman, 1922)

Autores contemporáneos como Quin y McMahon (1997) definen el estereotipo como “una imagen convencional que se ha acuñado para un grupo de gente, es decir, la forma habitual en que se suele presentar a un grupo de gente...El estereotipo por tanto actúa como atajo y simplifica la comunicación.” (1997, p.137)

Stuart Hall (2010) destaca que los estereotipos se distinguen por algunas características “sencillas, vividas, memorables, fácilmente percibidas y ampliamente reconocidas” sobre una persona o grupo de personas, por lo que “reducen todo acerca de una persona a esos rasgos, los exageran y simplifican y los fijan sin cambio o desarrollo hasta la eternidad”. (p.430)

99 RAE, pagina web oficial, disponible en URL: <http://dle.rae.es/?id=GqSjqfE>

Hablando de lo mismo, Santoro (1977) considera que los estereotipos son “categorizaciones especiales que consisten en generalizaciones simplificadas de una determinada realidad”. (p.97)

Por su parte, Ganmarnik (2009) apunta que existen algunas particularidades que influyen a complejizar el concepto, “es un proceso reduccionista que suele distorsionar lo que representa, porque depende de un proceso de selección, categorización y generalización, donde por definición se debe hacer énfasis en algunos atributos en detrimento de otros. Simplifica y recorta lo real. Tiene un carácter automático, trivial, reductor. Los estereotipos son conceptos de un grupo, lo que un grupo piensa de otro o de otros. Lleva necesariamente implícito en su existencia un consenso. A través de la simplificación y la generalización, nos permiten organizar la información del mundo que nos rodea. Sirven para establecer marcos de referencia y son una forma de orientar nuestras percepciones. El estereotipo funciona a modo de sistema cognitivo selectivo que organiza nuestro pensamiento”. (2009)

Además, Quin y McMahon (1997) reflexionan sobre el significado y función de los estereotipos en nuestra sociedad, destacando que “a cada imagen de un grupo se ha incorporado un juicio de valor.” (1997, p.139)

En este contexto “crear estereotipos es una forma de categorizar grupos según su aspecto, conducta o costumbres. Cuando se utiliza un estereotipo para clasificar gente, se identifica alguno de los rasgos más característicos del grupo y se utiliza para representar al grupo en su totalidad”. (Quin y McMahon, 1997, p.139) Al crear un estereotipo estamos creando un juicio de valor, una opinión sobre este grupo.

Siguiendo en la misma línea, Hall (2010) habla de la estereotipación, distinguiendo tres diferentes características:

1. La estereotipación reduce, esencializa, naturaliza y fija la 'diferencia'.
2. La estereotipación despliega una estrategia de 'hendimiento'. Divide lo normal y lo aceptable de lo anormal y de lo inaceptable. Entonces excluye o expulsa todo lo que no encaja, que es diferente.
3. El último rasgo de la estereotipación es su práctica de 'cerradura' y exclusión. Simbólicamente fija límites y excluye todo lo que no pertenece". (2010, p.430)

En conclusión a lo que refiere Hall, es que la estereotipación “establece fronteras simbólicas entre lo 'normal' y lo 'desviante', lo 'normal' y lo 'patológico', lo 'aceptable' y lo 'inaceptable', lo que 'pertenece' y lo que no pertenece o lo que es 'Otro', entre 'internos' y 'externos', nosotros y ellos. Facilita la 'unión' o el enlace de todos nosotros que somos 'normales' en una 'comunidad imaginada' y envía hacia un exilio simbólico a todos ellos — los 'Otros' — que son de alguna forma diferentes, 'fuera de límites'." (Hall, 2010, p.430)

Para Hall (2010), la estereotipación es elemento clave “para ejercer violencia simbólica” y está directamente relacionada con la representación, la diferencia y el poder (2010, p.431).

7.2. Los estereotipos en los medios de comunicación

Los medios de comunicación se establecen como poderosas herramientas de persuasión y manipulación. A lo largo de la historia de la humanidad, gracias a estas características, diferentes medios de comunicación han sido usados como armas poderosas para promover diferentes opiniones, posturas e ideologías, e influir en la creación de la opinión pública. A lo largo de la presente investigación pudimos comprobar de qué manera ha sido usada la fotografía de prensa para promover diferentes opiniones o posturas acerca de diversos grupos raciales y culturales.

Así las cosas, los medios de comunicación también se muestran como plataformas ágiles para la creación y promoción de diferentes tipos de estereotipos.

Estamos de acuerdo con Lister y Rose (2003) quienes consideran que para todos los comunicadores visuales los estereotipos se revelan como herramientas útiles de comunicación, ya que promueven opiniones y valores claros y fácilmente reconocibles. (2003, p.xi)

Estos valores y opiniones en numerosas ocasiones conllevan juicios de valor injusto y penoso.

Por su parte Quin y McMahon (1997) consideran que “los estereotipos son frecuentemente utilizados por los medios de comunicación. Los medios de comunicación si pretenden ganar dinero deben tener en cuenta los gustos, intereses y valores comunes. Los medios de comunicación deben tratar de minimizar los costes de producción. Las imágenes que deben ser inmediatamente reconocidas por un gran número de personas son útiles para los medios porque obtienen los máximos beneficios con mínimos costos... Los estereotipos también suponen juicios de valor sobre el grupo al que representan. (p.150)

La autora Gamarnik (2009), explora la relación medios-estereotipos y considera que esta nos permite examinar la relación entre la imagen y la ideología, y por consiguiente nos introduce en el tema de la “adecuación de lo real”. La autora se hace la pregunta sobre ¿Cual verdaderos o falsos son los estereotipos? (Gamarnik, 2009)

Siguiendo en este contexto, la autora destaca que “existen ejemplos donde los estereotipos no se adecuan a lo real, sencillamente porque no hay un conocimiento real previo. En este caso los medios son los mediadores absolutos y las fuentes esenciales de información para el conocimiento de los otros o de lo otro. El impacto de estas representaciones resulta poderoso sobre todo respecto de los grupos de los que no se tiene un conocimiento directo”. (Gamarnik, 2009)

Así las cosas, nuestros conocimientos acerca de diversos temas y grupos raciales y culturales sobre los que no tenemos una amplia información previa, siempre están direccionados por la representación e información que nos plasman los medios de comunicación.

Lister y Rose (2003) consideran que los medios refuerzan y magnifican nuestros estereotipos personales: “Las imágenes son objetos altamente emocionales que tienen el poder de quedarse instaladas un largo tiempo en las partes más profundas de nuestra mente. Pero tanto los mensajes mediáticos visuales como textuales que estereotipan a los individuos a través de su concentración, frecuencia y omisiones se convierten en parte de nuestra memoria de larga duración”. (2003, p.3)

A estas alturas apropiamos una reflexión de Quin y McMahou (1997) acerca del proceso de creación de diferentes tipos de estereotipos. Los autores apuntan que somos nosotros mismos quienes creamos los estereotipos usando los medios de comunicación para comunicar los estereotipos creados a otros miembros de nuestra sociedad.

“Los medios de comunicación son excelentes vehículos para transmitir estereotipos. No solo nos transmiten, sino que continuamente modifican las imágenes para adaptarse a los cambios de las audiencias, de forma que estas sean parcialmente responsables de la creación de los mismos”. (Quin y McMahou, 1997, pp.153)

Después de indagar en el concepto de estereotipos, nos parece obvio que estos representan una forma distorsionada de la realidad, y que nosotros somos responsables, si no de la creación, entonces de la perpetuación de los mismos. Por tanto, de forma natural se impone el interrogante: ¿cuál es la razón de la existencia y aceptación masiva de los estereotipos?

Quin y McMahan (1997) ofrecen tres diferentes afirmaciones para aclarar esta duda:

1. Los estereotipos no aparecen de la noche a la mañana. Un estereotipo sobre un grupo se va implementando lentamente en nuestro subconsciente. “Existe una lógica subconsciente que nos dice que ha sido siempre de este modo, será que tiene que ser así, que es lo natural”. (p.154)

2. Según los autores (Quin y McMahan (1997)), la segunda causa por la que aceptamos tan fácilmente los estereotipos es porque “hay un elemento de verdad en el estereotipo, aunque dicha verdad esté distorsionada”. (p.154) El estereotipo representa algunas características de todas las que ofrece un grupo. A menudo son elegidas, usadas y simplificadas las características más negativas que de ninguna forma representan a todos los miembros del grupo, y son usadas para reducirlo a un estereotipo.

3. La tercera razón por la que aceptamos los estereotipos es porque nos conviene: “el estereotipo es un concepto de grupo, es una forma que tiene el grupo dominante de entender y referirse a grupos menos poderosos. Es reconfortante estar en el grupo de los de arriba y pensar que existen grupos inferiores”. (p.155)

4. La última razón de subrayan los autores en cuanto a la aceptación de los estereotipos como algo “real” yace en la pereza mental de la audiencia en pensar de forma compleja. Los estereotipos “son simples, rápidamente reconocibles y significan más o menos lo mismo para todos. El utilizarlos nos evita, por tanto, la necesidad de pensar de un modo crítico. El estereotipo nos ayuda ciertamente a interpretar el mundo, aunque sea de forma injusta. El problema es que consideramos una interpretación como *la interpretación*. Esta interpretación es la más acorde con la ideología de los grupos dominantes, no así con la de los grupos víctimas de estereotipos”. (p. 155)

7.3. Los estereotipos visuales en el fotoperiodismo

Después de haber definido el concepto de estereotipo y hacer una reflexión general acerca de los estereotipos en los medios de comunicación, a partir de este epígrafe trataremos el problema de la creación y existencia de los estereotipos desde una perspectiva foto-periodística. A lo largo de la presente investigación, pudimos afirmar que la fotografía periodística viene marcada por una gran ilusión de “objetividad”, gracias a la creencia de que la cámara nunca miente. Por tanto, los espectadores que tanto creen muchas veces pueden ser engañados. Precisamente una de las estrategias de manipulación del imaginario colectivo se revela a través de la difusión de imágenes estereotipadas de diferentes grupos raciales y culturales mediante distintas plataformas mediáticas (en este caso nos centraremos en la creación de los estereotipos a través de la fotografía informativa).

Tal y como fue indicado en el quinto capítulo de la presente investigación denominado “Teoría de la fotografía informativa”, el mensaje subliminal que conlleva la fotografía periodística se puede conformar tanto a través de elementos de la *percepción visual* (recorrido visual, relación entre Figura y Fondo, la Ley de agrupamiento/proximidad, la Ley de continuidad, la semejanza, la perspectiva), elementos de *expresión fotográfica* (Contraste/Color/Nitidez/Luminosidad/Planos/Formato/Profundidad/Horizontalidad/ Verticalidad) y *los contenidos de la fotografía*.

Los diferentes elementos de percepción visual y expresión fotográfica, igual que el contenido de las imágenes, pueden ser usados para la sutil creación de diversos estereotipos fotográficos.

Los autores Lister y Rose (2003, pp. 2-3) sugieren que los estereotipos en los medios (en concreto en el fotoperiodismo) no son inevitables, pero a pesar de esto se dan diversas razones por las que existen:

- Las empresas de publicidad exigen imágenes que sean fácilmente identificables.
- Los reporteros, muchas veces por pereza o alta presión en el trabajo, no tienen tiempo para explorar los acontecimientos desde varios ángulos y contemplar todo el contexto complejo.
- Muy pocas personas procedentes de países subdesarrollados o culturas escasamente conocidas, trabajan como fotógrafos, reporteros o editores dentro de las grandes empresas mediáticas.
- Los profesionales que trabajan en los medios asumen que los lectores y espectadores están condicionados a aceptar solo un tipo de imágenes de miembros de diversos grupos sociales y culturales – imágenes que representan a estos individuos dentro de un rango limitado de contenido, de categorías, profesiones y etnias.
- Finalmente el “culturalismo” puede explicar porqué los medios masivos son lentos a la hora de cubrir catástrofes humanitarias en remotos lugares de la tierra como, por ejemplo, Ruanda o Somalia. El culturalismo es el término usado para describir la creencia de que un grupo cultural – sea este basado en características étnicas, económicas, educacionales u otras – es de alguna manera mejor o peor que otro grupo cultural. Este juicio de valor puede influir a los medios de comunicación a la hora de tomar decisiones sobre quién / qué puede ser de interés informativo. (Lister y Rose (2003, pp. 2-3))

Dentro del fotoperiodismo contemporáneo podemos encontrar diversos tipos de estereotipos.

Lister y Rose (2003) en *Images that injure*, ofrecen una categorización de los tipos de estereotipos que existen en la práctica fotográfica: estereotipos a partir del 11 de septiembre de 2001 / Estereotipos étnicos / estereotipos de género / estereotipos de edad / estereotipos físicos / estereotipos de orientación sexual / estereotipos diversos.

Además de los que se plasman en la fotografía, diversos tipos de estereotipos sociales, raciales y culturales también se crean mediante la ficción, cine, televisión

etc. Nosotros aquí no entraremos en estos otros medios de comunicación, ya que no están directamente ligados con el tema de nuestra tesis: se analizarán los estereotipos más comunes que se pueden encontrar en los medios informativos, y se ofrecerá una reflexión sobre los estereotipos más frecuentes dentro del *WPP*.

7.3.1. Los estereotipos étnicos en el fotoperiodismo contemporáneo

Los estereotipos étnicos o raciales son aquellos procesos donde se le atribuyen características casi siempre negativas a diferentes grupos sociales por su raza o nacionalidad.

Uno de los primeros estudios sobre los estereotipos étnicos fue realizado por Katz y Braly en el año 1933. Los autores (Katz y Braly, 1933) otorgaron a los sujetos una lista de 84 adjetivos para calificar a diferentes grupos raciales y culturales como Judíos, Ingleses, Irlandeses, Turcos, Italianos, Negros, Alemanes, Japoneses o Chinos. Los resultados mostraron un consenso en cuanto a rasgos negativos que “caracterizan” a distintos grupos étnicos. En el momento en el que se llevó a cabo el estudio para designar a los afroamericanos, el término utilizado fue “*negros*”.

Para la mayoría de las personas los medios de comunicación representan la manera de entender el mundo, siendo estos su principal fuente de información. Al mismo tiempo, los medios de comunicación a menudo se presentan como una de las principales fuentes del discurso racista y por consiguiente como plataformas para la creación y divulgación de estereotipos étnicos.

Van Dijk (2007), considera que “El discurso racista es una modalidad de la práctica social discriminatoria que se manifiesta tanto en el texto, como en el habla y la comunicación. El discurso racista, junto con las otras prácticas (no verbales) discriminatorias, contribuye a la reproducción del racismo como una forma de dominación étnica o racial. Lo habitual es que se lleve a cabo mediante la expresión, confirmación o legitimación de las opiniones, actitudes e ideologías racistas del

grupo étnico dominante. Aunque existen otros tipos de racismo en otras muchas partes del mundo, la forma de racismo más corriente e históricamente devastadora ha sido el racismo europeo contra los pueblos no europeos.” (p.9)

El mismo autor (Van Dijk, 2008), en otro estudio destaca que todas las investigaciones internacionales sobre las minorías étnicas e inmigraciones demuestran que la prensa es parte del problema del racismo, y por consiguiente un actor importante en cuanto a la creación de estereotipos étnicos, raciales y culturales. Van Dijk (2008) enumera algunas de las condiciones por las cuales la prensa contribuye a la creación de estereotipos raciales:

- La prensa europea no tiene en su plantilla de periodistas empleados no-europeos. La mayoría de los reporteros son de procedencia geopolítica europea.
- Las fuentes de las noticias son casi siempre instituciones y autoridades “blancas”.
- La cobertura periodística se limita al tratamiento de temas reiterativos como la inmigración e integración cultural (tratados como problema o incluso invasión), la delincuencia y el terrorismo.
- En los discursos dominantes de la sociedad no se habla del problema fundamental para “ellos”: *nuestro* racismo cotidiano. (Van Dijk, 2008)

Todas estas rutinas de producción que existen en la prensa internacional occidental contribuyen a la creación de estereotipos raciales y culturales.

Existen diversos tipos de estereotipos raciales dentro de la fotografía periodística. Nosotros a continuación explicaremos los estereotipos étnicos más comunes que se pueden encontrar en la práctica del fotoperiodismo contemporáneo, que por consecuencia afectan directamente a nuestro tema de estudio: el análisis de las fotografías premiadas por el *WPP*.

7.3.1.1. Estereotipos a partir del 11 de septiembre de 2001

A lo largo de la presente tesis doctoral, hemos analizado en profundidad el impacto que han tenido en la práctica foto-periodística diversas crisis humanitarias y conflictos bélicos. Como ya fue explicado en el tercer capítulo de la presente investigación denominado “Características del fotoperiodismo occidental. Historia de una relación: fotoperiodismo y guerra”, la Guerra del Golfo Pérsico ha tenido un gran impacto en cuanto al tratamiento foto periodístico de la información – este conflicto marcó un antes y un después en cuanto a la manipulación de la información a través de la fotografía informativa. Además, la cobertura de este conflicto, abre la caja de Pandora en cuanto a la imagen de los musulmanes y miembros de países árabes que el mundo occidental empieza a abarcar a partir de este momento.

Hace más de tres décadas, Said (1981) demuestra que la cobertura estereotipada de los musulmanes como los “otros”, se puede encontrar en la cultura y el periodismo occidentales desde hace siglos. Igualmente destaca que los medios occidentales solo se centran en aquellos sucesos negativos que representan a los musulmanes, creando así una imagen estereotipada de este colectivo.

Los atentados del 11 de septiembre consistieron en cuatro ataques terroristas realizados por la red yihadista de Al Qaeda, cuyos miembros suicidas primero secuestraron y luego hicieron estallar aviones comerciales contra diversos objetos en USA. Los atentados dejaron a más de 3000 muertos y 6000 personas heridas.¹⁰⁰

Después de los ataques del *11 de septiembre de 2001* los musulmanes e Islam adquieren, dentro del imaginario colectivo occidental, una imagen cada vez más negativa y estereotipada. Estos atentados abren una nueva etapa en cuanto a las relaciones internacionales entre el Occidente y el Oriente.

¹⁰⁰ *Wikipedia*, pagina web oficial, disponible en URL: https://es.wikipedia.org/wiki/Atentados_del_11_de_septiembre_de_2001#cite_note-cost-1

La autora Dente Ross (2003) considera que “lo que fue verdad antes del 11 de septiembre del 2001, es equitativo a la verdad posterior: los medios pocas veces presentan ambas partes del conflicto de manera neutral y equitativa”. (2003, p.57)

Después de los ataques del 11 de septiembre, la percepción occidental del Islam y los musulmanes cambia, siendo casi todo musulmán, si no etiquetado como terrorista, por lo menos concebido como terrorista potencial.

Ross (2003) destaca que: “El énfasis de los medios en la ideología y el espectáculo también contribuye a la creación del enemigo – *el otro*. Los medios demonizan a un enemigo a través de estereotipos que exageran los temores preexistentes y las percepciones de diferencia. Esto no es nuevo. Los medios de comunicación estadounidenses participaron en la vergonzosa transformación de los japoneses Americanos de ciudadanos a enemigos durante la Segunda Guerra Mundial – algo que justificó su internamiento en campamentos de la Costa Oeste. Los medios también sirvieron como herramientas para mensajes recurrentes anticomunistas que dominaban en los Años de la Guerra Fría. En los años transcurridos desde la Guerra Fría, temores e imágenes de odio se han fusionado en torno a Estereotipos del Medio Oriente que perjudican a otros y distorsionan la fabricación de decisiones públicas. Estos estereotipos mediáticos influyen fuertemente en la opinión pública de los estadounidenses sobre temas internacionales importantes y contribuyen a la dificultad de los conflictos interculturales.” (2003, p.58)

A modo de ejemplo mostramos la portada de la revista Time del 15 de octubre de 2001. La imagen muestra a un hombre musulmán (reconocemos su orientación religiosa gracias al turbante que lleva), junto al texto: “Enfrentando la furia”. El marco físico cognoscitivo de la imagen delimita la fotografía a la cara de hombre musulmán que se muestra en un primer plano. Los rasgos de su rostro son muy expresivos, se muestra enfurecido, algo que es acentuado a través del enfoque que se encuentra en los ojos del sujeto. El rostro del hombre que ocupa el primer

plano de la imagen se encuentra resaltado de su fondo, gracias a la iluminación que acentúa los ojos del sujeto y potencia la sensación de rabia que muestra el individuo. Las implicaciones ideológicas del titular son complejas. El titular, más allá de su marco informativo que debería explicarnos elementos temporales y actorales en la fotografía, en este caso es muy sugestivo. El valor ideológico de esta imagen yace en los significados que nosotros como lectores atribuimos a ella, si observamos el conjunto de foto y pie de foto. El valor simbólico del turbante, en el discurso occidental en el contexto espacio-tiempo (justo cuatro días después de los atentados del 11S) en el que la fotografía fue captada, reside en mostrar a los musulmanes como personas guiadas por el odio y dispuestas a todo para calmar su furia. Esta imagen da la vuelta al mundo y se muestra como un claro ejemplo de la manera en la que se crean los estereotipos.



Imagen 42. Portada de la revista *Time* del 15 de octubre de 2001

Elliot (en Lister y Ross, (2003)), subraya el simbolismo visual que representan los turbantes (como icono terrorista) en las imágenes informativas, después de los ataques del 11 de septiembre del 2001: “Las primeras imágenes de terrorismo que aparecen en los medios después de 11S son una consecuencia de los acontecimientos. Los actores no son tan específicos. Las imágenes publicadas

de los agresores suicidas se disuelven en una imagen genérica de hombres de ascendencia Árabe. Las imágenes de Palestinos que supuestamente estaban celebrando los ataques están compuestas por hombres con turbantes y mujeres con velos. Osama Bin Laden es retratado como la encarnación del demonio en pancartas 'Se busca vivo o muerto' y lo que más fácilmente le puede identificar es su turbante y otra simbología no-occidental. Justo como la yuxtaposición de los aviones chocando contra los edificios más impresionantes de negocio mundial, crean un subtexto ineludible del poder americano desmenuzado por la tecnología de ellos mismos, mientras los símbolos religiosos y culturales de la ropa musulmana regional se convierten en iconos del mal. Cuando las apariencias de los terroristas difieren de las de la sociedad dominante anglo americana, es fácil etiquetar esas apariencias como iconos del mal. Además, es fácil extender esa etiqueta a otras personas que comparten su religión, cultura o apariencia física, y así crear estereotipos, o incluso abarcar toda una región geográfica como el hogar de los 'terroristas'". (2003, p.52)

Además de los turbantes, dentro de la iconología occidental posterior a los ataques del *11 de septiembre*, los velos se consideran un símbolo de opresión para las mujeres musulmanas, hasta el punto de prohibir en varios países occidentales este tipo de vestimenta. En el Occidente, se asume que las mujeres están forzadas a llevar ropa musulmán religiosa, imponiendo así valores propios sin indagar en los verdaderos motivos que impulsan a las mujeres musulmanas a llevar este tipo de vestimenta de carácter religioso.

Van Dijk (2008) destaca las características de racismo discursivo que existen dentro de la representación mediática occidental del Islam. A continuación enumeramos algunas de ellas:

- Existe una tendencia de sobre generalización de los actos negativos de "ellos". Al calificar a todos los musulmanes como terroristas se contribuye a la creación de estereotipos y prejuicios.

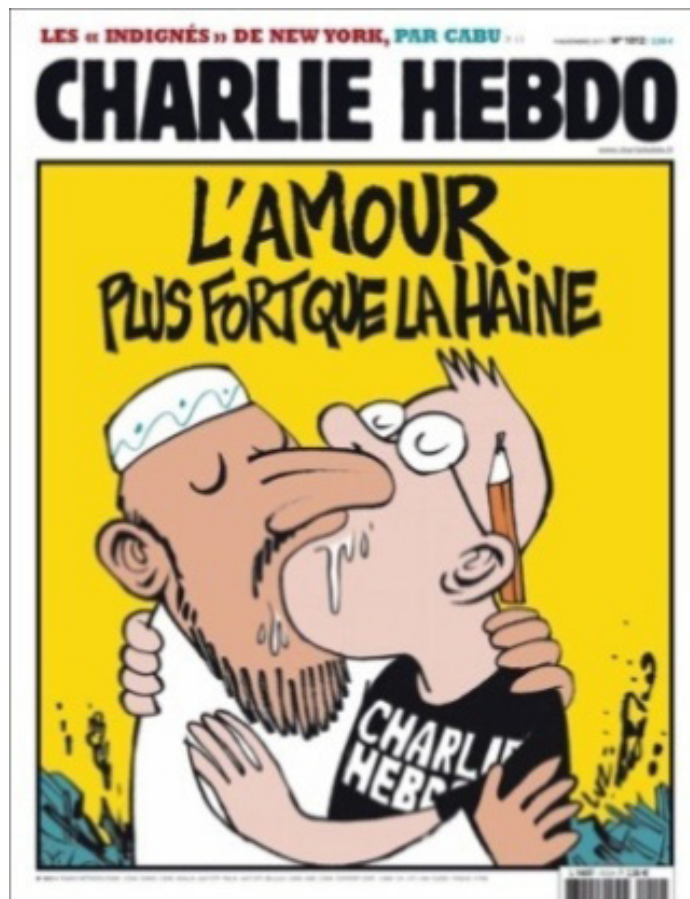
- Existe una confusión generalizada entre árabes, musulmanes, Islam y terrorismo.
- Se tiende a generalizar lo malo de “ellos” y olvidar lo bueno.
- Los medios de comunicación y noticias se enfocan en el radicalismo e fundamentalismo musulmán.
- La estereotipación negativa sobre el uso de vestimenta religiosa (como el yihab por algunas mujeres musulmanas).
- Falta de cobertura del discurso racista anti-musulmán y anti-árabe. (Van Dijk, 2008)

Todas estas condiciones que enumera el autor (Van Dijk, 2008) han contribuido a la concepción estereotipada de los musulmanes que actualmente existe en el Occidente, y por consiguiente a la creación de diversos prejuicios que llevan hacia la discriminación de todo un colectivo.

Estamos de acuerdo con la hipótesis de que los medios de comunicación influyen en la creación de estereotipos visuales sobre los musulmanes y se muestran como catalizadores de la islamofobia.

El 7 de septiembre de 2015, el semanario francés satírico de izquierdas Charli Hebdo, fue víctima de un atentado terrorista en el que murieron 12 personas y 4 resultaron gravemente heridas. Entre los fallecidos se encontraban mayormente miembros de la redacción, incluido el director Stéphane Charbonnier, conocido como *Charb*. Los agresores entraron encapuchados a la sede de la revista en París y cometieron el atentado gritando: «*Al-lahu-àkbar*» ('Alá es [el] más grande').¹⁰¹ El semanario se encontraba amenazado desde el 2006 cuando publicó caricaturas del profeta Mahoma. A continuación mostramos algunas de las portadas más polémicas:

¹⁰¹ *El país*, página web oficial, disponible en URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2015/01/07/actualidad/1420629274_264304.html



TUNISIE : L'ISLAMISME MENACÉ PAR DU RAP ET DES TÉTONS 21 0

CHARLIE HEBDO

JOURNAL IRRESPONSABLE

ÉCOLOGIE
BATHO, COMIQUE
DE L'ÉTAT 21 1

RELIGION
VOYAGE DANS
LE GRAND BAZAR
ÉGYPTE 21 2

LE PEN, DASSAULT
L'IMMÉDITE À
GÉOMÉTRIE VARIABLE 21 3

LA VIE DE
MAHOMET
LE TONIC 2
EN ÉGYPTE 21 4





Imágenes 43, 43a, 43b, 43c, 43d. Las portadas más polémicas del semanario *Charlie Hebdo*.

Los autores Moreno, Toukoumidis, Rodríguez y Aguaded (2016) reflexionan sobre este acontecimiento y concluyen: “La cobertura de los medios de comunicación en la construcción de la realidad sobre el trágico episodio ha generado cambios en la política exterior, enarbolados por un discurso alarmista que vaticina enfrentamientos hacia un enemigo en común. La cobertura de los medios de comunicación a este tipo de conflicto ha generado múltiples cambios en el proceso informativo, por tanto que los medios tradicionales (prensa, radio y televisión), como los portales de Internet y las redes sociales, asumen un rol preponderante en la creación e institucionalización de las realidades. Además, la reconstrucción mediática en tiempos de guerra puede estructurarse como 'espectáculo' debido a su carga trágica y emotiva, creando realidades paralelas. Atendiendo el interés de los grupos predominantes de la sociedad, es necesario destacar que el discurso mediático en este tipo de noticias se torna con un matiz persuasivo, incluso incidiendo en la calidad periodística, construcción de estereotipos y demonización de los términos.” (p. 895, 2016)

En este caso, el semanario satírico que viene a representar a los medios de comunicación, se muestra como exaltador de la guerra. El atentado contra los periodistas abre una nueva etapa en cuanto a la demonización de los árabes y el Islam en el imaginario occidental.

Por último vamos a mostrar la imagen premiada por el *WPP of the Year* en el año 2017, tomada por el fotógrafo turco Burhan Ozbilici, y denominada “*Un asesinato en Turquía*”. La imagen muestra el asesinato del embajador ruso Andrey Karlov en una galería de arte en Ankara, Turquía. Un policía turco retirado, de nombre Mevlüt Mert Altıntaş, asesina al embajador bajo los gritos: “*Allahu akbar*” (Dios es grande, en árabe) y más tarde vocifera en turco: “No te olvides de Aleppo. No olvides a Siria”.

En plena guerra civil Siria, Rusia y Turquía apoyaron bandos diferentes dentro del conflicto. Tal y como indican en la página web del *WPP*: “Rusia apoyando fuerzas leales al gobierno Sirio y Turquía apoyando a ciertos grupos rebeldes. En los meses previos al asesinato, las relaciones entre los dos países se habían convertido en una alianza estratégica, cada una de las cuales limitaba su apoyo en su propio interés estratégico”.¹⁰²

El marco físico-cognoscitivo delimita la imagen a dos figuras (el cuerpo de Andrey Karlov que yace en el suelo de la galería y la de Mevlüt Mert Altıntaş de pie) que se encuentran resaltadas en un fondo blanco.

La imagen de Mevlüt Mert Altıntaş se encuentra resaltada en un primer plano, ocupando la parte izquierda de la fotografía. Nuestro recorrido visual en esta imagen comienza con la figura de Mevlüt: recordemos que nuestra mirada (marcada por condiciones de los hábitos de lectura en Occidente) comienza la lectura de una fotografía desde el cuadrante superior izquierdo y finaliza en el cuadrante inferior derecho. De esta manera la figura de Mevlüt se encuentra en el foco de nuestra mirada, obteniendo el mayor protagonismo en la fotografía. El sujeto tiene un brazo

¹⁰² *World Press Photo*, página web oficial, disponible en URL: <https://www.worldpressphoto.org/collection/photo/2017/world-press-photo-year/burhan-ozbilici>

alzado en el aire, marcando una diagonal imaginaria que conduce nuestro recorrido visual hacia la derecha, donde se encuentra el cuerpo moribundo del embajador ruso. A pesar de que dentro del marco de la fotografía podemos apreciar un cuerpo sin vida, gracias a las leyes de percepción mencionadas (recorrido visual, relación figura y fondo, dirección de la mirada), lo que queda resaltado y conforma el foco de interés dentro de esta fotografía es precisamente la figura del ex policía Turco. Otro elemento que influye en que nuestro punto de vista esté enfocado en la figura del sujeto, tiene que ver con el *Contraste*. Gracias al contraste, como elemento cromático y perceptivo que rompe nuestra pereza mental, la figura del asesino vestido de negro en un fondo blanco queda destacada, poniendo el foco de nuestro interés justo en su cara. Por último, su rostro iluminado, enfurecido y muy expresivo, nos transmite una sensación de inquietud, violencia y rabia, mientras que el cuerpo sin vida que yace al lado del asesino, se muestra como consecuencia de la violencia y rabia que nos transmite el rostro de Mevlüt. En un contexto narrativo, el contraste de la lucha antagónica entre el bien y el mal, resalta al ex policía turco como al “villano” de esta historia visual.



Imagen 44. Un asesinato en Turquía; *World Press Photo of the Year 2017*; fotógrafo: Burhan Ozbilici

Al ser premiada con el primer premio del concurso, el *WPP of the Year 2016*, esta fotografía ha dado la vuelta al mundo, siendo publicada en todos los periódicos de referencia además de tener una alta presencia en la web.

Sin quitarle a la fotografía el valor informativo que conlleva y sin entrar en la lectura diplomática “entre líneas”, dadas las relaciones difíciles del mundo occidental con Rusia por una parte y con Turquía por otra a la hora de la proclamación del premio, esta fotografía se muestra como un ejemplo más de cómo se re-crean los estereotipos étnicos acerca de los musulmanes. Al carecer de imágenes positivas de acontecimientos en los que participa este colectivo (Van Dijk (2008)), la imagen mental que configura la opinión pública es que todos los musulmanes, incluidos aquellos de los países más europeizados, son asesinos, terroristas y bárbaros.

Para concluir este epígrafe acerca de los estereotipos creados y reforzados a partir del 11 de septiembre, cabe mencionar que Ross (2003) también reflexiona sobre la imagen estereotipada de musulmanes, árabes y palestinos en el imaginario colectivo occidental y los orígenes de esta visión distorsionada de los habitantes provenientes del mundo árabe. Según la autora (Ross, 2003) la cobertura mediática selectiva, siempre orientada a la cobertura de crisis en cuanto al Oriente Medio, contribuye a una visión parcial e injusta de los árabes y del Islam que enfatiza las diferencias y la violencia: “Los titulares de la prensa generalista proclaman repetidamente la amenaza de la radical guerra santa islámica dirigida por una masa indiferenciada de árabes y musulmanes”. (2003, p.59)

La consecuencia de la cobertura mediática occidental del Islam ha creado prejuicios y discriminación hacia los musulmanes, catalogándolos como bárbaros y terroristas. Este estereotipo dificulta la de por sí difícil situación de millones de personas que en la actualidad huyen de las guerras del Oriente Medio, pero también dificulta a Europa la búsqueda de soluciones a sus problemas con los refugiados.

7.3.1.2. Estereotipos sobre Africanos y Afroamericanos

Uno de los grupos sobre los que más estereotipos se han generado a lo largo de la historia son los grupos de color de piel negro: “África es el continente sobre el que se han construido el mayor número de estereotipos; África se ha representado de un modo muy reduccionista, que oculta y niega su larga tradición cultural. La mayor parte de los análisis sobre las relaciones entre el Norte y el Sur han descuidado la influencia que ha tenido y tiene el racismo en la difusión de imágenes estereotipadas a través de la cultura de masas. La aceptación inconsciente de estos estereotipos y la persistencia de estas imágenes dificultan una relación más equilibrada, basada en la igualdad efectiva y en el reconocimiento y apreciación de la diferencia.” (Mesa, 2012, p.67)

Tal y como indica Mesa (2012) – sirviéndose del estereotipo Norte/Sur – los medios de comunicación a menudo difunden “imágenes simplificadas e incompletas de los pueblos del Sur, que llevan implícita una supuesta inferioridad y resaltan los aspectos más primitivos, exóticos, violentos y atrasados. Son imágenes deformadas, ajenas a la realidad, que en ocasiones llegan a ser meras construcciones ideológicas de la pseudociencia y la cultura popular. Estas imágenes legitiman que se excluya y margine a estos pueblos del bienestar de Occidente; y los gobiernos occidentales las utilizan para defender sus intereses. Además, se emplean para reafirmar nuestra identidad: el percibirnos como la cultura que ha alcanzado los estadios más elevados de civilización, eficiencia económica y progreso tecnológico”. (p.24)

A través de imágenes premiadas por el *World Preess Photo*, vamos a intentar mostrar las principales estereotipaciones que existen sobre África, la población del Sur y principalmente los grupos de color.

Los estereotipos sobre los grupos negros preceden a los medios de comunicación masiva, tomando sus orígenes en los tiempos de la esclavitud y a lo largo de la historia de la humanidad han estado cargados de matices ideológicos. En las

épocas coloniales estos estereotipos han servido como una justificación para los tiempos de esclavitud, después sirvieron para justificar la segregación. (Linus, en Lister y Ross, 2003, p. 8)

La imagen que mostramos a continuación fue ganadora del premio *WPP of the Year* en el año 1957. El contenido de la imagen nos muestra a la primera persona de color de piel negro que aparece como protagonista de una fotografía premiada por el *World Press Photo*. La imagen fue tomada por el fotógrafo norteamericano Douglas Martin.



Imagen 45. *World Press Photo of the Year 1957*; fotógrafo: Douglas Martin

La protagonista de la fotografía es *Dorothy Counts*, la primera y única estudiante de color de piel negro que comienza a asistir las clases en la *Harry Harding School* en Charlotte, que es burlada por el resto de los alumnos en su primer día de colegio. Los espectadores arrojaron piedras y le gritaron a *Dorothy* que volviera de donde haya venido. Después de una serie de abusos, la familia de *Dorothy* la retiró de la escuela después de sólo cuatro días.¹⁰³

¹⁰³ *World Press Photo*, pagina web oficial, disponible en URL: <https://www.worldpressphoto.org/collection/photo/1957/world-press-photo-year/douglas-martin>

Este relato visual nos muestra la discriminación que sufrían las personas de color de piel negro en la época en la que fue tomada la fotografía, y al mismo tiempo representa una de las pocas denuncias sobre este problema en los primeros años del paradigmático concurso *WPP*.

Hoy en día, en los tiempos de globalización y valores de igualdad, en los medios de comunicación masiva todavía podemos encontrar este tipo de estereotipos, aunque se dan de una manera más sutil. En la actualidad los estereotipos sirven para justificar un reparto injusto de recursos, algo que hace funcionar la economía mundial.

Los estereotipos sobre los Afroamericanos han ido cambiando a lo largo de los años. Hoy en día, ya no nos encontramos con estereotipos explícitos sobre Afroamericanos, pero la “yuxtaposición de imágenes de Afroamericanos con problemas sociales en las noticias (imágenes asociadas al crimen, drogas, pobreza, violencia, etc.) de una forma implícita refuerzan el antiguo estereotipo sobre las personas negras como salvajes”. (Linus, 2003, p.92).

Es diferente el caso de los estereotipos sobre las personas del sur, o sea las personas de pertenencia geopolítica africana.

El autor Campbell (2011) examina la iconografía de hambre y se hace la pregunta por qué siguen produciéndose imágenes estereotipadas de víctimas de hambre en África, y por consiguiente reflexiona sobre el efecto que esta persistente representación negativa tiene en nuestra comprensión de los procesos políticos relacionados con las crisis alimentarias. El autor considera que la cobertura foto periodístico de las crisis alimentarias refleja la naturaleza eminentemente política del problema de hambre en el mundo.

Volviendo al *WPP* que es el tema principal de nuestra investigación, hay que destacar que a partir de los años setenta en cada década ha habido una imagen ganadora del *WPP of the Year* (aparte de numerosas imágenes premiadas en otras categorías del galardón) que ha representado este problema – el hambre en África.

La primera imagen ganadora del *WPP of the Year* que trata el problema nos lleva al año 1975. El fotógrafo Ovie Carter, proveniente de USA, fue premiado con el máximo galardón por su relato visual sobre la hambruna en Níger.



Imagen 46. World Press Photo of the Year 1975; fotógrafo: Ovie Carter

Entre los premios *World Press Photo of the Year* de la década de los '80, nos encontramos con una fotografía que trata el problema de hambre en Uganda. El fotógrafo británico Mike Wells obtuvo el máximo galardón del concurso en el año 1981 por hablar de la crisis humanitaria en Uganda a través de la imagen de una mano infantil seca y lánguida, de color negro, posando en una mano adulta y sana, de color blanco. El contraste entre las dos manos es aterrador y sugiere la diferencia entre dos mundos. En los años '80 Uganda fue afectada por una de las mayores crisis alimentarias en la historia de África, que acabó con la vida de 21% de la población del país.



Imagen 47. *World Press Photo of the Year 1981*; fotógrafo: Mike Wells

La siguiente fotografía se encuentra entre las premiadas con el máximo galardón de *WPP* en la década de los '90.



Imagen 48. *World Press Photo of the Year 1993*; fotógrafo: James Natchwey

El fotógrafo norteamericano James Natchwey fue galardonado con el *WPP of the Year* en el año 1993, por la imagen de una madre Somalí, que carga el cuerpo de su hijo deshidratado hasta la tumba. El hambre que cobró la vida de más de 200.000 somalíes, fue consecuencia de la sequía regional y la guerra civil. Si bien una gran parte de África oriental sufrió la misma sequía, Somalia fue la única nación gravemente afectada, ya que también se enfrentaba con la guerra fratricida.

La última imagen que vamos a mostrar la encontramos en la primera década del nuevo milenio, entre las premiadas con *WPP of the Year*. El fotógrafo canadiense Finbarr O'Reilly gana el máximo galardón en el año 2006 por el retrato de una madre que besa la manita de su hijo desnutrido en un campo de refugiados en Níger. Níger fue afectada por una de las mayores sequías en las últimas décadas, que costó la vida a miles de personas.



Imagen 49. *World Press Photo of the Year 2006*; fotógrafo: Finbarr O'Reilly

Si comparamos las cuatro fotografías premiadas en estas cuatro décadas del galardón, podemos observar que todas tienen un mismo hilo conductor: las cuatro imágenes retratan el problema del hambre, provienen del continente africano, en todas aparece un niño desnutrido como protagonista y las cuatro fueron tomadas por fotógrafos occidentales.

El autor Campbell (2011) reflexiona sobre este tipo de fotografías estereotipadas que tratan el problema del hambre en África. A la hora de su lectura, las fotografías de esta clase tienen una dimensión afectiva antes que ilustrativa, conectan con los lectores a nivel emocional. La víctima central, casi siempre un niño sufriendo, nos provoca la sensación de que hay que ayudar y reaccionar, pero al carecer de un contexto claro en la mayoría de los diarios en los que se publican, el efecto que producen en nosotros es que la persona que ha de actuar es alguien ajeno, alguien exterior. Esta estructuración de la víctima aislada, a la espera de la asistencia, es lo que invierte a tales imágenes en relaciones de poder coloniales. La relación colonial entre nosotros y ellos puede llevarse a cabo de diferentes maneras, desde una supresión violenta hasta una preocupación humanitaria por el bienestar de los sujetos colonizados, que es lo que los estereotipos fotográficos del hambre invocan. (Campbell, 2011)

Campbell (2011) concluye su estudio acerca de los retratos de los problemas del hambre en África, apuntando que las relaciones coloniales que conllevan este tipo de imágenes son especialmente evidentes cuando los iconos del hambre son retratos de niños. La eficacia del uso de menores como símbolo de comunicación yace en una variedad de aceptaciones culturales que se asocian a la imagen del menor como por ejemplo: “los niños están absueltos de los problemas de la cultura y sociedad, se les concede una inocencia innata, se les considera dependientes, requieren protección y tienen potencial de desarrollo. Al eliminar el contexto a contemplar el futuro de estos individuos, estas imágenes convierten a un individuo en 'un icono universal del sufrimiento humano', despolitizando así las circunstancias a través de las cuales se ha producido la vida del individuo fotografiado. Al mismo tiempo, debido a que estos tropos tienen una larga historia colonial, las fotografías estereotípicas incorporan relaciones de poder coloniales que contrastan un Norte adulto, global y superior con el Sur globalizado infantilizado e inferior”. (Campbell, 2011).

7.3.1.3. Estereotipos sobre hispanoamericanos

El último grupo étnico que en esta ocasión será examinado y sobre el que podemos encontrar diversos estereotipos en el fotoperiodismo son los hispanoamericanos.

En el año 2015, más de 55 millones de hispanoamericanos conforman un 18% de la población de USA. Según todas las previsiones, la población de “latinos” en USA seguirá creciendo igual que en las últimas décadas, por lo que la reacción pública al crecimiento de esta minoría étnica ha oscilado desde acogedora hasta discriminatoria y violenta. La opinión pública en Estados Unidos refleja los estereotipos omnipresentes de los latinos y los emigrantes como extranjeros perjudiciales para la ley, y de esta manera la sociedad incumple sus ideales de un país inclusivo, multirracial y democrático. (Reny y Manzano, 2016)

Al tratar varios temas ligados a los estereotipos y racismo, Van Dijk (1997) también reflexiona sobre la representación de las minorías étnicas en los medios informativos. El autor enumera las propiedades de la representación socioeconómica y simbólica de los grupos étnicos minoritarios en los medios de comunicación (Van Dijk, 1997, pp.128-131):

- La frecuencia y tamaño de la cobertura de acontecimientos relacionados con las minorías étnicas es muy escaso.
- Las noticias “étnicas a las que se les otorga importancia son aquellas de carácter negativo, caracterizando a las personas pertenecientes a estos grupos como 'problemáticas'. La delincuencia (callejera), violencia, disturbios y manifestaciones son algunos de los términos que se relacionan con estos colectivos.” (1997, p.129)
- Los temas generales que trata la prensa, relacionados con las minorías, aparte de ser negativos, también tienen la tendencia de estereotipar a estos grupos: “las minorías viven en guetos, o en las áreas pobres del centro de la ciudad, viven de algún subsidio o beneficio, sacan malas notas en la escuela, están desempleados, no hablan 'nuestro idioma', causan dificultades, piden sin parar y nunca están

satisfechos y por lo general 'nos necesitan'".(Van Dijk, 1997, p.129)

- Los temas de carácter positivo que podrían ser relevantes en cuanto a la información sobre estos grupos minoritarios, son ignorados o censurados por la prensa generalista.
- Los resultados de las investigaciones realizadas sobre el tema demuestran que en la prensa existe discriminación y racismo cuando se habla de minorías étnicas. (Van Dijk, 1997, pp.128-131)

Si observamos las representaciones de los hispanos en el contexto de una minoría étnica en los USA, las representaciones mediáticas de este colectivo, sea en la cultura popular como por ejemplo la televisión o las películas, sea en la prensa generalista, pueden ser calificadas, en muchos casos, como racistas. Chavez (en Lister, 2003)

Los estereotipos sobre los hispanos han ido migrando desde una representación negativa interna en el imaginario colectivo de los habitantes de USA, hasta difundirse hoy en día a lo largo del planeta.

A principios del milenio la *National Association of Hispanic Journalists (NAHJ)* lanza un estudio acerca de la representación de los latinos en las noticias televisivas bajo la denominación *The Portrayal of Latinos in Network Television News*, realizado por Méndez-Méndez y Alverio, (2003). El estudio se realizó a base de analizar la representación de los latinos en las noticias difundidas a través de diferentes canales de televisión en USA. A continuación referimos algunos de los resultados más alarmantes:

- Las historias relacionadas con los latinos ocupaban menos de 1% de todas las noticias que aparecían en las cadenas de televisión estadounidenses.
- Crimen, terrorismo e inmigración ilegal eran los temas más tratados por la mayoría de las noticias emitidas sobre la población hispanoamericana.

- El arresto del supuesto terrorista José Padilla, quien supuestamente formaba parte de una conspiración para detonar una “bomba sucia”, ocupó el lugar central en cuanto al cubrimiento periodístico de temas relacionados con latinos en la época del análisis.
- Los latinos se mostraban retratados en las noticias como una subclase disfuncional que existe en los márgenes de la sociedad dominante de los EEUU. Además, la imagen que compartían las noticias mostraba a los hispanoamericanos como criminales y delincuentes que viven en la pobreza.
- La inmigración ilegal ha estado en el foco de las noticias que trataban temas relacionados con esta comunidad. (Méndez-Méndez y Alverio, 2003)

En el estudio realizado por Méndez-Méndez y Alverio, para la NAHJ (2003), a modo de conclusión encontramos la siguiente reflexión: “La cobertura periodística de las noticias juega un rol crítico en cuanto a la manera en la que la opinión pública entiende nuestro mundo que es cada vez más complejo. Por los últimos cinco años los estudios realizados por la NAHJ demuestran que los latinos siguen estando ausentes en el cubrimiento periodístico de los acontecimientos. En los casos en los que los acontecimientos en los que participan los latinos sí están cubiertos por las noticias, las historias normalmente son desequilibradas y refuerzan los estereotipos sobre la vida de los latinos en los EEUU”. (Méndez-Méndez y Alverio, 2003, p.4)

La actualísima situación política en los EEUU abre una nueva dimensión en cuanto a las imágenes estereotipadas de los hispanoamericanos, donde los prejuicios y la discriminación dentro de la sociedad norteamericana están en claro crecimiento. El recién elegido presidente de los EEUU, Donald Trump, es el que encabeza la divulgación de estereotipos negativos sobre los latinos, contribuyendo a la formación de la opinión pública del país con diversas proclamaciones de carácter xenófobo y racista.

Durante su campaña electoral en el año 2016, Donald Trump lanza varios ataques e incluso insultos al colectivo mexicano, llegando a calificar a los mexicanos en EEUU como violadores y criminales. La campaña de Trump para llegar a ser candidato republicano a la presidencia se basaba en argumentos relacionados con México, con promesas de leyes comerciales más estrictas, leyes de inmigración y control fronterizo mediante la construcción de un muro entre ambos países.

Schubert (2017) destaca que “para lograr la legitimación de este programa político, Trump estableció un modelo de contexto xenófobo hacia México, sobre la base de tres temas principales: a) el crimen causado por la inmigración ilegal b) problemas en el comercio y en la economía c) acciones engañosas del gobierno mexicano. El tema de la delincuencia se estableció de manera prominente, justo al comienzo de su campaña, en un discurso que fue citado en todos los medios de comunicación atrayendo una tremenda atención a la agenda política de Trump”. (2017, p.50)

Según indica el diario El País, Trump llegó a proclamar las siguientes afirmaciones: “Cuando México envía a su gente, no nos mandan a los mejores. Nos mandan gente con un montón de problemas, que traen drogas, crimen y son violadores. / Los mexicanos nos están matando en la frontera. / Construiré un gran muro y voy a hacer que México pague por él. / Nuestros trabajos están dejando el país y se van a México, y a muchos otros países. / Tenemos que sacar a los ‘bad hombres’. / Fue una gran noche para México, como siempre, están acostumbrados a arrebatarnos lo nuestro más que ninguna otra nación. “(El País, 9 de noviembre, 2016)¹⁰⁴ Esta situación turbulenta dentro de los EEUU refuerza los estereotipos ya existentes sobre los hispanoamericanos a nivel mundial.

Volviendo a los estereotipos en el fotoperiodismo y por consiguiente al *WPP* como tema principal de nuestra investigación, en un estudio inédito, realizado por Novaes (2012), se aplicó un análisis cualitativo de las fotografías premiadas por

¹⁰⁴ *El País*, página web oficial, disponible en URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/11/08/mexico/1478629803_395711.html

el paradigmático concurso en el año 2011. Una de las conclusiones a las que se llegó, es que uno de los temas más tratados en esta edición del concurso fueron las guerras de los narcotraficantes en México.

Uno de los objetivos en el camino de realización del dicho estudio (Novaes, 2012) fue detectar cuáles han sido los temas más tratados dentro del concurso *WPP* 2011, y por tanto determinar si existen similitudes en la elección de los temas en las imágenes premiadas.

La respuesta a este interrogante se obtuvo mediante un análisis de datos cuantitativos generales, y se llegó a la conclusión que uno de los temas más tratados, dentro de las categorías *People in the News*, *Spot news* y *General News*, han sido las guerras de narcotraficantes en México.

A continuación presentamos una muestra característica de las imágenes que fueron premiadas por el *WPP* en el año 2011 (cuando se realizó el estudio citado). Las imágenes que vemos a continuación forman parte de un relato visual sobre la guerra de los carteles en México. El reportaje realizado por Fernando Brito obtuvo el tercer premio en la categoría *General News* del año 2011.







Imágenes 50, 50a, 50b, 50c. Premio en categoría *General News*, *World Press Photo*, 2011; fotógrafo: Fernando Brito

El siguiente texto acompaña las fotografías: “Las áreas del norte de México están agobiadas por la violencia, que involucra guerras entre los poderosos cárteles de la droga que compiten por el control de las rutas del tráfico. El número de muertos en 2010 llega al total de 15.237 personas. Durante generaciones, México ha sido productor y vía de tránsito para las drogas. Los poderosos cárteles de la droga han desarrollado fuertes bases financieras y en algunas regiones ejercen un control casi autónomo, creando 'zonas de impunidad' para sus actividades.”¹⁰⁵

Una de las conclusiones a las que se llegó en el estudio realizado por Novaes (2012), es que la abundancia de fotografías premiadas por el *WPP* 2011 que retratan la guerra de los narcotraficantes en México contrasta con la ausencia de imágenes positivas provenientes de países Latinoamericanos. Al difundir este tipo de fotografías, sin contrastar con acontecimientos positivos relativos a los latinos, se refuerzan los estereotipos sobre este colectivo, como violentos, criminales y terroristas.

¹⁰⁵ *World Press Photo*, pagina web oficial, disponible en URL: <https://www.worldpressphoto.org/collection/photo/2011/general-news/fernando-brito>

Hay que destacar que más de la mitad de todos los fotógrafos que participaron en el concurso *WPP* en el año 2011, son de procedencia Europea.

Estos resultados analíticos refuerzan la hipótesis de que los estereotipos acerca de diferentes grupos no occidentales se establecen a través de la fotografía periodística.

Además de los estereotipos étnicos mencionados, se pueden encontrar otros estereotipos relacionados con otras minorías étnicas: Asiáticos, Gitanos, indígenas de distinta procedencia, etc. Nosotros hemos indagado en los estereotipos étnicos más comunes que se pueden encontrar dentro del fotoperiodismo contemporáneo y, con más precisión, en el paradigmático concurso *World Press Photo*.

7.3.2. Las víctimas como un posible estereotipo visual

Los epígrafes antepuestos examinaban el estereotipo como una forma de comunicación negativa y simplificada, donde a través de códigos visuales comunes se caracterizan personas pertenecientes a diferentes grupos raciales y culturales. A partir de esta circunstancia, nace el impulso de hacer una reflexión acerca de otro estereotipo común que se puede encontrar dentro del *WPP* como plataforma de difusión del fotoperiodismo contemporáneo – el estereotipo de las víctimas de diferentes crisis humanitarias, que por regla general forman parte de la narración de historias visuales sobre desgracias que afectan a países no-occidentales.

Antes de buscar un apoyo teórico al tema que aquí nos ocupa, vamos a delimitar qué es lo que entendemos por víctima en el contexto de estereotipo visual: son las víctimas de diferentes crisis humanitarias y conflictos bélicos.

Dentro del epígrafe de la presente investigación denominado “Muerte, miseria y violencia en el fotoperiodismo”(en el capítulo 6) se reflexiona sobre el problema de la abundancia de muerte, miseria y violencia en las fotografías informativas de actualidad.

Tal y como fue comentado con anterioridad, algunas corrientes teóricas consideran que la presencia de muerte, miseria y violencia en las imágenes que retratan desgracias y crisis humanitarias ayudan a fomentar un sentimiento humanitario y anti guerra (Campbell, 2004; Taylor, 1998, Linfield, 2010), mientras que otros pensadores defienden que la sobreexposición y proliferación de fotografías que como contenido muestran a víctimas afectadas por diversas desgracias, puede producir en los receptores una creciente indiferencia y fomentar la creación o afianzamiento de diversos estereotipos raciales y culturales. (Sontag, 1981, 2003; Berger, 1991; Barthes, 1989).

Dentro del fotoperiodismo existe una larga tradición de narrar historias mediante la exposición de víctimas de diferentes desgracias. El fotoperiodismo nace en contexto de la guerra, pues la historia del fotoperiodismo y la historia de conflictos bélicos o las crisis que marcaron la historia de la modernidad, han ido parejas desde los inicios de la fotografía de prensa: desde las primeras imágenes de Robert Fenton de la guerra de Crimea, pasando por la I y II Guerra mundial, Vietnam, la Guerra del Golfo Pérsico y los conflictos de la desmembración de antigua Yugoslavia, hasta las turbulencias dramáticas en el mundo árabe que marcan la época actual. El fotoperiodismo prácticamente se alimenta con las guerras y las crisis humanitarias, de las que da testimonio a través de imágenes reiterativas de sus víctimas. (Lopez Raso, 2003)

Así las cosas, se podría afirmar que dentro del fotoperiodismo, desde sus mismos inicios, existe una abundante y repetitiva producción de imágenes de víctimas de diferentes desgracias.

Paul Lester (1995) considera que la proliferación de imágenes explícitas de víctimas en situaciones de desgracia muchas veces puede llegar incluso a ofender a los lectores y espectadores, pero pese a esto la violencia y tragedia están profundamente arraigadas en el periodismo global, y sobre todo de los EEUU. La

razón de esto es que muchos de los espectadores inconscientemente se sienten atraídos por este tipo de imágenes. Los ganadores de prestigiosos premios como Pulitzer y otros galardones internacionales, casi siempre son testigos de íntimas tragedias humanas, a las que luego difunden y hacen públicas. Mientras tanto, los medios de comunicación muchas veces muestran imágenes sensacionalistas de víctimas de violencia por razones económicas o utilitarias.

En las fotografías premiadas con el premio *WPP* en la última década de su existencia, se pudo apreciar que el tema de la gran mayoría de las fotografías premiadas fue la desgracia y la miseria humana, con una o más víctimas, vivas o muertas como contenido principal de las imágenes. Estas víctimas, en la mayoría de los casos, no fueron representadas con dignidad. En las fotografías ganadoras del concurso, se puede notar, ya a primera vista, que en un amplio repertorio de diferentes historias hay un hilo rojo que les une a casi todas – contenido extremadamente violento y explícito, que muchas veces viola la integridad humana del sujeto fotografiado. El escenario de estas imágenes casi siempre es “el tercer mundo”, mientras que los habitantes y acontecimientos de lo que se denomina el “primer mundo” aparecen muy pocas veces como contenido de las fotos. (Novaes, 2015)

Este panorama actual dentro del *WPP* como paradigma del fotoperiodismo contemporáneo, hace de las víctimas de países lejanos un nuevo tipo de estereotipo social.

En otro orden de cosas, la autora Martín Nieto (2009) considera que “las miradas que se lanzan a los países en vías de desarrollo desde los que no lo son, siguen siendo miopes y estereotipadas. Se fomenta, además, a través de las representaciones que se ofrecen de ellos en los medios de comunicación de masas. La imagen que llega a los países del conocido como primer mundo pasa por el tamiz de la espectacularidad de las guerras, los desastres naturales y lo sugerente de la publicidad. Las ONG, las instituciones que más conocen estos países, sus culturas y sus gentes, aún

deben trabajar para crear una percepción más cercana y certera de las realidades del Tercer Mundo. Las imágenes que utilizan en la actualidad han evolucionado y se han regulado por códigos deontológicos, pero no consiguen eliminar la imagen de estas sociedades como alejadas, dependientes e infantilizadas”. (2009, p. 152) Estas imágenes estereotipadas del “tercer mundo” se refuerzan con la exhibición de las víctimas de las desgracias, con lo que se crean los estereotipos de las víctimas.

En el mismo contexto, Campbell (2011) reflexiona sobre la representación foto periodística de las crisis alimentarias y concluye que en el Occidente, durante las últimas décadas, el cubrimiento informativo del problema de hambre se mantiene lineal a través del uso de estereotipos fotográficos. “Un estereotipo es algo preconcebido o simplificado que se repite constantemente sin ningún cambio. Los estereotipos implican iconos, que son figuras que representan eventos o problemas. Los iconos tienen una historia sagrada pero la atención que atraen como objetos de nuestra mirada puede producir una gama de afectos, dependiendo del tiempo y el lugar. El despliegue fotográfico de iconos particulares a través de una estética establecida para representar el hambre es un claro ejemplo de cómo funcionan los estereotipos”. (2011, p.80) Estos iconos de los que habla Campbell (2011) se forman precisamente a través de las víctimas como códigos visuales de la “estética del hambre”, y de esta manera se producen los estereotipos.

Asimismo, Deni Elliott (en Lister y Ross (2003)) habla sobre la responsabilidad moral de publicación de imágenes que estereotipan a diferentes víctimas. El autor destaca que las imágenes son armas poderosas, cuya publicación a menudo conlleva beneficios económicos, pese a que estas dañen al sujeto fotografiado, a la audiencia o miembros de diferentes colectivos.

Elliot (2003) también reflexiona sobre la responsabilidad de los medios en cuanto a dar publicidad a este tipo de imágenes: “Una imagen se justifica más fácilmente cuando su presentación se relaciona directamente con la responsabilidad informativa

de los medios de comunicación. Es más difícil justificar una imagen perjudicial cuando esta conexión directa no existe. Por ejemplo, las fotos de noticias que pueden ser dañinas para la audiencia así como para las familias de los sujetos, pero los gobiernos consideran que tienen información necesaria para los ciudadanos, como las fotografías de soldados muertos y heridos en una guerra. Las fotografías que muestran a la gente en público en situaciones comprometidas, se justifican menos fácilmente. Si una imagen funciona o no en el contexto de marketing es moralmente irrelevante.” Una imagen dañina no puede ser justificada por el hecho de que no infringe la ley – pues, la ley permite la publicación de la mayoría de textos e imágenes dañinos que, entre otras cosas, influyen en la creación de estereotipos. (2003, p.10)

La superproducción y superconsumo de imágenes de víctimas de guerras, catástrofes naturales y crisis humanitarias, muchas veces no es justificable por el derecho a la información. El participar en la creación de estereotipos de víctimas probablemente sería una consideración menor de los fotógrafos y medios de comunicación masiva, ya que ni siquiera reparan en el respeto por el dolor de las víctimas.

En otro orden de cosas Roland Barthes (1999) reflexiona sobre el foto-impacto examinando los diversos signos de la fotografía que pueden llegar a causar desconcierto – con esta reflexión remite a las fotografías que retratan a víctimas de diferentes tipos de horrores y calamidades.

Comienza su exposición recordando un artículo de Serreau en su libro sobre Brecht, en el que este menciona una fotografía que muestra la ejecución de comunistas guatemaltecos, y confirma que “esa fotografía no es terrible en sí ya que el horror proviene del hecho de que *nosotros la miramos* desde el seno de nuestra libertad”. (1999, p.58) Barthes continúa remitiendo a su experiencia al visitar una exposición de fotografías en la galería *d’Orsay*, donde tampoco ninguna fotografía pudo impactarle. Según Barthes (1999) el fotógrafo aquí “sobreconstruyó el horror que nos propone añadiendo al hecho, por contrastes o aproximaciones, el lenguaje intencional del

horror... Lo único que nos vincula a esas imágenes es un interés técnico; cargadas de sobreindicación por parte del artista, no tienen ninguna historia para nosotros, no podemos inventar nuestra propia recepción a ese alimento sintético, ya totalmente asimilado por su creador”. (1999, p.59)

Para Barthes estas fotos-impacto son falsas, ya que están escenificadas: existe un momento intermedio, entre el momento real del acontecimiento, el momento literal y el momento fotografiado.

En aquella ocasión, las únicas fotografías que consiguieron impactarle fueron las fotografías de agencia, ya que – indica Barthes – en caso de estas fotografías nadie interviene entre el momento real del horror y el momento fotografiado: “Lo natural de esas imágenes obliga al espectador a una interrogación violenta, lo encamina a un juicio que él mismo elabora sin ser molestado por la presencia demiúrgica del fotógrafo. Se trata, exactamente, de la catarsis crítica pregonada por Brecht y ya no de una purga emotiva, como en el caso de la pintura temática. Quizás aquí se vuelvan a encontrar las dos categorías de lo épico y de lo trágico. La fotografía literal introduce al escándalo del horror, no al horror mismo.” (1999, p. 60)

Hoy en día la mayoría de las fotografías premiadas por el *WPP* carecen de aquella inmediatez a la que remite Barthes. Aunque muestran horrores y calamidades estas fotos a menudo parecen cuadros del renacimiento minuciosamente compuestos. Por otro lado, el nivel de avance de la tecnología actual, junto con las exigencias del *WPP*, hacen que incluso las “instantáneas” de víctimas y atrocidades parezcan “obras de arte”. Aquí se pierde el nivel informativo, y podemos hablar de una estética del horror.

En esta línea de pensamiento, lo único que las imágenes estereotipadas de víctimas pueden llegar a provocar en los lectores es una saturación de compasión, denominada *compasión fatigada* (fatiga de compasión). (Cottle (2009))

Así las cosas, las fotografías de víctimas ya no cumplen con su valor informativo, sino más bien contribuyen a la creación de un estereotipo general de la víctima que empieza a establecerse como un signo de comunicación artística o periodística – se pierde la individualidad de estos sujetos sin contexto. Más aun, las personas que aparecen en estas fotografías se establecen como parte de un estereotipo genérico que es – la víctima de un país no occidental.

Al carecer de literatura específica que trata el tema de las víctimas como un nuevo estereotipo, aquí se realizará un estudio de caso, cualitativo, de las fotografías premiadas por el *WPP* 2011, donde se analizará, a través de casos concretos, de qué manera se crea el estereotipo visual de la víctima.

7.4. Los riesgos de los estereotipos en el fotoperiodismo: prejuicios y discriminación

La conceptualización teórica del estereotipo está íntimamente ligada a los conceptos de prejuicio y la discriminación. Pues bien, además del racismo que se genera a través de los estereotipos étnicos, uno de los principales riesgos de los estereotipos es que pueden llegar a generar discriminación y prejuicios.

En la reflexión acerca de los estereotipos ofrecida por Quin y McMahan (1997), podemos observar esta relación conceptual (estereotipo-prejuicio): “Un estereotipo es una imagen convencional, acuñada, un prejuicio popular sobre rasgos de gente” (1997, p. 139).

Gordon W. Allport define el *prejuicio* como “una actitud suspicaz u hostil hacia una persona que pertenece a un grupo, por el simple hecho de pertenecer a dicho grupo, y a la que, a partir de esta pertenencia, se le presumen las mismas cualidades negativas que se adscriben a todo el grupo”. (Allport 1979, p.7).

Mientras que el estereotipo está ligado a la imagen mental que tenemos sobre una persona o grupo de personas, el prejuicio está ligado a los sentimientos que desarrollamos hacia una persona o grupo de personas y tiene un componente afectivo.

En otro orden de cosas, Enteman (En Lister y Rose, 2003) reflexiona sobre la *discriminación*. El autor considera que la discriminación actúa entre el prejuicio y la estereotipación. Cuando hablamos de discriminación ya no se trata de un prejuicio sin intencionalidad (en su variante afectiva): la discriminación es intencional. Incluso aquella discriminación que parece ser no intencionada surge de un deseo intencionado de comportamiento conflictivo. (2003, p.16)

La discriminación está ligada al comportamiento y casi siempre surge como consecuencia de los estereotipos y prejuicios.

La autora González- Gabaldón (1999) sostiene que: “La relación entre los conceptos 'estereotipo', 'prejuicio' y 'discriminación' es muy estrecha. Este modo de abordar la relación existente entre estos términos parte de una concepción clave: la consideración de que están íntimamente unidos al concepto de la actitud como un fenómeno compuesto por tres componentes: cognitivo (lo que sé del asunto), afectivo (las emociones que me suscita), y conductual (la conducta como consecuencia del desarrollo).” (1999, p.79)

Dentro de este círculo (estereotipo-prejuicio-discriminación) el estereotipo es considerado como el componente más cognitivo que muchas veces se genera por falta de conocimiento previo, mientras que el prejuicio sería el componente afectivo de los estereotipos. En esta línea la discriminación se refleja como la característica conducta que puede llevar a acciones dañinas.

Compartimos la postura de Enteman (2003) cuando afirma: “La combinación de estereotipos, prejuicios y discriminación puede ser letal”. El autor compara el efecto de la combinación de estos tres artificios con el concepto legal de la – *persona artificial*

(el concepto refiere a una persona irreal y construida como una corporación). En este contexto los estereotipos convierten personas reales en personas artificiales, y nosotros, a través de nuestros actos de estereotipación, tratamos a las personas como representantes de grupos a los que nosotros decidimos que deberían pertenecer – negándoles así de su humanidad. Así las cosas, el prejuicio y la discriminación magnifican el peligro de la estereotipación, añadiéndole una tenaz generalización. (Enteman, 2003, p. 17)

Enteman (2003) concluye: “La combinación de estereotipos y prejuicios se vuelve aún más virulenta en el contexto de las imágenes visuales. Una frágil frase sostiene que una imagen vale más que mil palabras. Nosotros podríamos sugerir una nueva: incluso un millón de palabras puede no ser capaz de deshacer el negativo impacto de una sola imagen dañina”. (2003, p.17)

PARTE III – ESTUDIO DE CASO

“Tomar fotografías significa reconocer – simultáneamente y dentro de una fracción de segundo – tanto el hecho mismo como la rigurosa organización de formas visualmente percibidas que le dan sentido. Es poner la cabeza, el ojo y el corazón sobre un mismo eje.” Henri Cartier- Bresson (1980, p.77)

CAPÍTULO VIII – ESTUDIO DE CASO: EL ESTEREOTIPO DE “LA VÍCTIMA” TRATADO MEDIANTE UN ANÁLISIS ICONOLÓGICO DEL CASO “*WORLD PRESS PHOTO 2011*”

Para cumplir con nuestros objetivos antepuestos y realizar un análisis íntegro de las fotografías premiadas por el *World Press Photo*, así como detectar la posible creación de estereotipos mediante la fotografía informativa, consideramos necesario, en primer lugar, realizar un estudio de caso, donde se analizan en profundidad algunas de las imágenes premiadas por el concurso *WPP*, concretamente en el año 2011. En este caso contemplamos las víctimas de diferentes tragedias que tuvieron lugar en distintos lugares, casi todos muy alejados del mundo occidental. Aparecen en las fotografías como claros ejemplos del uso de las desgracias humanas para la creación y difusión de estereotipos raciales y culturales.

Además del análisis general, en el que más adelante se analizan todas las imágenes premiadas por el paradigmático concurso *WPP* desde el año de su inauguración 1955 hasta el 2014, el presente estudio de caso nos permite mostrar, a través de seis imágenes analizadas, de qué manera se puede violar la integridad humana por parte de los fotógrafos que con eso, conscientes o no, participan en propagación de dichos estereotipos. Por lo demás, estas seis fotografías singulares, de la cosecha del *WPP 2011*, confirman de una manera clara, y además cruda, varios de nuestros hallazgos teóricos de los capítulos anteriores.

En esta ocasión, tratándose de un análisis eminentemente cualitativo, nos hemos decantado por la metodología iconológica de la que ya hemos hablado en la parte teórica de nuestra investigación.

8.1. Metodología – niveles del método iconológico y su aplicación al análisis fotográfico

El análisis o método iconológico proviene del estudio de la Historia del arte. Trata de trascender el mero análisis iconográfico, que sólo evalúa el significado aparente o literal de la metáfora presente en la imagen. En el método iconológico la metáfora se relaciona con el contexto profundo del momento de la creación de la imagen: histórico, social, económico, político, científico, etc. Se relaciona no sólo con el contexto espacial o cultural, sino también con el temporal, y así cuenta con el significado ideológico específico, relevante para su momento. (Lopez - Rajo, 2005, pp. 239-343)

Este método de análisis, como fue mencionado anteriormente, ha sido ideado en 1932 por Erwin Panofsky quien establece sus tres diferentes niveles:

1. Significación primaria o natural – nivel pre-iconográfico

Panofsky indica que este nivel de análisis se podría dividir en lo que sería la significación fáctica y significación expresiva.

La primera, la significación fáctica, supone “identificar formas puras, configuraciones de línea y color... Como representaciones de objetos naturales, animales, seres humanos, casas etc”. (Panofsky, 1987, p.47)

Por otra parte, la significación expresiva refiere a “captar cualidades expresivas como el carácter doliente de una postura o un gesto, la atmósfera tranquila de un interior. El universo de las formas puras, así reconocidas como portadoras de significaciones primarias o naturales, puede llamarse el universo de los motivos artísticos”. (Panofsky, 1987, p. 48)

Un conjunto de enumeración de estos elementos constituiría una descripción pre-iconográfica. En otras palabras, se trata de familiarizarse con los objetos y ocurrencias tratados en la imagen. Se podría comparar con lo que Barthes (1989)

llama el nivel denotativo, sin dejar de considerar las distancias entre los métodos iconológico y semiótico.

2. Significación secundaria o convencional – nivel iconográfico

Este nivel opera estableciendo relaciones entre “los motivos artísticos y las composiciones de motivos artísticos (composiciones), y los temas o conceptos”. (Panofsky, 1987, p.48). Estos últimos son llamados historias y alegorías. Para Panofsky (1987), “la identificación de semejantes imágenes, historias y alegorías corresponde a lo que denominamos 'iconografía'”. (1987, p.48)

Este nivel requiere una primera base de investigación, para contextualizar el contenido de la imagen, en nuestro caso de la fotografía.

3. El tercer nivel Panofsky lo denomina como significación intrínseca, o de contenido – nivel iconológico.

Para Panofsky (1987), este nivel consiste en investigar “aquellos principios subyacentes que ponen de relieve la mentalidad básica de una nación, de una época, de una clase social, de una creencia religiosa o filosófica, materializada por una personalidad y condensada en su obra”. (Panofsky, (1987), p.49)

En este nivel se trata de penetrar hasta el escalón más profundo de la significación, “iconología en contraposición a iconografía” como indica Panofsky.

Recordemos que el método iconológico, ideado para analizar las obras de bellas artes, más tarde ha encontrado su uso en las ciencias sociales, y también en análisis del cine y la fotografía.

En cuanto al empleo de este método a las nuevas artes visuales, existen diversos casos de su aplicación, no solo al cine y la fotografía sino también a la televisión, pero por otra parte hay que destacar que su uso no ha sido extenso entre los estudiosos de la imagen.

El autor García-Noblejas (2001, p.82) describe la iconología como una disciplina que se dedica a hacer un síntesis de los elementos iconográficos, poniendo en evidencia su significado último – “en términos de representaciones de virtudes, vicios y otros valores morales o naturales, bajo figuras con apariencias de personas”.

Este autor pone el método iconológico en función del análisis del film, tema que aquí no será tratado ya que no está vinculado al enfoque de esta investigación.

Ante todo, nos interesa cómo Gombrich denomina la fotografía – como un campo de aplicación de la iconología. (Felici, 2007, p.132)

Quedándonos en el ámbito teórico, otro vínculo de la fotografía con el método iconológico lo ofrece Pepe Baeza (2001), calificando el procedimiento como “práctico” para el análisis de la obra e indicando que es aplicable si las tres diferentes fases de análisis no se observan como entidades separadas, como “esferas independientes de significación”, sino en su conjunto – la obra se debe observar en su totalidad en cuanto al sentido, integrando las tres fases de significado en un proceso “único , orgánico e indivisible” (2001, p.164)

El autor emplea esta metodología de análisis a un ejemplo práctico – a un trabajo de Sebastián Salgado, para así demostrar su aplicación a la imagen fotográfica.

En la investigación “Comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M” (Vara Miguel, pp. 75-84), se ofrece un modelo de este método, aplicado y sintetizado empíricamente. Está orientado al análisis de la imagen fotográfica y se denomina AIA – *Análisis Iconológico Aplicado*. Se emplea el método de Panofsky, pero sintetizado con la propuesta de Baeza en un modelo único, diseñado para el análisis de la imagen foto-periodística. En esta propuesta, los tres niveles se denominan como nivel formal, contextual y sintético.

Por último, el autor norteamericano Terry Barret (2000) ofrece una propuesta muy similar para el análisis de la imagen. También se trata de analizar una imagen en

tres diferentes niveles, como en caso de Panofsky, sólo que aquí se denominan como descriptivo, interpretativo (información contextual) y explicativo. Carlos Abreu (2004) se sirve de este modelo aplicándolo al análisis cualitativo de la foto de prensa.

Según Barret (2000), describir una fotografía es notar cosas sobre ella y decirlas a otro. Es un proceso de reunión de datos, una lista de hechos. Se trata de responder a preguntas como ¿Qué hay aquí? ¿Qué estoy mirando? ¿Qué sé con certeza acerca de esta imagen? Las respuestas incluyen la identificación de lo evidente, pero también de lo no tan obvio. (Abreu, 2004) Este nivel sería muy similar al nivel pre-iconográfico de Panofsky.

Barret menciona a Roland Barthes como ejemplo de cómo se puede analizar el significado de una fotografía a partir de los niveles denotativo – lo que se muestra, y connotativo – lo que se sugiere.

La información contextual de la fotografía supone dar a conocer quién hizo la foto, cuándo, dónde, cómo, con qué propósito... Este nivel se puede considerar semejante al nivel iconográfico de Panofsky.

La información que va más lejos de la que obtenemos con una simple observación de la imagen, Barret la denomina – contexto original. Las fotos de prensa muchas veces dependen del contexto del cual provienen. Se analizan también las condiciones psicológicas en las que estaba el fotógrafo cuando hizo la foto. Igualmente, conviene considerar ciertas informaciones acerca del fotógrafo y las condiciones sociales en el tiempo en que se hicieron las imágenes. Por esta razón, también es relevante conocer la biografía del fotógrafo, sus influencias personales y estilísticas. Por la misma razón es menester conocer la obra del fotógrafo. El contexto original es, pues, historia: social, del arte, de la foto que analizamos y del fotógrafo que la hizo. (Abreu, 2004)

El tercer nivel Barret lo denomina como explicativo. Este se refiere a la síntesis de todo lo mencionado anteriormente. Para Barret, explicar y evaluar o juzgar son sinónimos. Las imágenes pueden ser explicadas desde diferentes criterios, muchas veces partiendo de diferentes teorías de la historia del arte. Si seguimos refiriéndonos a Panofsky, podemos notar similitudes entre el tercer nivel de Barret y el que él denomina iconológico.

En el apartado donde se empleará la metodología expuesta, se irá explicando, paso a paso, cómo se ha recogido la información referente al modelo de análisis aplicado a nuestra investigación de *World Press Photo 2011*.

8.1.1. Recopilación de datos y aplicación de la metodología – pasos a realizar

Para realizar la primera parte empírica del análisis cualitativo de las imágenes escogidas como muestra específica de la presente investigación, se sigue la propuesta del análisis iconológico aplicado y, por consiguiente, las pautas ofrecidas por los autores citados. La aplicación de este método nos servirá para obtener un análisis profundo de seis diferentes fotografías, que serán descritas y contextualizadas dentro del entorno socio-político correspondiente.

Los pasos para la recopilación de datos se efectúan de siguiente manera. Cada una de las seis imágenes seleccionadas se analiza siguiendo los tres diferentes pasos, ofrecidos por los autores mencionados.

1. El primer paso se efectúa en el nivel denominado como descriptivo, o pre-iconográfico. En este nivel se observa la imagen y se apunta su lectura inicial, sin tener información adicional acerca del tema tratado. Se realiza una descripción fáctica y expresiva de lo que se ve en la imagen a primera vista. En otras palabras, se identifica lo obvio en cuanto al contenido de la imagen, al igual que las propiedades expresivas de los protagonistas.

2. El siguiente paso a seguir corresponde al segundo nivel del método escogido, denominado como iconográfico, o contextual. Se presentan las siguientes informaciones: datos acerca de la imagen, el contexto en el que fue tomada, la ficha técnica de la fotografía y datos biográficos del fotógrafo. De esta manera, cada una de las imágenes escogidas es contextualizada. Para poder elaborar este nivel, se necesita una primera fase de búsqueda.

3. El tercer nivel se denomina como sintético, o iconológico. En esta tercera fase se aspira sintetizar toda la información de los primeros dos niveles, y realizar un análisis más profundo de la fotografía. Esta fase proporciona elementos para responder a una de las preguntas de la presente investigación – la pregunta acerca del modo de representación de las víctimas en el concurso.

Para realizar el tercer nivel, o sea la parte sintética del análisis, y para evitar la “subjetividad” en la lectura de los elementos constituyentes de las imágenes, nos hemos basado en las pautas ofrecidas por el autor Lorenzo Vilches (1987), pormenorizadas en el apartado de la presente investigación denominado “Teoría de la fotografía informativa”.

8.1.2. Muestra

El universo o población de análisis está compuesto por seis diferentes imágenes, ganadoras de premios del concurso *World Press Photo* 2011. Para cumplir con los propósitos de este estudio de caso del año 2011, se escogieron las categorías de *Spot News*, *People in the News* y *General News*. Para la muestra específica con la que se realiza el análisis cualitativo, hemos escogido seis imágenes premiadas en estas mismas categorías – dos de cada una.

8.2. Análisis iconológico de las imágenes premiadas en las categorías *People in the News*, *Spot News* y *General News* – *World Press Photo* 2011

8.2.1. Análisis empírico de la imagen I – categoría *People in the News*

IMAGEN I



(Imagen 51.) *Kashmir Intifada* (La Intifada de Cachemira); categoría *People in the News*, *World Press Photo*, 2011; fotógrafo: Altaf Qadri

Análisis en nivel I – descriptivo, o pre-iconográfico

- Significación fáctica y expresiva:

La imagen está compuesta por una víctima central, que se encuentra tumbada en una cama, y un “mar” de personas que le rodean: la cama está alzada hasta la altura de los hombros de los congregados, pero no se ve qué o quién la está soportando. En el centro vemos un hombre que tiene la cabeza vendada, y de allí, podríamos suponer que está muerto, o herido gravemente. La víctima que yace en la camilla está tapada con una manta. De este modo sólo se puede observar su rostro, que se encuentra elevado mediante la almohada en la que está tumbado. Alrededor de él se halla una multitud de hombres y mujeres, que se perciben de forma semejante,

y tienen sus manos alzadas hacia la víctima, tocando diferentes partes del cuerpo expuesto. Observando las fisionomías de los congregados y su forma de vestir, al igual que los símbolos del Corán que aparecen estampados en la manta con la que la víctima está cubierta, se podría intuir que los sujetos son de religión musulmana. La técnica elegida para realizar esta imagen es de blanco y negro.

La única figura que resalta en la imagen, aparte de la víctima central, es la de una mujer que se encuentra tumbada en el borde de la cama. Mirando su cara se puede observar un profundo dolor, puesto que parece que está descompuesta por la desgracia ocurrida. Se trata de una imagen muy intensa y dramática, ya que los rostros de todos los personajes parecen perturbados por el acontecimiento.

Análisis en nivel II – contextual, o iconográfico

Datos acerca de la imagen:¹⁰⁶

Ubicación: Palhalan, Cachemira administrada por India

Título: Kashmir Intifada (La Intifada de Cachemira)

Información: La hermana de Feroz Ahmad Malik llora mientras se aferra a la camilla que transporta el cadáver de su hermano durante su funeral en Palhalan, en las inmediaciones de la ciudad de Srinagar (Cachemira India).

Fecha: 6 de septiembre de 2010

Contexto:

La hermana del joven Feroz Ahmad Malik llora mientras se aferra a la cama en la que yace el cadáver de su hermano, durante su funeral en Palhalan. Feroz era una de las dos personas que murieron cuando los paramilitares indios dispararon al azar en el mercado de la ciudad el 6 de septiembre de 2010. Este incidente

¹⁰⁶ World Press Photo, disponible en, URL:<http://www.worldpressphoto.org/photo/2011altafqadripn-1?gallery=890&category=55> (Consultada: 1 de junio 2012)

provocó protestas multitudinarias en la ciudad, durante las cuales murieron otras dos personas. Los disturbios separatistas se extendieron por toda la región desde el mes de julio, lo que causó más de 60 muertos. Desde 1947, India y Pakistán se disputan Cachemira, una región con un 60 por ciento de población musulmana. Desde 1989 un movimiento separatista musulmán en lucha contra el control indio ha conducido a frecuentes enfrentamientos con las fuerzas gubernamentales. (WPP, 2011, p.32)

Ficha técnica:¹⁰⁷

Tiempo de exposición: 1/ 200 s

ISO: 100

F-STOP: f/ 2,8

FOCAL LENGHT: 32mm

Cámara: Canon EOS 5D Mark II

Óptica: Canon EF 16-35mm f/2.8 L USM lens

Datos acerca del fotógrafo:¹⁰⁸

Nombre: Altaf Qadri

Nacionalidad: India

Organización: *The Associated Press*

Biografía:

Altaf Qadri nació en Srinigar, Cachemira, y estudió ciencia en la Universidad de Cachemira. Inició su vida laboral trabajando como ingeniero de informática, antes de emprender la carrera de fotógrafo profesional. Qadri creció en medio del levantamiento masivo contra el gobierno Hindú, y ya como adolescente fue testigo de muchos eventos importantes e incidentes con víctimas. Más tarde fue enviado a Nueva Delhi, donde vivía su hermana. Cuando un amigo le regaló una cámara,

107 Ibid.

108 Altaf Qadri, disponible en, URL: <http://www.altafqadri.com/> (Consultada: 1 de junio 2012)

Qadri empezó a disparar y pronto se dio cuenta que la cámara podría convertirse en un testigo acompañante. En su página web se pueden observar fotografías de situaciones bastante impactantes. Imágenes muy explícitas que reflejan las historias de las que este hombre ha sido testigo, y que así marcaron su camino. Sus imágenes han sido publicadas en prestigiosos periódicos y revistas como el *New York Times*, *National Geographic*, *Time*, *The Guardian*, *International Herald Tribune* etc. En este momento, trabaja para la agencia *The Associated Press*, y reside en Amristar, India.

Análisis en nivel III – sintético, o iconológico

Los protagonistas principales de esta imagen son la víctima Feroz Ahmad Malik, y su hermana. Ahmad Malik es un joven musulmán, que fue víctima de los disparos al azar provenientes de las fuerzas paramilitares indias, en un mercado de la ciudad de Srinagar, Cachemira administrada por India. Este acontecimiento ha provocado nuevos disturbios y enfrentamientos entre el movimiento separatista musulmán y las fuerzas gubernamentales indias, en la provincia de Cachemira que cuenta con un 60% de población musulmana.

El tema principal de la fotografía, donde el fotógrafo se sirve con *una superficie de contrastes y volúmenes* para reflejar su intención, es un polémico entierro musulmán, que cuenta con una víctima central fallecida con la que el autor narra una gran tragedia. Feroz Almak Malik se encuentra postrado en una cama. Su hermana yace junto a él, mientras llora y mira desconsolada el rostro de su hermano, atado con un paño fúnebre. El cuerpo del joven está cubierto con una sábana con escritos y símbolos del Corán. Estos ornamentos aportan fuerza y simbolismo a la imagen, teniendo en cuenta el contexto en el que la muerte aconteció. La presencia de Corán aporta un simbolismo profundo a la complejidad de la instantánea.

El marco físico cognoscitivo de la imagen está delimitado a un momento del entierro del joven. En un primer plano podemos observar las dos figuras, de la víctima y

de su hermana, sobre un fondo repleto de personas. En este caso es algo difícil distinguir la relación entre “figura” y “fondo”, ya que el fondo se extiende de forma circular alrededor de la plataforma en la que yace la víctima. Existe una acumulación de personas que rodean la cama con el cadáver.

Derivando el contenido de esta imagen a formas geométricas, se podría decir que está compuesta por un rectángulo que se encuentra dentro de un círculo. Estas dos figuras geométricas marcan las principales líneas que forman la imagen.

Los dos sujetos en medio, la víctima y su hermana, son el centro de tensión de la imagen, formando el centro de visión donde primero se para nuestra mirada al observar la instantánea. Según la “ley de agrupamiento”, el espectador percibe estas dos figuras temáticas como organizadas en un “grupo”. Gracias a su proximidad, los elementos más cercanos de las figuras se captan como pertenecientes a una misma. En ese sentido, siendo cercanas entre sí, se atraen, por lo que el centro de visión, además de ser la cara de la víctima, es el rostro y cuerpo de su hermana que llora desconsolada ante su muerte inesperada.

Estas dos figuras ocupan el primer plano de la imagen. Se encuentran perfectamente enfocados y nítidos, destacándose así entre los demás elementos visuales que componen la imagen, o sea del “fondo” que les rodea. De esta manera se convierten en los principales actantes que componen la narrativa de la fotografía.

Las dos figuras temáticas están presentadas en posición horizontal, y se encuentran en el lado izquierdo de la instantánea siguiendo la línea que marca la cama dentro del marco total de la imagen.

Según nuestros hábitos culturales, nuestra mirada se dirige de izquierda hacia la derecha, y el siguiente punto donde se para es en los sujetos agrupados en la parte derecha de la imagen, es decir alrededor de la parte inferior de la víctima.

La gente que aparece en segundo plano se agolpa con los brazos extendidos para tocar al “mártir” y a la sábana con la que el está cubierto, adornada con diferentes extractos del Corán. Esto aporta aún más simbolismo y posibilidades de metáforas en cuanto a la lectura de esta imagen, especialmente si sabemos el contexto en el que la muerte aconteció.

La multitud que rodea las figuras centrales ocupa el fondo de la imagen. Ya hemos definido que esta multitud está organizada de forma circular alrededor de la víctima, ocupando tanto las partes superior e inferior, como izquierda y derecha de la cama en la que están las figuras centrales. Aunque esta multitud de gente es precisamente lo que le concede a la imagen mayor complejidad, se podría decir que la mayoría de las personas, o, con más precisión, todas excepto aquellas que se encuentran en la parte derecha de la cama, las percibimos de forma “semejante”.

La gente que se encuentra en la parte inferior del lecho mortuario, está enfocada y nítida, pero sus rostros no pueden distraer nuestra mirada ya que se encuentran de espaldas al espectador.

Por otro lado, la multitud que se encuentra en la parte superior de la cama con la víctima, se encuentra en desenfoco. De este modo sus rostros, aunque son perceptibles para el espectador, igualmente no distraen la mirada, ni apartan la atención del centro de la instantánea.

Gracias a estos elementos nuestra atención sigue centrada en la víctima, que resalta del fondo repleto de gente.

Hay solo un detalle que parece romper esta, a primera vista perfecta composición. Se trata de un hombre que está en la parte inferior del círculo formado alrededor de la víctima. Este hombre se encuentra “de espaldas” al lector de la imagen, y a primera vista no parece diferenciarse de los demás. El único detalle que le diferencia del resto de las personas acumuladas, y con el que se rompe tanto

la narración que el autor ha querido “contar”, como la sensación de tristeza en los presentes al entierro, es un teléfono móvil con el que este individuo está fotografiando todo el suceso.

Al observar los elementos que conforman la noción del punto de vista, en esta imagen el autor ha optado por un punto de vista “picado”, o superior. De esta manera, además de obtener la noticia sobre la posición física del autor de la imagen, nos colocamos como observadores del suceso. La postura del autor, situado “encima” de la puesta en escena, está apoyada por el hecho de que nadie en la imagen esté mirando al objetivo.

Siguiendo en este contexto, vemos el contenido de la imagen desde una posición de altura, que nos da una sensación de “superioridad” ante el acontecimiento.

Los elementos técnicos con los que se ha servido el autor para realizar esta toma nos sirven para detectar más incógnitas acerca de la toma.

El tiempo de disparo de la imagen, es de 1/200 s. El autor hace su compensación en el disparo con el diafragma también muy abierto, de f 2.8, para tener buena condición lumínica y así tratar de congelar el momento con la mayor nitidez posible.

En esta fotografía, el disparo se ha realizado con un objetivo gran angular, de 32 mm de longitud focal. La intención del uso de esta lente concreta es poder tener un ángulo de disparo lo bastante abierto como para poder recoger todos los detalles posibles dentro de la escena, abarcando un gran campo visual.

El uso de este objetivo en la imagen sirve para poder acercar más la escena al observador de la fotografía, pues una de sus cualidades es que su campo visual es mayor que el de los seres humanos.

El ISO también es bastante pequeño, para que se pueda tener la máxima definición en el centro de la imagen y captar todos los detalles posibles, que sumarán en

el total, causando un mayor impacto en el espectador. Asimismo, observando el ISO pequeño, podríamos concluir que la toma fue captada en un espacio exterior, gracias a las buenas condiciones lumínicas.

El autor ha optado por presentar la imagen en técnica de blanco y negro. Como la toma fue captada con una cámara digital, este efecto fue realizado mediante el laboratorio digital. Una posible razón por la que el autor haya decidido presentar la imagen en esta técnica, es la estética que el blanco y negro conlleva, dándole así a la puesta en escena más dramatismo.

Otra razón puede ser que el autor no quería “distraer” al lector con los colores, para así resaltar la víctima y su hermana del espacio y el tumulto que les rodean.

Además, la víctima central destaca por la iluminación que existe encima de su cara y también por el blanco de la sabana en la que yace. El contraste es fuerte también en la parte que rodea su cabeza, o sea la almohada y la cabecera de la cama cuya barra igualmente es blanca y forma una curvatura que asocia a una aureola. Es notorio que la técnica de blanco y negro permite al autor una mayor modulación del tono y de la luz de la imagen, y en este caso concreto, el blanco y negro ha servido para transmitir con mayor facilidad no solo la textura y el volumen, sino las líneas y la forma.

Podemos concluir que tanto las unidades visuales que constituyen la imagen, como su composición y las condiciones técnicas, han sido utilizadas para resaltar la víctima fallecida, y así narrar esta gran tragedia.

8.2.2. Análisis empírico de la imagen II – categoría *People in the News*

IMAGEN II



(Imagen 52.) *Pakistan Floods* (Inundaciones en Pakistán); categoría *People in the News*, *World Press Photo*, 2011; fotógrafo: Daniel Berehulak

Análisis en nivel I – descriptivo o pre-iconográfico

- Significación fáctica y expresiva:

Lo primero que percibimos al observar esta imagen es el cuerpo de una niña que yace sobre una alfombra de cuerda, con los ojos cerrados. Su cara está repleta de insectos, lo que indica que lleva ya algún tiempo en esta postura y en este estado. Su figura se extiende por el espacio entero de la imagen y ocupa su plano central. Asimismo, se pueden observar sus manos cruzadas, y al lado un ornamento alargado de tela, con bolitas en su extremo. La víctima está vestida con una camisa de color azul intenso con estampado de flores. Dada su postura y falta de expresión en la cara, es difícil averiguar su edad, pero es pequeña, puede tener entre 5 y 9 años. Su color de piel es oscuro, y debido a sus rasgos faciales, la forma de vestir y los tres pendientes que adornan la oreja que se le ve, se puede suponer que su pertenencia geopolítica está vinculada al continente asiático.

Esta imagen lleva una gran carga emocional. Puede resultar difícil y doloroso mirarla, ya que a primera vista no sabemos si se trata del cadáver de una niña cuya cara está repleta de insectos, dándonos así una percepción de abandono y dejadez por parte de todos que la rodean, que no se ven en la imagen, pero están allí – sólo se vislumbra la presencia de otras personas detrás de la niña, el trozo de un vestido, una mano difusa. Según la expresión de paz en su rostro inocente, parece estar dormida, pero la presencia de un centenar de insectos que recubren este rostro infantil conlleva gran afluencia de dramatismo y tristeza.

Análisis en nivel II – contextual o iconográfico

Datos acerca de la imagen:¹⁰⁹

Ubicación: Garhi Khairo, Sindh, Pakistán

Título: Pakistan Floods (Inundaciones en Pakistán)

Información: Las lluvias de monzón inusualmente fuertes en el mes de julio, provocaron la peor inundación en la historia de Pakistán.

Fecha: 27 de agosto de 2010

Contexto:

Una niña cubierta de moscas, encontrada en una cama improvisada en un bancal solamente accesible por vía aérea. A finales de julio de 2010, inundaciones causadas por intensas lluvias monzónicas afectaron diversas regiones de Pakistán.¹¹⁰ Empezaron en el norte, en la provincia de Baluchistán, y se extendieron por la cuenca del río Indo a las provincias de Punjab y Sindh, en el sur del país. Hubo un momento en el que una quinta parte de la superficie del país estaba inundada. Más de 20 millones de personas resultaron directamente afectadas, 1.600 fallecieron, numerosas viviendas quedaron destrozadas y el ganado y los cultivos fueron arrasados por el agua. La infraestructura del país se halló en estado de

109 *World Press Photo*, disponible en, URL: <http://www.worldpressphoto.org/photo/2011danielberehulakpns1-ji?gallery=890&category=55>(Consultada: 2 de junio 2012)

110 NASA, disponible en, URL: <http://www.nasa.gov/topics/earth/features/flood20100820.html> (Consultada: 2 de junio 2012)

devastación; miles de kilómetros de carreteras y vías férreas, además de 7.000 escuelas y 400 centros de salud, quedaron destruidos. El gobierno pakistaní, abrumado por el desastre, fue acusado de reaccionar con lentitud a la emergencia. Meses después de las inundaciones, muchos pakistaníes siguen sufriendo sus efectos. Las consecuencias por la pérdida de semillas para las próximas siembras, y las inmensas zonas que han quedado inhabitables, podrían notarse durante años. (WPP, 2011: 28)

Ficha técnica:

Tiempo de exposición: 1/ 400 s

ISO: 50

F-STOP: f/ 1,8

FOCAL LENGHT: 35mm

Cámara: Canon EOS 5D Mark II

Óptica: Canon EF 35mm f/1.4 L USM lens

Datos acerca del fotógrafo:¹¹¹

Nombre: Daniel Berehulak

Nacionalidad: Australia

Organización: *Getty images*

Biografía:

Daniel Berehulak es un fotógrafo que vive en Nueva Delhi y trabaja para *Getty Images News Service*, cubriendo Asia del Sur y los alrededores. Nativo de Sidney, Australia, ha estudiado historia del arte. Empezó a trabajar para *Getty Images* en el año 2002, en Sidney, pero poco después se mudó a Londres. Trabajando en el puesto de reportero gráfico, cubrió la guerra en Iraq, el juicio de Saddam Hussein y las consecuencias del desastre nuclear en Chernobil. En el año 2009, Berehulak pasa a vivir en India. Ya había trabajado antes por toda la región, cubriendo las

111 Daniel Berehulak, disponible en, URL:<http://www.danielberehulak.com/> (Consultada: 2 de junio 2012)

noticias sobre el asesinato de Benazir Bhutto, al igual que los problemas sociales y la inestabilidad política en Pakistán, hasta los efectos del continuo conflicto entre el ejército pakistaní y los talibanes. El trabajo de Berehulak ha sido publicado con regularidad en diferentes renombrados periódicos como *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Wall Street Journal*, *The Guardian*, *The Times* etc...

Análisis en nivel III – sintético o iconológico

La protagonista de esta imagen es una niña pakistaní, víctima de la catástrofe natural – las intensas lluvias monzónicas que afectaron Pakistán en julio del año 2010. Muchos habitantes de Pakistán fueron perjudicados, quedándose sin casas y comida, al igual que esta niña que se encuentra en un bancal accesible solamente por vía aérea.

El tema principal de la imagen es la desgracia de la niña que yace en una cama improvisada de cuerdas. Su cara aparece con los ojos cerrados, repleta de insectos, sin que podamos averiguar si está muerta o viva. Junto a su cabeza se extiende ornamento o collar de tela, que puede tener un sentido religioso, y cuyo extremo con bolitas amarillas ella mantiene en una mano sin darse cuenta. Sus manos están cruzadas.

El marco físico cognoscitivo de la fotografía delimita el espacio externo, abarcando la figura de la niña que se encuentra postrada encima de una cama de cuerdas y ocupa el plano central de la instantánea.

La figura, como elemento principal de la imagen, está posicionada de forma diagonal, perdiéndose la parte inferior de su cuerpo en el margen derecho del “marco” de la fotografía. El encuadre cerrado, por el que ha optado el autor de esta imagen, no nos permite ver nada excepto la cara y parte del cuerpo de la niña, dándole importancia así a la cara cubierta de insectos que es el centro de tensión de la imagen.

En un primer plano se puede observar el rostro de la figura, repleto de insectos, que se presenta perfectamente nítido y enfocado. A diferencia de esto, sus manos

cruzadas y el ornamento de tela ocupan un segundo plano, quedando algo opacos y borrosos, y dándole así a la cara de la víctima una importancia absoluta – es lo primero y lo único que llama nuestra atención y en lo que se para nuestra mirada atónita. Por otro lado, el fondo de la imagen está muy borroso, impidiéndonos así detectar la ubicación espacial en la que se encuentra la figura – en este fondo tan sólo vislumbramos una mano adulta a cierta distancia, y una tela azulada, supuestamente un trozo de vestido de mujer. De esta manera, el autor ha conseguido resaltar el cuerpo de la niña, su cara cubierta de insectos en especial, que es el foco de nuestra atención visual. En otras palabras, la figura está perfectamente acentuada y separada del fondo que la rodea.

Analizando la noción del punto de vista del autor, este ha apostado por un punto de vista frontal, a la altura de los ojos del sujeto representado. La imagen fue tomada desde muy cerca, y de esta manera podemos intuir dónde se encontraba el autor en el momento de “disparar” esta toma.

Los elementos técnicos de la imagen también han contribuido a resaltar la figura del fondo en el que se encuentra.

En este caso la elección del objetivo fue de gran angular de 35mm, magnificando así la proporción de la niña, y dando una sensación de mayor separación con respecto al fondo.

Algunos de los elementos que han contribuido a esto, son la abertura del diafragma de $f/1.8$ y la elección del objetivo gran angular.

Gracias a la posibilidad de este objetivo de abarcar una gran cantidad de espacio en distancias cortas, y su gran profundidad de campo con la mínima distorsión, la figura ha podido ser perfectamente aislada del fondo, destacando así su cara y haciendo de ella el punto principal de nuestra atención.

Asimismo, mediante la elección de este objetivo, se ha conseguido formar el desenfoque, tanto del fondo, como de las manos del sujeto, cosa que de nuevo lleva nuestra mirada a la cara de la niña, como punto único de nuestra atención.

Gracias al disparo realizado a una velocidad de obturación rápida, de 1/400 s, el autor ha conseguido “congelar” las moscas que se encuentran distribuidas por todos los lados de la cara de la niña, principalmente abundando en la boca.

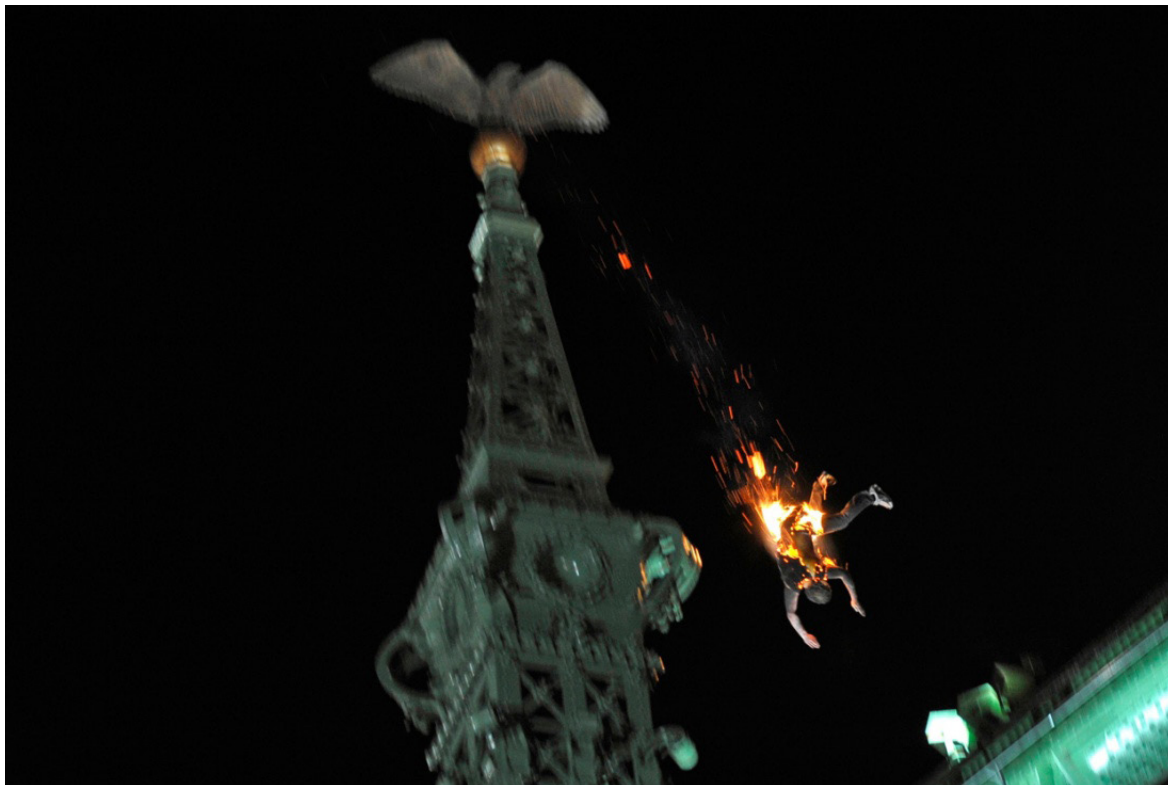
Observando su ISO 50, que es bastante pequeño dadas las óptimas condiciones lumínicas, podemos deducir que la imagen fue captada en un espacio exterior.

El autor ha optado por los colores, que aun siendo muy vivos y contrastados, no nos alejan del centro visual de la instantánea, que es la cara de la niña.

Se puede concluir que todos los elementos, tanto compositivos como técnicos y visuales, han sido usados a la perfección para cumplir con la intencionalidad del autor: reflejar, mediante el caso de la niña recubierta de moscas, la gran tragedia que ha sufrido el pueblo pakistaní.

8.2.3. Análisis empírico de la imagen III – categoría *Spot News*

IMAGEN III



(Imagen 53.) Sin título; categoría *Spot News*, *World Press Photo*, 2011; fotógrafo: Peter Lakatos

Análisis en nivel I – descriptivo o pre-iconográfico

- Significación fáctica y expresiva:

La imagen numero tres está mayormente compuesta por un fondo negro, sobre el cual se pueden observar dos figuras diferentes. La primera es la de un monumento que ocupa el espacio central de la imagen. La segunda es una figura menor, de hombre incendiado que se encuentra “flotando” en el aire, unos instantes después de haberse arrojado al vacío. Se puede intuir que el hombre incendiado se ha tirado desde el monumento. A una simple vista no se puede identificar qué tipo de monumento ocupa la parte central de la instantánea, aunque lo más parecido es la torre barroca de una iglesia. En el ángulo derecho de la imagen se pueden notar los rasgos de una forma casi abstracta, que parece ser el borde de un techo con luces encendidas que se encuentran debajo del hombre “volador”. La imagen fue captada

en espacio exterior, ya que la mayor parte de la superficie de la imagen ocupa el cielo nocturno. Es imposible identificar la expresión facial del hombre que está cayendo en el abismo, puesto que su figura ocupa una parte mínima del espacio de la imagen. Se distinguen sus extremidades extendidas, en posición cabeza abajo, mientras que el torso y el estómago están en llamas que dejan chispas en línea de la caída.

Análisis en nivel II – contextual o iconográfico

Datos acerca de la imagen:¹¹²

Ubicación: Budapest, Hungría

Título: Sin título

Fecha: 22 de mayo de 2010

Información: Un hombre se suicida saltando desde un puente

Contexto:

Un hombre se suicida saltando desde la torrecilla del puente de Libertad en Budapest (Hungría), tras haberse rociado con un líquido inflamable y prendido fuego. Durante media hora anterior al momento captado, los bomberos trataban de convencer al hombre, de unos 40 años, que descendiera y desista de su intención. Se desconocen los motivos que le llevaron al suicidio. (*WPP*, 2011: 66)

Ficha técnica:

Tiempo de exposición: 1/ 80 s

ISO: 1600

F-STOP: f/ 4,5

FOCAL LENGHT: 70 mm

Cámara: Nikon D700

Óptica: Tokina 28-70 f/2.8

¹¹² *World Press Photo*, disponible en, URL: <http://www.worldpressphoto.org/photo/2011p%C3%A9terlaka-tosson-1?gallery=890&category=57> (Consultada: 2 de junio 2012)

Datos acerca del fotógrafo:¹¹³

Nombre: Peter Lakatos

Nacionalidad: Hungría

Organización: MTI

Biografía:

Peter Lakatos nació en Hungría en el año 1975; estudió ingeniería y pedagogía antes de realizarse como fotógrafo. Desde 1995 hasta 2002, ha trabajado en radio y televisión, sector de la producción, para las cadenas más prestigiosas en Hungría. Después de esta experiencia, se dedicó a fotoperiodismo *free lance*, hasta que fue contratado por la Agencia de prensa húngara (MTI). Entre sus reconocimientos se encuentran dos premios nacionales de fotografía de prensa.

Análisis en nivel III – sintético o iconológico

El protagonista único de esta imagen es un hombre de 40 años de edad, que está realizando su decisión de suicidarse, por lo que ha prendido fuego en su cuerpo y se ha arrojado desde la torre de un puente. La fotografía fue tomada en el instante de su caída.

Esta víctima suicida se arroja al vacío desde una de las torres del puente de Libertad en Budapest, Hungría, tras haberse rociado con un líquido inflamable y prendido fuego. Los bomberos, durante media hora, trataron de convencerle de que no cometa el acto.

El tema principal de la fotografía es el suicidio, donde el autor, mediante la víctima central, nos informa sobre una gran tragedia individual. El fotógrafo consigue captar el preciso momento en el que la víctima realiza su decisión de quitarse la vida. En la cima de la torre, de la que se ha arrojado, se encuentra el ornamento de

113 World Press Photo, disponible en, URL: <http://www.worldpressphoto.org/peter-lakatos> (Consultada: 2 de junio 2012)

un águila con alas extendidas – ave que encarna la libertad. Teniendo en cuenta el nombre del puente (Libertad), podemos captar el simbolismo, casi explícito, del suceso y de la imagen.

Una posible lectura de la fotografía es que la víctima suicida, al arrojarse al vacío, experimenta la emoción de volar, viviendo así la sensación de liberación en los últimos instantes de su vida. El vuelo, al igual que la libertad, caracteriza al pájaro nombrado, y se contextualizan en el nombre del puente.

El marco físico cognoscitivo de la imagen delimita el espacio exterior a un fondo negro, sobre el que podemos observar dos diferentes figuras. El fondo está compuesto por un cielo nocturno sin estrellas, y una forma indefinida que se encuentra en la parte inferior derecha de la imagen. Este último objeto, que para nosotros no es reconocible iconográficamente, es, con más probabilidad, una parte del puente Libertad. Para el lector, este objeto no es de gran importancia, ya que no adopta ningún rol en la narrativa de la instantánea.

La primera figura que resalta del fondo oscuro y se impone a nuestra atención es la de la víctima suicida, mientras que la torre del puente, de donde esta se ha arrojado, ocupa el segundo lugar en nuestra percepción.

Aunque la torre invade la mayor parte central de esta imagen, la tensión visual se centra en la figura diminuta del hombre “en vuelo”, en la parte derecha de la composición. Aunque pequeña, la figura de la víctima forma, pues, el primer plano de la instantánea. La figura temática del suicida se encuentra perfectamente nítida y enfocada, a diferencia de la torre que, aún siendo más voluminosa, queda borrosa y desenfocada.

El segundo plano de la torre ocupa la parte central de la imagen, muy desenfocado. De esta manera la víctima queda resaltada respecto a la torre y el fondo de la imagen, siendo así centro de atención de nuestra mirada.

Otro elemento que ayuda a resaltar la víctima es la existencia de una jerarquía de actantes. Los actantes principales, que construyen la narración de esta imagen, son una persona y un objeto, una figura en movimiento y otra inmóvil. En ese contexto, en la jerarquía entre los fijos y los móviles dominan los actantes vivientes, así que el suicida es el actante principal y la torre del que se ha arrojado, actante segundo.

Deduciendo, el actante dominante de esta imagen es la figura del hombre que flota en el cielo, así que la figura humana, por muy pequeña que sea, representa el centro de tensión visual de la instantánea.

Es por esto que el recorrido visual sobre esta imagen se efectúa de derecha a izquierda, la dirección contraria a la que nuestra mirada está acostumbrada, “debido a la resistencia ofrecida por nuestro hábito de leer.” (Vilches, 1987, p.22)

El espectador inicia su recorrido visual por esta imagen partiendo del hombre en llamas que está cayendo desde la torre. Nuestra mirada “sigue” el recorrido visual mediante un camino formado por la estela de llamas, marcada por la figura que está cayendo, llegando así hasta el segundo plano, que es la cima de la torre del puente.

Puesto que el centro de la visión se encuentra en la parte derecha de la imagen, al hacer el recorrido visual de derecha a izquierda, el observador percibe como si la figura en movimiento, para llegar donde está, haya tenido que vencer una mayor distancia que la real. (Vilches, 1987, p.22) Con este orden de las figuras se aporta aún más dramatismo a la caída del sujeto desde la torre. Todos los elementos visuales están organizados para destacar la figura de la víctima.

Otro elemento que ayuda a que la figura del hombre esté muy acentuada, es el juego lumínico de la fotografía. Siendo el primer actante en llamas, sobre un fondo negro, su figura queda muy contrastada, con lo que también se “destaca” del resto del contenido de la instantánea. Gracias a este contraste, nuestra atención está estimulada y atraída hacia la figura humana en movimiento. De hecho, el color

rojo del fuego que rodea al sujeto, en gran medida contribuye a su protagonismo respecto a los demás elementos de la fotografía.

Aunque la imagen no contiene muchos elementos, podemos detectar en ella cierta complejidad, ya que los elementos constituyentes – vuelo en llamas, torre, águila, cielo negro, estela de chispas – tienen entre sí una relación semántica. A pesar de lo restringido del idioma visual utilizado, la instantánea conlleva tensión y dinamismo excepcionales.

En cuanto a la noción del punto de vista, el autor ha optado por un punto de vista inferior o “contra picado”, aunque esto ha sido, según parece, su única opción.

Dadas las circunstancias, podemos deducir que el fotógrafo se encontraba debajo del puente en el momento que “disparó” la instantánea. Disponiendo de la información que los bomberos estuvieron convenciendo al hombre, durante media hora, que no cometiera el acto suicida, podemos suponer que el fotógrafo ya llevaba un tiempo debajo del puente, “esperando que algo sucediera”, ya que hacen falta ciertas preparaciones técnicas para realizar esta toma.

Volviendo a la noción del punto de vista, la perspectiva “contra picado” pone al espectador en una posición “subordinada” al sujeto. El efecto de esto es más dramatismo y tensión en la lectura de la instantánea, y más respeto hacia el sujeto, ya que este efecto nos hace sentir inferiores a él mientras observamos la imagen.

Los elementos técnicos que ha usado el autor para realizar la imagen, igual nos proporcionan algunos datos más para su lectura.

El ISO que fue usado es bastante grande, lo que nos indica que el autor dispone de pocas condiciones de luz, ya que el disparo fue realizado de noche, en el exterior.

La óptica de la que dispone es un zoom de 28mm-70mm, aunque el disparo se realizó con 70mm de teleobjetivo. Esto permite al autor comprimir la escena y aislar

el protagonista incendiado del resto de los elementos que quedan en desenfoco, centrando así la atención en lo único que importa. Asimismo, consigue acercar el sujeto que está situado muy lejos de la cámara.

Podemos concluir que todos los elementos con los que se ha servido el autor para narrar esta imagen, están ligados a la representación de la víctima y su gran tragedia.

8.2.4. Análisis empírico de la imagen IV – categoría *Spot News*

IMAGEN IV



(Imagen 54.) Sin título; categoría *Spot News*, *World Press Photo*, 2011; fotógrafo: Daniel Morel

Análisis en nivel I – descriptivo o pre-iconográfico

- Significación fáctica y expresiva:

En la imagen número cuatro se pueden distinguir tres diferentes figuras situadas sobre un fondo repleto de escombros. Las figuras pertenecen a tres personas de raza afroamericana. Parece tratarse de dos hombres y una mujer. Los hombres están captados de espaldas, razón por la que es imposible identificar su edad, sus rostros

y expresiones. Es posible que uno de ellos esté ayudándole a la mujer a salir de los escombros entre los cuales parece estar atrapada. En el otro hombre, también de espaldas, podemos observar que su cuerpo y cabeza están ensangrentados. A las tres figuras solo se les ve la parte superior de sus cuerpos, mientras que un brazo anónimo, de una cuarta persona que está fuera de la imagen, se extiende en el rincón izquierdo de arriba, hacia la cabeza de uno de los hombres captados. La mujer es el carácter central de la imagen. Su cuerpo entero está inmerso en los escombros, así que podemos ver únicamente su cara, sus hombros y brazos extendidos sobre los cascos. La figura de la mujer es nítida, a diferencia de otros dos actantes de la imagen. Su mirada está enfocada directamente al objetivo de la cámara, lo que nos permite ver su expresión facial. Su rostro parece resignado y dolido, apuntando con una mirada vacía hacia el infinito. Esta mujer, a la que podríamos dar unos 30 años de edad, representa a la víctima central de la imagen.

El fondo está compuesto por los escombros, lo que nos sugiere que los actantes fueron atrapados entre las ruinas de un edificio. No es posible, sin información adicional, intuir qué podría haber pasado para que se efectuara esta situación de caos que trasmite la imagen.

Análisis en nivel II – contextual o iconográfico

Datos acerca de la imagen:¹¹⁴

Ubicación: Puerto Príncipe, Haití

Título: Sin título

Información: Unos haitianos rescatan a una mujer atrapada bajo los escombros en Puerto Príncipe, tras el terremoto ocurrido el 12 de enero del 2010

Fecha: 12 de enero 2010

114 *World Press Photo*, disponible en, URL: <http://www.worldpressphoto.org/photo/2011danielmorelsn-2?gallery=890&category=57> (Consultada 3 de junio 2012)

Contexto:

Unos haitianos rescatan a una mujer atrapada bajo los escombros en Puerto Príncipe tras el terremoto ocurrido el 12 de enero de 2010. El seísmo de 7 grados en la escala de Richter, tuvo su epicentro a 15 kilómetros al suroeste de la capital, cerca de la ciudad de Leogane. El terremoto principal fue seguido por 50 sacudidas más. Cerca de 230.000 personas perdieron la vida y más de un millón se quedaron sin techo. Para explicar la magnitud de los daños causados por el terremoto, un responsable de la Cruz Roja afirmó que se necesitaría el equivalente a 200 camiones, durante 11 años, para retirar todos los escombros. (WPP, 2011: 51)

Ficha técnica:

Tiempo de exposición: 1/ 15 s

ISO: 400

F-STOP: f/ 4

FOCAL LENGHT: 24mm

Cámara: Canon EOS 5D

Óptica: Canon EF 24 - 105mm f/4L IS USM lens

Datos acerca del fotógrafo: ¹¹⁵

Nombre: Daniel Morel

Nacionalidad: Haití

Organización: *free lance*

Biografía:

Daniel Morel nació en Haití en 1951. El día que descubrió la fotografía fue el 12 de noviembre del 1964, en Puerto Príncipe.

El gobierno de Haití animó a la gente que observara la ejecución de dos jóvenes, Louis Nouim y Marcel Numa. Eran los últimos sobrevivientes de 13 hombres que formaban el grupo rebelde denominado “*Jeune Haiti*”. Este grupo planeaba derrocar el régimen

115 Daniel Morel, disponible en URL: <http://www.photomorel.com/bio.html> (Consultada 3 de junio 2012)

de Francois Duvalier (1907-1971), presidente y dictador de Haití durante 14 años, conocido también como Papa Doc. (Segal y Weinstien, 1992, p.63) Morel fue testigo de este evento. Al día siguiente visitó al fotógrafo que había captado el acontecimiento con su cámara, y decidió que él también se iba a dedicar a la fotografía.

Morel lleva ejerciendo de fotógrafo más de 30 años, los últimos 20 en su Haití nativo. Durante este tiempo ha documentado la cultura de su país, sus numerosos presidentes, actos políticos y manifestaciones, al igual que masacres, huracanes y catástrofes. Durante 14 años ha trabajado como fotoperiodista fijo de la agencia *The Associated Press*, y en este tiempo recibió numerosos reconocimientos. Sus fotografías han sido publicadas en *The New York Times*, *Vanity Fair*, *The Wall Street Journal*, y en muchos otros periódicos, dando así la vuelta alrededor del mundo.

Análisis en nivel III – sintético o iconológico

El protagonista principal de esta instantánea es una mujer haitiana que se encuentra atrapada entre los escombros de un edificio. El edificio fue derrumbado por el terremoto que ocurrió en enero de 2010, con el epicentro a poca distancia de la capital de Haití, Puerto Príncipe. Esta catástrofe natural ha causado más de doscientos mil víctimas mortales, otras tantas fueron heridas, mientras que un millón de personas quedaron sin techo.

El tema principal de esta instantánea es la desgracia de una mujer que está atrapada por las ruinas del edificio que se cayó como consecuencia del terremoto. Dos hombres haitianos intentan rescatarla, o eso parece, ayudándole a salir de los escombros que le tapan casi todo el cuerpo. Uno de ellos tiene la cabeza ensangrentada, por lo que podemos suponer que acaba de salir de debajo de las ruinas.

El marco físico cognoscitivo de la imagen delimita el espacio externo del acontecimiento, que son los restos de un inmueble, incluido el trozo de una inscripción con grandes letras amarillas. En su aspecto interno o englobante, está

compuesto por tres diferentes figuras que están situadas sobre un fondo repleto de cascos, polvo y escombros.

La primera figura que capta nuestra atención y cuya mirada representa el centro de tensión de la imagen, es la figura de la víctima que ocupa el plano central de la instantánea. El primer plano de la víctima resalta en la imagen, siendo más nítida en comparación con los demás elementos visuales. Otro elemento que nos hace centrar la mirada en ella es su mirada – la mujer mira directamente al objetivo, y de este modo parece que se está fijando en nuestros ojos, con lo que atrae la mirada del lector. Su color de piel es oscuro, a diferencia del fondo de color gris y blanco. El contraste aumenta el magnetismo de su cara y estimula la atención del lector.

Las otras dos figuras que percibimos sobre el fondo son las figuras de dos hombres que intentan rescatar la mujer, y se sitúan en la parte izquierda de la imagen. Ellos dos forman el segundo plano de la instantánea. Al encontrarse desenfocados no distraen la mirada del espectador del centro de tensión de la imagen, que es la mujer atrapada entre los escombros.

Según la ley de agrupamiento que interfiere en la *relación interespacial entre los objetos* (Vilches, 1987, p.25), percibimos estas figuras temáticas como un grupo. Los tres sujetos sintonizan y se atraen por estar tan cerca entre sí.

El fondo que compone la fotografía es de color gris y blanco, y está repleto de polvo y escombros. No solo por su color grisáceo que percibimos como neutro, sino porque se trata de un encuadre cerrado, el fondo no aleja el espectador del centro de visión de la instantánea, o sea de la figura de mujer atrapada. Gracias a la composición e iluminación de cascos que rellenan el fondo, se obtiene una sensación de dimensión, espacio, profundidad de campo y volumen.

Observando la noción del punto de vista, en este caso el autor ha optado por un punto de vista superior o “picado”. De esta manera podemos deducir que se

encontraba en un lugar más alto pero cercano al sitio en el que se encuentra la mujer. La víctima mira fijamente hacia arriba, al objetivo del fotógrafo, y su mirada fija parece suplicarle que no agrande su desgracia.

El efecto que el autor consigue mediante este código espacial, es ponernos en una situación "superior" respecto a la víctima, y de esta manera añade dramatismo a la escena, que de por sí es tensa.

Los elementos técnicos de los que se ha servido igual nos proporcionan algunos datos más para la lectura de la imagen.

La distancia focal que fue utilizada para captar esta toma es de 24mm, cosa que al autor le permite abarcar el máximo de los elementos que componen la escena de este espacio reducido.

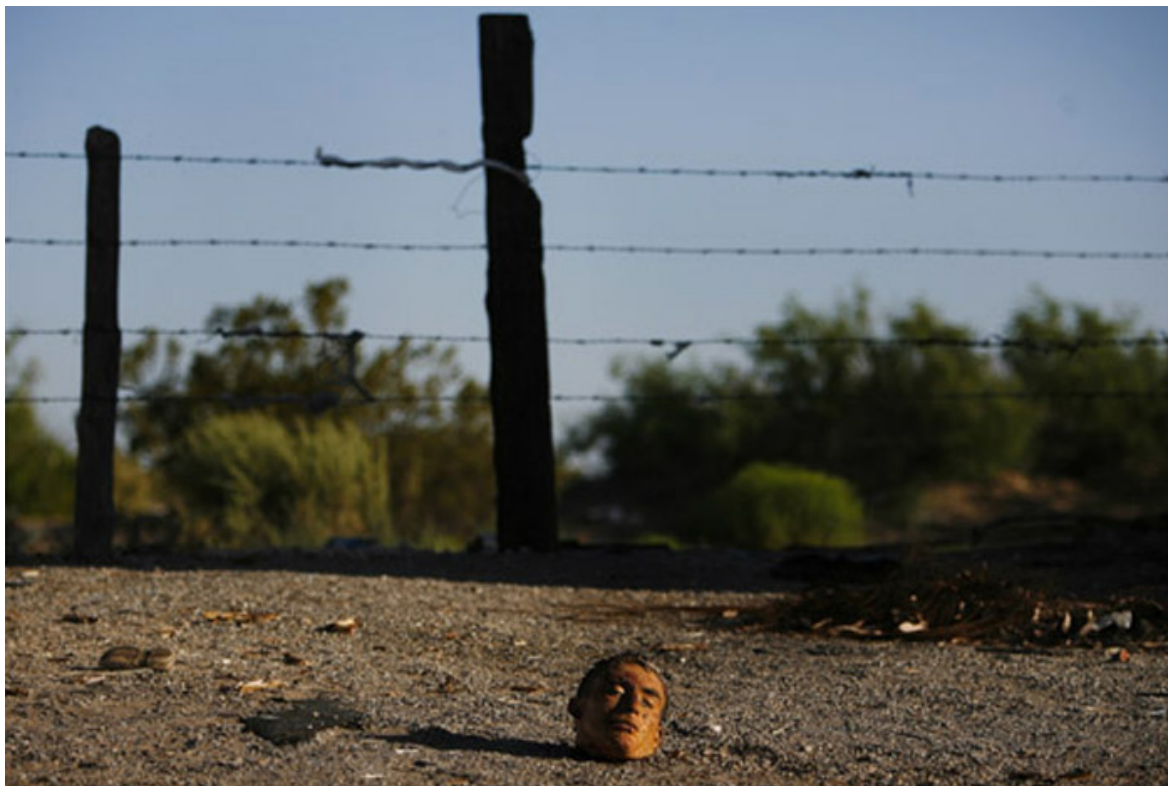
La imagen aparece ligeramente desenfocada. El autor pretendía dar todo el enfoque posible a la cara de la mujer, pero debido al momento ajetreado en el que fue captada y también a la urgencia del rescate, el foco aparece en algunos de los cascos y en una cuerda que podemos ver en la parte derecha de la imagen.

El tiempo de exposición es de 1/15 s. Esta velocidad es lo que hace que la imagen salga ligeramente desenfocada, lo que contribuye a una sensación de movimiento y caos añadido.

Podemos concluir que el autor ha intentado utilizar todas las "herramientas" posibles para resaltar la víctima central del fondo que la rodea, y así narrar su gran drama.

8.2.5. Análisis empírico de la imagen V – categoría *General News*

IMAGEN V



(Imagen 55.) Sin título; categoría *General News*, *World Press Photo*, 2011; fotógrafo: Javier Manzano

Análisis en nivel I – descriptivo o pre-iconográfico

- Significación fáctica y expresiva:

En la imagen número cinco el fondo ocupa casi la totalidad de su espacio físico, un fondo dividido en dos. Una parte, la inferior, representa el suelo cubierto con arena, y la otra está compuesta de una valla hecha de alambre de espino, detrás de la cual se pueden observar algunos arbustos y el cielo. Parece que la foto fue tomada en el campo, al lado de una carretera.

Sobre el suelo cubierto de arena podemos ver objetos de basura. En la parte izquierda se encuentra un zapato tirado, mientras que en la parte derecha se puede ver un montoncito oscuro de hojas de palmera. El resto de las cosas allí tiradas son pequeñas e indefinidas, pueden ser colillas y papelitos.

Lo que resalta de este paisaje plano y abandonado es la cabeza de un hombre, que se encuentra en el suelo de arena. Esta cabeza está situada en la parte central del suelo visible. Su posición en este entorno no solo es chocante sino ambigua: en un primer instante da la impresión que el cuerpo está enterrado en posición vertical, hasta el cuello, y en el otro, que la cabeza está tirada allí, formando parte de la basura que la rodea.

Análisis en nivel II – contextual o iconográfico

Datos acerca de la imagen:¹¹⁶

Ubicación: Ciudad Juárez, México

Título: Sin título

Información: La cabeza de un hombre al que le fue tendida una emboscada mientras circulaba en un vehículo con su familia, quedó tirada al lado de la carretera en las afueras de Ciudad Juárez, al norte de México.

Fecha: 02 de junio de 2010

Contexto:

La cabeza de un hombre al que le fue tendida una emboscada mientras circulaba en un vehículo con su familia quedó tirada al lado de la carretera en las afueras de Ciudad Juárez, al norte de México. Esta ciudad en la frontera con los Estados Unidos es un cruce de rutas del narcotráfico y campo de batalla de una guerra que azota la región, lo que deja miles de víctimas cada año. Durante el ataque la esposa del hombre resultó herida de gravedad por un arma de fuego, a él lo sacaron del vehículo a la fuerza y a sus hijos de tres y cuatro años de edad los dejaron abandonados en la carretera. La policía encontró el cuerpo decapitado de la víctima a 20 kilómetros de distancia. (*WPP*, 2011, p.39)

116 *World Press Photo*, disponible en, URL: <http://www.worldpressphoto.org/photo/2011javiermanzanogn-3?gallery=890&category=53> (Consultada: 3 de junio 2012)

Ficha técnica:

Tiempo de exposición: 1/ 3200 s

ISO: 100

F-STOP: f/ 2.8

FOCAL LENGHT: 100 mm

Cámara: Canon EOS 1D Mark II N

Óptica: Canon EF 50 mm f/1.8 II lens

Datos acerca del fotógrafo: ¹¹⁷ ¹¹⁸

Nombre: Javier Manzano

Nacionalidad: USA

Organización: *Free lance*

Biografía:

Javier Manzano es un fotoperiodista y documentalista (*filmmaker*) con base en los Estados Unidos. Habiendo nacido en México, Manzano se mudó con su familia a USA a los 18 años. Dadas sus orígenes, su trabajo en gran medida ha sido enfocado a los diversos problemas fronterizos que unen y desunen los dos países.

Análisis en nivel III – sintético o iconológico

El protagonista principal de esta imagen es un hombre a quien le fue tendida una emboscada mientras circulaba en un vehículo con su familia, y su cabeza quedó tirada al lado de la carretera.

Este suceso tuvo lugar en la ciudad Juárez, en el norte de México. La ciudad se encuentra en la frontera con los Estados Unidos y es conocida como un cruce de rutas de narcotráfico y campo de batalla de guerras que causan miles de víctimas cada año.

117 Javier Manzano, disponible en, URL: <http://www.javiermanzano.com/> (Consultada: 3 de junio 2012)

118 *World Press Photo*, disponible en, URL: <http://www.worldpressphoto.org/javier-manzano> (Consultada: 3 de junio 2012)

El tema principal de la imagen es la guerra actual entre los narcotraficantes en el norte de México, y, en concreto, el trágico fin de este sujeto desdichado, del que no sabemos por qué fue asesinado. Sin embargo, es obvio que esta ha sido una ejecución ejemplar, que tuvo que servir de aviso a los demás. La cabeza del hombre está arrojada al lado de la carretera, en un suelo cubierto de arena y se encuentra en la parte central inferior de la instantánea. El suelo con los restos de basura, esparcidos alrededor de la figura central, proporciona a la imagen cierto simbolismo – una posible lectura es que la cabeza está tirada allí como una pieza de basura más. El alambre de espino que se extiende por todo lo largo de la imagen también contiene simbolismo – tierra dividida, falta de libertad. Por último, entre las largas sombras que hace un sol caído en lado derecho del fotógrafo, la sombra de la cabeza está muy alargada, en forma de brazo con u dedo apuntando hacia el zapato.

El marco físico cognoscitivo de la imagen está delimitado a un fondo que forma parte de un descampado al lado de la carretera y la figura de la cabeza de un hombre que resalta del fondo en la parte inferior central de la instantánea.

El fondo de la imagen está dividido mediante las líneas imaginarias de “verticalidad” y “horizontalidad”.

Una línea horizontal está marcada por la distinción entre el suelo y el cielo. En cuanto a los colores, ellos también dividen el fondo con varias líneas horizontales: cielo azul, arbustos verdes por debajo, luego la arena con otra línea por dentro, de una sombra alargada. La valla que va a lo largo de la imagen proporciona cuatro líneas más, de cuatro cuerdas alámbricas. Por otra parte, el poste de la valla central que compone el fondo, forma la imaginaria línea vertical que divide la imagen por la mitad. Otro poste a mano izquierda, más bajo y menos nítido, sirve para romper la simetría casi perfecta de las líneas imaginarias.

La primera parte por la que está compuesto el fondo es el suelo cubierto de arena sobre el que se encuentra la figura central. El suelo ocupa $1/3$ del fondo de la imagen, es de color gris y está perfectamente nítido y enfocado.

En el suelo se pueden ver, además de la cabeza del hombre, elementos de basura, de los que mejor se distinguen una zapatilla en la parte izquierda y un “bulto” de hojas de palmera en la parte derecha de la instantánea. Estos dos elementos, junto con la figura de la cabeza, están organizados de forma triangular sobre esta parte del fondo, formando una composición que aporta mayor profundidad de campo a la fotografía.

La segunda parte de la que está compuesto el fondo ocupa sus $2/3$. Se trata de un fondo bastante neutro, compuesto por una valla, detrás de la cual se pueden percibir unos arbustos y cielo límpido. Esta parte del fondo está bastante desenfocado y no distrae nuestra mirada del centro de tensión de la imagen, o sea, de la cabeza de la víctima.

La figura temática central, la cabeza de un hombre, la percibimos en el primer plano de la fotografía. La figura se encuentra en la parte inferior de la fotografía, siguiendo la línea vertical que forma uno de los palos de la valla, partiendo la imagen por la mitad.

La víctima se presenta nítida y enfocada, y compone el centro de tensión de la imagen, resaltando así de la parte superior del fondo que se encuentra en desenfoque.

Sin embargo, la víctima queda resaltada no solo por la composición y el enfoque, sino por su función narrativa. Es el único actante en la imagen, que de por sí llama la atención, para luego cobrar el dramatismo con el impacto que produce el ver una cabeza cortada.

En cuanto a la noción del punto de vista del autor, en esta imagen el fotógrafo ha optado por un punto de vista frontal. De esta manera obtenemos la información

sobre el lugar en que se encontraba el autor en el momento de realizar la toma. Podemos deducir que se encontraba muy cerca de la víctima fotografiada.

Los elementos técnicos que se utilizaron en la captación de esta imagen, también han contribuido a resaltar el sujeto principal del fondo. El ISO 100 es bastante pequeño, ya que la imagen fue captada en el exterior, con las óptimas condiciones de luz. Además, el autor ha optado por el uso de color.

Podemos concluir que en este caso concreto el centro de tensión, o sea, la figura de la víctima, queda claramente resaltada del fondo que la rodea, más que nada por su función narrativa y el gran impacto que causa la imagen de una cabeza cortada y tirada en el suelo.

8.2.6. Análisis empírico de la imagen VI – categoría *General News*

IMAGEN VI



(Imagen 56.) Sin título; categoría *General News*, *World Press Photo*, 2011; fotógrafo: Olivier Laban-Mattei

Análisis en nivel I – descriptivo o pre-iconográfico

- Significación fáctica y expresiva:

La imagen número 6 está compuesta por un fondo que está repleto de cadáveres, y dos figuras centrales que nuestra mirada percibe como protagonistas. El fondo está dividido en dos partes. La primera parte del fondo está compuesta por un suelo repleto de cadáveres que en su mayoría parecen ser de niños. La segunda parte del fondo está compuesta por muros y puertas que parecen pertenecer al espacio de un edificio – un patio al aire libre.

Las dos figuras centrales son la de un hombre adulto vestido de blanco, y la del cadáver de un niño que está volando en el aire, en la parte derecha de la fotografía. Parece que el hombre acaba de arrojar el cadáver de otro niño más, un cuerpo que en el instante de la toma todavía se encontraba en el aire, con brazos y piernas extendidos por las leyes físicas.

Por lo visto, el hombre está realizando su trabajo, cosa que podemos intuir por el uniforme blanco que lleva puesto. Sin información adicional no se puede adivinar cuál sería este trabajo. Mediante la expresión de su cara, parece que está realizando su labor automáticamente.

Análisis en nivel II – contextual o iconográfico

Datos acerca de la imagen:¹¹⁹

Ubicación: Puerto Príncipe, Haití

Título: Terremoto en Haití

Información: Un hombre tira el cadáver de un niño en el depósito de cadáveres de un hospital en Puerto Príncipe.

Fecha: 15 de enero de 2010

¹¹⁹ *World Press Photo*, disponible en, URL: <http://www.worldpressphoto.org/photo/2011olivierlaban-matteigns1-bl?gallery=890&category=53> (Consultada: 4 de junio 2012)

Contexto:

Un hombre tira el cadáver de un niño en el depósito de cadáveres de un hospital en Puerto Príncipe. Tras el terremoto que sacudió Haití en enero de 2010, miles de ciudadanos huyeron de Puerto Príncipe afirmando estar hartos de tener que dormir en la calle, con miedo a ser atracados por bandas y saqueadores, o temerosos de que las nuevas sacudidas pudieran derribar los edificios que seguían en pie. Mientras la ayuda llegaba con dificultad a las víctimas del terremoto, saquear se convirtió, sobre todo en la capital, en una estrategia de supervivencia. (WPP, 2011, p.48)

Ficha técnica:

Tiempo de exposición: 1/ 400 s

ISO: 200

F-STOP: f/ 8

FOCAL LENGHT: 35 mm

Cámara: Nikon D700

Óptica: SIN INFORMACIÓN

Datos acerca del fotógrafo: ¹²⁰

Nombre: Olivier Laban-Mattei

Nacionalidad: Francia

Organización: Agencia *France-Presse*

Biografía:

Olivier Laban-Mattei es un fotógrafo francés que nació en el año 1977 y creció en París. En esa misma ciudad se formó estudiando geografía y sociología. Su interés por la fotografía han provocado las imágenes de la guerra en Vietnam, y en el arte de fotografiar ha sido autodidacta. En el año 1999, empezó a trabajar en Córcega, isla natal de su madre, como fotógrafo de prensa para una agencia de prensa local. Poco después, en el año 2000, empieza a trabajar para la *Agence France-Presse*,

¹²⁰ Olivier Laban Mattei, disponible en, URL: <http://labanmattei.photoshelter.com/about/>
(Consultada: 5 de junio 2012)

primero como corresponsal en Córcega, luego como fotoperiodista con base en París, donde se trasladó en 2005.

Laban-Mattei pasa su tiempo entre París y países afectados por las guerras o catástrofes naturales, como Iraq, Franja de Gaza, Georgia, Burma, Haití. Revisando su página web hemos podido observar que el foco de su atención en los últimos dos años han sido los acontecimientos en Haití. También se puede notar que su estilo está marcado por imágenes bastante explícitas y duras, de una realidad de la que es testigo, acompañado por su cámara.

Análisis en nivel III – sintético o iconológico

Los protagonistas principales de la imagen son un hombre vestido en un mono blanco y el cadáver de un niño que está arrojado por el primer sujeto en un depósito de cadáveres, situado en un hospital de la capital de Haití, Puerto Príncipe.

En la catástrofe natural ocurrida en Haití en enero de 2010, han perecido cientos de miles de personas, y más de un millón de ellas se vieron perjudicadas quedándose sin casa, comida y productos básicos de supervivencia.

El tema principal de la imagen es el destino de estos niños desdichados, cuyos cuerpos inertes se encuentran amontonados en un almacén de cadáveres al aire libre. Un hombre, vestido de mono blanco, arroja un cuerpo infantil sobre el montón de cadáveres que se encuentran tirados en el suelo del patio que sirve de depósito. El fotógrafo consigue “congelar” el preciso instante en el que el cuerpo fue tirado, antes de aterrizar. Por falta de recursos que proporcionarían unos entierros dignos de seres humanos, estos niños sin vida acaban amontonados en el suelo del almacén, igual que unos trozos de basura.

El marco físico cognoscitivo de la imagen delimita el espacio externo a este patio-almacén de cadáveres de un hospital en el Puerto Príncipe. En su aspecto interno, o englobado, está compuesto por un fondo hecho de las paredes que encierran el

almacén y el suelo repleto de cadáveres, y por dos figuras que resaltan del fondo – un hombre y un cuerpo infantil “en vuelo”.

La relación entre figura y fondo en este caso es algo difícil de discernir, ya que en el suelo existe una acumulación de figuras de cadáveres de niños. La fotografía introduce una ambigüedad entre figura y fondo, dado que es tan importante visualmente y significativamente el niño “volando”, como los cuerpos arrojados en tierra. En este sentido se pone en contradicción con la teoría de Gestalt, según la cual, al leer una imagen distinguimos la figura y el fondo, pero los captamos como el objeto de la figura, que se percibe sobre un fondo que actúa sobre el primero como un contexto espacial. Esta teoría sostiene que la figura tiene forma, mientras que el fondo es indefinido, y los dos se transforman en el acto de la percepción, lo que en la fotografía que nos interesa no es el caso.

Aún así, podríamos decir que estas figuras humanas también forman parte del fondo, puesto que las percibimos de forma “semejante” y ocupan la parte inferior de la imagen, por debajo de la “acción”. Aunque se encuentran más cerca del espectador, ocupan un segundo plano.

Siguiendo en este contexto analítico, el fondo queda dividido en dos diferentes unidades de percepción. La primera parte del fondo es la que está en la parte inferior de la imagen, que sería al suelo del almacén, y ocupa 1/3 de la instantánea. Los cadáveres acumulados en esta parte del fondo de la imagen se hallan unificados por los colores y la iluminación, y son percibidos estableciendo “semejanzas”, ya que ninguno de ellos destaca ni distrae la vista. Sin embargo, gracias a su distribución por el suelo hacia la segunda parte que compone el fondo, y gracias a su contraste lumínico, proporcionan una mayor profundidad de campo, o sea, una textura tridimensional. Todos ellos forman el segundo plano de la imagen aunque se presentan perfectamente nítidos.

La segunda parte que constituye el fondo, pertenece a la superficie de los muros y puertas metálicas, y un oscuro espacio que está detrás de la puerta que conduce al patio-depósito. Esta segunda parte del fondo ocupa 2/3 de la imagen.

Una imaginaria línea vertical parte el espacio entre el muro y la puerta, dividiendo de esta manera la imagen por la mitad. Observando la imagen así dividida por la línea vertical, en la parte izquierda de la instantánea se ve la figura de un hombre, vestido de blanco, que está captado en el preciso instante en el que arroja el cadáver del niño al suelo repleto de cuerpos sin vida. Además, esta figura resulta destacada por la fuerte iluminación que el sol está dando a su cara, y por el color de su mono blanco que contrasta con el oscuro de la parte del fondo que se encuentra detrás suya. Otro elemento que contribuye a resaltar este sujeto de los demás elementos visuales que componen la imagen, son sus grandes dimensiones en comparación con las demás figuras humanas.

La segunda figura que percibimos sobre el fondo de esta imagen se encuentra a la derecha de la mencionada línea vertical imaginaria. Es la del cadáver de un niño que se encuentra en el aire, en el momento cuando el hombre acaba de arrojarlo. Por su posición elevada y situación de vuelo, este cuerpo infantil queda destacado respecto a los demás niños que se encuentran en el suelo.

Un elemento cromático también ayuda a que las dos figuras centrales capten la atención del espectador al instante. En una abundancia de colores neutros del fondo, hay tres “pinceladas” de azul: el azul del cielo límpido que ocupa el rincón superior derecho; el azul pálido de un muro desconchado que ocupa el rincón superior izquierdo; el azul intenso de una prenda tirada sobre un cadáver en el suelo, que está justo en el centro del margen inferior de la imagen. Estos tres azules forman un triángulo imaginario que encuadra y también resalta la escena central y sus dos actantes.

Si se observan en su conjunto, las dos figuras principales ocupan la parte central de la imagen, construyendo su primer plano. La relación entre las dos figuras viene condicionada por diferentes valores simbólicos y perceptivos.

Ya fue indicado anteriormente que la visión tiende a captar los objetos de la derecha como si tuvieran mayor peso que los de otro lado. En este sentido, la figura del niño, que se encuentra en la parte derecha de la imagen, la percibimos con un mayor peso emocional. Por consiguiente, la figura del hombre la percibimos como adversaria a la primera.

El valor simbólico de la relación entre estas dos figuras se refleja en el *enfrentamiento de los elementos antagónicos del adulto e infantil, pequeño y grande, débil y fuerte, en el sentido de representar el bien y el mal*. (Vilches, 1987, p.30) En este contexto percibimos la figura del hombre como representante del mal, a diferencia de la inocencia de la figura del niño desdichado, víctima de una gran tragedia. El lector se identifica con este sujeto.

El recorrido visual en esta instantánea se inicia en la figura del hombre, situada en la parte izquierda. Esta dirección está ligada a nuestros hábitos de leer, de izquierda a derecha, pero otros elementos también influyen a que primero le miremos a él: la iluminación de su rostro, el color blanco de su uniforme, el contraste entre su vestidura blanca y el negro de su cara...

Nuestro recorrido visual, o sea nuestra mirada, se desplaza hacia la derecha, hacia la figura del niño, siguiendo la línea imaginaria que une las dos figuras. Esta línea virtual marca el camino que junta a las dos figuras y le aporta dinamismo a la imagen.

Ahora, desde la figura del niño la mirada se desplaza hacia la parte izquierda inferior del "marco" de la fotografía, donde comienza el suelo cubierto de cadáveres. Siguiendo nuestras costumbres de leer, la vista recoge el segundo plano de todos los cadáveres que se encuentran sobre el suelo, perdiéndose y terminando el

recorrido visual en la parte derecha de la instantánea.

Con este pequeño análisis del recorrido visual, podemos detectar la intencionalidad del fotógrafo: ha “señalado” estas dos figuras como centro de tensión, resaltándolas de los demás elementos visuales que componen la imagen y narrando la relación entre ellas, acorde con su intención.

Se trata de una imagen bastante compleja, llena de dinamismo y tensión, así que el autor no necesita desenfocar ninguno de los elementos visuales que componen la imagen para así resaltar otro.

Observando la noción del punto de vista del autor, este ha optado por un punto de vista contrapicado frontal, ya que su objetivo se encuentra un poco inclinado hacia arriba en el momento de ejecutar la toma.

El efecto que consigue es transmitir las características propias de las tomas frontales, o sea, presentar la realidad como más objetiva y realista, pero al mismo tiempo, mediante esta mínima inclinación de la cámara, consigue situarnos en posición inferior respecto a la figura del hombre, con lo que le aumenta aún más.

Los datos técnicos nos indican que en este caso fue utilizado un objetivo gran angular, distancia focal de 35mm, lo que al autor le permite dar una sensación de acercamiento. En otras palabras, el lector de la imagen tiene la sensación de estar “más metido” en la escena.

Asimismo, este objetivo tiene una gran profundidad de campo y es idóneo para abarcar la mayor parte del conjunto de la escena. Esta propiedad le hace bueno para trabajar en espacios limitados como este, que parece estar repleto de cuerpos, lo que reduce la movilidad del fotógrafo.

Por la sombra del hombre vestido en blanco, y la luz reflejada en los cadáveres, podemos deducir que la instantánea fue tomada a mediodía, cuando la luz ofrece

el mayor nivel de contraste: por ser más blanca, esta luz ofrece una visión más cercana a la “realidad” de los colores.

La velocidad de obturación ha sido de 1/400s, una velocidad lo suficientemente rápida para poder congelar al niño que está suspendido en el aire, en un primer plano.

Podemos concluir que tanto los elementos técnicos, como visuales que componen la imagen, han sido utilizados para resaltar a la víctima y así narrar esta gran tragedia.

8.3. Construcción del estereotipo de la víctima en el caso WPP 2011. Elementos comunes detectados mediante el análisis iconológico.

Después de analizar detalladamente seis imágenes ganadoras de premios del *World Press Photo* 2011, que fueron elegidas como muestra específica en la presente investigación y recogidas de las diferentes categorías denominadas como *People in the News*, *Spot News* y *General News*, hemos podido detectar algunos elementos comunes que les unen, tanto en el plan denotativo como el connotativo.

En primer lugar, todas las imágenes representan, en su contenido principal, la tragedia de una víctima central. Además, en todas ellas, los elementos visuales, compositivos y técnicos que se utilizaron para narrar los acontecimientos, tienen como su eje la representación de la víctima central situada en un espacio exterior. También, los autores se encontraban muy cerca de las víctimas en el momento de captar las imágenes, excepto en una, donde el autor se encontraba alejado y efectuó la toma mediante un zoom. Por consiguiente, todas las instantáneas sitúan la figura de la víctima en un primer plano, acentuándola y resaltándola de todos los demás elementos visuales que componen las fotografías. En otras palabras, en cada una de las seis imágenes existe un actante central, que es la víctima mostrada en un primer plano: una persona o un cuerpo sin vida, como sujetos de alguna desgracia o ejemplos de tragedia generalizada del lugar.

En la imagen número uno, titulada *“Kashmir Intifada”*, la víctima central es el joven fallecido, Feroz Ahmad Malik. Se encuentra en el primer plano de la instantánea, y todos los elementos constituyentes de la imagen están empleados para resaltar la víctima del mar de personas que la rodean, para así representar su gran tragedia.

Esto no cambia en la imagen número dos, con el título *“Pakistan floods”*. Esta imagen también tiene una víctima central como elemento constituyente principal: una niña pakistaní cuya cara cubierta de insectos ocupa el primer plano y representa el centro de tensión de la instantánea.

El mismo patrón está utilizado en la imagen número tres. En este caso, el autor nos muestra la tragedia de un hombre suicida, víctima central de la imagen, que se encuentra en primer plano. Aquí también, el primer plano de la víctima queda acentuado en relación con su contexto. Todos los elementos constituyentes de la imagen están empleados para resaltar este actante de los demás, con el fin de que formara el centro de tensión de la fotografía y protagonizara la narración de la tragedia.

En este sentido, la imagen número cuatro tampoco se diferencia de las demás. Tiene como centro de interés a una mujer, víctima central que está resaltada en primer plano, en el momento de su gran drama – se ha quedado atrapada entre los escombros de un edificio, tras el terremoto que dio lugar en Haití, en enero del 2010.

Igualmente, la imagen número cinco sigue la tendencia marcada. La cabeza de un hombre mexicano que sería la víctima central, se encuentra destacada en un primer plano de la imagen. A pesar de la simplicidad del contexto que rodea a esta cabeza sin cuerpo, la imagen impacta, o sea, un autor más nos narra una tragedia.

Para finalizar esta enumeración, observemos la imagen número seis, cuyo caso es algo diferente, ya que además de la víctima central existe una abundancia de cadáveres que se encuentran repartidos por el fondo de la instantánea. Esta imagen narra sobre un depósito de cadáveres de niños, en un hospital en Haití. Al

igual que en el resto de las imágenes, todos los elementos que la constituyen están aplicados con el fin de resaltar y acentuar la víctima central, que es el cadáver de un niño concreto, que en el momento de la toma se encuentra en el aire, arrojado por un empleado del hospital.

La revisión que acabamos de efectuar, nos lleva a concluir que en cada una de las seis imágenes existe un actante central, sacado en un primer plano, y que cada uno de ellos tiene el rol de víctima – víctima de alguna desgracia que implica una tragedia personal o colectiva, o ambas a la vez.

Por consiguiente, todas las imágenes son tensas, dramáticas e impactantes. Los autores consiguieron este efecto, no solo gracias a los elementos visuales, compositivos y técnicos, empleados para representar las víctimas, sino también por la elección de sus temas. Los temas son diversos, pero hay un hilo rojo que les une a todos – la desgracia y la miseria humanas.

Por otro lado, si prestamos atención a las biografías de los autores, se puede concluir que también en ellas existe un hilo rojo, un denominador común. Todos los fotoperiodistas nombrados tienen una trayectoria laboral marcada por este tipo de imágenes: “realistas documentales”, “objetivas” en presentar la “cruda realidad”. En otras palabras, ellos ya están “endurecidos”, por haber sido informadores y testigos de muchas muertes, desgracias, guerras...

A estas alturas de nuestro análisis y como indicación hacia dónde va, hemos de mencionar que en el próximo epígrafe, denominado “Conclusiones del estudio de caso”, nos ocuparemos de algunas características más de las imágenes tratadas, que también tienen que ver con su función propagandística. De esta manera se intentarán dar las respuestas a las preguntas centrales de la presente investigación.

8.4. Conclusiones del estudio de caso

En el sexto capítulo de la presente investigación, denominado “Hacia una ética fotoperiodística profesional”, se ha realizado una reflexión sobre la relación existente entre los códigos de la deontología y ética de la profesión fotoperiodística por un lado, y la conducta de los fotoperiodistas en situaciones límites por el otro.

Entre otros asuntos tratados, se revisaron los códigos éticos de las grandes asociaciones de periodistas, como por ejemplo, la *Federación Internacional de periodistas* y su *Declaración de Principios sobre la Conducta de los Periodistas* o la *National Press Photographers Association*, así como el código deontológico del propio concurso *World Press Photo*. Luego se aportaron reflexiones teóricas sobre este tema, de renombrados autores que se ocupan en la materia.

Observando el conjunto de las seis imágenes analizadas, ya hemos deducido que existen algunos elementos comunes entre todas ellas.

La primera imagen analizada, la del fotógrafo Altaf Qadri titulada “*Kashmir Intifada*”, trata de los enfrentamientos entre la población musulmana y las fuerzas armadas indias, en la zona de Cachemira administrada por India. La víctima central está representada en el momento de su entierro. Puesto que se trata de un sujeto fallecido, el autor no pudo contar con ningún tipo de consentimiento para realizar la toma.

A estas alturas nos parece indicado mencionar uno de los códigos éticos que ofrece a sus miembros una de las más grandes agencias periodísticas, la *National Press Photographers Association*. En concreto, la pauta número 4, que indica:

*“Tratar a todos sus sujetos con respeto y dignidad. Dar consideración especial a los sujetos vulnerables y tener compasión de las víctimas de crímenes o tragedias. Entrometerse en momentos privados de luto solamente cuando el público tiene una necesidad justificable para ser testigo.”*¹²¹

121 Para más información, véase capítulo VI de la presente investigación.

En este contexto, se impone la pregunta si el público en realidad tiene una necesidad justificable para ser testigo del polémico entierro.

Por eso nos parece importante mencionar los elementos constituyentes de la imagen que no se ven pero que están implícitos y forman parte de la intención, si no del fotógrafo entonces del medio que lo reproduce. Nos referimos al mensaje, o la propaganda, más allá del contenido trágico, o sea, a la lectura “entre líneas”. En los rostros y los movimientos congelados de los que rodean la víctima, más que dolor se lee la indignación. Todos son unos jóvenes fuertes: en la primera línea alrededor de la cama todo hombres, mientras que las mujeres, cinco en total y también jóvenes, están en la segunda línea, menos activas pero con caras más nítidas. La fotografía transmite la zozobra de las mujeres, pero a la vez la fuerza de la indignación de los hombres, que en un próximo instante, ya fuera del ojo del objetivo, pueden reaccionar con violencia. La fotografía pues, en su función propagandística, justifica la posible violencia futura. El público en general, que está poco informado sobre las causas de los enfrentamientos en esta parte del mundo, a base de esta fotografía ya habrá tomado la postura. Sea buena o mala, la propaganda se lleva a cabo con más facilidad si se apela a las emociones del espectador y se ofrece a la opinión pública lo impactante – elementos que esta fotografía concreta desde luego contiene.

La segunda imagen que hemos analizado, realizada por el autor Daniel Berehulak y titulada “*Pakistan floods*”, al igual que la anterior contiene una víctima central cuya desgracia es narrada mediante el punto de vista intencional del fotoperiodista. La víctima que se encuentra en primer plano de la imagen es una niña cuya cara está repleta de insectos en el momento de ser fotografiada. En este caso tampoco se puede hablar precisamente de una “representación digna”.

Volviendo de nuevo a las posturas éticas que defendimos en los capítulos anteriores de nuestra investigación, y al revisar la bibliografía, en este caso las reflexiones del

autor Paul Lester (Lester, 1991), llegamos a la conclusión que algunas posibles correcciones se podrían añadir a los códigos deontológicos ofrecidos por la *NPPA*.

Uno de ellos sería:

“Ningún fotoperiodista va a violar intencionalmente la privacidad de un sujeto para beneficios financieros o ganancia de premios”¹²²

En este contexto, Berehulak sí que violó la privacidad del sujeto captando la imagen, con la que ganó un premio, ni más ni menos que un premio de *World Press Photo*.

Volvamos una vez más a la imagen en cuestión, para ocuparnos del mensaje que transmite y de las cuestiones implícitas a ella. Pues, el único mensaje de esta toma impactante es la llamada a la solidaridad – un mensaje políticamente correcto. Sin embargo, la imagen provoca en el observador, de manera casi automática, ciertas preguntas éticas. Si la niña está durmiendo ¿porqué las personas, que se vislumbran detrás, no le quitan los insectos de la cara? ¿Por qué no lo hace el fotógrafo tan pronto ver el “ataque”? – sería un acto instintivo de persona adulta, antes de cualquier “cálculo” profesional. Si el cuerpo infantil fotografiado es cadáver – la posibilidad que se nos impone por la gran cantidad de moscas en la boca, ligeramente abierta – ¿no es un acto de voyerismo morboso fotografiarlo tan de cerca? ¿No hubiera sido más humano tapar la cara repleta de moscas, en lugar de fotografiarla? ¿Habrá prevalecido la “estética” sobre la ética, el afán de documentar sobre el afán de preservar la dignidad humana? La compasión que esta imagen provoca es una mezcla de ternura y asco profundo – ¿no es esto un *main stream* de la cultura visual occidental?, por no decir una moda de nuestros tiempos.

La tercera imagen, realizada por el autor Peter Lakatos, al igual que la primera y la segunda, nos muestra una víctima central que se encuentra en primer plano de la instantánea. El contenido de la imagen es el acto suicida de un hombre, que al prenderse fuego se arroja desde una de la torres del puente Libertad en Budapest,

122 Ibid.

Hungría. Lakatos nos “cuenta” esta desgracia desde su punto de vista, con cierta intencionalidad.

Recordemos que el fotógrafo se hallaba situado debajo del puente durante media hora, esperando a que el trágico acontecimiento ocurriera. En este contexto, tampoco se puede hablar de “dignidad” y “ética” en la representación de la muerte del protagonista en la fotografía.

Volviendo otra vez al posicionamiento ético que defendemos en nuestra investigación, a primera vista podríamos decir que el autor, lo mismo que el autor de la primera imagen, no se guió por los códigos éticos universales que adoptan las agencias, en el sentido de *“tener compasión de las víctimas de crímenes o tragedias. Entrometerse en momentos privados de luto solamente cuando el público tiene una necesidad justificable para ser testigo”*. (NPPA) A primera vista, el carácter informativo de esta imagen no contribuye a ningún asunto con carácter de valor para la opinión pública. Incluso se podría decir que el contenido de la imagen tiene un tanto de sensacionalismo.

Pero si observamos la intencionalidad del fotógrafo y el mensaje leído “entre líneas”, llegamos a otra conclusión distinta. Intentemos ver qué se puede leer “entre líneas” de esta instantánea. El mérito del fotógrafo se puede resumir en estar en el lugar apropiado y utilizar su cámara con arte y soltura, pero el “co-autor” de la imagen ha sido el sujeto fotografiado. Puesto que el actante ha sido a la vez “director artístico de la situación”, la fotografía obtenida nos invita a pensar en sus motivos de proporcionarla. En primer lugar, el hombre no ha dejado la nota explicatoria de su acto suicida. Sin embargo, ha previsto que este sea espectacular – eligiendo no solo un sitio público de primera categoría, sino lleno de iconos simbólicos para la sociedad, y equipándose con el material inflamatorio, el suicida ha preparado “el espectáculo” meticulosamente. Esto indica que sus motivos no han sido de índole íntima, sino más bien una llamada de atención a la opinión pública. Una protesta,

sin la explicación contra qué se protesta, nos lleva a pensar que debe tratarse de algo obvio y generalizado. El acto sucede en 2010, el año de la crisis económica agudizada, no sólo en Hungría sino en todo el mundo occidental. El observador mínimamente instruido, inmediatamente asociará este suicidio con los precedentes. La primera crisis financiera mundial, de 1929, ha sido marcada por los numerosos suicidios de este tipo – saltos de altura en lugares públicos. Sin embargo, otro suicidio de características parecidas, que ha chocado el mundo entero, ha sido del estudiante checo Jan Palach, que en 1969 se roció de gasolina y quemó vivo en una plaza central de Praga, protestando así contra la invasión comunista. Jan Palach, la primera persona del mundo moderno que se ha quemado viva en público, se ha convertido en símbolo de lucha por la libertad. ¿Podemos hablar del modelo de Jan Palach? Puesto que Hungría, país vecino de la entonces Checoslovaquia, también ha pertenecido al dominio comunista, ¿podemos hablar de la dramática desilusión de un hombre húngaro con las libertades democráticas? Aunque no sabemos nada del protagonista de esta fotografía, el mencionado mensaje está casi servido, al menos en la actualidad, mientras dura la dramática y profunda crisis económica.

La siguiente imagen, captada por el fotógrafo Daniel Morel, por contenido principal tiene una mujer atrapada en las ruinas de un edificio, tras el terremoto en Haití. Ella también está representada como la víctima central en la imagen, en un momento de desgracia tremenda – no es seguro que se salvará. Parece que Daniel Morel tampoco optó por seguir las propuestas de los códigos deontológicos de diferentes agencias, en el sentido de *“tener compasión de las víctimas de crímenes o tragedias”*.

Aquí nos interesa qué hay por debajo de la imagen que pudiera completar su narración. El único y claro mensaje de la fotografía es su llamada a la solidaridad. La protagonista del drama no está sola, en la misma imagen hay personas que la acompañan y brazos que intentan ayudarla, aunque de manera poco clara para el espectador. La solidaridad constitutiva de la escena se traduce en una llamada hacia el mundo exterior, emitida por el fotógrafo.

La desgracia colectiva, provocada por un terremoto de gran magnitud y pareja a un cataclismo bíblico, se nos transmite mediante una desgracia individual, en otras palabras, lo individual sirve para ilustrar con ejemplo lo colectivo. El problema surge cuando esto se hace sin que persona en cuestión diera su consentimiento para ser fotografiada. Esta cuestión surge de la imagen porque el sujeto principal expresa una súplica, que se traduce en una especie de amonestación al fotógrafo, y mediante él, al público.

La mujer fotografiada tiene un pasado que desconocemos. ¿Ha perdido seres queridos? ¿Ha sido coqueta en su vida normal, que no salía a la calle sin pintarse los labios? La conocemos sólo en el instante de su desgracia, pero, ¿no estaremos violando su dignidad humana mirándola en este estado? Su mirada nos dice que ella no desea ser fotografiada. Puesto que la mirada no contiene palabras, la mayoría de nosotros se inclinará a leer su mirada de otra manera: como perdida por la pesadilla de lo real, como anonadada por el miedo y el dolor que sufre, o simplemente como enajenada. Pero con esto adormecemos nuestra conciencia, sin querer ver que la mirada de la mujer expresa impotencia ante el hecho de tener su cuerpo atrapado y también ante el ojo intruso de la cámara. Parece incluso incrédula, como preguntándose porqué queremos mirarla mientras ella está saliendo del infierno, del que quizás ni saldrá.

La siguiente imagen tratada en nuestro análisis, fue captada por el autor Javier Manzano, y se ocupa de las guerras de narcotraficantes en la ciudad Juárez de México. La figura central en este caso es la cabeza de un hombre que quedó arrojada en un descampado, al lado de una carretera.

Miremos detrás de la fotografía. El autor se ha servido de una estética minimalista. La imagen es estática, el fondo neutro voluminoso y la figura central ocupa tan solo una parte nimia del espacio abarcado con la toma. Sin embargo, la imagen impacta, no solo porque vemos una cabeza humana separada de su cuerpo, sino porque la

vemos tirada en un lugar desierto. ¿Qué quiso decirnos el autor?

La fotografía representa tan solo una información sobre el tipo de atrocidades de las que los narcotraficantes son capaces. No contiene mensaje específico, ni tiene otro motivo que testimoniar acerca de una maldad perversa. En este sentido, con la elección de su tema, el fotógrafo encaja en la tendencia actual en fotoperiodismo, de indignar, chocar o asquear al espectador, con imágenes impactantes de muerte y desgracia. Pero ¿qué decir del tácito mensaje político? Un cúmulo de mensajes parecidos al que transmite la fotografía, seis años más tarde ha provocado el discurso claramente xenófobo hacia el pueblo mejicano por parte del recién elegido presidente de los Estados Unidos.

La única pregunta de la esfera ética que provoca esta fotografía concreta, está relacionada con la ficticia ley de Murphy: si la cabeza ha sido tirada a un descampado, ¿cómo es posible que, después de rodar, se haya parado en esta posición tan correcta? Una cabeza es redonda. ¿La habrán movido para colocar el cuello en la arena? Si es así, ¿quién lo ha hecho? ¿El fotógrafo?

La última de las imágenes que hemos analizado fue tomada por el fotógrafo francés Olivier Laban-Mattei. Ella también trata la desgracia que afectó a los habitantes de Haití, tras el terremoto ocurrido en enero de 2010. El contenido de esta imagen es complejo: un hombre adulto, vestido de blanco, ha sido captado en el momento de arrojar el cadáver de un niño sobre un montón de otros cuerpos infantiles, repartidos por el suelo de un depósito de cadáveres de un hospital de Puerto Príncipe.

En el capítulo sexto de la presente investigación, denominado “Hacia una ética fotoperiodística profesional”, entre otras cosas se explicaron algunos conceptos como por ejemplo “pornografía de desastre”, donde el espectáculo mediático que se formó alrededor del terremoto en Haití en 2010, ha sido tomado como muestra. Allí hemos analizado el caso de una imagen real que, captada por distintos autores, dio la vuelta al mundo – la muerte de la niña Fabiene Cherisma, con la que muchos

fotógrafos se beneficiaron obteniendo diferentes premios de fotoperiodismo, y así hasta que en los medios apareció la "contra-imagen". En ella aparecen ocho fotógrafos apuntando con los objetivos de sus cámaras hacia el cadáver de la niña: asemejan a buitres hambrientos de muerte.

Volviendo a nuestra última imagen analizada y a su autor Laban-Mattei, hay que decir que él fue uno de los fotógrafos que se beneficiaron con la muerte de Fabienne Cherisma – ganó un premio distinto al que tratamos en esta investigación. Con esta información ya tenemos cierta noción de sus "premisas éticas" y de su postura hacia el precepto de "representación de las víctimas con dignidad". En la imagen que nos interesa sobra cualquier explicación sobre la aceptación o no de "los códigos éticos", ya que con solo mirarla, lo vemos todo.

Aún así, intentemos examinar la percepción de esta imagen, para así acercarnos a su efecto último. La primera figura que capta nuestra atención es el hombre – la figura más grande de la imagen, la mejor iluminada, situada en la parte derecha, el único adulto... Lleva unas botas de montaña y un mono blanco. Su cara inexpresiva y la posición de sus brazos extendidos asocian a artes marciales. A esta primera idea la apoya la figura del niño en el aire, como si estuviera dando voltereta, en una lucha desigual. Todavía no nos percatamos que se trata de un cuerpo infantil sin vida, ni hemos descifrado el fondo de cadáveres: lo único obvio es que las dos figuras principales son adversarias.

La cruda realidad se nos impone solo después de unos instantes, dejándonos todavía incrédulos. La aceptación de lo que vemos resulta brutal. Hubiéramos querido no entender y seguir pensando que las dos figuras practican artes marciales.

Cuando esta ambigüedad perceptiva desaparece, el espectador se enfrenta con lo casi imposible de digerir como real. Los contrastes visuales apoyan los contrastes emocionales de percepción.

Una vez entendida la escena, la mirada vuelve a la única persona viva en la imagen, que es el hombre. Él está trabajando. En su rostro no se ve ninguna expresión. Hay muchos cadáveres, hay mucho trabajo. Su ademán indica cierto automatismo con el que hace su labor. Los cuerpos infantiles son objetos que tiene que transportar. Son muchos, por lo que en su cara leemos también cierta indiferencia.

La presencia del fotógrafo no le ha inmutado. Los dos están trabajando, cada uno en lo suyo. Los dos son adultos. Por un efecto Halo, él que efectúa la instantánea se refleja en la cara del hombre que trabaja con los cuerpos infantiles. La fotografía no produce sentimientos de solidaridad. Produce tan solo una sensación apocalíptica de degradación total.

Dicho todo esto, podemos confirmar que las víctimas en las imágenes analizadas no fueron representadas en un contexto digno, lo que significa que los autores no se guiaron por los códigos éticos y deontológicos que a los fotoperiodistas se les recomiendan, contribuyendo así a la formación de una imagen estereotipada de las víctimas.

Por un lado, se puede concluir que en la fotografía de prensa que el concurso *WPP* promueve, existe una manipulación, un tipo de operación discursiva, pareja al acto de fotografiar. Por otro lado, la propia organización *World Press Photo* aparece como árbitro manipulador, o sea, como medio de promoción y difusión de este tipo de fotografías, con el fin de una propaganda tácita – justificar la cadena de violencia en ciertos lugares del mundo y a la vez las posibles intervenciones políticas, financieras o militares. En este sentido, los espectadores de estas imágenes, muchas veces son inconscientemente manipulados – llevados a adoptar una u otra postura acerca de los acontecimientos en alguna parte remota del mundo, de la cual la mayoría están poco informados.

Para concluir este capítulo, nos parece conveniente apuntar a un posible remedio al desorden actual en cuanto al fondo ético en el *main stream* del fotoperiodismo:

los fotógrafos deberían de contar allí donde fuera posible con el permiso de las víctimas o bien de sus familias, antes de publicar las imágenes realizadas. Por otro lado, y esto quizás sea una utopía, al espectador al que se le exhiben imágenes sobre algún acontecimiento del cual está poco informado, se le debe presentar el contexto íntegro, o sea, el punto de vista de todas las partes implicadas, para que pueda formar su propia opinión crítica.

PARTE IV – ANÁLISIS DEL CORPUS

CAPÍTULO IX – ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DE LAS FOTOGRAFÍAS PERIODÍSTICAS PREMIADAS POR EL CONCURSO *WORLD PRESS PHOTO* (1955-2014)

El objetivo del presente capítulo es exponer nuestro recorrido metodológico y su aplicación al análisis de las fotografías premiadas por el *WPP*. Igualmente, exponer los principales hallazgos cuantitativos que sirven como eje vertebral a la hora de extraer las conclusiones científicas de la tesis.

Con el fin de cumplir con los objetivos antepuestos se realizan dos diferentes tipos de análisis. Mediante el primer análisis, de tipo general, se analizan todas las imágenes de carácter informativo premiadas por el concurso *World Press Photo* desde el año de su inauguración, el 1955 hasta el 2014. El segundo análisis, específico, consiste en evaluar todas las imágenes premiadas por el premio *World Press Photo of the Year* en el mismo periodo (1955-2014).

El conjunto de estos dos análisis nos permitió obtener una visión exhaustiva sobre todos los datos (un total de 3901 fotografías) y particularidades del concurso que son de relevancia para nuestra investigación.

Por un lado, pudimos obtener una visión genérica de todos los temas tratados dentro del género periodístico en el concurso, para así determinar la posible creación de estereotipos, así como la representación de los actantes de las imágenes provenientes de diferentes contextos geopolíticos, sociales y culturales. Igualmente, fue posible definir un panorama general de la representación de los habitantes de diferentes lugares, detectar los cambios en su representación a lo largo de los años y por consiguiente los cambios políticos y sociales alrededor del mundo desde el año 1955 hasta el día de hoy – narrados a través de imágenes estáticas.

Además, se creó una base de datos, usando variables de análisis semiótico para definir los ítems que nos interesan para obtener las respuestas a nuestros principales interrogantes.

Las fotografías premiadas por el *World Press Photo* fueron escogidas para crear nuestra base de datos, ya que el concurso representa el paradigma de calidad dentro del fotoperiodismo contemporáneo. Asimismo, nos hemos guiado por el hecho de que las imágenes premiadas en este concurso son difundidas alrededor del mundo.

Siendo sus autores galardonados, estas imágenes se publican en todos los periódicos eminentes del planeta, convirtiéndose algunas de ellas en imágenes icónicas de nuestra época.

9.1. Consideraciones metodológicas

Para realizar el análisis de las fotografías ganadoras del concurso *World Press Photo* durante 6 décadas de su existencia, consideramos apropiado usar la técnica del análisis de contenido cualitativo, combinado con matrices del análisis socio-semiótico.

Para realizar nuestro análisis, desde un perfil teórico, nos hemos basado en la propuesta de Vilches (1987), centrándonos en los elementos visuales que entran a formar parte de la narración, o sea los actantes.

En ese contexto entendemos que más allá de un reportaje fotográfico (que está compuesto por varias fotografías cuya causalidad tiene una narración), una sola fotografía puede ser narrativa desde el momento en el que existen un autor, un lector y una representación temporal.

Tal y como afirma Vilches (1987) “la foto narra acciones desempeñadas por personajes o sufridas por ellos, muestra espacios donde son narradas esas acciones, al mismo tiempo que muestra también el tiempo al que pertenece lo narrado” (p.80). Estos personajes, o más bien los “elementos visuales que entran a formar parte de la narración pueden llamarse **actantes**” (p.80), para facilitar su distinción dentro del texto visual que compone una fotografía. Vilches, además de ofrecer su propia definición del concepto, cita a Greimas (1982) y Almasi (1974), para definir el concepto de los **actantes**:

- El actante puede concebirse como el que realiza o el que sufre un acto independiente de cualquier otra determinación (Greimas,1982)

- De acuerdo a la escala de valores que propone Almasi (1974), distinguimos 5 tipos de actantes en un texto visual: personas, animales, seres vivientes (flores, insectos), no vivientes, objetos móviles y estáticos.

Según Vilches (1987), el rol esencial de los actantes en la fotografía es “mostrar que existen unas estructuras perceptivas, narrativas, informativas, pero que están sujetas al juego de la lectura... y solo por la competencia narrativa del lector se ponen en relación los actores en un espacio y en un tiempo concretos a través de los diversos modos del aparecer de estos en las situaciones comunicativas” (p. 84).

La propuesta teórica de la lectura de la imagen ha sido ajustada para cumplir con las peculiaridades de nuestra investigación, o sea, contemplar las imágenes aisladas del contexto que conlleva su aparición en los periódicos, ya que las imágenes en los concursos analizados, aparecen y son premiadas sin texto acompañante.

9.1.1. Muestras y corpus

9.1.1.1. Muestra del análisis general de las fotografías premiadas por el *World Press Photo* (1955-2014)

El universo o población de análisis del presente trabajo está compuesto por todas las imágenes de carácter informativo ganadoras del concurso *World Press Photo*, desde el año 1955 hasta el día de hoy. Por imágenes informativas entendemos las fotografías premiadas en las modalidades del concurso con temática de interés periodístico y de actualidad, definidas por el mismo concurso. Estas modalidades premian tanto las fotonoticias como los reportajes fotográficos (*Picture Stories*) con temática de interés de actualidad. Por consiguiente, la muestra está conformada por todas las fotografías ganadoras de los premios (1º, 2º y 3º) de estas modalidades.

La muestra que ha sido analizada e integrada dentro de las bases de datos elaboradas para la presente investigación, recoge todas las imágenes de carácter periodístico premiadas por el concurso *World Press Photo*, desde el año 1955 hasta el 2014. La muestra para estas seis décadas es de 880 obras (las obras se refieren a la suma de fotonoticias y reportajes fotográficos analizados), compuestas por un total de 3901 fotografías singulares.

Tabla 4. Muestra analizada por décadas del concurso.

Muestra analizada	Muestra analizada	Década I	Década II	Década III	Década IV	Década V	Década VI	Total (1955-2014)
Total obras (reportajes +fotonoticias)		50	84	141	219	203	170	880
	Total fotonoticias	31	53	100	120	115	90	516
	Total reportajes fotográficos	19	31	41	99	88	86	364
	Total fotografías	71	218	402	1082	1078	1050	3901

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.1.1. Estrategia de selección de la muestra

Como ya hemos indicado, la muestra fue extraída de las modalidades de premios del concurso con temática de carácter informativo y de actualidad.

Las fotografías que integran estas modalidades en cada año del concurso, fueron escogidas como muestra general, ya que son las que se refieren a las imágenes que son premiadas no solo por su calidad estética sino por su carácter informativo, o sea – como noticias. Hay que tener en cuenta que no en todas las décadas del concurso existían tantas modalidades de premios como al día de hoy, en especial en los primeros años del concurso. A continuación mostramos una tabla en la que se encuentran integradas las modalidades de interés periodístico del concurso, según el año en el que se fueron modificando y de las que la muestra fue extraída.

Tabla 5. Listado de todas las modalidades de premios de interés periodístico y de actualidad en el concurso *World Press Photo* en las que figuran las fotografías analizadas (1955-2014).

Año	Modalidad de premio
1955-1964	World Press Photo, News, Photo Stories
1971	World Press Photo, News, News Features, Photo Stories
1972-1974	World Press Photo, News Features, Spot News, Photo Stories
1975-1976	World Press Photo, News Features, Spot News, News Picture Stories
1977-1979	World Press Photo, News Features, Spot News, People in the News, News Picture Stories
1979	World Press Photo, News Features, Spot News, General News, People in the News, News Picture Stories
1980	World Press Photo, News Features, Spot News, People in the News, News Picture Stories
1981-1990	World Press Photo of the Year, News Features, News Features Stories, Spot News, Spot News Stories, People in the News, People in the news Stories
1990-2014	World Press Photo of the Year, General News, General News Stories, Spot News, Spot News Stories, People in the News, People in the news Stories

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.2. Muestra del análisis específico de las fotografías premiadas por el *World Press Photo of the Year* (1955-2014)

El universo o población del análisis general de nuestro trabajo está compuesto por todas las imágenes de carácter informativo ganadoras del concurso *World Press Photo*, desde el año 1955 hasta 2014. De esta muestra general ha sido escogida una muestra específica de las fotografías premiadas con el premio principal, denominado *World Press Photo of the Year* (la mejor fotografía del año). Esto significa que la muestra utilizada para el análisis específico, **contiene un total de 57 fotografías.**

9.1.2. Análisis de contenido y semiótico

Análisis general de las fotografías premiadas por el World Press Photo (1955-2014)

Para cumplir con nuestros objetivos antepuestos, fueron elaboradas seis grandes bases de datos, que enumeran los resultados del análisis de contenido de una muestra de 880 obras (las obras se refieren a la suma de fotonoticias y reportajes fotográficos analizados), y que imparten un total de 3901 fotografías que han sido analizadas una por una. De estas bases de datos han sido extraídos los resultados generales para la seis décadas de existencia del concurso, desde el año 1955 hasta el año 2014.

En el proceso del análisis de contenido de los datos visuales, en primer lugar fueron detectadas las modalidades de premios del concurso de las que se extraería la muestra de 3901 fotografías (880 obras) que se iba a analizar. Estas fotografías numeran todas las imágenes premiadas en las modalidades definidas por el *WPP* como aquellas cuya temática tiene interés de actualidad en las primeras seis décadas de su existencia.

A continuación, la muestra fue fragmentada en diferentes categorías analíticas, que constituyen la base de la ficha de análisis de las fotografías. Cada una de

las fotografías ha sido analizada, y los datos fueron introducidos en las fichas de análisis que fueron elaboradas para esta ocasión.

De este proceso surgió un **manual de codificación original** que puede ser aplicado en otros trabajos de investigación que apliquen un análisis de contenido de grandes cantidades de datos visuales.

Acto seguido, los datos visuales de las fichas fueron reagrupados en seis bases de datos **íntegras** (una base de datos ha sido creada para cada década del concurso) que recogen el registro de los datos visuales de cada año, diversificado por un lado en años y modalidades del concurso, y por otro en categorías de análisis. Las bases de datos visuales detalladas, elaboradas para la presente investigación, se pueden consultar en los anexos.

El siguiente paso en nuestro análisis de contenido de las fotografías, ha sido construir seis bases de datos genéricas de los resultados totales del análisis, que fueron extraídos de las bases de datos íntegras. Los datos en las bases de datos genéricas fueron agrupados por años y décadas.

Estas bases de datos genéricas nos permitieron calcular los porcentajes necesarios para obtener los resultados de cada categoría analítica de interés para nuestra investigación. También se pueden consultar en los anexos de la presente investigación.

A continuación accedimos al proceso de reagrupación de los resultados obtenidos en una base de datos comparativa, en la que figuran los resultados del análisis de cada una de las décadas del concurso.

La creación de la tercera base de datos, la comparativa, nos permitió acceder a la etapa del análisis de los datos obtenidos, que entre otras aportaciones contempla la comparación de las tendencias generales en diferentes aspectos y décadas del concurso.

En conclusión, el análisis del corpus nos permitió crear una base de datos de fotografías sobre el tema de la investigación para su amplia difusión en ámbitos de estudios, profesionales y de intervención social.

Análisis específico de las fotografías premiadas por el World Press Photo of the Year (1955-2014)

Para realizar nuestro análisis específico de todas las imágenes premiadas por el premio *World Press Photo of the Year (1955-2014)*, se ha elaborado una base de datos específica en la que se enumeran los resultados del análisis de contenido y semiótico de las imágenes premiadas. Acto seguido, se elaboraron diferentes gráficos para visualizar la información.

Teniendo en cuenta que las fotografías galardonadas con el premio *WPP of the Year*, son aquellas que se difunden ampliamente alrededor del mundo y, por tanto, las que tienen la mayor influencia sobre la opinión pública, consideramos que su visualización y el análisis de sus datos relevantes, son de máxima importancia.

Además de tomar en cuenta las diferentes categorías analíticas que constituyen la base de la ficha de análisis, ideada para la investigación, en esta ocasión fue añadida una categoría analítica (ítem) de análisis que tiene que ver con la existencia de *sufrimiento y dolor* en las fotografías premiadas. A través de medidores Sí/No se ha apreciado si el protagonista central de la imagen muestra sufrimiento en el evento que retrata la instantánea, o no.

9.1.2.1. La técnica del análisis de contenido

Para cumplir con los objetivos de nuestra investigación se realizó un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo general de todas las imágenes premiadas dentro del concurso *World Press Photo*, desde la inauguración del concurso en el año 1955, hasta 2014, y un análisis específico de las imágenes galardonadas con el premio *World Press Photo of the Year* en el mismo intervalo temporal. Esto nos permitió

obtener una visión genérica de los temas tratados dentro del género periodístico en el concurso, para así poder determinar la posible creación de estereotipos y discernir la forma de la representación de los actantes de las imágenes provenientes de diferentes contextos geopolíticos, sociales y culturales. Mediante estos análisis ha sido posible definir un panorama general de la representación de los habitantes de diferentes lugares, detectar los cambios en su representación a lo largo de los años – narrados a través de imágenes estáticas. Como ya fue comentado, partimos como base teórica de la propuesta de Vilches (1987), centrándonos en las estructuras icónico-narrativas que contemplan a los actantes como elementos visuales que entran a formar parte de la narración.

El análisis de contenido nos permitió crear las bases de datos que nos ayudaron a obtener las respuestas a nuestros principales interrogantes.

9.1.2.2. El método del análisis de contenido de las imágenes

El método de análisis de contenido de las imágenes fue aplicado de la siguiente manera:

- **El muestreo**
 - Identificación de las imágenes que serán analizadas

- **Definir las categorías de codificación**
 - definición de las unidades de análisis
 - determinación de las categorías de codificación
 - elaboración de las fichas de análisis

- **Codificar las imágenes**
 - Registro del contenido en diferentes fichas. Fragmentación del corpus en categorías e ítems.

- Introducción y reagrupación de los datos visuales en una base de datos exhaustiva donde figura el registro de cada año por unidades de análisis y categorías del concurso. Creación de una base de datos por cada década del concurso.

- Tratamiento de los datos mediante una plantilla genérica de resultados obtenidos. Agrupación de los datos por años y décadas. Cálculo de los porcentajes.

- **Analizar los resultados**

- Tratamiento y análisis comparativo de los datos. Agrupación de los resultados obtenidos por décadas del concurso.

- Análisis explicativo

- Análisis crítico de los datos visuales

9.1.2.3. Las categorías de codificación

Como fue mencionado con anterioridad, para esta ocasión fue creado un manual de codificación original que aplicamos en el análisis de contenido de las imágenes.

Las categorías de codificación constituyen la base de la ficha de análisis y se ocupan de definir los elementos, tanto de expresión como de contenido, de cada obra con sus correspondientes fotografías. Se creó una ficha de análisis con 16 ítems, para la posterior exportación de la información en una base de datos derivada, con opciones múltiples.

1. Categorías de expresión

1.1. Identificación de la fotografía

Título /Nombre del fotógrafo/ Nacionalidad del fotógrafo/ Organización / Año de la fotografía / Fecha de la fotografía/Premio (1º, 2º, 3º)/ Modalidad del premio.

Esta información fijará la descripción de la imagen mediante un título si tal existe, la

autoría de la imagen, la nacionalidad de su autor, especificará si su autor pertenece a una agencia periodística, y el año de su producción para así situarla históricamente. También se registrará la modalidad con temática de interés periodístico del concurso en la que la imagen ha sido premiada, así como la altura del premio 1º, 2º, 3º.

1.2. Valor cromático

Blanco y Negro (BN)/ Color

1.3. Número de fotografías

Determina el número de imágenes de cada obra premiada. En el caso del género de foto-noticia el número no variará de una imagen. El reportaje fotográfico (*pictur-storie*) tendrá un número variable de fotografías que lo componen. Definir la variación en el número de fotografías que componen cada fotoreportaje durante 6 décadas, también nos ayudará a definir la evolución de este género fotográfico.

2. Categorías de contenido

2.1. Categoría temática de la fotografía

Política, conflictos bélicos, terrorismo, protestas contra el régimen, derechos humanos, catástrofes naturales, sucesos delictivos, sociedad, accidente, hambre, otro.

2.2. Género

Fotonoticia /Reportaje fotográfico

2.3. Escenario del acontecimiento en la imagen

Localización de la imagen tomada

Continente: África, América (Norteamérica/Centroamérica/Sudamérica), Asia (Oriente Medio), Europa, Australia, / **País /Ambiente:** interior-exterior

Definir estas categorías de lugar, más que nada nos ayudará a situar la imagen geográficamente.

2.4. Elementos visuales que entran a formar parte de la narración – Actantes

Se distinguen tres tipos de actantes con diferentes subcategorías.

ACTANTES:

Personas (Viviente (SEXO-EDAD) / Víctima fallecida (SEXO-EDAD) / Víctima herida (SEXO-EDAD) / Indefinido) / Objeto / Otro actante (animales, objetos, flores, insectos...)

Definir este aspecto es de máxima importancia dentro de nuestro análisis. Esta categoría nos permitirá calificar la representación de las víctimas dentro del concurso *World Press Photo*, y de esta manera responder a uno de los principales interrogantes antepuestos, que se refiere a la existencia o no de un exceso de imágenes con temas de muerte.

Grupo étnico / racial

Estas categorías definen el grupo étnico/racial al que pertenece el/los actante/s en la fotografía analizada, así como el tipo de su representación. Contrastar estos valores nos permite definir si existe una posible representación repetitiva negativa de ciertos grupos étnicos/raciales a lo largo de las décadas de existencia del concurso *World Press Photo*.

Teniendo en cuenta que nuestro único fin en esta parte de la investigación es distinguir a los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales en las fotografías, hemos optado por usar una tipología¹²³ elaborada por la policía británica que se basa en *Códigos de Identidad Visual*, para hacer una descripción que fácilmente

123 Pagina web de la *Metropolitan Police Service (MPS)*, disponible en URL: <http://policeauthority.org/metropolitan/publications/briefings/2007/0703/index.html#h2002>; *ListPOINT*, UK, disponible en URL: <http://www.listpoint.co.uk/CodeList/details/EthnicAppearance6PointCodeClass/3.1/1>

y a primera vista sugiera la apariencia de una persona. Con esta categorización no se pretende dar información sobre las cualidades físicas o humanas en ningún contexto negativo de los actantes cuya representación será analizada, ni realizar un análisis antropológico de las razas humanas, tan solo hacer una distinción entre los actantes que aparecen en las fotografías. En este sentido definimos los siete diferentes grupos analíticos:

Blanco / Africano, Caribeño / Hispanoamericano / Hindú, Paquistaní, Bengalí / Asiático (Chino, Japonés o persona proveniente del sudeste asiático) / Árabe, Egipto, Magrebí / Otro

Además, la representación de los actantes de cada uno de estos grupos que aparezcan en las diferentes obras analizadas será calificada como +, -, -/+.

- Representación positiva (+): como representación positiva se comprende la representación de los actantes en cualquier contexto que se pueda calificar como constructivo o glorificante para los actantes que lo protagonizan.

- Representación negativa (-): como representación negativa se entiende la representación de los actantes en situación de caos, posición sumisa, escenarios de catástrofes, guerras, miseria, degradación humana, o cualquier situación que no se pueda calificar como digna para un ser humano.

- Representación neutral (-/+): como representación neutral se comprende la representación de los actantes en cualquier contexto que no figure en los apartados anteriormente definidos (positivo/negativo).

Tabla 6. Ejemplo de las categorías de representación de los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales dentro del concurso *WPP*

1. Grupo étnico/ racial (total obras)					
1.1. Blanco	1.1.1. +				
	1.1.2. -				
	1.1.3. -/+				
1.2. Africano/ Caribeño	1.2.1. +				
	1.2.2. -				
	1.2.3. -/+				
1.3. Hispanoamericano	1.3.1.+				
	1.3.2.-				
	1.3.3. -/+				
1.4. Hindú/Pakistani/Bengalí	1.4.1. +				
	1.4.2. -				
	1.4.3. -/+				
1.5. Asiático (Chino/Japonés/ actante proveniente del sudeste asiático)	1.5.1 +				
	1.5.2. -				
	1.5.3. -/+				
1.6. Árabe/Egipcio/ Magrebí	1.6.1. +				
	1.6.2. -				
	1.6.3. -/+				
1.7. Otro					

Fuente: Elaboración propia

2.5. *Rol del actor / actores*

Político / Civil / Militar / Otro

9.1.2.4. Registro

Para llevar a cabo esta fase de análisis, como herramienta de trabajo se toma una ficha de análisis que se aplica a cada categoría del concurso, por cada año, con sus correspondientes fotografías. En la ficha han sido incluidos tanto los datos de expresión como de contenido, necesarios para realizar un análisis exhaustivo de la muestra escogida. Estos datos codificados, posteriormente se verán reagrupados en una nueva base de datos para la presentación definitiva de los resultados.

Tabla 7. Plantilla de ficha de análisis de las categorías del concurso *WPP*

FICHA	NÚMERO:		CATEGORÍA_AÑO
FICHA TÉCNICA	(i)	(ii)	(iii)
Título			
Año / Fecha			
Categoría			
Premio			
Nombre del fotógrafo			
Nacionalidad			
Organización			
Número de fotografías			
BN / Color			
REGISTRO DE CONTENIDO			
- Tema			
- Género			
- Escenario			
1.Continente			
2.País			
3.Ambiente			
- Actante			
1.Viviente			
1.1.Mujer			
Niña/adulta			
1.2. Hombre			
Niño/adulto			
2.Víctima fallecida			
2.1.Mujer			
Niña/adulta			
2.2.Hombre			
Niño/adulto			
3.Víctima herida			
3.1. Mujer			
Niña/adulta			
3.2. Hombre			
Niño/adulto			
4.Indefinido			
5.Objeto			
6.Otro actante			
- Grupo étnico/racial			
1.Representación positiva			
2.negativa			
3.neutral			
- Rol del actor/ actores			
- Relación nacionalidad del fotógrafo - localidad de la imagen			

Fuente: elaboración propia

9.1.3. Codificación de las fotografías

Como ya hemos mencionado con anterioridad, después de definir las categorías de análisis accedimos al proceso de codificación de las fotografías. Las imágenes fueron analizadas y a continuación los datos incrustados en diferentes fichas de análisis. Acto seguido, los datos de estas fichas fueron extraídos y llevados a las bases de datos en las que figura la información referente a cada ítem, anotando cada dato relevante de la obra analizada. Teniendo en cuenta que muchos valores son categóricos, estos han sido posteriormente convertidos en datos binarios de números, y luego porcentajes, y ellos han sido procesados mediante distintos procedimientos de medición de datos. El uso conjunto de estos procedimientos nos facilitará alcanzar los objetivos proyectados.

Para facilitar la comprensión de nuestro trabajo, y teniendo en cuenta el volumen de los datos visuales que fueron analizados, hemos optado por realizar la presentación del proceso de codificación de los datos mediante los ejemplos de bases de datos sintéticas, en la que la información fue extraída de las bases de datos íntegras que fueron desarrolladas en grandes archivos de hojas de cálculo del programa *Excel*, y que se pueden ver en los documentos ANEXOS de esta investigación. Las bases de datos íntegras se encuentran en formato CD. En ellas figura el trabajo detallado que justifica y acredita los resultados obtenidos.

9.1.3.1. Bases de datos sintéticas para el análisis genérico de las fotografías premiadas por el *World Press Photo (1955-2014)*

Bases de datos sintéticas – 6 décadas del concurso WPP (1955-2014)

Año	1955	1956	1957	1958	1959	1960	1961	1962	1963	1964	TOTAL	Total %
Categoría	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total		
1. Título												
1.1. con título												
1.2. sin título	1	7	7	4		7		10	7	7	50	100
2. Nacionalidad del fotógrafo												
2.1. Europa	1	7	5	4		3		6	4	5	35	70
2.2. América												
2.2.1. Sudamérica								3			3	6
2.2.2. Centroamérica												
2.2.3. Norteamérica			2			2		1	2	1	8	16
2.3. África												
2.4. Asia						2					2	4
2.4.1. Oriente Medio												
2.5. Australia												
2.6. Sin información									1	1	2	4
3. Organización												
3.1. Pertenece a una			3	1		2		1	2	2	11	22
3.2. Free Lance												
3.3. Sin información	1	7	4	3		5		9	5	5	39	78
4. Valor cromático												
4.1. B/N	1	3	4	4		7		10	6	7	42	84
4.2. Color												
4.3. Sin información / imagen no recuperada		4	3						1		8	16
5. Tematización												
5.1. Conflicto Bélico		1				1		3		2	7	14
5.2. Protestas contra el régimen				1					2		3	6
5.3. Política						4		2	1	1	8	16
5.4. Terrorismo												
5.5. Derechos Humanos												
5.6. Catastrofes naturales									1		1	2
5.7. Sociedad	1	1	3					2	2	3	12	24
5.8. Accidente			1	2				1	1		5	10
5.9. Sucesos Delictivos												
5.10. Hambre												
5.11. Otro				1				2			3	6
5.12. Sin información / imagen no recuperada		5	3			2				1	11	22
6. Género												
6.1. Fotonoticia	1	4	4	4		4		6	4	4	31	62
6.1.1. Número de fotografías	1	4	4	4		4		6	4	4	31	
6.2. Reportaje fotográfico		3	3			3		4	3	3	19	38
6.2.1. Número de fotografías						5		18	9	8	40	
7. Escenario												
7.1. Continente												
7.1.1. Europa	1	2	1	2		1		5	4	3	19	38
7.1.2. América												
7.1.2.1. Sudamérica				1				4			5	10
7.1.2.2. Centroamérica												
7.1.2.3. Norteamérica			2					1		1	4	8
7.1.3. África						1				1	2	4
7.1.4. Asia						2			2		4	8
7.1.4.1. Oriente Medio												
7.1.5. Australia												
7.1.6. Sin información		5	4	1		3			1	2	16	32
7.2. Ambiente												
7.2.1. Exterior	1	2	3	4		2		8	5	6	31	62
7.2.2. Interior						2		2	1		5	10
7.2.3. Sin información		5	4			3			1	1	14	28

Año	1955	1956	1957	1958	1959	1960	1961	1962	1963	1964	TOTAL	Total %		
Categoría	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total				
8. Actante														
8.1. Viviente (total obras en las que figuran)														
	Hombre		1	3		5		7	3	1	20	40		
	Mujer									1	1	2		
SEXO	H+M							2	4	3	13	26		
	Adulto	2	3	3		5		9	6	4	32	64		
EDAD	Niño	1							1	1	3	4		
	8.1.1. de 1-10 actantes		1	2	2			4	6	3	21	42		
	8.1.2. más de 10 actantes		1	1	1			1	3	3	11	22		
	8.1.3. NINGÚN actante	1							1		2	4		
	8.1.4. sin información		5	4	1				1	1	14	28		
8.2. Víctima fallecida (total obras en las que figuran)														
	Hombre					3		3	4	1	11	22		
	Mujer													
SEXO	H+M													
	Adulto					3		3	3	1	10	20		
EDAD	Niño								1		1	2		
	8.2.1. de 1-10 actantes					3		2	4	1	10	20		
	8.2.2. más de 10 actantes							1			1	2		
	8.2.3. NINGÚN actante	1	2	3	3			2	7	2	25	50		
	8.2.4. sin información		5	4	1			2	1	1	14	28		
8.3. Víctima herida (total obras en las que figuran)														
	Hombre	1		1						1	3	6		
	Mujer							1			1	2		
SEXO	H+M													
	Adulto	1		1				1		1	4	8		
EDAD	Niño													
	8.3.1. de 1-10 actantes	1		1				1		1	4	8		
	8.3.2. más de 10 actantes													
	8.3.3. NINGÚN actante		2	2	3			5	9	6	32	64		
	8.3.4. sin información		5	4	1			2	1	1	14	28		
8.4. Indefinido														
8.5. Objeto														
				1							1	2		
8.6. Otro actante														
										1	1	2		
9. Grupo étnico/ racial (total obras en las que figuran)											TOTAL %	Total (+; ;+)	TOTAL %(+; ;+)	
	10.1.1. +		1	1	1			3	3	1	10	20		
	10.1.2. -								1	2	3	6	22	44
9.1. Blanco	10.1.3. -/+	1	1		1			2	3	1	9	18		
	10.2.1. +													
	10.2.2. -			2	1						3	6	4	8
9.2. Africano	10.2.3. -/+					1					1	2		
	10.3.1.+													
	10.3.2.-							1			1	2	3	6
9.3. Hispano	10.3.3. -/+							2			2	4		
	10.4.1. +							1			1	2		
	10.4.2. -												1	2
9.4. Hindú/Pakistani/Bengalí	10.4.3. -/+													
	10.5.1 +													
9.5. Asiático (Chino/Japonés/persona proveniente del sudeste asiático)	10.5.2. -								2		2	4	4	8
	10.5.3. -/+					2					2	4		
	10.6.1. +													
	10.6.2. -									1	1	2	1	2
9.6. Árabe/Egipcio/ Magrebí	10.6.3. -/+													
9.7. Origen desconocido														
9.8. Sin información		5	4	1		2			1	2	15	30	15	30
10. Rol del actor														
	10.1. Civil	1	2	3	3			3	5	3	25	50		
	10.2. Militar		2		1			4	4	1	12	24		
	10.3. Político					1		1			2	4		
	10.4. Religioso							2	2		4	8		
	10.5. Otro													
	10.6. Sin información		5	4	1			2		1	2	15	30	
11. Nacionalidad del fotógrafo / localidad de la imagen														
	11.1. País natal	1	2	3	2			3	8	3	24	48		
	11.2. Difiere				1			2	2	3	11	22		
	11.3. Sin información		5	4	1			2		1	2	15	30	
12. Total imágenes analizadas														
		1	7	7	4			7	10	7	7	50	100	

Año	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	TOTAL	Total %
Categoría	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total		
1. Título												
1.1. con título												
1.2. sin título	12	11	7	7	7		10	10	10	10	84	100
2. Nacionalidad del fotógrafo												
2.1. Europa	3	4	6	4	4		5	5	7	4	42	50
2.2. América												
2.2.1. Sudamérica									2		2	2
2.2.2. Centroamérica												
2.2.3. Norteamérica	4	3		3	2		1	4	1	5	23	27
2.3. África							2			1	3	4
2.4. Asia	2	4	1		1			1			9	11
2.4.1. Oriente Medio	1										1	1
2.5. Australia	1										1	1
2.6. Sin información	1						2				3	4
3. Organización												
3.1. Pertenece a una	2	4	6	4	5		4	7	9	8	49	58
3.2. Free Lance		4	1	2						1	8	10
3.3. Sin información	10	3		1	2		6	3	1	1	27	32
4. Valor cromático												
4.1. B/N	12	11	6	7	3		10	10	10	10	79	94
4.2. Color			1								1	1
4.3. Sin información / imágen no recuperada					4						4	5
5. Tematización												
5.1. Conflicto Bélico	5	5	3	4	1		2	6	5	1	32	38
5.2. Protestas contra el régimen					2						2	2
5.3. Política			1	1			1		2	4	9	11
5.4. Terrorismo									1		1	1
5.5. Derechos Humanos												
5.6. Catastrofes naturales								1			1	1
5.7. Sociedad	2	5	1	1	1		2		1	3	16	19
5.8. Accidente								1			1	1
5.9. Sucesos Delictivos							2				2	2
5.10. Hambre			1	1			1	1	1	2	7	8
5.11. Otro	3						2	1			6	7
5.12. Sin información / imágen no recuperada	2	1	1		3						7	8
6. Género												
6.1. Fotonoticia	7	6	4	4	4		7	7	7	7	53	63
6.1.1. Número de fotografías	7	6	4	3	4		7	7	7	4	53	
6.2. Reportaje fotográfico	5	5	3	3	3		3	3	3	3	31	37
6.2.1. Número de fotografías	3	5	16	21	8		42	33	15	22	165	
7. Escenario												
7.1. Continente												
7.1.1. Europa		3	2	1	4		2	2	4	5	23	27
7.1.2. América												
7.1.2.1. Sudamérica								1	2		3	4
7.1.2.2. Centroamérica				1							1	1
7.1.2.3. Norteamérica	1				1		2	1			5	6
7.1.3. África	1		1	3					1	2	8	10
7.1.4. Asia	5	6	3	2	2		3	5	2		28	33
7.1.4.1. Oriente Medio		1							1		2	2
7.1.5. Australia												
7.1.6. Sin información	5	1	1				3	1		3	14	17
7.2. Ambiente												
7.2.1. Exterior	7	7	6	5	3		10	6	7	6	57	68
7.2.2. Interior				2				3	3	4	12	14
7.2.3. Sin información	5	4	1		4			1			15	18

Año	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	TOTAL	Total %	
Categoría	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total			
8. Actante													
8.1. Viviente (total obras en las que figuran)													
SEXO	Hombre	8	5	5	4	1		4	5	6	3	41	49
	Mujer	5							2	1	1	9	11
	H+M		1		2	1		4	2	3	6	19	23
EDAD	Adulto	8	6	5	5	2		8	8	9	9	60	71
	Niño	4		1	1				5	2	3	16	19
8.1.1. de 1-10 actantes													
8.1.2. más de 10 actantes													
8.1.3. NINGÚN actante													
8.1.4. sin información													
8.2. Víctima fallecida (total obras en las que figuran)													
SEXO	Hombre	2	4		2			3	1			12	14
	Mujer												
	H+M												
EDAD	Adulto	2	4		2			3	1			12	14
	Niño				1							1	1
8.2.1. de 1-10 actantes													
8.2.2. más de 10 actantes													
8.2.3. NINGÚN actante													
8.2.4. sin información													
8.3. Víctima herida (total obras en las que figuran)													
SEXO	Hombre		1			1		1	2	4		9	11
	Mujer								1			1	1
	H+M												
EDAD	Adulto		1			1		1	2	4		9	11
	Niño												
8.3.1. de 1-10 actantes													
8.3.2. más de 10 actantes													
8.3.3. NINGÚN actante													
8.3.4. sin información													
8.4. Indefinido													
8.5. Objeto													
8.6. Otro actante													
											TOTAL %	Total (+;+;-)	TOTAL %(+;+;-)
9. Grupo étnico/ racial (total obras en las que figuran)													
9.1. Blanco	10.1.1. +		5		1	1		6	1	1	3	18	21
	10.1.2. -	1	1	1	1			2	3	1	2	12	14
	10.1.3. -/+	2		1	1	1		1		4	3	12	14
9.2. Africano	10.2.1. +												
	10.2.2. -	2			2			1		1	1	7	8
	10.2.3. -/+			1								1	1
9.3. Hispano	10.3.1.+												
	10.3.2.-								1			1	1
	10.3.3. -/+									2		2	2
9.4. Hindú/Pakistaní/Bengalí	10.4.1. +												
	10.4.2. -			1				1			1	3	4
	10.4.3. -/+							1				1	1
9.5. Asiático (Chino/Japonés/persona proveniente del sudeste asiático)	10.5.1 +							1		2		3	4
	10.5.2. -	4	4		2	1		1	3			15	18
	10.5.3. -/+								2			2	2
9.6. Árabe/Egipcio/ Magrebí	10.6.1. +			1								1	1
	10.6.2. -												
	10.6.3. -/+												
9.7. Origen desconocido													
9.8. Sin información													
10. Rol del actor													
10.1. Civil													
10.2. Militar													
10.3. Político													
10.4. Religioso													
10.5. Otro													
10.6. Sin información													
11. Nacionalidad del fotógrafo / localidad de la imagen													
11.1. País natal													
11.2. Difiere													
11.3. Sin información													
12. Total imágenes analizadas													

Año	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	TOTAL	Total %
Categoría	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total		
1. Título												
1.1. con título												
1.2. sin título	10	10	13	13	13	10	20	18	16	18	141	100
2. Nacionalidad del fotógrafo												
2.1. Europa	6	4	8	5	7	8	8	6	8	5	65	46
2.2. América												
2.2.1. Sudamérica									2	1	3	2
2.2.2. Centroamérica												
2.2.3. Norteamérica	3	5	1	6	5	1	10	10	3	8	52	37
2.3. África			3				1	1			5	4
2.4. Asia		1	1	2					2	4	10	7
2.4.1. Oriente Medio					1	1			1		3	2
2.5. Australia							1				1	1
2.6. Sin información	1							1			2	1
3. Organización												
3.1. Pertenece a una	9	10	13	11	9	6	19	16	15	18	126	89
3.2. Free Lance	1				2		1	1			5	4
3.3. Sin información				2	2	4		1	1		10	7
4. Valor cromático												
4.1. B/N	10	10	13	13	10	3	19	10	2	4	94	67
4.2. Color					3	7	1	8	14	14	47	33
4.3. Sin información / imágen no recuperada												
5. Tematización												
5.1. Conflicto Bélico	2	3			4	3		7	5	4	28	20
5.2. Protestas contra el régimen		2	5	4			1		1		13	9
5.3. Política	1	2	6	3	3	1	9	2	1	3	31	22
5.4. Terrorismo	3				1				1		5	4
5.5. Derechos Humanos					1						1	1
5.6. Catastrofes naturales		1							3	4	8	6
5.7. Sociedad	1	1	2	4	3	2	9	8	4	3	37	26
5.8. Accidente	2	1		2	1	1		1			8	6
5.9. Sucesos Delictivos							1				1	1
5.10. Hambre						3			1	4	8	6
5.11. Otro	1										1	1
5.12. Sin información / imágen no recuperada												
6. Género												
6.1. Fotonoticia	7	6	10	10	13	10	11	13	10	10	100	71
6.1.1. Número de fotografías	7	6	10	10	13	10	11	12	10	10	100	/
6.2. Reportaje fotográfico	3	4	3	3			9	5	6	8	41	29
6.2.1. Número de fotografías	23	32	14	23			64	28	41	77	302	/
7. Escenario												
7.1. Continente												
7.1.1. Europa	3		4	3	1	2	5	1	4	2	25	18
7.1.2. América												
7.1.2.1. Sudamérica		1			1	1			1		4	3
7.1.2.2. Centroamérica		1			1			1	1	3	7	5
7.1.2.3. Norteamérica	2	3	1	3			8	4		1	22	15
7.1.3. África			4	1		4	1	1	1	4	16	11
7.1.4. Asia	2	3	1	2	5		2		4	6	25	18
7.1.4.1. Oriente Medio		2		1	2	1		7	1		14	10
7.1.5. Australia												
7.1.6. Sin información	3		3	3	3	2	4	4	4	2	28	20
7.2. Ambiente												
7.2.1. Exterior	8	10	10	12	10	9	12	13	13	16	113	80
7.2.2. Interior	2		3	1	3	1	9	4	3	2	28	19
7.2.3. Sin información								1			1	1

Año	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	TOTAL	Total %		
Categoría	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total				
8. Actante														
8.1. Viviente (total obras en las que figuran)														
	Hombre	4	4	6	11	9	4	8	4	7	6	63	45	
	Mujer						1	3		3	1	8	6	
SEXO	H+M	6	5	7	1	4	1	9	7	6	7	53	38	
	Adulto	10	9	12	12	12	6	16	8	16	13	114	81	
EDAD	Niño	5	2	3	1	2	1	2	4	4	5	29	21	
8.1.1. de 1-10 actantes														
8.1.2. más de 10 actantes														
8.1.3. NINGÚN actante														
8.1.4. sin información														
8.2. Víctima fallecida (total obras en las que figuran)														
	Hombre	1	3			2	1	2	5	5	8	27	19	
	Mujer													
SEXO	H+M						1		1		1	3	2	
	Adulto	1	3			2	2	2	5	2	6	23	16	
EDAD	Niño									3	4	7	5	
8.2.1. de 1-10 actantes														
8.2.2. más de 10 actantes														
8.2.3. NINGÚN actante														
8.2.4. sin información														
8.3. Víctima herida (total obras en las que figuran)														
	Hombre	1	1	1	4		3		3	2	3	18	13	
	Mujer	1							1		1	3	2	
SEXO	H+M		1					1	1		1	4	3	
	Adulto	2	2	1	4		2		4	2	2	19	13	
EDAD	Niño						2		1		4	7	5	
8.3.1. de 1-10 actantes														
8.3.2. más de 10 actantes														
8.3.3. NINGÚN actante														
8.3.4. sin información														
8.4. Indefinido														
8.5. Objeto														
8.6. Otro actante														
9. Grupo étnico/ racial (total obras en las que figuran)														
												TOTAL %	Total (+; ;+)	TOTAL %(+; ;+)
10.1.1. +														
10.1.2. -														
9.1. Blanco														
10.1.3. +/-														
10.2.1. +														
10.2.2. -														
9.2. Africano														
10.2.3. +/-														
10.3.1.+														
10.3.2.-														
9.3. Hispano														
10.3.3. +/-														
10.4.1. +														
10.4.2. -														
9.4. Hindú/Pakistani/Bengalí														
10.4.3. +/-														
10.5.1 +														
9.5. Asiático (Chino/Japonés/persona proveniente del sudeste asiático)														
10.5.2. -														
10.5.3. +/-														
10.6.1. +														
10.6.2. -														
9.6. Árabe/Egipcio/ Magrebí														
10.6.3. +/-														
9.7. Origen desconocido														
9.8. Sin información														
10. Rol del actor														
10.1. Civil														
10.2. Militar														
10.3. Político														
10.4. Religioso														
10.5. Otro														
10.6. Sin información														
11. Nacionalidad del fotógrafo / localidad de la imagen														
11.1. País natal														
11.2. Difiere														
11.3. Sin información														
12. Total imágenes analizadas														

Año	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	TOTAL	Total %
Categoría	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total		
1. Título												
1.1. con título												
1.2. sin título	21	19	20	24	24	29	23	18	21	20	219	100
2. Nacionalidad del fotógrafo												
2.1. Europa	4	4	6	13	12	20	9	5	9	6	88	40
2.2. América												
2.2.1. Sudamérica	2		2				2	2			8	4
2.2.2. Centroamérica						1					1	0.5
2.2.3. Norteamérica	13	13	10	11	11	5	11	8	10	11	103	47
2.3. África						2	1	1		2	6	3
2.4. Asia			2		1				2		5	2
2.4.1. Oriente Medio	2	1				1				1	5	2
2.5. Australia		1						1			2	1
2.6. Sin información								1			1	0.5
3. Organización												
3.1. Pertenece a una	21	17	19	24	24	27	22	16	21	20	211	97
3.2. Free Lance		1					1	1			3	1
3.3. Sin información		1	1			2		1			5	2
4. Valor cromático												
4.1. B/N	8	2	3	5	4	7	5	8	8	12	62	28
4.2. Color	13	17	17	19	20	22	18	9	12	8	155	71
4.3. Sin información / imágen no recuperada								1	1		2	1
5. Tematización												
5.1. Conflicto Bélico	4	1	2	1	3	11	13	5	10	10	60	27
5.2. Protestas contra el régimen		7	6	3	9	1		2	1		29	13
5.3. Política	1	5	7	7	8	10	5	2	2	3	50	23
5.4. Terrorismo								1		1	2	1
5.5. Derechos Humanos								1			1	0.5
5.6. Catastrofes naturales	6			7	1	1	1	1	1	2	20	9
5.7. Sociedad	5	5	4	2	3	5	3	2	4	3	36	16
5.8. Accidente				2		1		1			4	2
5.9. Sucesos Delictivos	2		1	2			1	1			7	3
5.10. Hambre	3							2	2	1	8	4
5.11. Otro		1									1	0.5
5.12. Sin información / imágen no recuperada									1		1	0.5
6. Género												
6.1. Fotonoticia	11	11	11	14	14	17	11	9	11	11	120	55
6.1.1. Número de fotografías	11	11	11	14	14	17	8	9	11	11	120	
6.2. Reportaje fotográfico	10	8	9	10	10	12	12	9	10	9	99	45
6.2.1. Número de fotografías	90	57	70	102	92	109	125	107	107	103	962	
7. Escenario												
7.1. Continente												
7.1.1. Europa	3	4	6	10	9	15	10	3	10	2	72	33
7.1.2. América												
7.1.2.1. Sudamérica	6		1	1			2	2	1	1	14	6
7.1.2.2. Centroamérica	1	1	2		2	1	1			4	12	5
7.1.2.3. Norteamérica	3	6	3	2	1	1	1	5	1	2	25	11
7.1.3. África	5	1		1		7	2	6	3	9	34	16
7.1.4. Asia	1	4	7	4	7		2	1	2		28	13
7.1.4.1. Oriente Medio	2	2	1	2	2	5	5		2	2	23	11
7.1.5. Australia		1									1	0.5
7.1.6. Sin información				4	3			1	2		10	4
7.2. Ambiente												
7.2.1. Exterior	17	14	13	18	20	20	19	14	12	17	164	75
7.2.2. Interior	4	5	7	5	3	9	4	3	7	3	50	23
7.2.3. Sin información				1	1			1	2		5	2

Año	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	TOTAL	Total %	
Categoría	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total			
8. Actante													
8.1. Viviente (total obras en las que figuran)													
	Hombre	7	10	13	9	15	12	11	8	8	8	101	46
	Mujer	3	1				5	1	2	1		13	6
	H+M	8	5	6	14	8	11	10	6	8	10	86	39
SEXO	Adulto	18	15	19	18	23	28	21	16	16	16	190	87
	Niño	8	4	3	8		2	6	2	6	8	47	21
EDAD													
	8.1.1. de 1-10 actantes	9	8	10	11	8	15	11	7	8	8	95	43
	8.1.2. más de 10 actantes	9	8	10	11	15	13	11	9	9	10	105	48
	8.1.3. NINGÚN actante	3	3		2	1	1	1	2	4	2	19	9
	8.1.4. sin información												
8.2. Víctima fallecida (total obras en las que figuran)													
	Hombre	4		2	5	6	5	7	7	7	7	50	23
	Mujer	1					2	1				4	2
	H+M	1			1		1	1	2	1	2	9	4
SEXO	Adulto	3		2	6	6	7	5	8	5	9	51	23
	Niño	5					3	1	1	1	2	13	6
EDAD													
	8.2.1. de 1-10 actantes	6		2	4	6	4	8	8	7	6	51	23
	8.2.2. más de 10 actantes				3		4	1	1	1	3	13	6
	8.2.3. NINGÚN actante	15	19	18	17	18	21	14	9	13	11	155	71
	8.2.4. sin información												
8.3. Víctima herida (total obras en las que figuran)													
	Hombre	3	5	1	2	6	3	7	2	5	7	41	19
	Mujer	3						1	2	2		8	4
	H+M			1			1	2	2	1		7	3
SEXO	Adulto		4	2	2	6	3	10	6	7	7	47	22
	Niño	2	1	1	1		1	1	1	1	1	10	5
EDAD													
	8.3.1. de 1-10 actantes	6	4	2	1	3	3	9	6	8	7	49	23
	8.3.2. más de 10 actantes		1	3	1	3	1	1			2	12	5
	8.3.3. NINGÚN actante	15	14	15	22	18	25	13	12	13	11	158	72
	8.3.4. sin información												
8.4. Indefinido													
	8.5. Objeto				1							1	0.5
	8.6. Otro actante		1			9				1		11	5
9. Grupo étnico/ racial (total obras en las que figuran)											TOTAL %	Total (+;+;-)	TOTAL %(+;+;-)
	10.1.1. +	4	3	3	1	2	4	3	1			21	10
	10.1.2. -	2	1	2	6	1	7	9	3	5	2	38	17
9.1. Blanco	10.1.3. -/+		6	5	7	9	7	5	2	8	3	52	24
	10.2.1. +	1						1	1		1	4	2
	10.2.2. -	3	1	2	2	1	5	3	8	3	9	37	17
9.2. Africano	10.2.3. -/+	1	1	1			2		1		4	10	5
	10.3.1.+						1					1	0.5
	10.3.2.-	6			1	1		1				9	4
9.3. Hispano	10.3.3. -/+							1	2			3	1
	10.4.1. +												
	10.4.2. -				1				1			2	1
9.4. Hindú/Pakistani/Bengalí	10.4.3. -/+												
	10.5.1 +			2								2	1
9.5. Asiático (Chino/Japonés/persona proveniente del sudeste asiático)	10.5.2. -		4	4					1	1		10	5
	10.5.3. -/+	1		1	1	7						10	5
	10.6.1. +	2			1		1	1				5	2
	10.6.2. -	1	1	1	2	2	1	2		2	1	13	6
9.6. Árabe/Egipcio/ Magrebí	10.6.3. -/+		1		1	1	1					4	2
9.7. Origen desconocido											1	1	0.5
9.8. Sin información			1		2					2		5	2
10. Rol del actor													
	10.1. Civil	19	12	13	18	17	24	17	16	17	19	172	79
	10.2. Militar	3	4	9	1	7	7	8	5	4	4	52	24
	10.3. Político	1	5	6	7	5	6	3	1	2	2	38	17
	10.4. Religioso	1		1							1	3	1
	10.5. Otro												
	10.6. Sin información								1	2		3	1
11. Nacionalidad del fotógrafo / localidad de la imagen													
	11.1. País natal	5	9	10	7	3	13	4	8	3	2	64	30
	11.2. Difiere	16	10	10	12	19	16	19	7	16	18	143	65
	11.3. Sin información				5	2			3	2		12	5
12. Total imágenes analizadas		21	19	20	24	24	29	23	18	21	20	219	100

Año	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	TOTAL	Total %
Categoría	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total		
1. Título												
1.1. con título												
1.2. sin título	23	20	20	20	19	19	20	20	22	20	203	100
2. Nacionalidad del fotógrafo												
2.1. Europa	8	9	9	3	12	10	12	11	12	7	93	46
2.2. América												
2.2.1. Sudamérica			1				1	1		1	4	2
2.2.2. Centroamérica				2		1				1	4	2
2.2.3. Norteamérica	13	10	6	9	4	3	7	6	5	6	69	34
2.3. África			4	2		2					8	4
2.4. Asia	1			3	2	1		1	2	2	12	6
2.4.1. Oriente Medio	1			1		2		1	2	2	9	4
2.5. Australia		1			1				1	1	4	2
2.6. Sin información												
3. Organización												
3.1. Pertenece a una	23	17	19	20	19	18	20	20	22	19	197	97
3.2. Free Lance										1	1	0.5
3.3. Sin información		3	1			1					5	2.5
4. Valor cromático												
4.1. B/N	14	12	12	12	8	6	9	11	6	4	94	46.5
4.2. Color	9	8	8	8	11	13	10	9	16	16	108	53
4.3. Sin información / imágen no recuperada							1				1	0.5
5. Tematización												
5.1. Conflicto Bélico	10	11	9	10	12	10	9	11	20	6	108	53
5.2. Protestas contra el régimen		1	2		3	1	3	2		4	16	8
5.3. Política	2	3	1	1				4		2	13	7
5.4. Terrorismo	1		3	2	2	2	5	1		1	17	8
5.5. Derechos Humanos				1		1			1	1	4	2
5.6. Catastrofes naturales	1	1	2	2	1	2		1		3	13	7
5.7. Sociedad	4	1	2	2	1	2	2	1	1	3	19	9
5.8. Accidente												
5.9. Sucesos Delictivos	3		1	1		1					6	3
5.10. Hambre				1							1	0.5
5.11. Otro	2	3					1				6	3
5.12. Sin información / imágen no recuperada												
6. Género												
6.1. Fotonoticia	15	11	14	11	10	10	11	10	12	11	115	57
6.1.1. Número de fotografías	15	11	14	11	10	10	11	10	12	11	115	
6.2. Reportaje fotográfico	8	9	6	9	9	9	9	10	10	9	88	43
6.2.1. Número de fotografías	89	101	60	103	98	93	87	113	117	102	963	
7. Escenario												
7.1. Continente												
7.1.1. Europa	11	7	7	5	9	6	2	3		4	54	27
7.1.2. América	1										1	0.5
7.1.2.1. Sudamérica			1				1	1		1	4	2
7.1.2.2. Centroamérica	1	1		2			1			3	8	4
7.1.2.3. Norteamérica	4	2		1		2	6	1	1	2	19	9
7.1.3. África	3	7	6	3	1	5	1	4	5		35	17
7.1.4. Asia	1	3	1	6	8	3	2	7	3	4	38	19
7.1.4.1. Oriente Medio	1		5	3	1	3	7	4	13	6	43	21
7.1.5. Australia												
7.1.6. Sin información	1										1	0.5
7.2. Ambiente												
7.2.1. Exterior	21	18	15	16	19	17	18	12	20	12	168	82.5
7.2.2. Interior	2	2	5	4		2	1	8	2	8	34	17
7.2.3. Sin información							1				1	0.5

Año	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	TOTAL	Total %			
Categoría	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total					
8. Actante															
8.1. Viviente (total obras en las que figuran)															
	Hombre	8	8	7	7	11	9	9	7	5	80	39			
	Mujer	2	2	3	1		1	1	1	4	15	7			
SEXO	H+M	11	9	9	10	6	9	5	8	11	86	42			
	Adulto	19	17	19	14	17	17	15	18	15	163	80			
EDAD	Niño	6	9	6	7	4	6	1	5	11	4	59	29		
	8.1.1. de 1-10 actantes	9	9	8	8	6	7	9	7	8	9	80	39		
	8.1.2. más de 10 actantes	13	10	11	10	11	10	6	11	11	8	101	50		
	8.1.3. NINGÚN actante	1	1	1	2	2	2	5	2	3	3	22	11		
	8.1.4. sin información														
8.2. Víctima fallecida (total obras en las que figuran)															
	Hombre	5	5	7	5	7	7	9	3	9	8	65	32		
	Mujer			2	1			1			4	2			
SEXO	H+M	3		2	2	1	1	1			8	4			
	Adulto	7	5	8	8	7	8	9	5	7	6	70	34		
EDAD	Niño	1		2	2		1	1		4	2	13	6		
	8.2.1. de 1-10 actantes	5	5	8	6	6	7	10	5	7	8	67	33		
	8.2.2. más de 10 actantes	3		3	2	1	1			2		12	6		
	8.2.3. NINGÚN actante	15	15	9	12	12	11	10	15	13	12	124	61		
	8.2.4. sin información														
8.3. Víctima herida (total obras en las que figuran)															
	Hombre	4	7	8	6	9	4	2	1	8	6	55	27		
	Mujer	2		1	1				1			5	2		
SEXO	H+M	1					1		1	1	1	5	2		
	Adulto	6	5	9	7	9	5	2	3	8	6	60	30		
EDAD	Niño	1	4		1					2	2	10	5		
	8.3.1. de 1-10 actantes	7	7	9	6	9	5	2	3	9	7	64	32		
	8.3.2. más de 10 actantes	1			1							2	1		
	8.3.3. NINGÚN actante	15	13	11	13	10	14	18	17	13	13	137	67		
	8.3.4. sin información														
	8.4. Indefinido														
	8.5. Objeto														
	8.6. Otro actante														
9. Grupo étnico/ racial (total obras en las que figuran)											TOTAL %	Total (+; ; +)	TOTAL %(+; ; +)		
	10.1.1. +	1	1							1	3	1.5			
	10.1.2. -	6	1	3	2	5	3	1	1	1	23	11	67	32.5	
9.1. Blanco	10.1.3. -/+	8	5	5	4	4	4	5	2	1	3	41	20		
	10.2.1. +							1			1	0.5			
	10.2.2. -	5	6	2	4	1	4		3	5	3	33	16	42	20.5
9.2. Africano	10.2.3. -/+		1	1			1	2	1		2	8	4		
	10.3.1.+														
	10.3.2.-			1					1		2	1	8	4	
9.3. Hispano	10.3.3. -/+		1		2		1	2			6	3			
	10.4.1. +														
	10.4.2. -							1	2		3	6	3	8	4
9.4. Hindú/Pakistani/Bengalí	10.4.3. -/+				1			1			2	1			
	10.5.1 +								1		1	0.5			
9.5. Asiático (Chino/Japonés/persona proveniente del sudeste asiático)	10.5.2. -	1			2	6	1		2	3	1	16	8	20	10
	10.5.3. -/+				1	2					3	1.5			
	10.6.1. +	2	1								3	1.5			
	10.6.2. -		2	5	2		1	3	2	11	4	30	15	51	25.5
9.6. Árabe/Egipcio/ Magrebí	10.6.3. -/+		1	3	1	1	3	2	3	2	2	18	9		
9.7. Origen desconocido			1						1		2	1	2	1	
9.8. Sin información					1			3	1		5	2.5	5	2.5	
10. Rol del actor															
	10.1. Civil	23	17	20	20	16	17	16	16	20	18	183	90		
	10.2. Militar	3	1	4	2	7	9	4	6	6	7	49	24		
	10.3. Político	1	3						2			6	3		
	10.4. Religioso														
	10.5. Otro							1			1	0.5			
	10.6. Sin información							1	1		2	1			
11. Nacionalidad del fotógrafo / localidad de la imagen															
	11.1. País natal	5	5	8	2	2	2	7	2	3	8	44	22		
	11.2. Difiere	16	15	12	18	17	16	13	18	19	12	156	77		
	11.3. Sin información	2									2	1			
12. Total imágenes analizadas		23	20	20	20	19	19	20	20	22	20	203	100		

Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TOTAL	Total %
Categoría	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total		
1. Título												
1.1. con título						6	15	13	1	13	48	26
1.2. sin título	21	21	21	20	20	14	5	1	12		135	74
2. Nacionalidad del fotógrafo												
2.1. Europa	7	10	11	9	10	8	11	8	6	9	89	49
2.2. América												
2.2.1. Sudamérica	2			2	2	1		1			8	4
2.2.2. Centroamérica	3	1				4		1			9	5
2.2.3. Norteamérica	6	4	5	3	2		2	1	3	3	29	16
2.3. África		2	1	1	1	1	1				7	4
2.4. Asia	1	1	1	5	2	5	5		2		22	12
2.4.1. Oriente Medio	2	3	2		1		1	2	1	1	13	7
2.5. Australia			1		2	1		1	1		6	3
2.6. Sin información												
3. Organización												
3.1. Pertenece a una	21	21	19	19	17	15	18	14	13	12	169	92
3.2. Free Lance					1	4	2				7	4
3.3. Sin información			2	1	2	1				1	7	4
4. Valor cromático												
4.1. B/N	6	11	7	2	2	4	2	1	2	1	38	21
4.2. Color	15	10	14	18	18	16	18	13	11	12	145	79
4.3. Sin información / imágen no recuperada												
5. Tematización												
5.1. Conflicto Bélico	4	11	10	5	8		8	12	3	3	64	35
5.2. Protestas contra el régimen	1	2	4	3	4	2	2			3	21	12
5.3. Política	1	2	2	1	1	3					10	5
5.4. Terrorismo	1			1					2		4	2
5.5. Derechos Humanos		1	1			1				3	6	3
5.6. Catastrofes naturales	8	1		4	1	7	6	1	2		30	16
5.7. Sociedad	2	2	4	5	3	3	4		5	3	31	17
5.8. Accidente										1	1	1
5.9. Sucesos Delictivos	1	1		1	2	4		1			10	5
5.10. Hambre	3	1			1						5	3
5.11. Otro									1		1	1
5.12. Sin información / imágen no recuperada												
6. Género												
6.1. Fotonoticia	10	11	12	10	11	10	11	8	7	7	97	53
6.1.1. Número de fotografías	10	11	12	10	11	10	11	8	7	7	97	
6.2. Reportaje fotográfico	11	10	9	10	9	10	9	6	6	6	86	47
6.2.1. Número de fotografías	120	114	100	109	93	117	99	71	71	59	953	
7. Escenario												
7.1. Continente												
7.1.1. Europa	2	4		4	1	4	2		1	5	23	12
7.1.2. América												
7.1.2.1. Sudamérica			1	1	1	1					4	2
7.1.2.2. Centroamérica	1	3				6					10	5
7.1.2.3. Norteamérica	3		1	2	1		2	1	1		11	6
7.1.3. África	4	2	7	4	4		5	1	3	4	34	19
7.1.4. Asia	6	2	3	9	6	8	10	1	4		49	27
7.1.4.1. Oriente Medio	5	10	9		6	1	1	11	4	4	51	28
7.1.5. Australia					1						1	1
7.1.6. Sin información												
7.2. Ambiente												
7.2.1. Exterior	14	19	18	19	19	16	18	11	9	10	153	84
7.2.2. Interior	7	2	3	1	1	4	2	3	4	2	29	15
7.2.3. Sin información										1	1	1

Año		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TOTAL	Total %
Categoría		Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total		
8. Actante													
8.1. Viviente													
(total obras en las que figuran)													
	Hombre	6	8	7	11	8	5	8	5	6	6	70	38
	Mujer	5		1		2	1	3		1		13	7
	H+M	10	12	8	9	7	9	6	6	4	4	75	41
	Adulto	19	20	16	20	17	14	17	11	11	10	155	85
	Niño	7	4	3	5		3	3	5	1	3	34	19
	8.1.1. de 1-10 actantes	8	6	6	8	7	3	9	2	5	4	58	32
	8.1.2. más de 10 actantes	12	14	10	12	10	12	8	9	6	6	99	54
	8.1.3. NINGÚN actante	1	1	5		3	5	3	3	2	3	26	14
	8.1.4. sin información												
8.2. Víctima fallecida													
(total obras en las que figuran)													
	Hombre	6	7	4	7	4	9	4	8	5	5	59	32
	Mujer	2					1			1		4	2
	H+M					2	1	2	1	1		7	4
	Adulto	6	6	4	7	5	12	6	7	7	4	64	35
	Niño	2	3		2	3	2	1	3	1	1	18	10
	8.2.1. de 1-10 actantes	8	7	3	6	6	10	5	9	7	5	66	36
	8.2.2. más de 10 actantes			1	1	2	3	1				8	4
	8.2.3. NINGÚN actante	13	14	17	13	12	7	14	5	6	8	109	60
	8.2.4. sin información												
8.3. Víctima herida													
(total obras en las que figuran)													
	Hombre	4	6	7	6	2	3	3	6	2	1	40	22
	Mujer	3	1			1	2	1	1		2	11	6
	H+M	1	1		1		2	1	2	3	1	12	7
	Adulto	4	7	7	7	3	7	5	8	5	4	57	31
	Niño	4	1	1	2			1	1	1	1	12	7
	8.3.1. de 1-10 actantes	8	7	7	7	3	6	7	9	5	4	63	34
	8.3.2. más de 10 actantes		1				3	1				5	3
	8.3.3. NINGÚN actante	13	13	14	13	17	11	12	5	8	9	115	63
	8.3.4. sin información												
8.4. Indefinido													
8.5. Objeto													
											1	1	1
8.6. Otro actante													
9. Grupo étnico/ racial													
(total obras en las que figuran)													
	10.1.1. +				1						1	2	1
	10.1.2. -			2	3	1	2	3		1	1	13	7
	9.1. Blanco	3	2	2	3	3	2				1	16	9
	10.2.1. +				1	1						2	1
	10.2.2. -	1		3	2	4	4		1	2	2	19	10
	9.2. Africano	5	5	4	1		1			1	1	18	10
	10.3.1.+												
	10.3.2.-	1	1			1	2					5	3
	9.3. Hispano		1		1							2	1
	10.4.1. +												
	10.4.2. -	2		1	1	1	2			1		8	4
	9.4. Hindú/Pakistani/Bengalí	3	1	2			1	1		1		9	5
	10.5.1 +												
	9.5. Asiático (Chino/Japonés/persona proveniente del sudeste asiático)	1	1		1		1			1		5	3
	10.5.3. -/+		1	1	4		4	5	1	1		17	9
	10.6.1. +	1										1	1
	10.6.2. -	2	6			3		7	10	2	4	34	19
	9.6. Árabe/Egipcio/ Magrebí	2	3	2	1	4	1	2	2	2		19	10
	10.6.3. -/+												
	9.7. Origen desconocido												
	9.8. Sin información			4	1	2		2		1	3	13	7
10. Rol del actor													
	10.1. Civil	21	19	13	19	16	19	18	13	11	10	159	87
	10.2. Militar	3	7	7	9	6	4	5	6	3	4	54	30
	10.3. Político		1	2	1		1					5	3
	10.4. Religioso						1				1	2	1
	10.5. Otro					1						1	1
	10.6. Sin información			1				1			1	3	2
11. Nacionalidad del fotógrafo / localidad de la imagen													
	11.1. País natal	7	6	3	8	5	13	6	1	4	2	55	30
	11.2. Difere	14	15	18	12	15	7	13	13	9	11	127	69
	11.3. Sin información							1				1	1
12. Total imágenes analizadas													
		21	21	21	20	20	20	20	14	13	13	183	100

9.2. Análisis del corpus

9.2.1. Resultados del análisis general de las fotografías premiadas por el *World Press Photo (1955-2014)*

Después de efectuar un análisis de contenido exhaustivo de todas las fotografías ganadoras de los premios con temática de interés periodístico dentro del concurso *World Press Photo* (un total de 3901 imágenes), obtenidas en las seis décadas de la existencia del certamen, en concreto desde el año 1955 hasta el año 2014, hemos llegado a numerosos resultados.

Las bases de datos íntegras que justifican estos resultados se pueden consultar en los ANEXOS de la presente investigación.

9.2.1.1. Existencia de pie de foto en las imágenes premiadas

Para empezar, observaremos la posible inclinación de los autores de nombrar sus fotografías con un título explicatorio. En las primeras cinco décadas analizadas, el 100% de los autores premiados por el concurso optó por no poner un pie de foto a sus fotografías. Si observamos la última década del concurso, esta tendencia cambia, pues por primera vez en la historia del concurso aparecen obras que incluyen un pie de foto. Un total de 26% de las obras premiadas integra un texto explicativo, mientras que el resto – un 74 % de las imágenes – aparecen sin él.

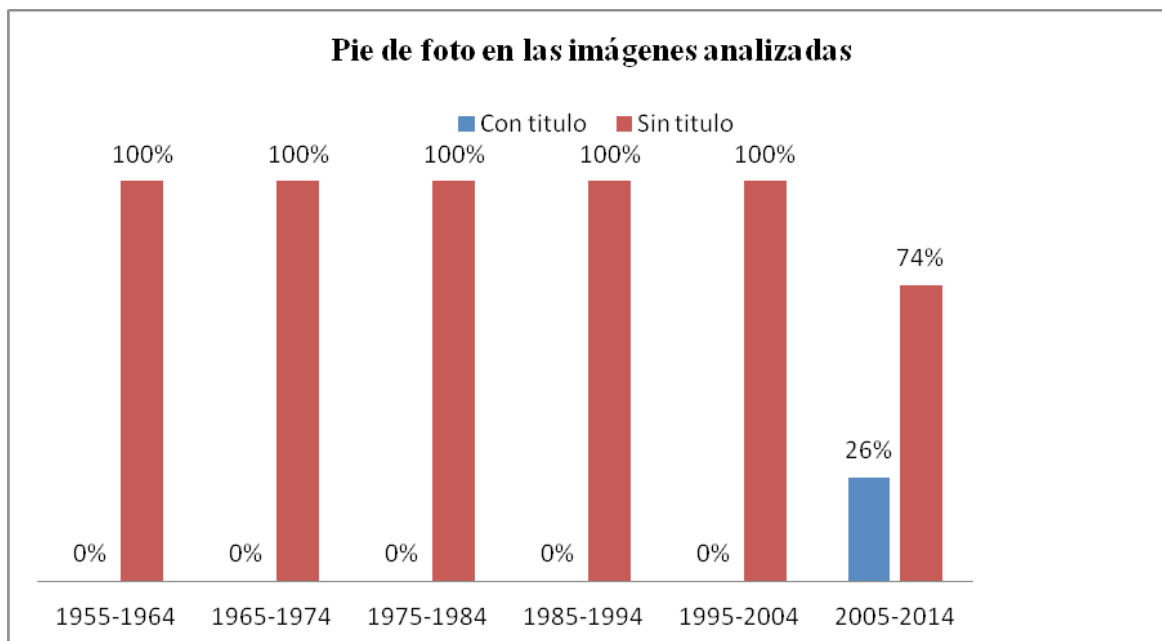


Gráfico 1. Existencia de pie de foto en las imágenes premiadas *World Press Photo* (1955-2014)

Fuente: Elaboración propia

9.2.1.2. Pertenencia geopolítica de los autores de las imágenes premiadas por el *World Press Photo* (1955-2014)

En los 60 años de existencia del *World Press Photo*, la gran mayoría de los autores que tomaron las imágenes son de pertenencia geopolítica europea o norteamericana. El gráfico que mostramos a continuación refleja los porcentajes que muestran la pertenencia de los autores de las imágenes premiadas observando el conjunto de toda la muestra analizada.

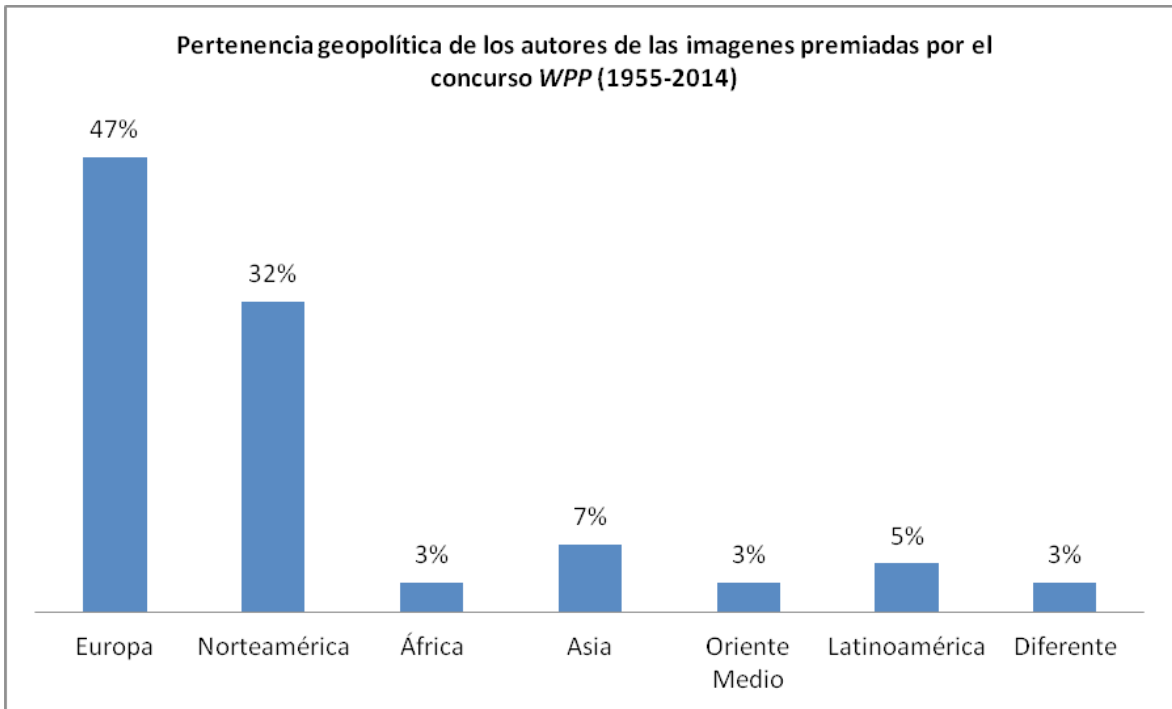


Gráfico 2. Pertenencia geopolítica de los autores de las imágenes premiadas por el *World Press Photo* (1955-2014)

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico en el que mostramos los porcentajes de autores europeos y norteamericanos en las imágenes premiadas, podemos observar que el número de autores provenientes del continente europeo disminuye notablemente, comparando la primera y la última década del concurso. Podemos concluir que la mayoría de los autores de las imágenes premiadas por el *WPP*, pertenecen a los países desarrollados.

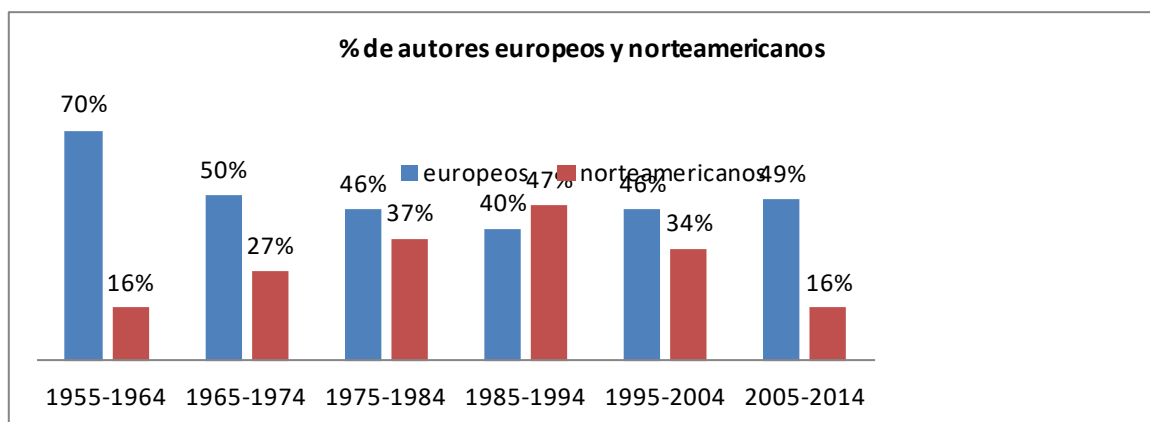


Gráfico 3. % de autores europeos y norteamericanos en las imágenes premiadas por el *World Press Photo* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

9.2.1.3. Pertenecía de los autores de las imágenes a agencias de noticias

En el gráfico que mostramos a continuación podemos observar el porcentaje de autores de las imágenes premiadas por el *WPP* que fueron contratados por diferentes agencias de noticias. Es interesante el dato de que la gran mayoría, un 96% de ellos fueron contratados por una agencia a la hora de hacer las instantáneas.

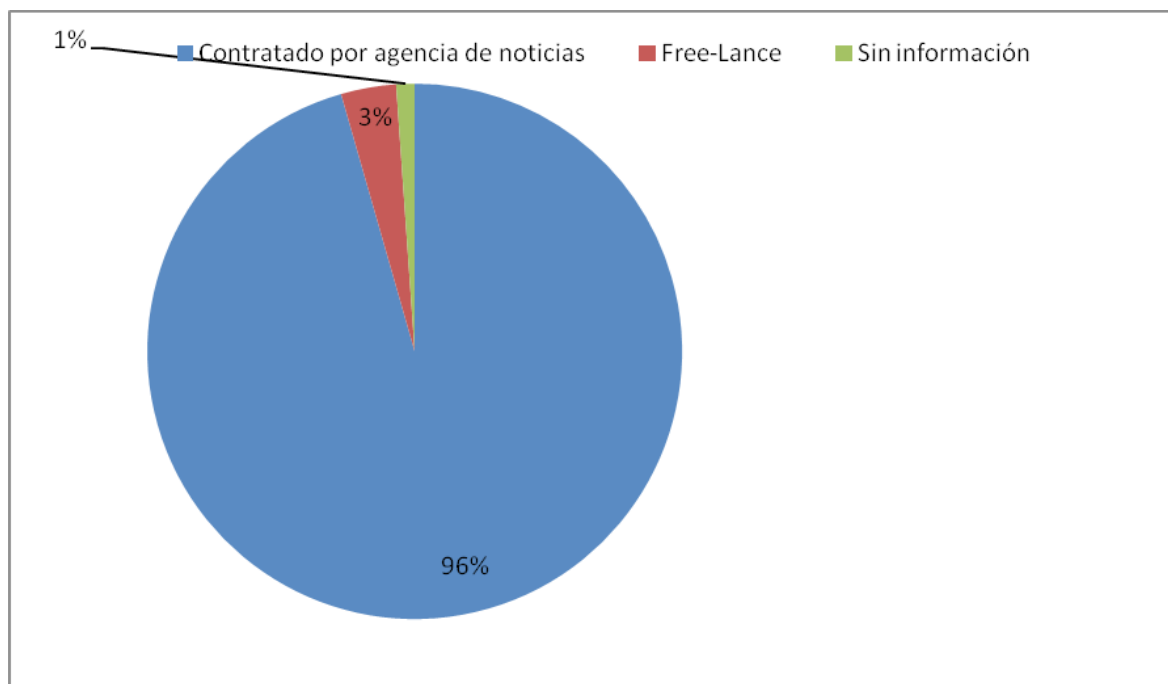


Gráfico 4. Pertenecía de los autores de las imágenes premiadas por el *World Press Photo* (1955-2014) a agencias de noticias

Fuente: elaboración propia

9.2.1.4. Valor cromático de las imágenes

En cuanto a la categoría cromática de las fotografías, contemplando nuestra base de datos comparativa, pudimos detectar que el número de las imágenes captadas en color estaba en minoría en las primeras décadas del concurso. Cabe incluso mencionar que al principio de la existencia del concurso, en decir en el año 1965, una de las categorías de premios especiales se denominaba *Color Pictures* y estaba ideada para galardonar las fotografías en color, por la novedad tecnológica que esta técnica suponía. La tendencia de captar imágenes en blanco y negro ha ido variando a lo largo de los años, para que en la última década de nuestro análisis

(2005-2014) la gran mayoría de las obras premiadas fueran captadas precisamente en la técnica de color. Es interesante el dato que en la V década analítica (1995-2004), el porcentaje de imágenes en BN y Color está casi igualado, lo que significa que varios autores optaron por la técnica de BN por sus cualidades como recurso narrativo y expresivo, y no por las limitaciones tecnológicas.

En el gráfico¹²⁴ numero 5 se pueden observar las tendencias en cuanto al uso de las técnicas de blanco y negro y de color dentro del fotoperiodismo, en los sesenta años de existencia del certamen

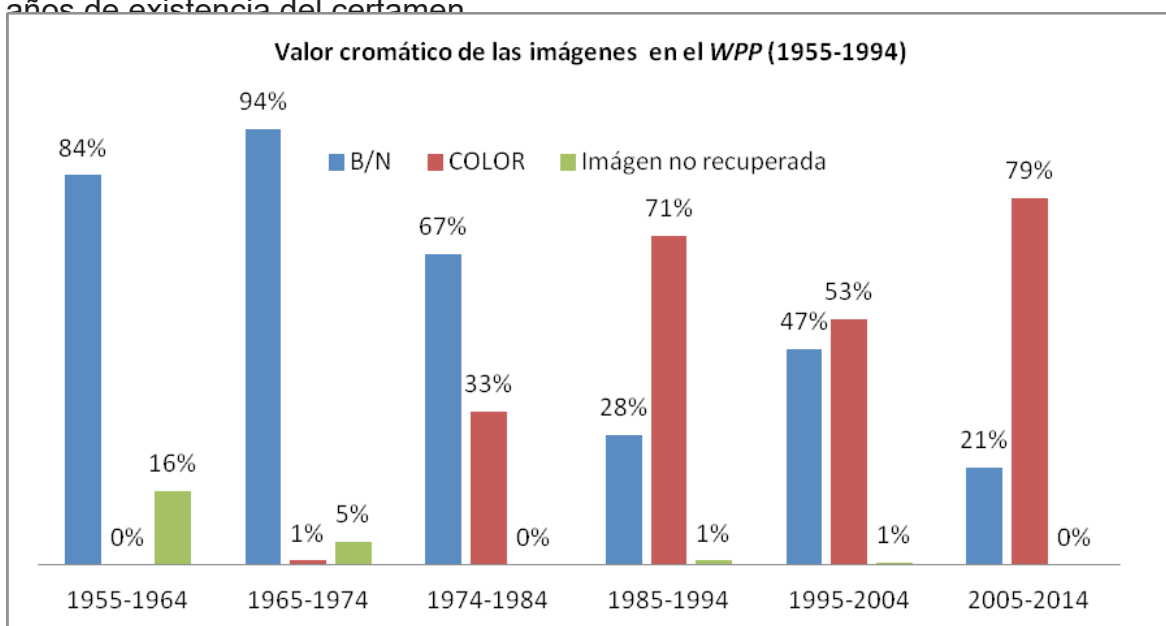


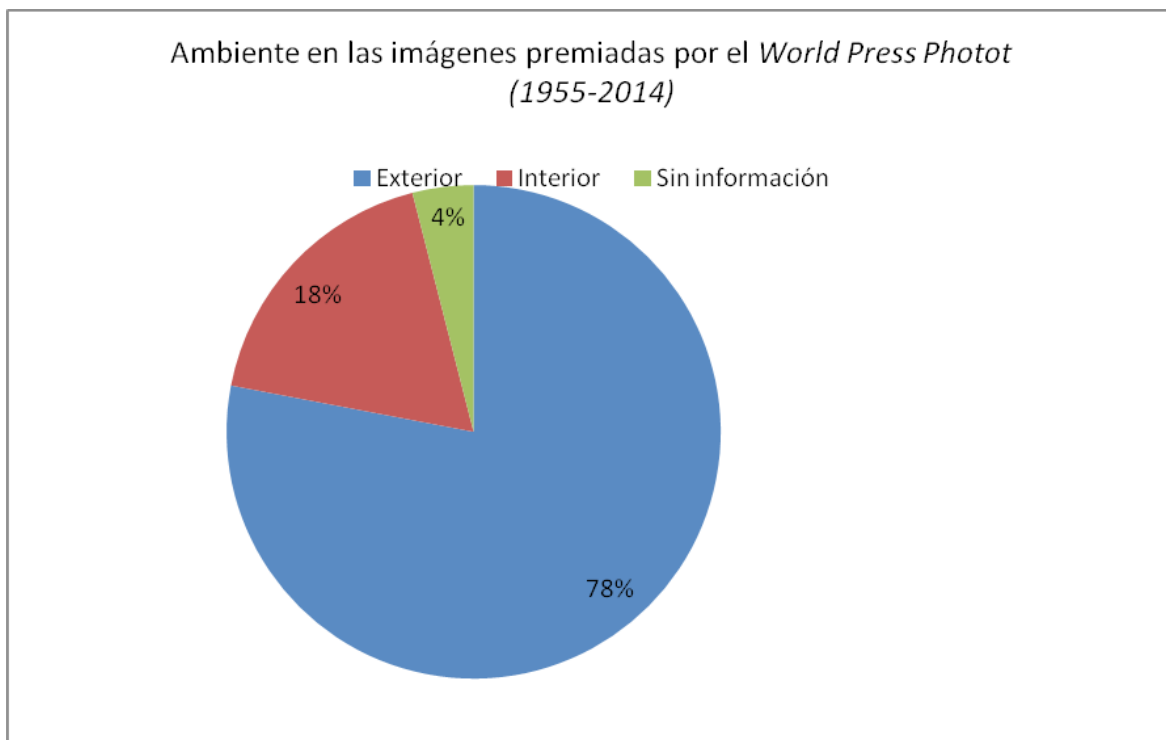
Gráfico 5. Valor cromático de las imágenes premiadas por el World Press Photo (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

9.2.1.5. Ambientación de las imágenes premiadas

Otro ítem que consideramos de interés para nuestro análisis es el ambiente en el que fueron tomadas las fotografías premiadas. En el gráfico que vemos a continuación podemos observar que la mayoría de las imágenes, un 78% fueron tomadas en el exterior.

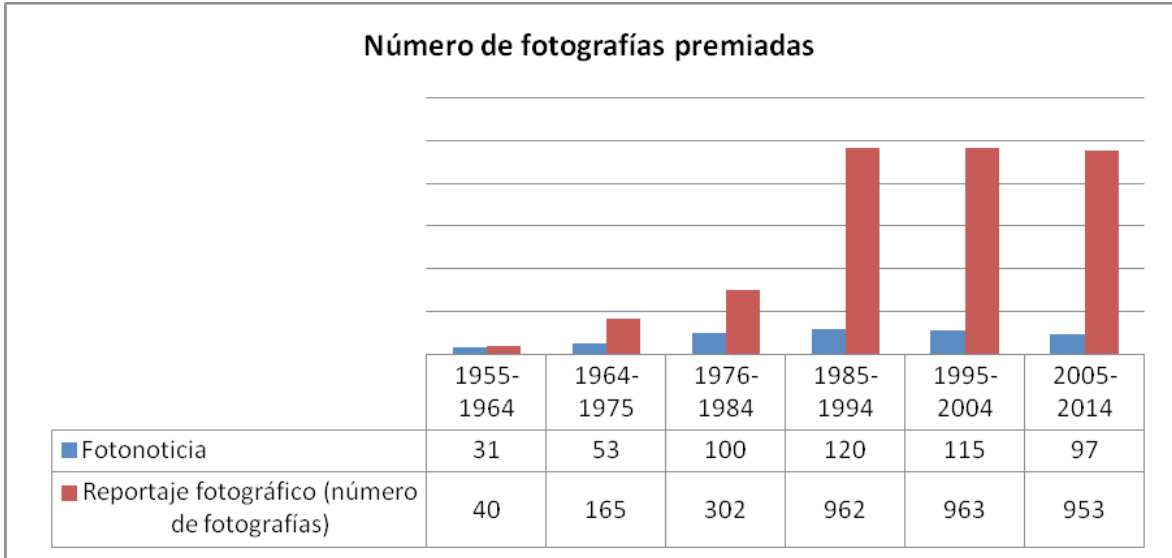
124 Las imágenes que han sido premiadas pero no han podido ser recuperadas, también se han tomado en cuenta en el análisis, ya que pudimos obtener algunos datos sobre ellas como la localización en la que fueron tomadas, la pertenencia geopolítica del autor, etc.



Fuente: Elaboración propia

9.2.1.6. Número de fotografías premiadas en las categorías analizadas

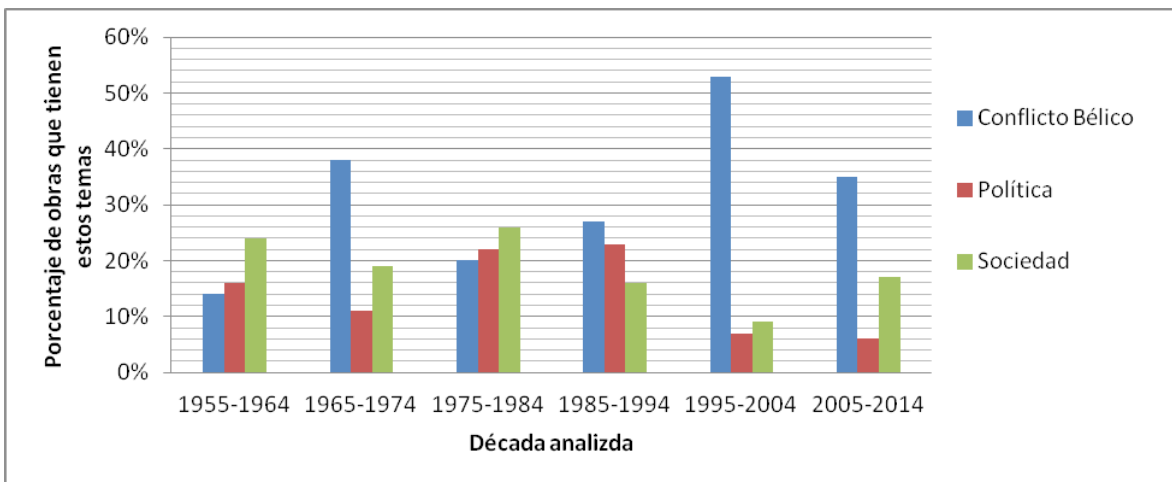
El número de fotografías informativas premiadas por el concurso, incluidos los reportajes fotográficos y las fotonoticias (compuestas por fotografías individuales), ha ido aumentando durante los años. El número de fotografías que componen los reportajes asciende notablemente a partir de la IV década de análisis (1985-1994). Podemos concluir que esto se debe a la expansión de las cámaras digitales que permiten generar una gran cantidad de imágenes a casi ningún coste, algo que ayudó – además de sus cualidades narrativas, como relato visual – a que el reportaje fotográfico se establezca como el género más usado dentro del fotoperiodismo contemporáneo. También se podría decir que con los años aumenta el número de historias de actualidad que necesitan ser contadas, y que el desarrollo de la tecnología facilita la generación de imágenes consecutivas necesarias para contar estas historias.



Fuente: Elaboración propia

9.2.1.7. Los temas más tratados dentro del concurso

Después de analizar todas las imágenes de carácter informativo premiadas por el concurso *World Press Photo* (1955-2014), hemos detectado que los temas que con más frecuencia han ocupado el interés periodístico fueron: conflictos bélicos, política y sociedad. La frecuencia con la que estos temas han sido tratados se puede observar en el siguiente gráfico.



Fuente: elaboración propia

9.2.1.8. Las localizaciones de las imágenes tomadas

Los escenarios que más aparecen en las imágenes premiadas son Europa, Asia, África, Norteamérica y Latinoamérica. En los primeros 50 años del certamen (1955-2004), el continente que con más frecuencia aparece como escenario de las obras que conforman la muestra analizada es Europa. Es interesante el dato que el número de imágenes provenientes del continente europeo desciende notablemente en la última década del concurso (2005-2014), mientras que las fotografías que provienen del Oriente Medio ocupan el mayor espacio de la muestra, un total de 28%. Igualmente, si comparamos la primera y la última década del galardón, podemos observar que en la primera (1955-1964) no existe ni una sola imagen proveniente del Oriente Medio, mientras que en la última (2005-2014) estas imágenes se encuentran en mayoría con respecto a las demás.

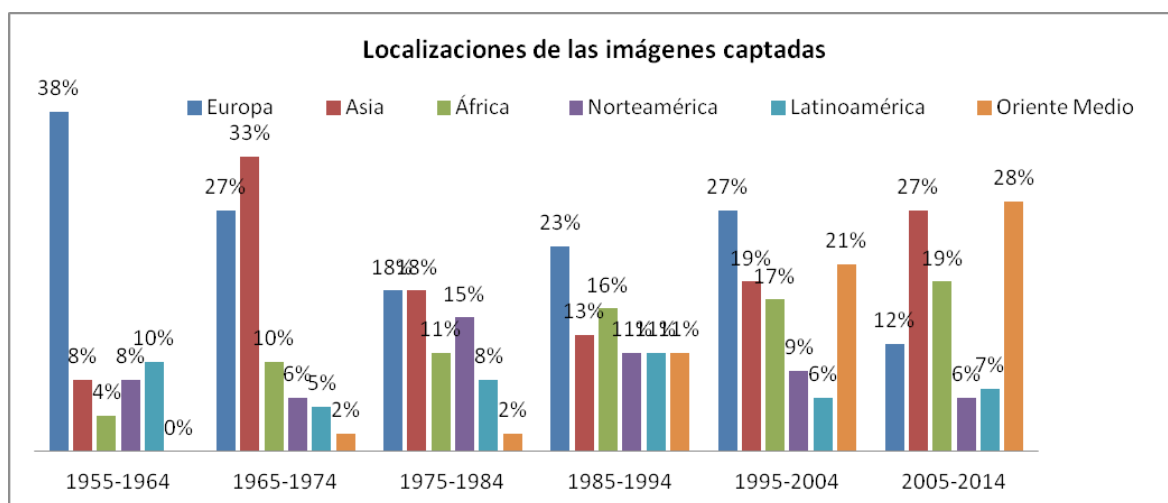


Gráfico 9. Localizaciones de las imágenes premiadas por el concurso *World Press Photo* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

9.2.1.9. Los actantes que entran a formar parte de la narración

Una de nuestras principales inquietudes y aspiraciones que nos han impulsado a efectuar el análisis de contenido de las fotografías, ha sido determinar de qué manera son representados los actantes que entran a formar parte de la narración de las imágenes premiadas. A continuación presentamos algunos de los hallazgos más

genéricos en cuanto a la representación de los actantes, comparando sus edades, género, grupo étnico/racial al que pertenecen y estado de vida o muerte. Esto será uno de los principales pasos para poder determinar el efecto social en cuanto a la creación del imaginario colectivo sobre concretos grupos étnicos/ raciales.

9.2.1.9.1. Género de los actantes vivientes

En primer lugar nos fijaremos en el género de los actantes vivientes que entran a formar parte de la narración de las fotografías. Lo que entendemos por actantes vivientes son las personas que aparecen con vida en esta muestra de fotografías informativas. Pues bien, entre los actantes vivientes que aparecen en las imágenes analizadas, se puede ver una clara tendencia a favorecer a los hombres como protagonistas de las noticias. Las mujeres que aparecen solas y en calidad de protagonistas de las fotografías informativas, figuran en una parte claramente minoritaria de la muestra analizada.

En el gráfico de abajo se puede ver el porcentaje de obras en las que aparecen los hombres y mujeres como protagonistas de las fotografías analizadas.

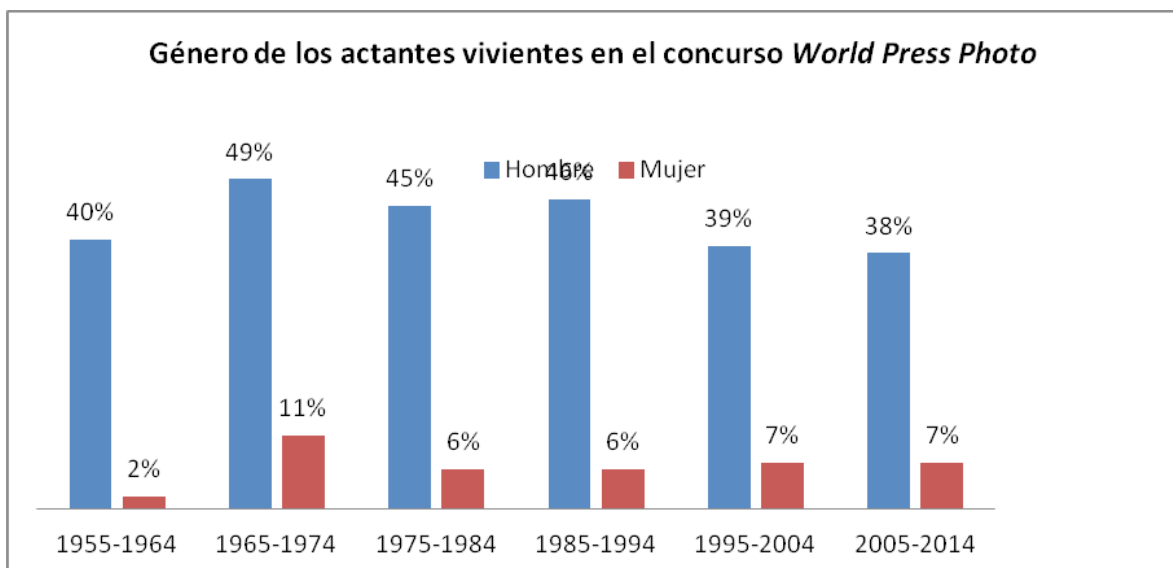


Gráfico 10. Género de los actantes vivientes en las imágenes premiadas por el concurso *World Press Photo* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

9.2.1.9.2. Víctimas fallecidas y heridas

Observando nuestra base de datos que fue elaborada para el análisis comparativo de las imágenes, pudimos detectar que el número de víctimas que aparecen en la muestra desde los principios del concurso hasta el día de hoy, ha ido creciendo. Mientras que en la primera década analizada el número de imágenes en las que aparecían víctimas heridas y fallecidas ocupaba un 30 % de la muestra, y en la última década este número casi se triplica, pues la apariencia de las víctimas fallecidas y heridas en las fotografías asciende a un 77% de la muestra.

Entre las víctimas fallecidas y heridas que forman parte del contenido de estas imágenes también prevalecen los varones.

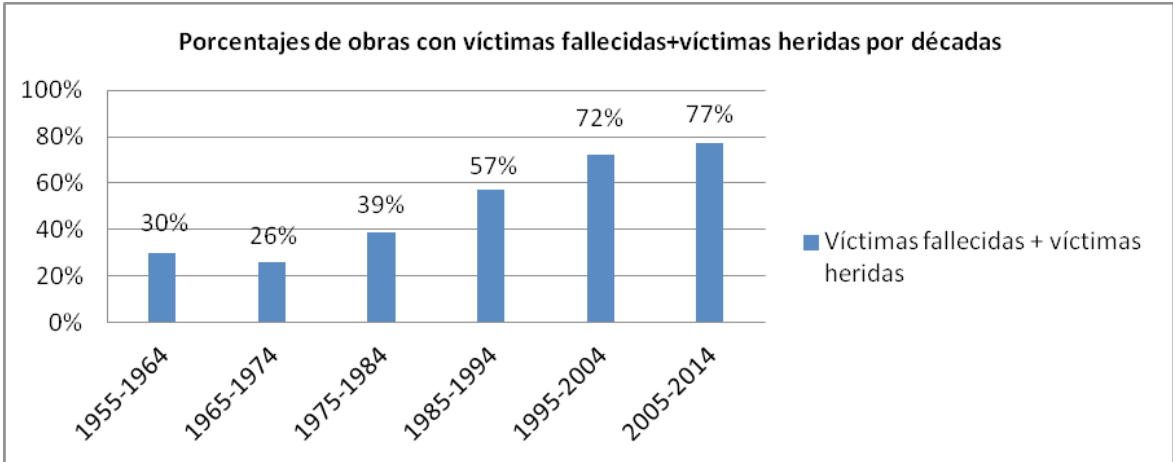


Gráfico 11. % de imágenes con víctimas fallecidas y heridas en las imágenes premiadas por el concurso World Press Photo (1955-2014) / por décadas

Fuente: elaboración propia

También, aportamos un gráfico en el que se muestra el porcentaje de víctima fallecidas y heridas en el conjunto de toda la muestra analizada (WPP, 1955-2014). Es interesante el dato que casi un 60 % de todas las imágenes premiadas por el concurso WPP desde su inauguración en el año 1955 hasta el 2014, tienen como contenido al menos un cuerpo sin vida.

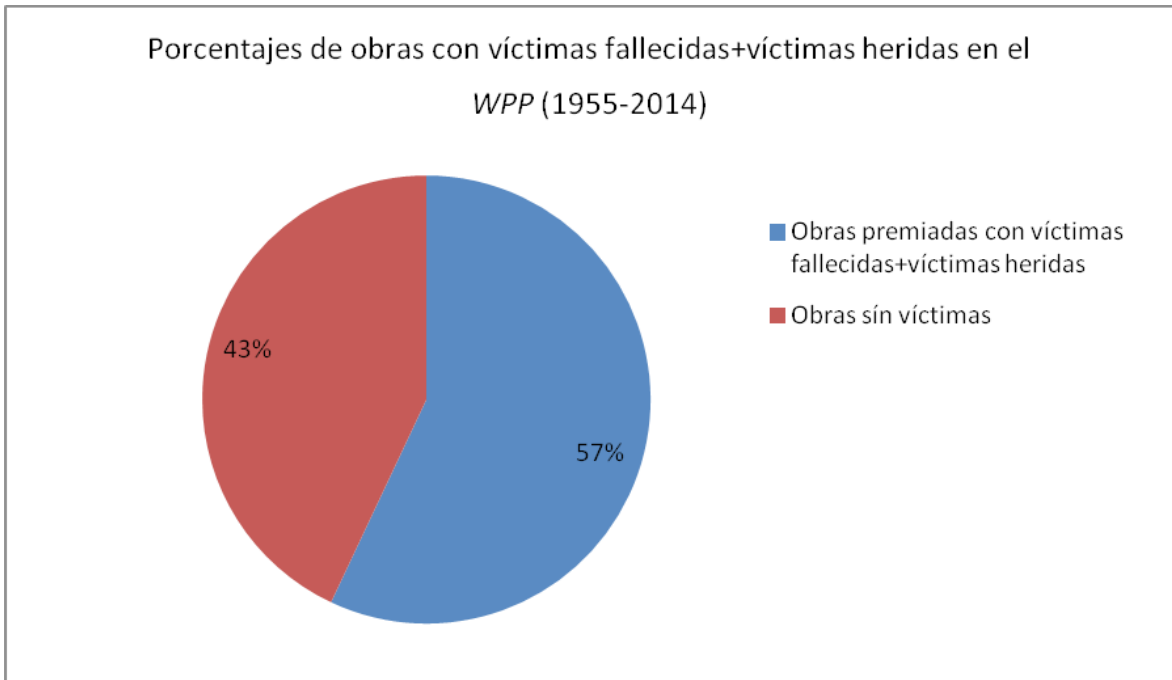


Gráfico 12. % de imágenes con víctimas fallecidas y heridas en las imágenes premiadas por el concurso *World Press Photo* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

9.2.1.9.3. Rol de los actores que entran a formar parte de la narración en las fotografías premiadas por el *WPP* (1955-2014)

Entre otras cosas, quisimos averiguar el rol de los actores que entran a formar parte de la narración y por eso observando todo el conjunto de la muestra. Llama la atención el dato de que precisamente los civiles son los que más veces aparecen en las imágenes premiadas.

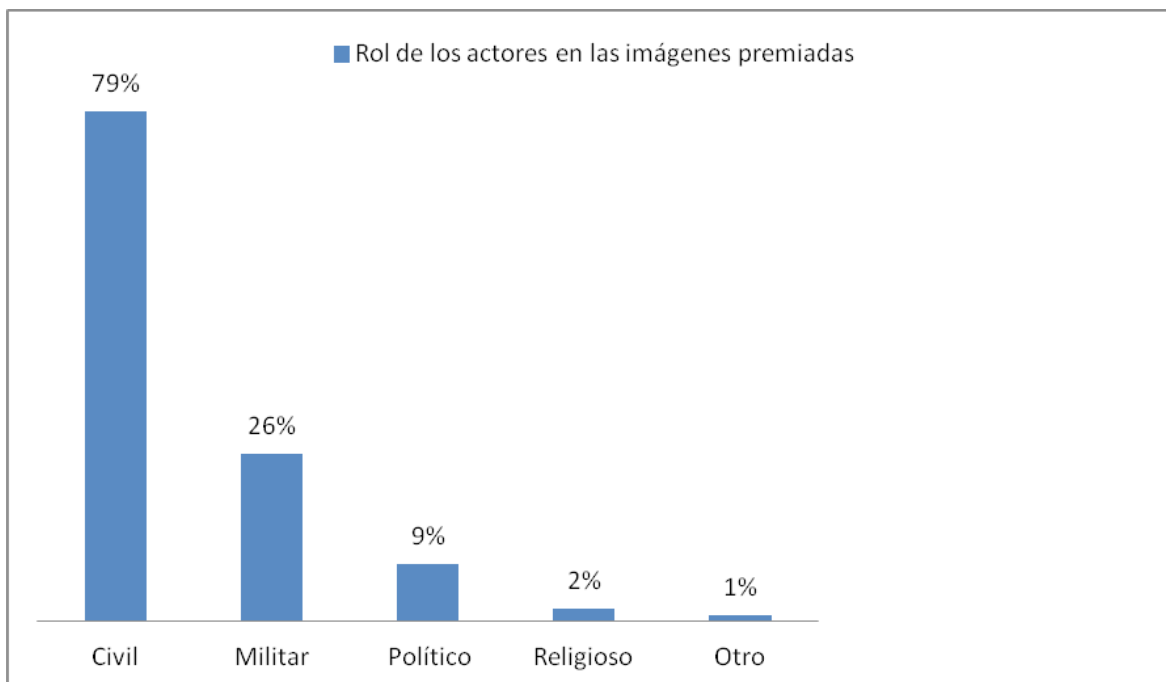


Gráfico 13. Rol de los actores que entran a formar parte de la narración en las fotografías premiadas por el WPP (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

9.2.1.9.4. Representación de los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales dentro del concurso

Otro ítem que consideramos importante analizar, es la representación de los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales dentro del concurso. En el gráfico¹²⁵ número 14 mostramos con qué frecuencia aparecen las personas de diferentes razas¹²⁶ y culturas en las obras analizadas, por diferentes décadas del concurso.

125 En el gráfico, como "Diferentes", entendemos la suma de todos los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales, que no están nombrados en el gráfico.

126 Teniendo en cuenta que nuestro único fin en esta parte de la investigación es distinguir a los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales en las fotografías, hemos optado por usar una tipología elaborada por la policía británica que se basa en *Códigos de Identidad Visual*, para hacer una descripción que fácilmente y a primera vista sugiera la apariencia de una persona. Con esta categorización no se pretende dar información sobre las cualidades físicas o humanas en ningún contexto negativo de los actantes cuya representación será analizada, ni realizar un análisis antropológico de las razas humanas, tan solo hacer una distinción entre los actantes que aparecen en las fotografías. En este sentido definimos los siete diferentes grupos analíticos: Blanco / Africano, Caribeño / Hispanoamericano / Hindú, Paquistaní, Bengalí / Asiático (Chino, Japonés o persona proveniente del sudeste asiático) / Árabe, Egipcio, Magrebí / Diferente; Pagina web de la *Metropolitan Police Service (MPS)*, disponible en URL: <http://policeauthority.org/metropolitan/publications/briefings/2007/0703/index.html#h2002>;

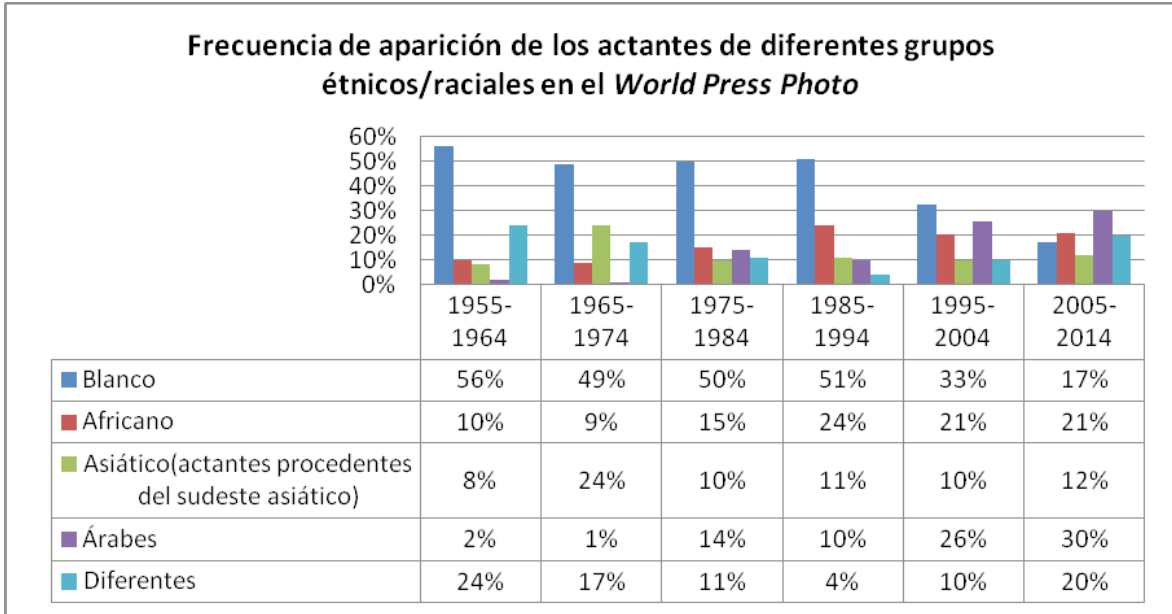


Gráfico 14. Frecuencia de aparición de los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales en las imágenes premiadas por el *World Press Photo* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

Pues bien, podemos ver que los actantes que han sido protagonistas de la gran mayoría de la muestra analizada en la primera década del concurso han sido los actantes de color de piel blanco. Esta tendencia cambia en la última década del concurso, donde las personas provenientes del mundo árabe se encuentran en el foco del interés periodístico, pues ocupan un 30% de la muestra total. Si observamos la frecuencia con la que los árabes han sido fotografiados, podemos ver cómo el interés fotoperiodístico por este grupo de personas aumenta a lo largo de los años. Mientras que en la primera década analítica aparecen solo en un 1% de la muestra, en la última ocupan su mayor parte.

9.2.1.9.4.1. Resultados de valores de representación

Pues bien, después de detectar cuáles han sido los grupos étnicos/raciales que con más frecuencia aparecen dentro de la muestra escogida, decidimos determinar de qué manera los actantes que pertenecen a estos grupos fueron representados. En este contexto diferenciamos tres tipos de representación: representación positiva (+), representación negativa (-), representación neutral (+ -).

Operando con el dato obtenido de que los actantes que con más frecuencia aparecen en las imágenes son los blancos, vamos a revisar el modo de su representación a lo largo de los años:

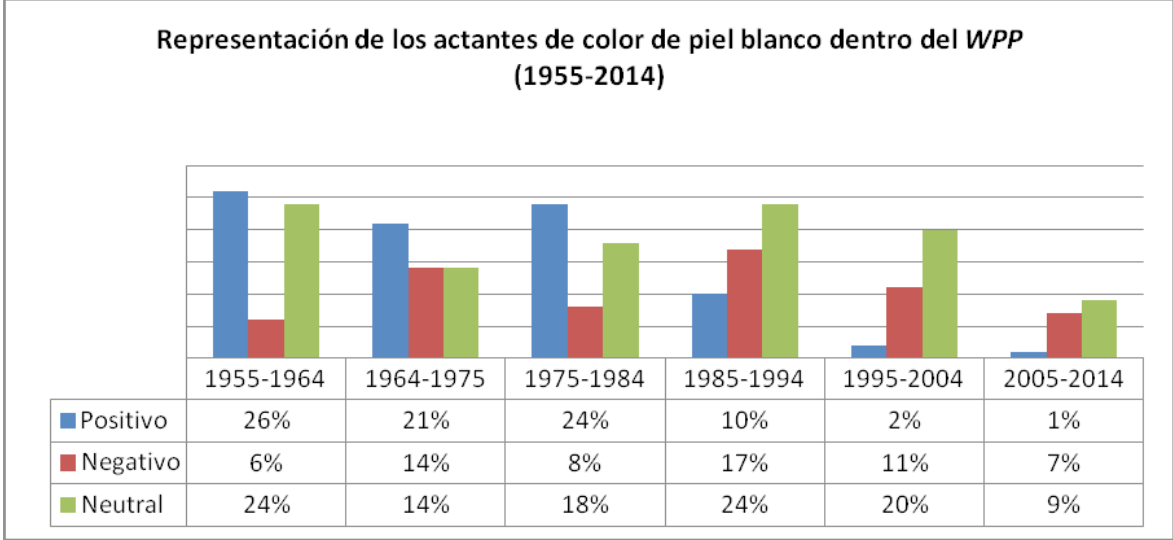


Gráfico 15. Representación de los actantes de color de piel blanco en las imágenes premiadas por el World Press Photo (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

El grafico muestra los porcentajes de actantes blancos representados de forma positiva, negativa y neutral para cada década del concurso – el porcentaje es relativo a la muestra general de arriba. Los actantes de color de piel blanca fueron representados mayoritariamente de manera positiva dentro de los primeros treinta años del concurso. Esta tendencia cambia a partir de la cuarta década (1985-1994), cuando la representación positiva de los actantes blancos empieza a disminuir respecto a su representación negativa o neutral. Mientras que en la I década del certamen, la mayoría de los actantes blancos, un 26% de ellos son representados de forma positiva, en la última década, aparecen representados de forma positiva en tan solo un 1% de las fotografías. Igualmente se puede observar que en la IV década analizada se halla el mayor número de fotografías en las que los actantes blancos son representados de forma negativa, y esto se debe a la “caída del Muro de Berlín” y sus consecuencias en Europa, incluidas las guerras de desmembración de Yugoslavia.

Anotamos anteriormente que los actantes de color de piel negro¹²⁷ son los que ocupan el segundo lugar en cuanto a la frecuencia de aparición en las fotografías. A continuación mostramos, por décadas y en porcentajes referentes a la muestra total de cada década, la manera en la que ellos están representados en las obras analizadas.

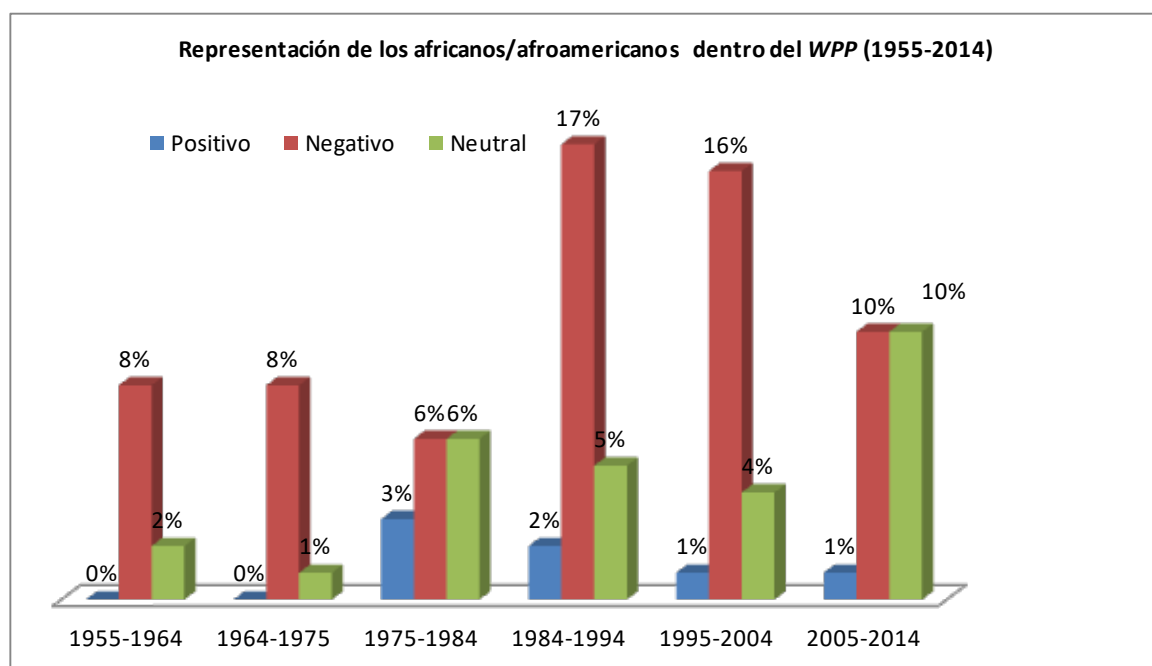


Gráfico 16. Representación de los africanos/ afroamericanos en las imágenes premiadas por el *World Press Photo* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

Tal y como se puede ver en el gráfico, los africanos y afroamericanos aparecen representados de forma negativa durante todas las décadas analizadas, y esta constante no cambia con el avance del tiempo. Además, se puede observar que en las primeras dos décadas del concurso los actantes de color de piel negro no aparecen representados de forma positiva en absoluto, mientras que en el resto de los años, el número de su representación positiva es mínimo. Mientras que en la IV y V década de análisis el número de fotografías en las que las personas de color de piel negro aparecen mayoritariamente representadas de forma negativa, en la última década del concurso la representación negativa y neutral están igualadas. El

¹²⁷ Los actantes de color de piel negro pertenecen al grupo analítico Africano/Caribeño que fijamos siguiendo la propuesta de los *Códigos de Identidad Visual* elaborada por la policía británica.

crecimiento de la representación neutral coincide con el hecho de que un hombre de color de piel negro por primera vez en la historia haya sido elegido presidente de los Estados Unidos.

Otro resultado que ha llamado nuestra atención se refiere a la representación de los actantes del grupo étnico/racial asiático¹²⁸. En este caso también podemos observar que la mayoría de los actantes fueron representados de forma negativa o neutral, ya que solo en las décadas II, IV y V se dan casos de que estén representados de forma positiva, y eso en un mínimo porcentaje de las obras premiadas. El resultado más llamativo pertenece a la segunda década (1965-1974): la gran mayoría de actantes de este grupo racial están representados de forma negativa, y esto coincide con el desarrollo del conflicto bélico en Vietnam. En la última década de análisis son representados mayoritariamente de forma neutral, y la gran parte de las imágenes se refieren a las catástrofes naturales ocurridas en los territorios donde viven. También hay que tener en cuenta que la última década analizada corresponde a la apertura de China.

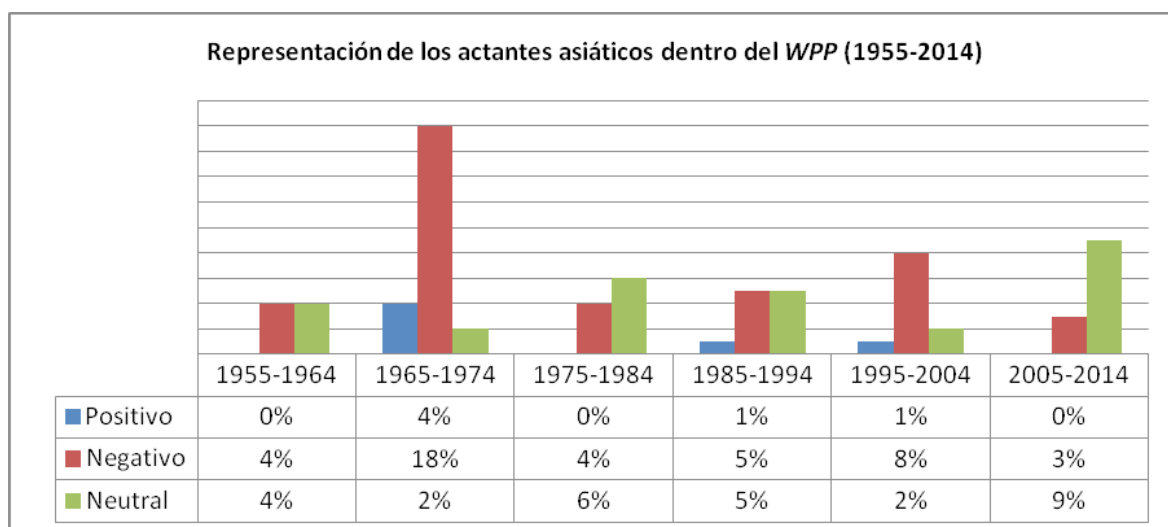


Gráfico 17. Representación de los asiáticos en las imágenes premiadas por el *World Press Photo* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

¹²⁸ Los actantes del grupo analítico de Asiáticos son los Chinos, Japoneses, o personas provenientes del sudeste asiático, siguiendo la propuesta de los *Códigos de Identidad Visual* elaborada por la policía británica.

En el primer gráfico de este apartado, que revela la frecuencia de aparición de los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales, si observamos la totalidad de la muestra, el cuarto y último lugar lo ocupan los árabes. Ellos son los que menos aparecen en las obras premiadas, si contemplamos esta condición en un conjunto de primeros 40 años. Sin embargo, esta tendencia cambia a partir de la década de los '90, cuando el número de personas árabes que aparecen en las fotografías aumenta notablemente, circunstancia que coincide con la Guerra del Golfo Pérsico, a la que se suman todas las revueltas en el mundo árabe que en adelante se propagan y duran hasta el día de hoy.

Al igual que fue el caso con los actantes que pertenecen a los grupos étnicos/raciales asiáticos y africanos, ahora los árabes, en la mayoría de las obras en las que aparecen como protagonistas de las noticias, están representados de forma negativa.

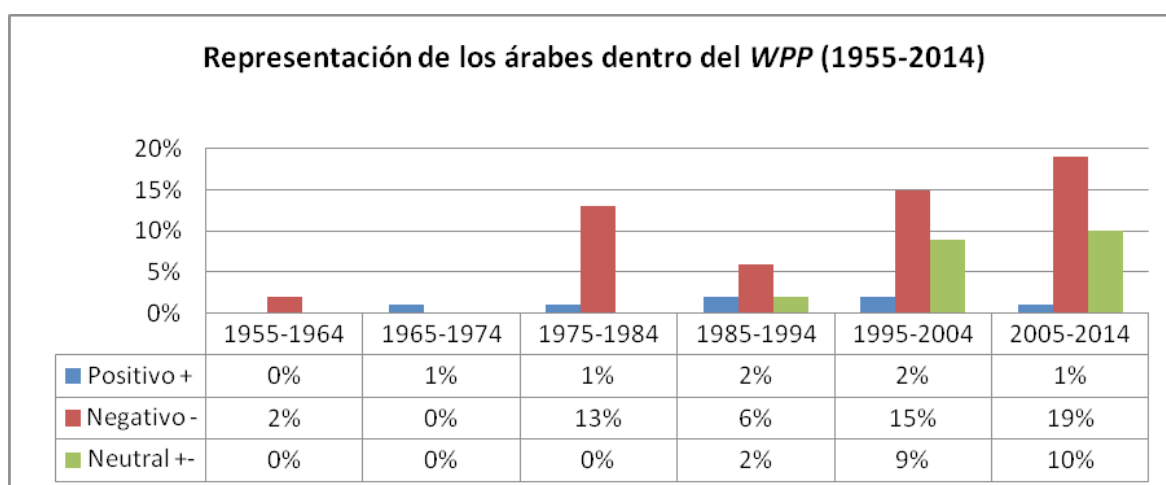


Gráfico 18. Representación de los árabes en las imágenes premiadas por el World Press Photo (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

Por último, consideramos apropiado mencionar la representación de los actantes de procedencia hispanoamericana dentro del concurso. En el gráfico que ilustra la frecuencia de aparición de distintos grupos étnicos/raciales en las imágenes ganadoras del WPP, no hemos tomado en cuenta los actantes de procedencia hispanoamericana, ya que aparecen en una mínima parte de la muestra analizada,

por lo que los habíamos incorporado en el conjunto denominado “Diferentes”. Sin embargo, hemos notado que casi siempre son representados de forma negativa o neutral. El periodo cuando su imagen ha sido más negativa (en los años '80) coincide con la Revolución Sandinista en Nicaragua. Los hispanoamericanos son representados de forma positiva solo en la cuarta década del concurso, y eso en 1% de todas las obras analizadas.

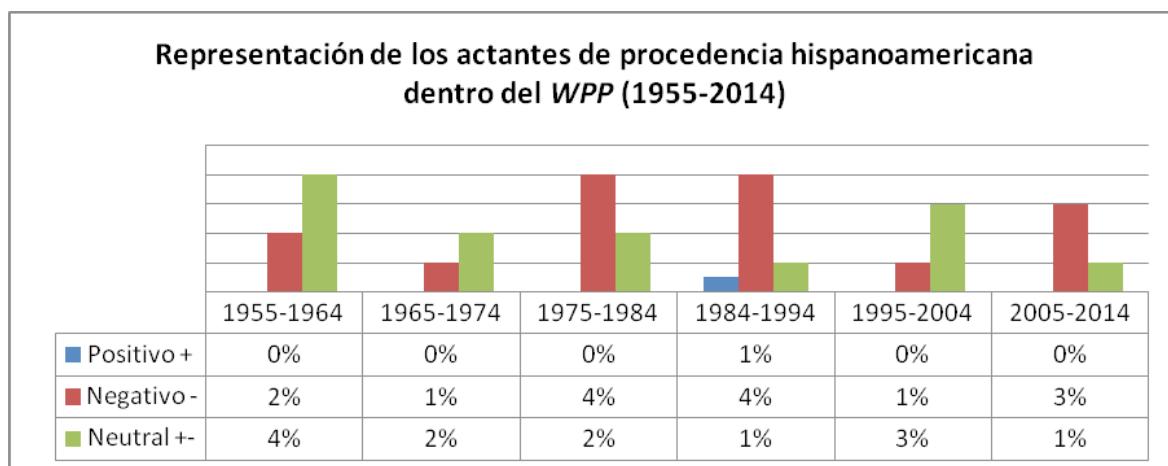


Gráfico 19. Representación de los hispanoamericanos en las imágenes premiadas por el World Press Photo (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

Apreciando todos estos gráficos que demuestran la naturaleza de representaciones de los actantes, podemos ver una tendencia: en **las fotografías premiadas existe una representación negativa repetitiva de algunos grupos raciales y culturales dentro del concurso**. Mientras que las personas de color de piel blanco, en las primeras tres décadas del concurso, aparecen representadas de forma positiva, en el trato fotográfico de todas las demás personas – tanto las de piel negra, como las de procedencia asiática, árabe o hispanoamericana – se nota una tendencia de representación negativa en todos los periodos analizados.

9.2.2. Análisis específico de las fotografías premiadas con el máximo galardón *World Press Photo of the Year (1955-2014)*

Después de efectuar nuestro análisis específico de las fotografías premiadas por

el *World Press Photo of the Year* (1955-2014) - la mejor fotografía de cada año-, y generar una base de datos sobre el análisis, hemos llegado a numerosos resultados.

Hemos optado por visualizar la información a través de gráficos genéricos que muestran el análisis general de todas las fotografías premiadas por el *World Press Photo of the Year*, para así obtener una visión general sobre los datos analizados en toda la existencia del concurso.

A continuación presentamos como muestra algunos de los resultados que consideramos más relevantes:

Existencia de pie de foto en las imágenes premiadas



Gráfico 20. Existencia de pie de foto en las imágenes premiadas por el *World Press Photo of the Year* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

Pertenencia geopolítica de los autores de las imágenes premiadas

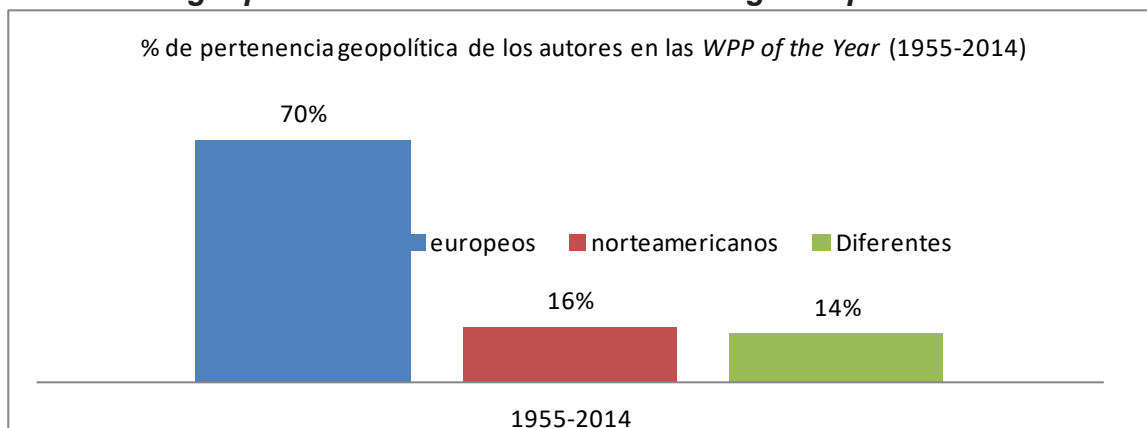


Gráfico 21. % de pertenencia geopolítica de los autores en las WPP of the Year (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

Valor cromático de las imágenes

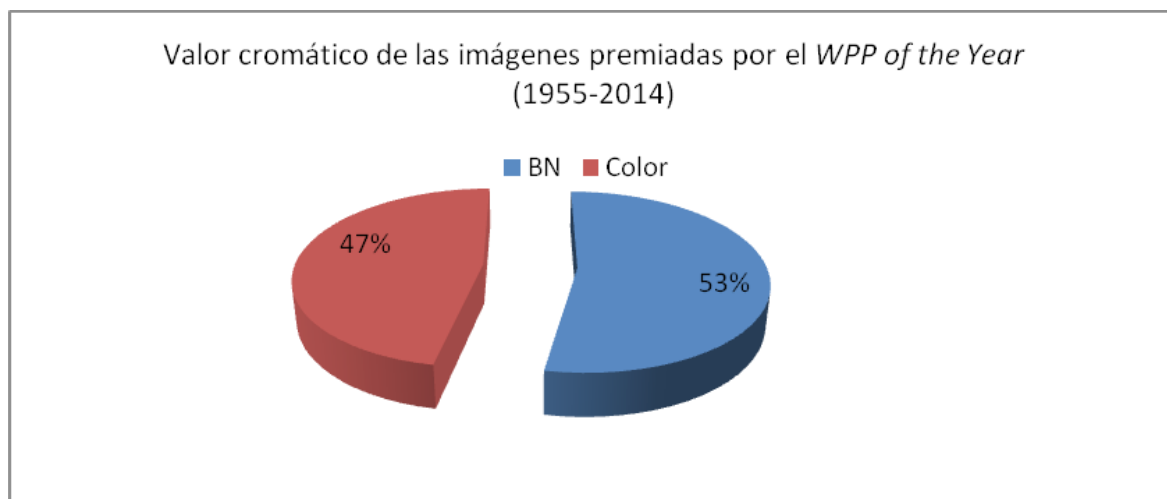
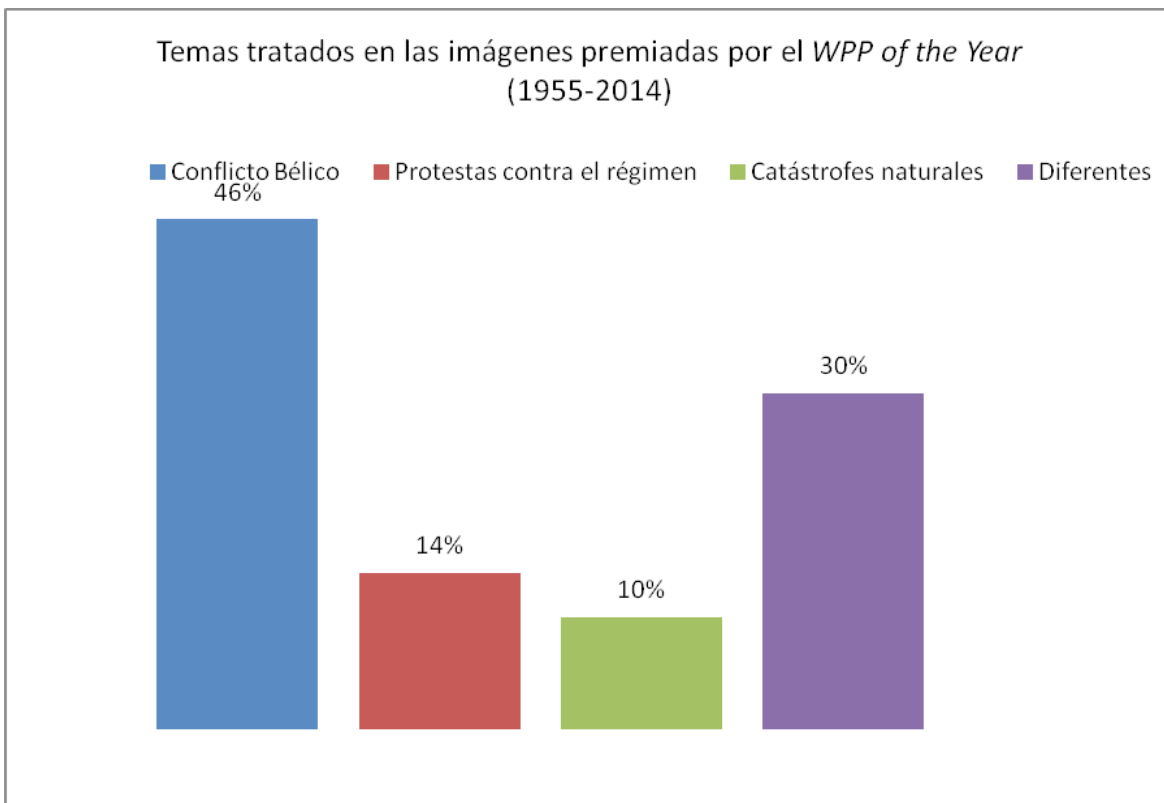


Gráfico 22. Valor cromático de las imágenes premiadas por el WPP of the Year (1955-2014)

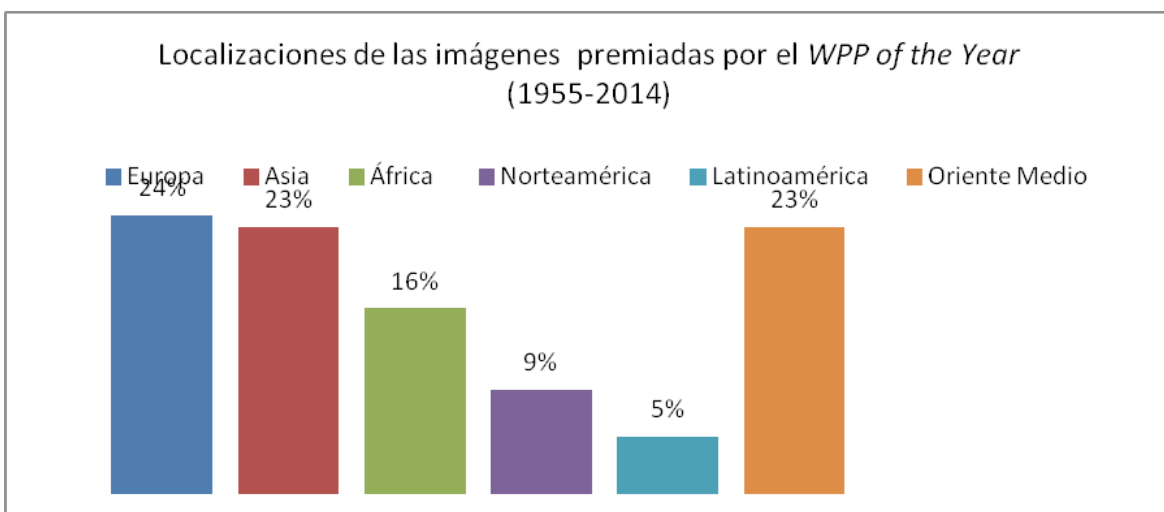
Fuente: elaboración propia

Los temas más tratados en las fotografías premiadas con WPP of the Year (1955-2014)



Gr3fico 23. Los temas m3s tratados en las fotograf3as premiadas con el premio WPP of the Year (1955-2014)

Fuente: elaboraci3n propia



Gr3fico 24. Localizaciones de las im3genes premiadas por el WPP of the Year (1955-2014)

Fuente: elaboraci3n propia

Actantes

Una de nuestras principales inquietudes y aspiraciones que nos han impulsado a efectuar el análisis de contenido de las fotografías, ha sido determinar de qué manera son representados los actantes que entran a formar parte de la narración de las imágenes premiadas con el máximo galardón. A continuación presentamos algunos de los hallazgos más genéricos en cuanto a la representación de las personas.

Género de los actantes vivientes

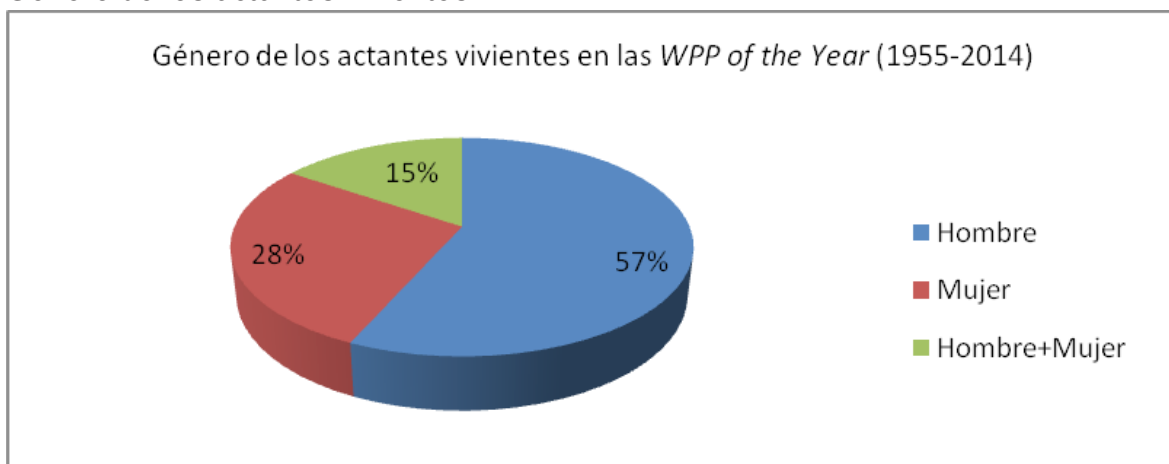


Gráfico 25. Género de los actantes vivientes en las fotografías premiadas por el *WPP of the Year* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

Víctimas fallecidas y heridas

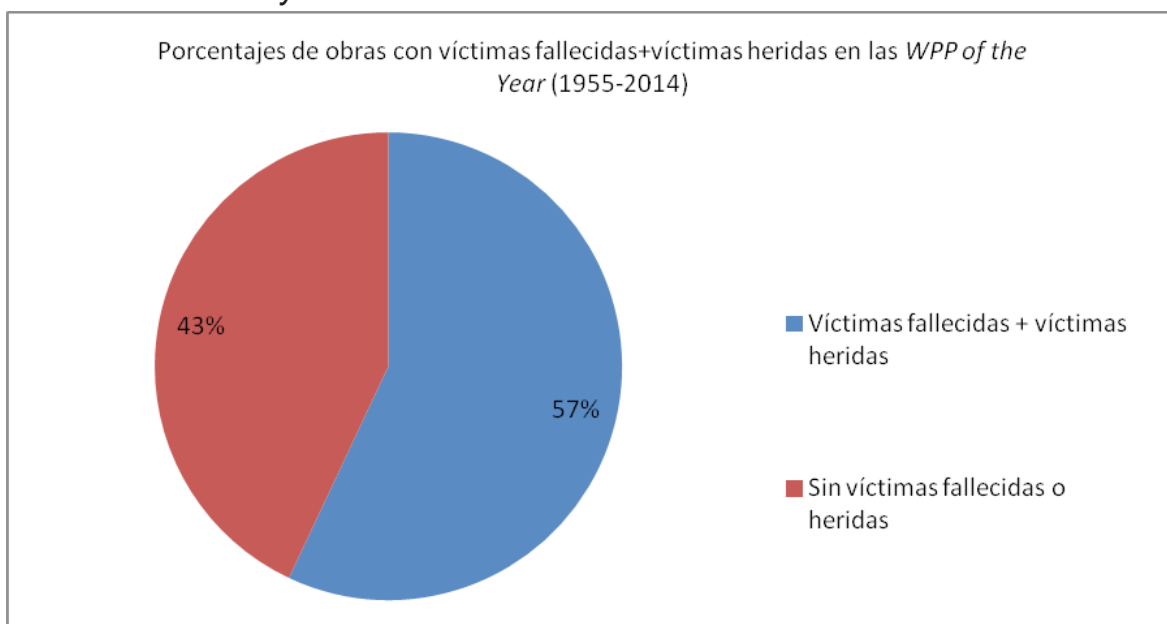


Gráfico 26. Porcentajes de obras con víctimas fallecidas+víctimas heridas en las *WPP of the Year* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

Existencia de sufrimiento y dolor en las fotografías premiadas

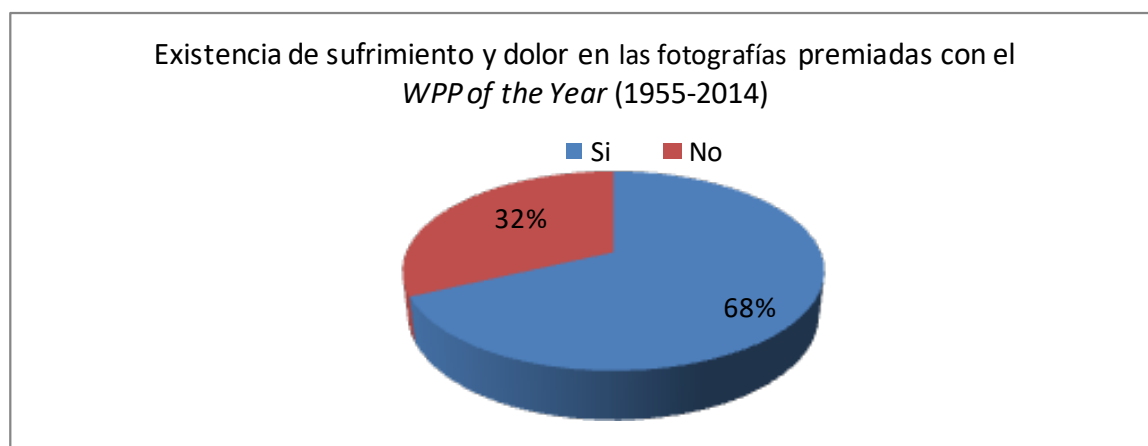


Gráfico 27. Existencia de sufrimiento y dolor en las fotografías premiadas con el *WPP of the Year* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

Representación de los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales dentro del concurso

Otro ítem que consideramos importante analizar, es la representación de los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales en las fotografías premiadas con el máximo galardón.

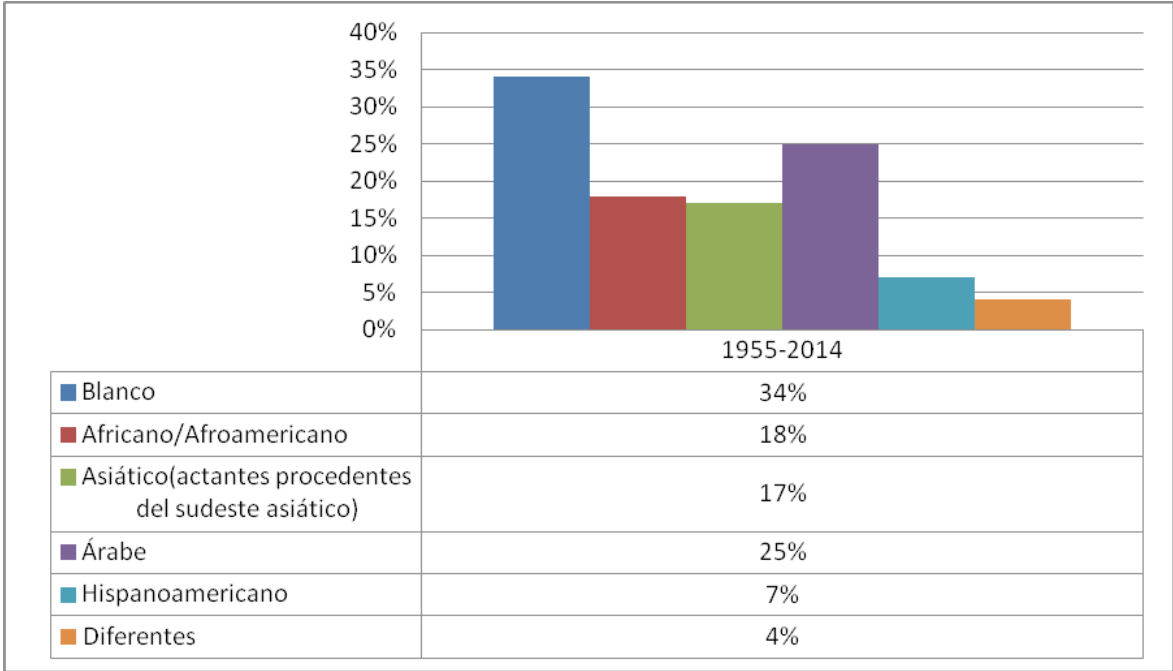


Gráfico 28. Representación de los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales en las fotografías premiadas con el WPP of the Year (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

Modo valorativo de representación

Operando con el dato obtenido de que los actantes que con más frecuencia aparecen en las imágenes son los blancos, vamos a revisar el modo de su representación:

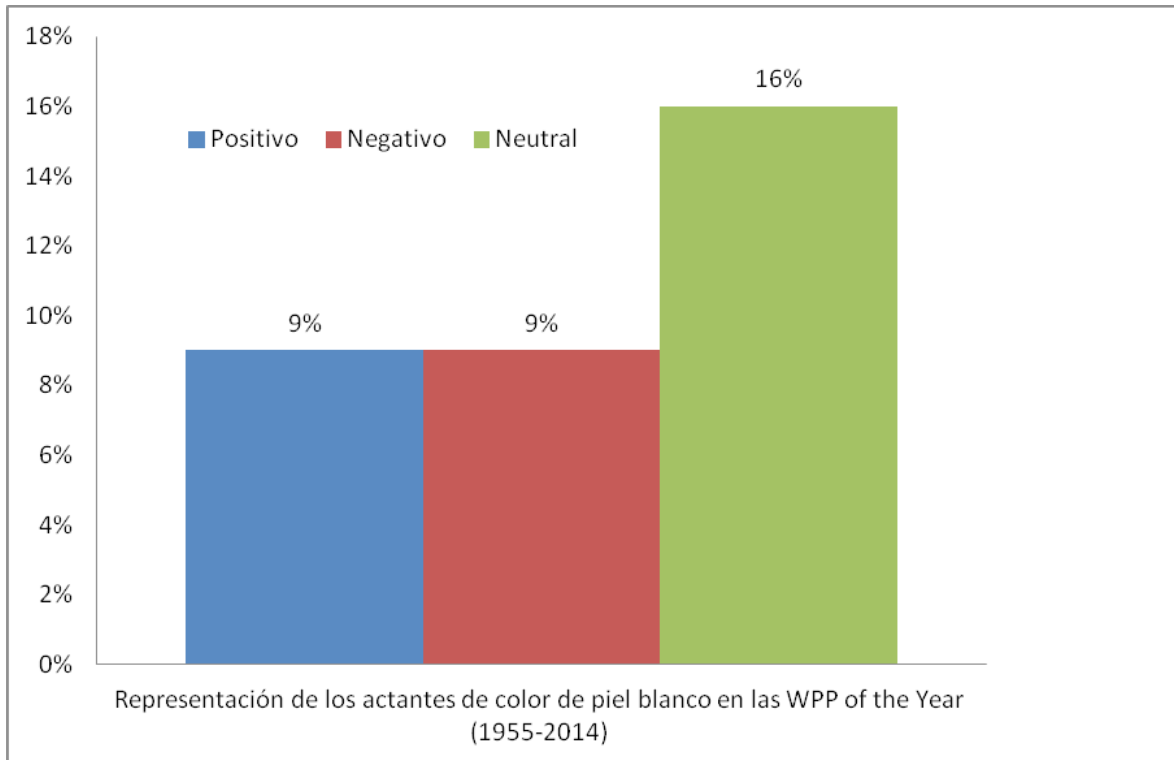


Gráfico 29. Representación de los actantes de color de piel blanco en las *WPP of the Year* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

En el gráfico podemos observar que la mayoría de los actantes blancos fueron representados de forma neutral, pues aparecen en un 16 % de la muestra, es decir de las fotos premiadas con *WPP of the Year*. En el resto de las fotografías aparecen representados de forma negativa (9%) o neutral (9%).

En el primer gráfico de este apartado, que revela la frecuencia de aparición de los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales, si observamos la totalidad de la muestra, el segundo lugar lo ocupan los árabes.

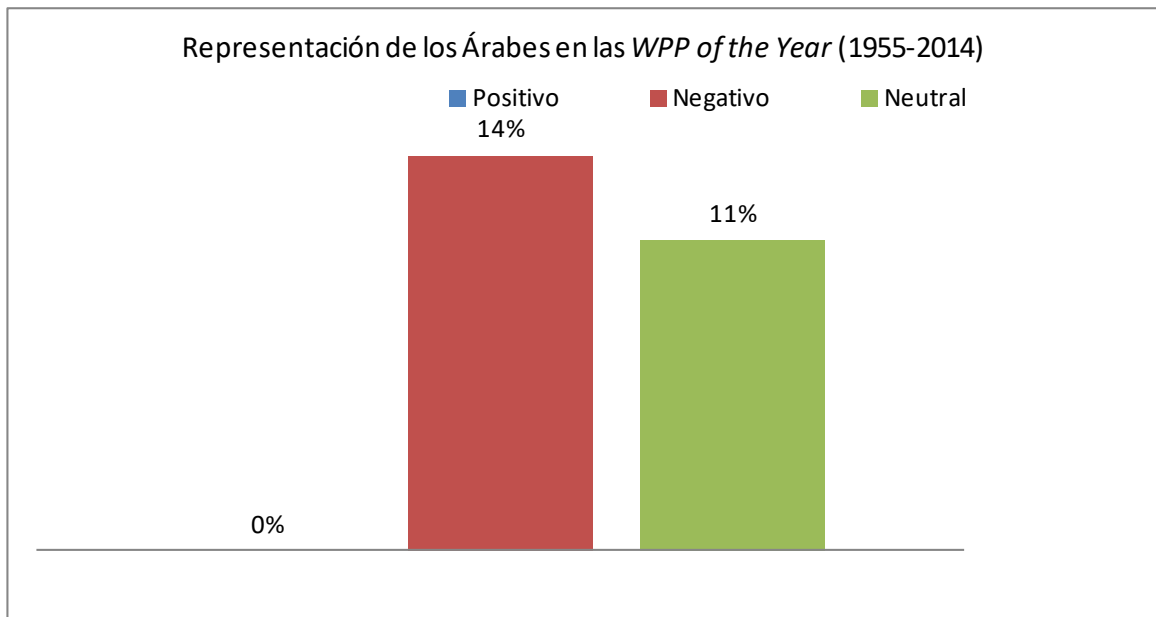


Gráfico 30. Representación de los árabes en las imágenes ganadoras de los *WPP of the Year* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

En el gráfico podemos observar que no aparecen representados de forma positiva en ninguna de las fotografías. Las personas árabes aparecen representadas en su mayoría de forma negativa, pues ocupan un 14% de la muestra. En el resto de las imágenes en las que aparecen, son representados de forma neutral (11%).

Anotamos anteriormente que los africanos y afroamericanos son los que ocupan el tercer lugar en cuanto a la frecuencia de aparición en las fotografías. A continuación mostramos la manera en la que ellos están representados en las fotografías analizadas.

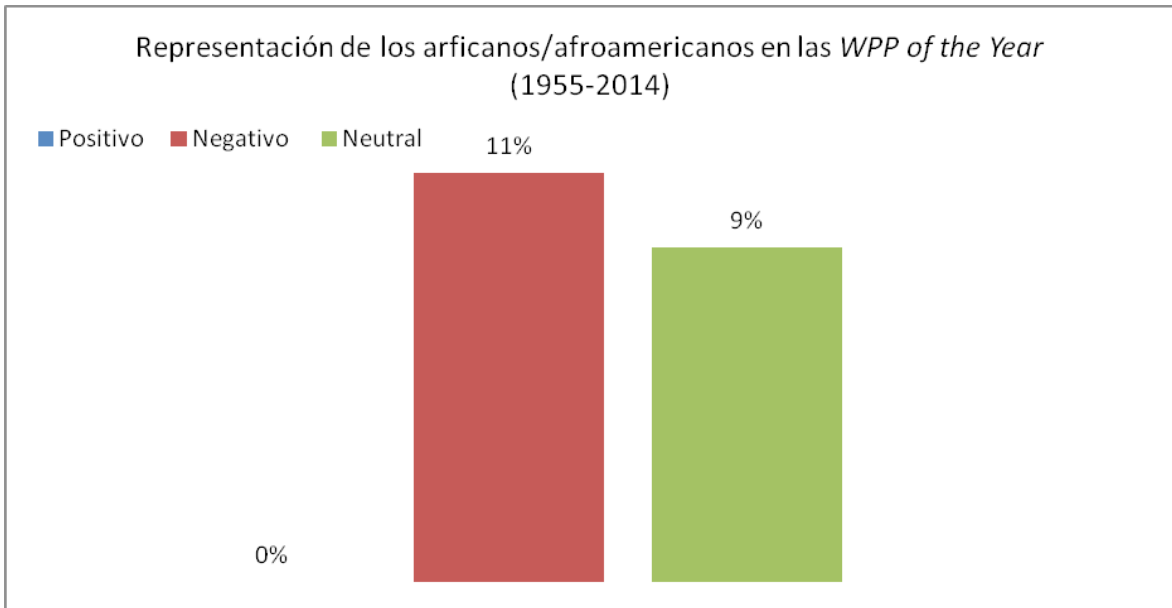


Gráfico 31. Representación de los africanos y afroamericanos en las imágenes ganadoras de los *WPP of the Year* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

En cuarto lugar nos ocupamos de definir la representación de las personas del grupo asiático. Pues bien, al igual que los árabes y las personas de color de piel negro, ellos tampoco aparecen representados de forma positiva en ninguna de las fotografías. La mayoría de los asiáticos aparecen representados de forma negativa en un 12% de la muestra, y neutral, en un 5%.

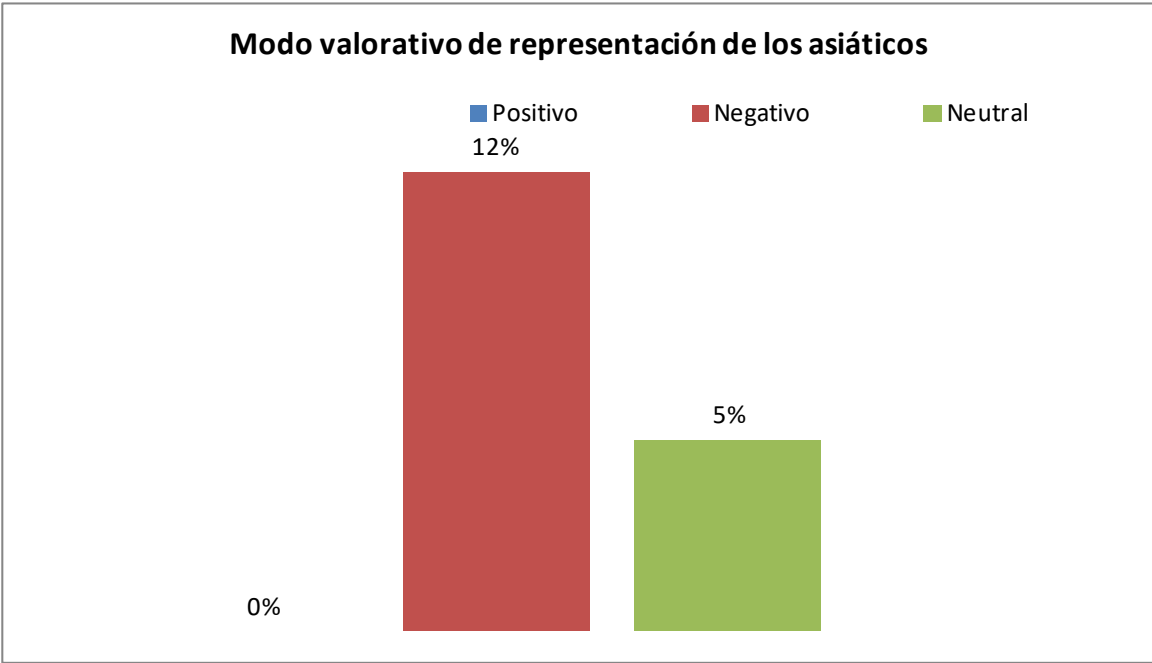


Gráfico 32. Representación de los asiáticos en las imágenes ganadoras de los *WPP of the Year* (1955--2014)

Fuente: elaboración propia

Por último mostramos la representación de los hispanoamericanos dentro de las *WPP of the Year* (1955-2014). Los hispanoamericanos, al igual que los árabes, asiáticos y africanos/afroamericanos no aparecen representados en ninguna imagen premiada por los *WPP of the Year* (1955-2014).

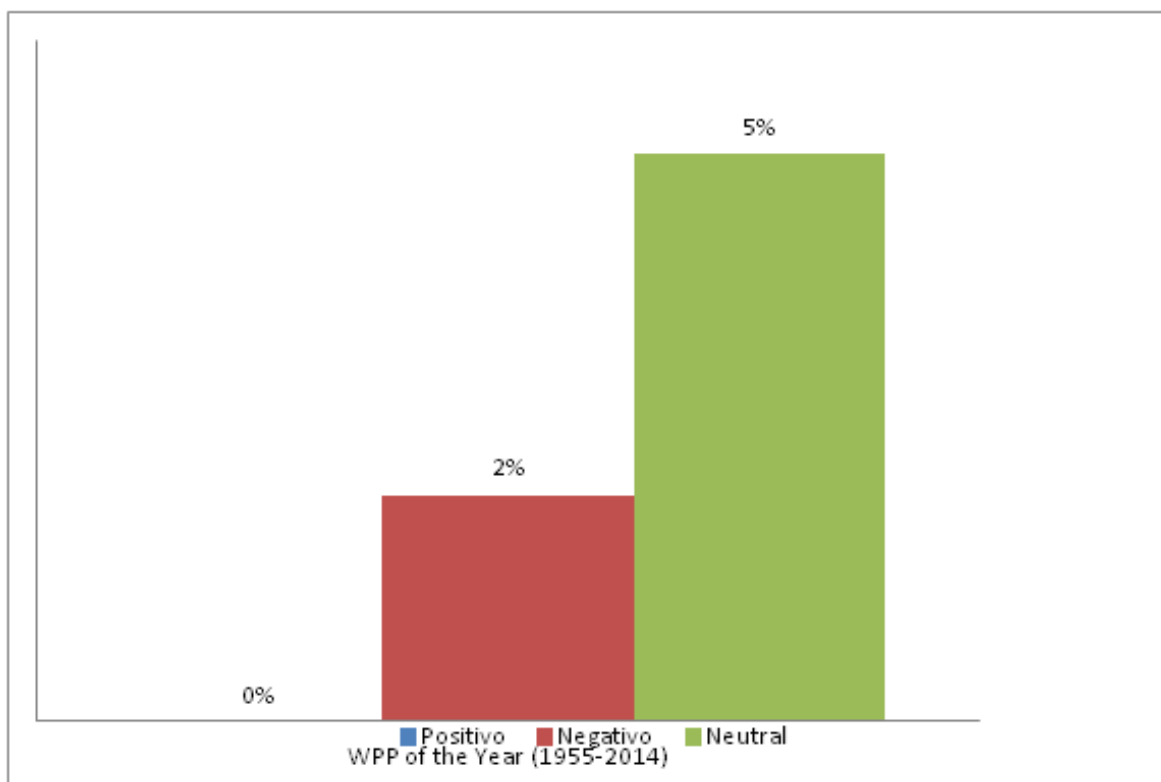


Gráfico 33. Representación de los hispanoamericanos en las imágenes ganadoras de los *WPP of the Year* (1955-2014)

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO X – CONCLUSIONES

Tras un extenso trabajo teórico y un análisis empírico de las fotografías premiadas por el concurso mundialmente conocido *World Press Photo* (1955-2014) se ha llegado a algunas conclusiones que se manifiestan como confirmaciones de las hipótesis y objetivos con los que iniciamos nuestra investigación. Los objetivos fueron el eje vertebral de la investigación, y nos sirvieron como guía para elaborar sus diferentes capítulos.

La investigación parte de dos hipótesis que hemos aspirado a validar:

- El *WPP* actúa como plataforma divulgativa de estereotipos raciales y culturales.
- Las fotografías premiadas por el *WPP* y los temas favorecidos contribuyen a la exaltación de la muerte, miseria y violencia, por lo que los autores de las imágenes premiadas a menudo traspasan los límites entre lo ético y no ético.

Acorde con estas hipótesis, al principio de la investigación también se propone un objetivo general: *determinar si las fotografías periodísticas premiadas por el paradigmático concurso World Press Photo cumplen con su objetivo “de promover y desarrollar periodismo visual de calidad”, o bien están ligadas a la exaltación de la muerte y la miseria, contribuyendo así a la formación de estereotipos raciales y culturales.* El objetivo general se resuelve partiendo de cinco objetivos específicos que sirvieron de hilo conductor de la investigación, y a lo largo del cometido han sido resueltos uno por uno.

El presente capítulo, (a partir de 10.2.) revela las conclusiones del trabajo empírico realizado, siempre en correlación con los hallazgos teóricos expuestos en el camino de resolver el objetivo general.

Con esta investigación, en su sentido más específico, tratamos de indagar en el problema de exceso de muerte, miseria y violencia en las fotografías informativas que muchas veces pretenden llamar a solidaridad.

Mediante el análisis de las fotografías premiadas por el concurso *World Press Photo* – considerado el paradigma de calidad en el fotoperiodismo contemporáneo – también hemos buscado entender la representación de personas de diferentes grupos raciales y culturales, y determinar si en estas representaciones existe un modelo repetitivo negativo.

Antes de iniciar nuestra investigación, habíamos notado que el tema de la gran mayoría de las fotografías premiadas eran la desgracia y la miseria humanas, con una o más víctimas, vivas o muertas, y nos hicimos la pregunta: ¿cómo fueron representadas las víctimas? De esta pregunta provino otra: ¿fueron representadas con dignidad?, y por consiguiente, ¿siguieron sus autores los códigos éticos ofrecidos por las principales asociaciones de periodistas?

Estos interrogantes surgieron con sólo ver las fotografías ganadoras del concurso en cuestión, dado que pudimos notar, ya a primera vista, que en un amplio repertorio de diferentes historias hay un hilo rojo que les une a casi todas – contenido extremadamente violento y explícito, que muchas veces viola la integridad humana del sujeto fotografiado.

La fotografía periodística forma parte constitutiva de la mayoría de las noticias publicadas y tiene una gran influencia en la construcción social del imaginario colectivo.

Esta influencia toma dimensiones aún mayores en la era visual, o digital: por exceso de información, la gente, por regla general, ya no se para a leer los textos de las noticias, o los lee en diagonal, y son precisamente esas imágenes las que quedan grabadas en sus mentes.

El valor social y comunicativo del presente trabajo reside precisamente en recalcar en el problema de la masificación de fotografías con contenidos violentos, que aparecen en la mayoría de noticias que nos llegan a través de diferentes plataformas mediáticas. La televisión y redes sociales traen una nueva dimensión a las crisis humanitarias que afectan remotos lugares del planeta. La masificación de la información conlleva transformaciones, tanto de las tendencias narrativas y estéticas como de las éticas en el medio fotográfico – la credibilidad de este género se ve cuestionada por las nuevas posibilidades de manipulación que trae el entorno digital.

La influencia de la imagen en la creación del imaginario colectivo llega a niveles insospechados, pues la fotografía informativa es cada vez más usada para fines políticos e ideológicos. Esto no es nada nuevo. La novedad que traen la *superproducción* y *superconsumo* de este tipo de imágenes, es una saturación receptiva, lo que ocasiona una creciente indiferencia en los espectadores. Por otro lado, las víctimas que aparecen como contenido de este tipo de imágenes, además de vivir su calvario personal se ven envueltas en un nuevo tipo de “espectáculo” mediático. Su miseria es usada para los fines profesionales por parte de los fotógrafos, para los fines económicos por parte de los medios y, a última instancia, para los fines ideológicos por parte de las elites de poder.

Dada la situación, hemos considerado necesaria una profunda investigación acerca del camino que está tomando el fotoperiodismo actual.

10.1. Conclusiones de la investigación

Para cumplir con los objetivos de nuestro trabajo se recorrió un largo camino, tanto teórico como empírico.

Después de elaborar el primer capítulo con la obligada “Metodología”, en la parte de la tesis que ofrece un contexto y estado del arte, se inaugura el tema a través del capítulo denominado “*World Press Photo* - tema de la investigación”, donde se

expone la historia del *WPP*, su reglamento, organización, relación de patrocinadores, y por ende una visión crítica sobre el concurso.

Al realizar una reflexión sobre la financiación del certamen, se antepuso una cuestión que refiere al rol que, a la hora de puesta en escena de ciertos temas, juegan los patrocinadores de *WPP*.

Al carecer de literatura científica sobre el *World Press Photo*, aparte de consultar los escasos estudios en los que se menciona, para elaborar este epígrafe nos servimos de la información en la página web oficial, artículos de periódicos y otros documentos con información relévale, además de analizar casos concretos de imágenes premiadas por el certamen.

Hecho todo esto, se llegó a la conclusión que dentro del concurso no se respetan los principales criterios de transparencia y ética periodística, sino que se siguen los intereses de índole financiera, lo que apunta a la necesidad de una exhaustiva investigación acerca de las principales premisas éticas de la misma Fundación.

En términos más concretos, se llegó a la conclusión que *WPP* aparece como una posible herramienta de marketing para promocionar los valores y acciones de caridad de la *Dutch Postcode Lottery*, algo que en la era de lo “políticamente correcto” favorece la imagen social que todas las grandes empresas como *DPL* aspiran tener dentro del imaginario colectivo.

En el tercer capítulo, de carácter teórico, titulado “Características del fotoperiodismo occidental. Historia de una relación: fotoperiodismo y guerra”, mediante la revisión de bibliografía oportuna y la exposición de ejemplos de fotografías icónicas de la era moderna, se comprueba que la manipulación de la fotografía de prensa existe desde sus propios orígenes. Asimismo, se comprueba que, a lo largo de la historia, diversos regímenes, tanto totalitarios como democráticos, han optado por el uso de la fotografía de prensa para promover fines ideológicos y propagandísticos.

Al detectar que en el ámbito teórico de las Ciencias de la Comunicación existe poca literatura específica que trata cuestiones metodológicas sobre el análisis cuantitativo de las fotografías informativas, hemos buscado ayuda en las ciencias sociales, por lo que elaboramos el cuarto capítulo de la tesis, también de carácter teórico, denominado “El tratamiento de los datos visuales en la investigación social”.

Para cubrir el “vacío” teórico-metodológico en el campo en el que nos movemos, que es la comunicación, nos apoyamos en autores que provienen del ámbito de la sociología (Rose, 2011; Prosser, 2005; Emmison y Smith, 2000) con tal de obtener una base teórica sobre el análisis de contenido de las imágenes, y definir los pasos a seguir.

De este proceso surgió un **manual de codificación original** que puede ser aplicado en otros trabajos de investigación que realicen un análisis de contenido de grandes cantidades de datos visuales, y que posteriormente aplicamos al análisis de las fotografías premiadas por el *World Press Photo* (1955-2014).

Una de las conclusiones de este capítulo es que en el ámbito de análisis de la fotografía, hoy días existe un enfoque “mestizo y abierto”, ya que todas las perspectivas están enlazadas entre sí, y como consecuencia es imposible introducir un historicismo en el análisis metodológico de la imagen fotográfica. La investigación de carácter social favorece la combinación de diferentes métodos, con el fin de obtener resultados más concretos.

En el quinto capítulo de la tesis, “Teoría de la fotografía informativa”, queda comprobado, a través de los discursos de diferentes teóricos de la materia, que la manipulación e intencionalidad en la fotografía tienen una trayectoria larga, desde la misma aparición de este medio. Revisando la bibliografía sobre el tema (Barthes, 1980, 1982, 1989; Vilches, 1983, 1987; Marzal-Felici, 2007; Dubois, 1994) hemos concluido que la fotografía de prensa puede ser manipulada tanto en su contexto denotativo o de contenido, como en su contexto connotativo o expresivo,

quedando vulnerable al manejo todo un conjunto de la imagen, incluidos el texto que la acompaña y su posición en el periódico. Este conjunto proporciona una amplia gama de posibilidades de manipulación.

Al posicionarnos, pues, en el contexto teórico de la imagen periodística, hemos llegado a la conclusión que muchos aspectos internos de la imagen, que un lector no detecta a primera vista, pueden servir para que el autor transmita su tendencia y el espectador adopte una u otra postura ante cierto acontecimiento. Tal y como hemos dicho, la manipulación se puede practicar tan sólo mediante la intencionalidad del autor que trata de transmitirnos algunos “valores”. Esta se puede producir dentro de la misma imagen, sin necesidad del texto acompañante. Se efectúa mediante la puesta en escena, el laboratorio digital, la relación figura/fondo, la composición de los planos... Estos y muchos elementos más, nos alejan de la pura “objetividad” del medio fotográfico. (Vilches, 1987)

Apoyándonos en los autores mencionados, sobre todo en Vilches (1987), hemos determinado qué elementos constituyentes de la imagen nos pueden alejar de la “objetividad” del medio fotográfico. Estos elementos han sido nombrados y explicados uno por uno, y más adelante, en nuestro “Estudio de caso”, nos han servido de herramientas para el análisis cualitativo de imágenes concretas.

En el sexto capítulo denominado “Hacia una ética fotoperiodística profesional” se ha investigado la relación entre los existentes códigos deontológicos de la profesión por un lado, y la conducta de los fotoperiodistas en situaciones límite por el otro. Primero se aportaron reflexiones teóricas de renombrados autores que se ocupan del tema (Bonete, 1995; Aznar, 2005) desde la perspectiva de la comunicación audiovisual en general. Luego, se revisaron los códigos éticos que afectan directamente al fotoperiodismo, como por ejemplo la *Declaración de Principios sobre la Conducta de los Periodistas* de la Federación Internacional de Periodistas, el Código de ética de la *National Press Photographers Association* o

el Código de éticas del *World Press Photo*. Por último se revisaron los conceptos relacionados con la deontología y ética en el fotoperiodismo (Lester, 1991) y los problemas éticos dentro de la profesión, tales como el exceso de muerte, miseria y violencia (Campbell, 2004; Taylor, 1998; Linfield, 2010; Sontag, 1981, 2003; Berger, 1991), la representación de la infancia (Maciá Barber, 2013) y el tratamiento de las víctimas en el fotoperiodismo. Los problemas se corroboraron con la exposición de imágenes de casos concretos.

Se ha comprobado que dentro del fotoperiodismo no existe un acuerdo unánime, ni un código de conducta ética universal – como es el juramento hipocrático en el caso de la medicina – que se pueda aplicar en la práctica. En el año 2016 el concurso *WPP* lanza su propio código de conducta ética que todavía queda por comprobar si será respetado y aplicado en la práctica profesional.

La conclusión de este capítulo es que los códigos deontológicos no se utilizan en la práctica profesional, puesto que no existe un organismo legal ni ley aplicable para penalizar a los fotoperiodistas por un comportamiento no ético. Los medios, conducidos por los beneficios económicos, no reparan en analizar el carácter ético de los contenidos que difunden, mientras que los autores, a menudo guiados por el oportunismo, se olvidan en situaciones límite de los principios morales y éticos de la profesión.

El séptimo capítulo, con el que cerramos nuestro marco teórico, lleva el título: “Crítica del estereotipo en la fotografía periodística. Los estereotipos más comunes en el *WPP*”. Después de definir el concepto y hablar sobre los estereotipos en los medios de comunicación – incluido el fotoperiodismo – nos ocupamos de explicar los estereotipos étnicos más comunes dentro del *WPP*, como tema de interés de nuestra investigación. Otro foco de nuestro interés ha sido el estereotipo de la víctima

La conclusión de esta parte del trabajo es que en las sociedades occidentales, a pesar de las buenas intenciones manifestadas en la opinión pública sobre el valor

de lo “políticamente correcto”, los estereotipos étnicos y raciales todavía siguen presentes, mientras que el orden socio-político mundial de la actualidad, ayuda a que estos se refuercen. La fotografía periodística, en la era digital más que nunca, se muestra como la útil herramienta con la que las elites de poder promueven o afirman diversos estereotipos raciales y culturales, según el interés vigente (algo que más tarde verificamos en el análisis empírico). Al final del capítulo se hace un esbozo del nexos conceptual entre estereotipo, prejuicio y discriminación, para concluir que en la realidad cotidiana esto resulta en racismo.

Todo el trabajo teórico de la investigación ha sido apoyado con ejemplos ilustrativos de imágenes, y en cada uno de los casos nos paramos a reflexionar sobre los aspectos éticos y deontológicos, tanto de los autores como de los medios que difundieron estas instantáneas. Además, podemos concluir que en cada una de las imágenes analizadas a lo largo de la tesis existe una manipulación tácita, un tipo de operación discursiva, sea por parte del autor o del medio que la había divulgado.

El octavo capítulo, tal y como reza su título, es un “Estudio de caso: El estereotipo de 'la víctima' tratado mediante un análisis iconológico del caso 'World Press Photo 2011'”. Después de explicar en que consiste el método iconológico, nos dedicamos al análisis cualitativo, íntegro y exhaustivo de seis fotografías concretas, lo que nos permitió obtener una visión sobre la representación de las víctimas en una edición del prestigioso certamen.

El mismo análisis nos permitió sacar varias conclusiones, que pueden resumirse en dos principales. La primera se refiere al trato de las víctimas que *no fueron representadas en un contexto digno, lo que significa que los autores no se guiaron por los códigos éticos y deontológicos que a los fotoperiodistas se les recomiendan, contribuyendo así a la formación de una imagen estereotipada de las víctimas*. La segunda conclusión tiene que ver con la manipulación, ya que el análisis nos permitió detectar que en las fotografías premiadas sí existe una manipulación, sea la puesta

en escena, sea un tipo de operación discursiva, donde la propia organización *World Press Photo* aparece como árbitro manipulador, o sea, como medio de promoción y difusión de ciertas ideas e intenciones.

El noveno capítulo de la tesis y a la vez el último (exceptuando las “Conclusiones”) consiste en un análisis cuantitativo y cualitativo de todas las imágenes premiadas por el *World Press Photo* durante seis décadas, o sea, desde sus inicios en el año 1955 hasta el año 2014. Esta labor nos permitió validar nuestras hipótesis de partida. En el siguiente epígrafe exponemos las principales conclusiones empíricas a las que hemos llegado.

10.2. Validación de las hipótesis de partida

- El WPP actúa como plataforma divulgativa de estereotipos raciales y culturales.
- Las fotografías premiadas por el concurso *WPP* y los temas favorecidos contribuyen a la exaltación de la muerte, miseria y violencia, por lo que los autores de las imágenes premiadas a menudo traspasan los límites entre lo ético y no ético¹²⁹.

Para validar nuestras hipótesis de partida (formuladas en el primer capítulo, en el epígrafe “Hipótesis de la investigación”), además de realizar un extenso trabajo teórico elaboramos un análisis de contenido cualitativo y cuantitativo de todas las imágenes de interés periodístico premiadas por el concurso *World Press Photo* desde el año de su inauguración 1955, hasta el 2014. La muestra analizada imparte un total de 3901 fotografías que han sido analizadas una a una.

¹²⁹ Las hipótesis de partida están expuestas en el apartado 1.2. de la presente investigación denominado “Hipótesis de la investigación”.

Para poder realizar este análisis hemos creado un **manual de codificación original**¹³⁰ que puede ser utilizado en otros trabajos de investigación que apliquen un análisis de contenido de grandes cantidades de datos visuales.

Toda la información recogida y sometida al análisis está integrada en una base de datos, adjunta a la tesis en ANEXOS. Esta base de datos también queda disponible para su amplia difusión en ámbitos de educación, investigación y proyectos de interés social.

Los hallazgos cuantitativos que obtuvimos mediante el análisis del corpus han sido la prueba empírica de las conclusiones científicas que extraemos a continuación.

10.2.1. La comprobación de la primera hipótesis

El WPP actúa como plataforma divulgativa de estereotipos raciales y culturales.
Esta es la primera hipótesis que habíamos formulado. El trabajo empírico realizado la comprueba.

Análisis general de las fotografías premiadas por el World Press Photo (1955-2014)

En la **primera década** de nuestro análisis, que refiere al periodo entre 1955 y 1964, el escenario donde más imágenes fueron tomadas es Europa: un 38%. El número superior de los autores también proviene de Europa, un 70%. Asimismo, la mayoría de las personas son de color de piel blanco y aparecen en un 56% de todas las imágenes analizadas, siendo representadas, en la mayoría absoluta de los casos, de forma positiva o neutral. En esta década, los temas que con más frecuencia son tratados como noticia, son sociedad y política.

130 En el apartado 9.1.2.3. de la presente investigación, denominado "Las categorías de codificación", se pueden consultar las diferentes categorías analíticas de nuestro manual de codificación.

Pues bien, siguiendo en este ámbito de cuestiones, el dato que llamó nuestra atención fue que la mayoría de los fotógrafos europeos premiados provenían de los países del bloque comunista. Es interesante indicar que en el año 1965 se incorpora una categoría entre los premios, denominada *Novosti/ItarTass*, refiriéndose a dos agencias soviéticas de noticias y sus mejores fotos sobre los temas “la paz, el progreso y el humanismo”.

Después de observar nuestras bases de datos, en la **segunda década** del análisis, que entiende el periodo de 1965 a 1974, hemos podido detectar que el escenario en el que la mayoría de las obras fueron captadas fue el continente asiático, un 33%. Asimismo, el tema que con más frecuencia aparece en las fotografías premiadas es conflicto bélico, y en concreto la guerra en Vietnam.

Por consiguiente, las personas que pertenecen al grupo étnico/racial asiático y aparecen con más frecuencia son vietnamitas, que en su mayoría fueron representados de forma negativa. Con este dato contrastan otros: primero, la mayoría de los fotógrafos que captaron estas imágenes fueron de procedencia europea o norteamericana, el 77%; segundo, la mayoría de los actantes de color de piel blanco, que aparecen en las fotografías premiadas, son representados de forma positiva.

Se podría afirmar que en esta década del concurso existe una representación negativa reiterada de los actantes asiáticos.

Otro dato que pudimos extraer de nuestra base de datos tiene que ver con el rol social de las personas. Dentro de la muestra analizada los actantes que con más frecuencia aparecen son civiles y se encuentran en un 63% de las obras consideradas.

En otro orden de cosas, conseguimos detectar que en esta década de análisis por primera vez en la historia aparece como uno de los temas de interés periodístico el hambre en África.

Las imágenes que ocupan este tema, representan un 8% de la muestra. Asimismo, los actantes de color de piel negro, que son representados de forma negativa, aparecen en un 8% de la muestra.

Con esto contrasta el dato que mencionamos anteriormente, que la mayoría de los fotógrafos son europeos y norteamericanos, un total de 77% de los autores.

Por simple deducción podemos concluir que los actantes de color de piel negro, que entran a formar parte de la narración de relato visual sobre el problema del hambre en África, en la década 1965-1974 son representados de forma negativa (como sufridores de desgracias, tal y como habíamos explicado nuestro uso del término **negativo** en la representación fotográfica) por parte de los autores europeos y norteamericanos.

Otra información que ha marcado la segunda década del concurso *WPP* tiene que ver con el subcontinente asiático, el Oriente Medio, que dentro de esta investigación contemplamos por separado. Pues bien, por primera vez en la historia del concurso esta parte del mundo aparece como tema de interés periodístico. La primera imagen que proviene de esta zona data del año 1966, y fue captada por Kaljman Kaspiev, un fotógrafo de la Unión Soviética. Esta imagen no ha podido ser recuperada.

En la **tercera década** de análisis (1975-1984), al igual que en las décadas anteriores, la mayoría de los fotógrafos pertenecen al mundo desarrollado, pues un total de 83% de los autores provienen de Europa y Norteamérica.

El color de piel de los actantes que predominan en las fotografías analizadas es blanco y estos actantes aparecen en un 50% de las imágenes. En la gran mayoría son representados de forma positiva o neutral.

Los temas de máximo interés periodístico en esta década han sido la política y asuntos de sociedad.

Podemos afirmar que en la tercera década de nuestro análisis las personas de color de piel blanco, protagonistas de temas de política y sociedad, son representadas en contexto positivo por parte de autores provenientes de su mismo entorno socio-cultural.

En la **cuarta década** de nuestro análisis (1985-1994) sigue la misma tendencia que en las anteriores: la mayoría de los fotógrafos son europeos y norteamericanos, un 87%.

El tema de máximo interés periodístico son los conflictos bélicos, ocupan un 27 % de las fotografías.

El escenario que más se repite es Europa, mientras que el número de imágenes en las que aparecen las víctimas heridas y fallecidas es mayor que nunca y ocupa un 57% de la muestra.

Igualmente, las personas que con más frecuencia aparecen en las fotografías son las personas de color de piel blanco: están en la mitad de la muestra analizada. A diferencia de los periodos anteriores, por primera vez en la historia de este concurso son representados de forma negativa (17%) más que de la positiva (10%).

Teniendo en cuenta que en esta década cae el Muro de Berlín y se desintegran la Unión Soviética y Yugoslavia, hemos comprobado que las personas de color de piel blanco que aparecen representados de forma negativa, son los protagonistas de los conflictos bélicos de los Balcanes, ciudadanos de los países ex soviéticos y los de la región geopolítica que hasta entonces se denominaba Europa del Este. En aquel entonces, esta parte del mundo pertenecía al llamado Tercer Mundo, más que nada por su situación socio-económica, ya que la idea del “Tercer Mundo” como bloque de países “no alienados” ya pertenecía al pasado.

En la **quinta década del concurso** que entiende el análisis del periodo entre el año 1995 y el año 2004, el tema más tratado en las fotografías fue el de conflictos

bélicos, pues ocupa un 53% de las fotografías. Los escenarios que con más frecuencia aparecen en la muestra son: Europa en un 27 % (la ex Yugoslavia, con más precisión) y Oriente Medio, en un 21 % de las fotografías analizadas.

Las personas que con más frecuencia aparecen en las fotografías son las de color de piel blanco en primer lugar, siendo representadas de forma positiva solo en un 2% de las imágenes (en el resto aparecen representadas de forma negativa y neutral) y en segundo lugar los actantes árabes, pues aparecen en un 26% de las fotografías, y son representados, en la mayoría de los casos, de forma negativa.

En esta década (1995-2004) también aparece un alto porcentaje de fotografías con víctimas heridas y sin vida, pues un total de 72% integran en su contenido al menos un cuerpo herido o sin vida.

Entre la dominancia del tema de conflictos bélicos, y la presencia mayoritaria de los árabes y blancos en la muestra, existe una conexión: en esta década se desarrollan las Guerras de la ex-Yugoslavia y la Guerra en Chechenia – por esta razón no existen muchas fotografías en las que los actantes de color de piel blanco aparecen representados de forma positiva – y la Guerra del Golfo Pérsico, por lo que los actantes árabes son representados en la mayoría de los casos de forma negativa.

A todo esto también se debe el gran número de víctimas en las fotografías.

Pues bien, en la **última década de nuestro análisis**, que refiere al periodo entre 2005 y 2014, hemos podido detectar que el escenario en el que fueron tomadas la mayoría de las imágenes fue el Oriente Medio, con un 28% de las fotografías provenientes de esta zona. Igualmente, las personas que con más frecuencia aparecen en las fotografías provienen del mundo árabe y son representadas, en general, de forma negativa. Por otro lado, los autores de las imágenes provienen mayoritariamente del continente europeo: un 50 % de ellos, mientras que los fotógrafos provenientes del Oriente Medio aparecen en tan solo un 7% de las fotografías.

El tema que más aparece en la muestra son los conflictos bélicos, pues ocupan un 36 % de las fotografías.

Igualmente, el mayor número de víctimas en la historia del concurso se encuentra en esta década: las víctimas heridas o sin vida aparecen en un 77% de la muestra.

Podemos concluir que la mayoría de las fotografías que tratan los conflictos en el mundo árabe, fueron tomadas por fotógrafos europeos y muestran a las personas de forma negativa, con un gran número de cuerpos inermes de víctimas.

A través de un análisis comparativo en el que se examinan las características del discurso foto-periodístico en la era analógica y digital, se ha llegado a la conclusión que este cambia notablemente si se comparan la primera y la última década del concurso.

Recordemos que en la primera década el tema más tratado es de carácter humanístico – la sociedad – mientras que en la década digital, o sea, la última que ha sido tratada, la temática predominante es la guerra.

Una de las principales divergencias entre la tecnología analógica y la digital es que la segunda facilita una producción-distribución inmediata y masiva, trayendo una mayor cantidad de historias que a diario son contadas y presentadas a un público global.

La rapidez exige un aumento del flujo de la información, pero al mismo tiempo la diluye – la *superproducción* y el *superconsumo* de fotografías informativas resultan con consumidores cada vez más saturados e inmunizados a sus contenidos. Por esta razón los autores utilizan nuevos recursos cada vez más dramáticos para impactar al espectador.

En el caso del fotoperiodismo, tristemente, esto se revela en una abundancia de muerte, miseria y violencia, que aparecen como contenido reiterativo (el número de víctimas en las fotografías va aumentando con los años para ocupar un 77% de la

muestra en la última década analizada).

En el ámbito de la manipulación partimos de la premisa que los medios de comunicación influyen en la creación de la realidad, y que el mensaje subliminal se puede generar y percibir a través de múltiples fotografías enmarcadas en un mismo marco contextual – en este caso el paradigmático concurso *World Press Photo*.

Recordemos que en la década digital los actantes que aparecen en el mayor número de fotografías provienen del mundo árabe y son representados, en su mayoría, de forma negativa.

Podemos concluir que en la última década existe una reiterada producción y, al mismo tiempo, distribución de imágenes negativas de conflictos, provenientes de una zona de interés energético, o sea, el territorio del mundo árabe. Aquí se ve la pérdida de la práctica periodística tradicional de contrastar la información. Se ha llegado a la conclusión que en una época de guerras mediáticas, las nuevas tecnologías también pueden ser y son utilizadas como armas.

Análisis específico de las fotografías premiadas con el máximo galardón – World Press Photo of the Year (1955-2014)

En primer lugar nos fijamos en la existencia o no de pie de foto en las imágenes premiadas con *WPP of the Year* en las seis décadas de la existencia del certamen. Pudimos observar que solo un 4% de todas las imágenes premiadas llevan un título explicatorio. El resto – un 96% de ellas – aparecen sin un texto que aclare el contenido de la fotografía.

El análisis específico sobre las imágenes ganadoras del *WPP of the Year* (1955-2014), confirma que la mayoría de los autores de las fotografías son de pertenencia geopolítica europea o norteamericana. Es curioso el dato que un 70% de las instantáneas fueron tomadas por fotógrafos europeos.

En cuanto a la condición cromática de las fotografías, pudimos detectar que el número de las imágenes captadas en BN y color está casi igualado en la totalidad de la muestra analizada. Si se tiene en cuenta que la primera imagen en color ganara *WPP of the year* en el año 1967, este dato viene a ser interesante, ya que podemos concluir que los autores que optaron por la técnica de BN, tomaron esta decisión no por las limitaciones técnicas sino por las cualidades expresivas y narrativas que esta técnica conlleva.

Después de analizar todas las fotografías premiadas con el premio *World Press Photo of the Year* (1955-2014), hemos detectado que los temas que con más frecuencia han ocupado el interés periodístico fueron: conflictos bélicos, protestas contra el régimen y catástrofes naturales.

Los escenarios que con más frecuencia aparecen en la muestra analizada son Europa, Asia y Oriente Medio.

Una de nuestras iniciales interrogantes y principales aspiraciones, que nos ha impulsado a efectuar el análisis de contenido de las fotografías, ha sido determinar de qué manera son representados los actantes que entran a formar parte de la narración de las imágenes premiadas. A continuación presentamos algunos de los hallazgos más genéricos en cuanto a la representación de las personas dentro del concurso.

En primer lugar, nos fijamos en el género de los actantes vivientes que entran a formar parte de la narración de las fotografías. Lo que entendemos por actantes vivientes son aquellas personas que aparecen con vida en esta muestra de fotografías informativas, ya que existen muchas otras, diríamos demasiadas, que aparecen sin vida. Pues bien, entre los actantes vivientes que aparecen en las imágenes analizadas, se puede ver una clara tendencia a favorecer a los hombres como protagonistas de las noticias. Las mujeres que aparecen solas y en calidad de protagonistas de las fotografías informativas, figuran en una parte claramente minoritaria de la muestra analizada, en un 28%.

Observando el porcentaje de víctimas heridas y fallecidas en las fotografías analizadas, casi un 60% de todas las imágenes premiadas con el *World Press Photo of the Year* tienen como contenido por lo menos un cuerpo herido o sin vida.

Para obtener un análisis íntegro de las fotografías premiadas por el *World Press Photo of the Year* (1955-2014) nos prestamos a definir la existencia de sufrimiento y dolor en las imágenes. Pudimos detectar que en casi un 70% de la muestra íntegra se pueden detectar situaciones en las que los protagonistas de las fotografías muestran sufrimiento y dolor.

Otro ítem que consideramos importante analizar en el conjunto de fotografías premiadas con el máximo galardón, es la representación de los actantes de diferentes grupos étnicos/raciales. Pues bien, la mayoría de las personas que han sido protagonistas de las fotografías son de color de piel blanco, un total de 34% de ellas. En segundo lugar se encuentran los árabes que aparecen en un 25 % de la muestra, y luego las personas de procedencia africana y asiática con un 18% y 17% respectivamente.

En modo de conclusión, a la hora de observar los gráficos que demuestran la naturaleza de representación de los actantes, detectamos una clara tendencia: **en las fotografías premiadas con el *World Press Photo of the Year* existe una representación negativa repetitiva de algunos grupos raciales y culturales.** Este dato no difiere de la conclusión a la que se llegó mediante nuestro análisis general de la muestra íntegra de la tesis. En el conjunto de las fotografías premiadas con el máximo galardón, se puede apreciar que las personas de color de piel blanco son representadas de forma positiva en un 9% y de forma negativa también en un 9%, mientras que el trato fotográfico de todas las demás personas demuestra una tendencia distinta. Los árabes aparecen representados de forma negativa en un 14% de la muestra, los africanos/afroamericanos en 11%, los asiáticos en 12% y los hispanoamericanos en 2%. Se debe tener en cuenta que no existe ni una sola

imagen en la que alguno de estos grupos figure representado de forma positiva.

Dicho todo esto, podemos afirmar que el *WPP* actúa como plataforma divulgativa de estereotipos raciales y culturales.

10.2.2. La comprobación de la segunda hipótesis

Las fotografías premiadas por el concurso WPP y los temas favorecidos contribuyen a la exaltación de la muerte, miseria y violencia, por lo que los autores de las imágenes premiadas a menudo traspasan los límites entre lo ético y no ético.

Esta segunda hipótesis está relacionada con la primera, y se podría decir que su convalidación se enlaza, de forma natural, con las conclusiones expuestas en el epígrafe antepuesto.

En el camino de la realización de nuestra investigación, uno de los objetivos ha sido identificar cuáles son los temas tratados dentro del género periodístico en las seis décadas de *World Press Photo*, para así determinar la posible creación de estereotipos.

La respuesta a este interrogante se obtuvo mediante un análisis de datos cuantitativos generales, contemplando todas las fotografías premiadas entre 1955 y 2014, y como ya fue demostrado, se llegó a la conclusión que el tema más tratado dentro del concurso han sido conflictos bélicos.

Por otro lado, a través del análisis específico de todas las imágenes premiadas con el máximo galardón *World Press Photo of the Year* en el mismo periodo de seis decenios, obtuvimos al dato de que casi un 50% de las imágenes analizadas también tratan el tema de la guerra.

Igualmente, a través de nuestro análisis general de las imágenes premiadas por el *WPP* (1955-2014), llegamos a la conclusión de que el número de fotografías que contienen víctimas heridas y fallecidas ha ido aumentando a lo largo de los años,

para que finalmente, en la última década analizada, lleguen a ocupar un 77% de todas las fotografías premiadas.

La misma muestra de 3901 fotografías premiadas nos proporciona otro dato inquietante: casi un 60% de las imágenes tienen como su contenido al menos un cuerpo sin vida.

Estos datos no difieren en el caso de las *World Press Photo of the Year*, donde también pudimos apreciar que el 58% de todas las imágenes premiadas con el máximo galardón contienen al menos un cuerpo herido o sin vida.

En el análisis de las *WPP of the Year* se tomó en cuenta otra variable que tiene que ver con la existencia de sufrimiento y dolor en las imágenes premiadas. El resultado al que llegamos fue que en un 68% de las fotografías las personas retratadas muestran sufrimiento y dolor.

En el análisis general, o sea, la muestra íntegra, también nos prestamos a analizar el rol de los actantes en las imágenes premiadas por el paradigmático concurso, y pudimos detectar que los civiles aparecen en un 79%, los militares en un 26%, y solo en 9 % de la muestra se ven los políticos. Cruzando este dato con los datos anteriores, podemos concluir que la gran mayoría de las personas retratadas han sido civiles, en condición de víctimas.

En el tercer capítulo de la presente investigación que se ocupa de las características del fotoperiodismo a lo largo de la historia, se ha llegado a la conclusión de que el fotoperiodismo toma sus orígenes en la fotografía de guerra y que su evolución histórica va pareja con los grandes conflictos bélicos y crisis que marcaron la historia moderna. Cuando ya es reconocido como modalidad relevante de expresión informativa, el fotoperiodismo se convierte en la voz de diferentes víctimas de conflictos y crisis humanitarias.

Teniendo en cuenta los orígenes y el desarrollo de la fotografía periodística, se podría concluir que el elemento unificador entre las imágenes que marcaron la historia de la profesión y los temas escogidos para obtener premios, son la desgracia y miseria humana.

Volviendo a *World Press Photo*, también podemos concluir, basándose en los datos, que la muerte violenta es uno de los principales temas tratados dentro del concurso.

Sumando nuestros hallazgos acerca de los temas más premiados, resulta que son la guerra, la muerte, la desgracia y miseria humana. En busca de estos temas y con el afán de aumentar dramatismo, los fotoperiodistas que participan en el concurso, muchas veces traspasan la frontera entre lo ético y no ético. Lo hemos demostrado a través de múltiples ejemplos a lo largo de la tesis, no solo en los casos de puesta en escena con resultados que rayan en sensacionalismo, sino en los casos cuando la misma imagen demuestra que el fotógrafo, en lugar de echar una mano a la víctima, ha preferido fotografiarla. Además, tratándose de países lejanos y envueltos en alguna desgracia, demasiadas veces los fotógrafos se olvidan de las leyes que rigen en sus propios países, como por ejemplo, las que se refieren a la representación de los niños o a la violación de dignidad humana.

En el epígrafe anterior (10.2.1.) pudimos apreciar que dentro del paradigmático concurso existe un modelo repetitivo negativo de ciertos grupos raciales y culturales, y que la representación negativa normalmente no incluye a las personas provenientes del mundo occidental. Por otra parte, la gran mayoría de los fotógrafos que participaron en el concurso, desde sus inicios hasta la actualidad, son de procedencia europea (47%) y norteamericana (32%).

A estas alturas, también cabe recordar quién forma parte del jurado del *WPP*. En la actualidad, los miembros del jurado provienen de las naciones industriales y del mundo desarrollado, aunque, no solo de Europa y Norteamérica sino de todos los continentes del planeta, teniendo diferentes antecedentes, tanto religiosos como políticos.

Si tenemos en cuenta el *background*, tanto del jurado como de la mayoría de los fotógrafos premiados, que son de procedencia europea y norteamericana, y si además tenemos en cuenta la pertenencia geopolítica de la gran mayoría de las víctimas representadas en las fotografías premiadas, podemos concluir que los habitantes de los países afectados por guerras, pobreza u otra desgracia, pueden ser y son fotografiados, pero no pueden ser ni son autores de fotografías que aspiran reconocimiento.

Los habitantes de los países del tercer mundo, aquellos que aparecen como protagonistas de las imágenes que hemos analizado, están afectados por uno de los problemas que trae la globalización, denominado como *brecha digital*.

Este término se refiere al abismo entre los países desarrollados y aquellos que no lo son, comprendiendo también un proceso de inclusión-exclusión. Aparece una nueva forma de exclusión, tratándose de los países menos desarrollados, que es su incapacidad de estar conectados, sea por falta de infraestructura o la falta de alfabetización digital, se retrasan aún más en su desarrollo. (Salvat Martinrey y Marín, 2011)

Dicho de otra modo, los autores de las imágenes premiadas por el *WPP*, al igual que los miembros del jurado, se encuentran en una posición imperialista respecto a los sujetos fotografiados, pertenecientes al llamado “tercer mundo”. No pocas veces ocurre que los fotógrafos escogen para fotografiar, y los miembros del jurado para premiar, la desgracia y miseria del tercer mundo, porque les parecen “exóticas” o “pintorescas”.

Recordemos también que, durante la existencia del concurso, un 96% de los fotógrafos premiados hicieron sus instantáneas siendo contratos por agencias, mientras que solo un 3% trabajaban de free lance (de 1% no tenemos información).

En esto hallamos otra posible respuesta a la exaltación de muerte, miseria y

violencia a través de las imágenes premiadas por el prestigioso concurso, y es una respuesta más bien política. Junto con las grandes agencias informativas, que representan un poder real, *World Press Photo* aparece como medio de promoción y difusión de fotografías violentas o degradantes, con el fin de una propaganda tácita – justificar la cadena de violencia en ciertos lugares del mundo y a la vez las posibles intervenciones políticas, financieras o militares.

Los que observamos estas imágenes, en la gran mayoría también somos habitantes del primer mundo y conformamos la llamada opinión pública, pero muchas veces no estamos bien informados de lo que realmente pasa en los países lejanos y a veces pequeños, así que las imágenes impactantes nos convencen al instante a tomar ciertas posturas. Así las cosas, las fotografías hacen de “embajadores” de ciertas ideologías o políticas: no tanto de los fotógrafos, que muchas veces tan solo se encuentran en lugar adecuado, sino más bien de los medios, que utilizan sus trabajos para determinadas posturas e ideas.

En definitiva, la guerra y las catástrofes naturales – con la muerte y el sufrimiento que conllevan – se han convertido en los temas más valorados en el *World Press Photo*, y por tanto en temas más perseguidos por parte de los fotoperiodistas. Sin embargo, la frágil frontera entre la solidaridad y algún interés propio, entre la denuncia y la busca del morbo, se va desvaneciendo cada vez más.

10.3. Proyecciones de la investigación

En el contexto presentado aparecen algunas líneas de posibles investigaciones futuras, que habría que tener en cuenta.

En primer lugar, sería interesante hacer una investigación contrastada, o sea, en vez de analizar las imágenes, indagar qué opinan y cómo se sienten las víctimas ante el hecho de ser fotografiadas en medio de situaciones trágicas en las que se encuentran. ¿Están de acuerdo con la tesis de que los fotógrafos informan sobre su desgracia para así poder ayudarlas, o bien les indigna ser representadas en situaciones de miseria e impotencia absolutas?

En segundo lugar, sería interesante investigar si algunos de los temas que se repiten de año en año, siendo destacados dentro del concurso, tienen que ver con los beneficios de los patrocinadores, o sea, de las grandes corporaciones que financian y apoyan el concurso. Para ser más concretos, convendría detectar si los temas reiterados entre las imágenes premiadas, están ligados a los fondos de “ayuda” en los que los patrocinadores invierten, construyendo así su imagen corporativa de políticamente correctos.

Volviendo al tema de la presente investigación, nos parece conveniente apuntar a un posible remedio al desorden actual en cuanto al fondo ético en el *main stream* del fotoperiodismo: los fotógrafos deberían de contar con el permiso de las víctimas o bien de sus familias, antes de publicar las imágenes realizadas. Por otro lado, y esto quizás sea una utopía, al espectador al que se le exhiben imágenes sobre algún acontecimiento del cual está poco informado, se le debe presentar el contexto íntegro, o sea, el punto de vista de todas las partes implicadas, para que pueda formar su propia opinión crítica.

ANEXOS

Los anexos de la presente investigación están compuestos por una base de datos en la que figuran los resultados del análisis de todas las fotografías premiadas por el *World Press Photo* (1955-2014). Los anexos se entregan en formato digital junto a la tesis doctoral.

Bibliografía general

A

Abellan, L. (2015) El drama migratorio sacude a Europa. El País, en línea: http://internacional.elpais.com/internacional/2015/09/02/actualidad/1441203082_093795.html?rel=mas (Recuperado, 5 de septiembre de 2016)

Abreu Sojo, Carlos (1998) *Los Géneros periodísticos fotográficos*. Barcelona: CIMS.

Aguirre, J.M. y Bisbal, M. (1990) *La ideología como mensaje y masaje*. Venezuela: Monte Ávila Latinoamericana C.A.

Allport, G. (1979) *The Nature of Prejudice*. Reading, Massachusetts: Wesley Publishing Company (Primera edición publicada en 1954).

Andrés, S., Nos, E. y García - Matilla, A. (2016), La imagen transformadora. El poder de cambio social de una fotografía: la muerte de Alan. *Comunicar*, n.47, v. XXIV, 2016.

Andréu, J. (2000). *Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada. Andalucía*. En línea: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf> (Recuperado, 28 de marzo de 2014).

Aparici, R., Matilla, G.A., Baena F.J. y Acedo, O.S. (2006) *La imagen. Análisis y representación de la realidad*. Barcelona: Ed. Gedisa.

Arhnhheim, R. (1974) *Art and Visual Perception. A Psychology for a creative eye*. University of California Press: Berkley, L.A.

Aznar, H. (2005) *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*.

Barcelona: Editorial Ariel, S.A.

B

Baeza, P (2001) *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.

Barthes, R (1971) *Elementos de Semiología*. Madrid: Talleres gráficos Montaña.

Barthes, R. (1986) *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Editorial Paidós

Barthes, R. (1989). *La cámara lucida. Notas sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Barthes, R. (1999) *Mitologías*. Madrid, España: Siglo veintiuno editores S.A. (Primera edición publicada en 1957)

Basquero, C. (15 de octubre de 2013) Barcelona veta la fotografía de un torero para anunciar el World Press Photo. *El país*. En línea: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/10/15/catalunya/1381857743_650842.html (Recuperado, 25 de abril de 2016).

Baudrillard, J. (1978) *Cultura y Simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós.

Baudrillard, J. (1988) *Symbolic Exchange and Death*. En: Mark Poster (ed.), *Selected Writings*, pp.119-148. California: Stanford University Press.

Baudrillard, J. (1991) *La Guerra del Golfo no ha tenido lugar*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Becker, H. (1995) Visual sociology, documentary photography, and photojournalism: It's (almost) all a matter of context. En *Visual Sociology, Special Issue: Ten Years of Visual Sociology* Volume 10, Issue 1-2, (pp. 5-14).

Berelson, B. (1952): *Content Analysis in Communication Researches*. Glencoe III: Free Press

Berg L.B. (1989) *Qualitative research methods for the social sciences*. Boston, MA: Allyn and Bacon.

Berger, J. (1991) *About Looking*. New York: Vintage.

Berger, J. (2013) *Para entender la fotografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Berger, J. y Mohr, J. (1997) *Otra manera de contar*. Murcia: A.G. Novograf S.A.

Bialobrezski, P. (2011) A Juror's Tale. En: *Moonpeak*, 29 agosto 2011. En línea: <http://moonpeak.org/2011/08/29/peter-bialobrzkeski-talks-about-the-world-press-photo/> (Recuperado, 3 de mayo 2011)

Bonete, E. (coord.) (1995). *Ética de la información y deontologías del periodismo*. Madrid: Tecnos.

Bonete, E. (coord.) (1999) *Ética de la comunicación audiovisual*. Madrid: Tecnos.

C

Calandria E.C. y Barbosa M.V. (2013) Fotoperiodismo y reporterismo durante la I Guerra Mundial. La Batalla del Somme (1916) a través de las fotografías del diario ABC. En: *Historia y Comunicación Social Vol. 18* (pp. 87-108).

Campbell, D. (2004) Horrific Blindness: Images of Death in Contemporary Media, *Journal for Cultural Research*, 8:1, (pp. 55-74).

Campbell, D. (2011) The iconography of famine. En: G. Batchen, M. Gidley, N.K. Miller, J. Prosser (Eds.), *Picturing atrocity: Reading photographs in crisis*. Reaktion Books : London. (pp.79-105).

Campbell, D. (2013) *Visual Storytelling in the Age of Post-Industrial Journalism*. World Press Photo Academy

Caneparo, L. y Carpettini, G.P. (1997) On semiotics on the image and computer image En: Noth, W. (Ed.) *Semiotics of the Media: State of the Art, Projects, and Perspective* (pp.147-159), Berlin; New York: Mouton de Gruyter

Cartier- Bresson, H. (1980) *Diálogos con la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Castellanos, U. (2004) *Manual del fotoperiodismo: retos y soluciones*. México: Universidad Iberoamericana, A.C.

Cebrián-Herreros, Mariano (1992). *Géneros informativos audiovisuales: radio, televisión, periodismo gráfico, cine, video*. Madrid: Editorial Ciencia 3.

Chomski, N. (1995) *Las intenciones del tío Sam*. Navarra: TXALAPARTA S.L.

Chomsky, N. y Ramonet, I. (2002) *Como nos venden la moto*. Barcelona: Icaria editorial.

Collier J. (1979) Evaluating Visual data. En: Wagner J. (Ed.) *Images and Information* (pp. 161-171). London: Sage publications.

Cordero Ruiz, J. (2005) *Percepción visual*. Disponible en línea <http://personal.us.es/jcordero/PERCEPCION/Contenido.htm> (Recuperado, 5 de mayo de 2017)

Cottle, S. (2009) *Global crisis reporting: Journalism in the global age*. Maidenhead: Open University Press.

D

Debord, G. (1967) *La Sociedad del Espectáculo*. En: Revista Observaciones Filosóficas, disponible en línea: <http://www.observacionesfilosoficas.net/download/sociedadDebord.pdf> (Recuperado, 20 de mayo de 2015)

del Valle Gastaminza, F. (2001) El Análisis documental de la fotografía. Disponible en línea: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/prof/fvalle/artfot.htm> (Recuperado, 12 de abril 2017)

Dubois, Ph. (1986) *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós.

Dubois, Ph. (1994) *El acto fotográfico: de la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós.

Dunmall, G. (5 de Julio de 2013) Double exposure: photography's biggest ever show comes back to life. *The Guardian*. En línea: <http://www.theguardian.com/artanddesign/2013/jul/05/family-of-man-photography-edward-steichen>, (Recuperado, 25 de abril de 2016).

Durrer, H. (2004) *Reading Photographs*. Disponible en línea: http://www.icce.rug.nl/~soundscapes/VOLUME07/Reading_photographs.shtml (Recuperado, 16 diciembre 2016)

E

Emmison M. y Smith Ph. (2000) *Researching the Visual*. London: Sage Publications

Erausquín, M. A. (1995) *Fotoperiodismo: Formas y códigos*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.

Eridzon, D. (1998) *Gramatika filmskog jezika*. SKC: Beograd.

Evans, H. (1985) *Eye Witness 2. 3 Decades through World Press Photos*. London: TBS The Book Service Ltd.

F

Fereira, I. y Puertas, E. (2013) La fotografía de una niña, o de un niño, un buitro, un fotógrafo y muchas interpretaciones. Aularia: revista digital de comunicación, V02 (2), 2013, en línea: http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/9249/La_fotografia_de_una_nina.pdf?sequence=2 (Recuperado, 16 de febrero 2017)

Ferer, I. (5 de marzo de 2015) World Press Photo retira un primer premio por fraude. *El país*. En línea: http://cultura.elpais.com/cultura/2015/03/05/actualidad/1425546065_452789.html (Recuperado, 25 de abril de 2016).

Foncuberta, J. (1997) *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.

Freund, G. (2004) La fotografía, instrumento político. En: Freund, G. (ed.). *La fotografía como documento social* (pp. 141-155). Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

G

Gamarnik, C. E. (2009) Estereotipos sociales y medios de comunicación, un círculo vicioso. En: *Questión, Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, vol. 1, nº 23.

Gilboa, E. (2005) The CNN effect: The search for a communication theory of international relations. En: *Political Communication*, Vol. 22, Num. 1, pp. 27-44. Philadelphia: Taylor&Francis, Inc.

Godulla, Alexander (2009). *Fokus World Press Photo Eine Längsschnittanalyse „ausgezeichneter“ Presse fotografie von 1955 bis 2006*. (Tesis doctoral inédita). Literaturwissenschaftliche Fakultät: Katholischen Universität Eichstätt.

Gombrich, E., Hochberg, J. y Black, M. (1970) *Arte, Percepción y Realidad*. Buenos Aires: Paidós.

Gombrich, E.H. (1970) *Aby Warburg: An intelectual biography*. London: The Warburg Institute

González- Gabaldón, B. (1999) Los estereotipos como factor de socialización de género. En: *Comunicar* 12. (pp. 79-88).

Gonzalez, E. (2015). El efecto CNN y las tragedias humanitarias de la guerra en Siria. En: *Paradigmas, revista de Investigación*. En línea, <http://www.paradigmas.mx/efecto-cnn-siria/> , recuperado (12.05.2015).

Griffin, M. (2010) Media images of war. En: *Media, War & Conflict* Vol. 3(1). London: SAGE (pp.7–41).

H

Hall, S. (2010) Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales. Universidad Andina Simón Bolívar: Ecuador.

Hesford S.; Kozol, V. (2005). *Just Advocacy? : Women's Human Rights, Transnational Feminisms, and the Politics of Representation*. Rutgers University Press.

J

Jakobsen, P. (2000) "Focus on the CNN Effect Misses the Point: The Real Media Impact on Conflict Management is Invisible and Indirect ", En: *Journal of Peace Research*, 37/2, pp. 131-143. London: SAGE Publications.

Joly, M. (2005) *La imagen fija*. Buenos Aires: Ed. La Marcea.

K

Katz, D., & Braly, K. (1933). Racial Stereotypes of one hundred College Students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, pp. 280-290.

Kondracki, N.L., Wellman, N.S., y Amudson, D.R. (2002) Content analysis and their application in nutrition education. En: *Journal of nutrition education and behavior*, 34(4), (pp. 224-230). Philadelphia: Elsevier, inc.

Krippendorff K. (1990) *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.

L

Laurent, O. (2 de marzo de 2015) World Press Photo Upholds Controversial Decision. *Time*. En línea: <http://time.com/3728436/world-press-photo-upholds-controversial-decision/> (Recuperado, 25 de abril de 2016).

Laurent, O. (3 de febrero de 2015) World Press Photo to Become a Think Tank for Photography. *Time*. En línea: <http://time.com/3692479/world-press-photo-lars-boering-interview/> (Recuperado, 25 de abril de 2016).

Lester, P. (1991) *Photojournalism: An Ethical Approach*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Lester, P. (1995). *Visual Communication: Images with messages*. California: California State University.

Lester, P. M., (1995) Photojournalism Ethics: Timeless Issues. En línea: <http://commfaculty.fullerton.edu/lester/writings/chapter1.html> (Recuperado, 23 de abril de 2016)

Linfield, S. (2010). *The Cruel Radiance. Photography and political violence* Chicago: University of Chicago Press.

Lippman, W. (1922) *Public Opinion*. New York: Macmillan.

Lister, M. (coord.)(1997) *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Paidós multimedia.

Lister, M.P. y Ross, S.D. (2003) Images that injure. Pictorial Stereotypes in the Media. Greenwood Publishing Group, Inc.: USA.

Livingstone, S. (1997) "Clarifying the CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention", En: *Research paper R-18, The Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, Kennedy School of Government* Harvard: Harvard University.

López Raso, P. (2003) "Violencia y muerte en el fotoperiodismo". En: Jumenez, M., *Congreso Iberoamericano de comunicación y educación; Huelva, 10 - 2003*. Vicerrectorado de Investigación UFV, en línea: http://ddfv.ufv.es/bitstream/handle/10641/338/Lopez_14_03.pdf?sequence=3 (Recuperado, 22 de mayo de 2015)

Lutz C.A. y Collins J.L. (1993) *Reading National Geographic's*. Chicago: University of Chicago Press.

M

Macelod, S. (2001) The Life and Death of Kevin Carter. The TIME, en línea: <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,165071,00.html> (Recuperado, 23 de abril 2017)

Maciá Barber, C. (2011): “La espinosa conjunción de políticos, menores y reporteros: legalidad y eticidad en la fotografía de prensa”. En: *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, nº 42, (pp. 33–63).

Maciá Barber, C. (2013) “La imagen del menor en la cobertura fotoperiodística de conflictos armados. El caso de la prensa generalista de España”. En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* Vol. 19, Núm. 2

Mamma Cash (2015) *Funding Feminist Activism Strategic Plan 2015-2020*. Amsterdam: Zalsman Kampen BV. En línea: http://www.mamacash.org/content/uploads/2015/09/MMC_StrategicPlan2015_DEF.pdf# (Recuperado, 20 de enero 2016)

Martín Nieto, R. (2009) *El tercer mundo representado. La imagen como nido de estereotipos*. En: *Revista Icono 14*, 2009, No 13, Madrid. (pp. 152-171).

Marzal Felici, J. (2001) *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Madrid: Cátedra.

Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. En: *Qualitative Social Research*, 1(2), Art. 20. En línea 5 de mayo, 2014, de: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2386> (Recuperado, 5 de mayo de 2014)

McCombs, M. (1996), Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo, En: Bryant, J. y Zillmann, D. (1996), (v.o. 1994)) *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Paidós: Barcelona, (pp. 13-34).

Méndez-Méndez, S. y Alverio, D. (2003) *Network Brownout 2003: The Portrayal of Latinos in Network Television News, 2002*. NAHJ: Washington.

Mesa, M. (2012) *La imagen del Sur: racismo, clichés y estereotipos*. Fundación hogar del empleado centro de investigación para la paz: Madrid.

Minayo, M. C. (2000). La etapa de análisis de los estudios cualitativos. En: F. Mercado, D. Gastaldo, y C. Calderón (Coord.), *Investigación cualitativa en salud en Iberoamérica: Métodos, análisis y ética* (pp. 239-269). Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.

Moreno, P.; Toukoumidis, A.; Rodríguez, L.M. y Agüaded, I. (2016) Reflexiones sobre el discurso mediático como exaltadores de la guerra: análisis de caso sobre los atentados de París (13N 2015). En: Mancinas-Chávez, R. (coord.) *Comunicación y Desarrollo Social. Actas del I Congreso Internacional Comunicación y pensamiento*. Sevilla: Ediciones Egregius. (pp. 895-908).

Morilla Fernández, M. (2012), "Menores y medios de comunicación", *Revista Internacional de Doctrina y Jurisprudencia*, Universidad de Almería, vol. 1, en línea: http://www.ual.es/revistas/RevistaInternacionaldeDoctrinayJurisprudencia/pdfs/2012-12/articulos_menores-y-medios-de-comunicacion.pdf (Recuperado, 7 de mayo de 2016)

Morse, Tal (2014) Covering the dead. *Journalism Studies*, 15 (1). (pp. 98-113).

Mraz, J. (2003) “¿Qué tiene de documental la fotografía? Del fotorreportaje dirigido al fotoperiodismo digital”, En: Magazine de Internet: Zonezero, disponible en <http://v1.zonezero.com/magazine/articles/mraz/mraz01sp.html> (Recuperado, 27 de mayo de 2016)

N

Newhall, B. (2002) *Historia de la fotografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Newton, J. (2001). *The burden of visual truth: The role of photojournalism in mediating reality*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Ninja Below, J. (2010) *Photojournalism in War and armed conflicts*. Upsala: Upasala Universitet.

P

Panofsky, E. (1987) *El significado de las artes visuales*. Madrid: Alianza Forma.

Panzer, M. (2007) *Things as they are. Photojournalism in Context since 1955*. London: World press photo.

Pizarroso Quintero (2008) Justificando la guerra. Manipulación de la opinión pública en los conflictos más recientes. En: *Comunicación*, Vol.1, N°6, 2008, PP. 3-19. ISSN 1989-600X, disponible en línea: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n6/articulos/1_Justificando_la_guerra_Manipulacion_de_la_opinion.pdf (Recuperado, 22 de junio de 2015)

Prosser J. (2005) *Image based research: A Sourcebook for qualitative research*. London: Routledge.

Q

Quin, R. y McMahon, B. (1997) *Historias y estereotipos*. Vizcaya: Grafo, S.A.

R

Raigada J.L. (2002) Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. En: *Estudios de Sociolingüística* 3(1), 2002, (pp. 1-42). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española (22.aed.)*. Madrid, España: RAE.

Reny, T. y Manzano, S. (2016) The Negative Effects of Mass Media Stereotypes of Latinos and Immigrants. En: *Media and Minorities. Questions on representation from an international perspective*. New York University: USA. (pp. 195-212).

Robinson, P. (1999). "The CNN effect: can the news media drive foreign policy?" En: *Review of International Studies*, 25, (pp 301-309). Cambridge: Cambridge University Press.

Robinson, P. (2013). Media as a Driving Force in International Politics: The CNN Effect and Related Debates. En *Global Policy Journal*, En línea, <http://www.globalpolicyjournal.com/blog/08/10/2013/media-driving-force-international-politics-cnn-effect-and-related-debates>; (Recuperado, 12 de mayo de 2015).

Rose G. (2001) *Visual Methodologies*. London: Sage publications.

Rossmann y Schilke (2014) Close, But No Cigar: The Bimodal Rewards to Prize-Seeking. En: *American Sociological Review* 2014, Vol. 79(1), American Sociological Association: SAGE, (pp. 86–108).

S

Said, E. W. (1981). *Covering Islam: how the media and the experts determine how we see the rest of the world*. New York: Pantheon.

Santoro, E. (1977). Consideraciones generales sobre la investigación de estereotipos, *Revista de Comunicación*, 12, Caracas.

Sarriugarte Gomez, I. (2010) "La Gran Depresión Americana y su influencia en el desarrollo de la fotografía social: "la América más mísera"" En: *De Arte*, 9, 2010, (pp. 171-182).

Schubert, Ch. (2017) Constructing Mexican Stereotypes: Telecinematic Discourse and Donald Trump's Campaign Rhetoric. En: *Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines*, Vol 8 (2). (pp. 37 – 57).

Shwartz D. y Prosser J. (2005) Photographs between the sociological process. En: Prosser J. (Ed.) *Image based research: A Sourcebook for qualitative research* (pp.101-115). London: Routledge.

Sontag, S. (1981) *Sobre la fotografía*. México: Alfaguara.

Sontag, S. (2003) *Ante el dolor de los demás*. Buenos Aires: Alfaguara.

Soulages, F. (2009) Malestar en la fotografía. En: *Escritura e imagen* Vol. 5 (pp.239-255)

Sousa, J.P. (2011) *Historia crítica del fotoperiodismo occidental*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

T

Taylor, J. (1998) *Body Horror. Photojournalism, catastrophe and war*. New York: New York University Press.

Teixeira Ribeiro, L. A. (1998). "Cámara abierta. Estudio de caso sobre el del papel del fotoperiodista". *Revista Latina de Comunicación Social*, 9, Tenerife: La laguna. En línea: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/39tei.htm> (Recuperado, 8 enero 2013)

Teixeira Ribeiro, L. A. (1999) Manipulación en el fotoperiodismo: ética o estética. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 22, Tenerife: La laguna. En línea: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/30teixeira.htm> (25 de abril de 2016).

Tsuchiyama, Y. (2014) *Photography and Narrative The representation of the atomic bomb in Photographs of Nagasaki*, En: *Beyond Classical Narration*. Boston, Berlin: De Gruyter

V

V.V.A.A. (2011) *World Press Photo 2011*. Madrid: Editorial Blume.

V.V.A.A. (2014) *World Press Photo Corporate Brochure*. Amsterdam: World Press Photo Foundation.

V.V.A.A. (2000) *Opsta istotirija umetnosti*. Beograd: Narodna Knjiga

Van dijk, T. A. (1997) *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.

Van dijk, T. A. (2007). Discurso racista. En J. J. Igartua & C. Múñiz (Eds.), *Medios de comunicación y sociedad* (pp. 9–16). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Van dijk, T. A. (2008). Racismo, Prensa e Islam En: *Derechos Humanos y diversidad cultural y religiosa: musulmanes en Europa, Revista semestral de Derechos Humanos*. Número 5. (pp. 17-20).

Velázquez T. (2011) Las técnicas del análisis socio-semiótico. En: Vilches L. (Coord) *La investigación en comunicación, Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Videla Rodríguez, J.J. (2004) *La ética como fundamento de la actividad periodística*. Madrid: Editorial Fraga.

Vilar Martin, J. (2000) Deontología y práctica profesional. Límites y posibilidades de los códigos deontológicos. En: Arts Brevis, Universitat Ramon Llull, (pp. 275-294).

Vilches, L. (1983) *La lectura de la imagen*. Prensa, Cine y Televisión. Barcelona: Editorial Paidós, S.A.

Vilches, L. (1987) *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Vilches, L. (coord.) (2011) *La investigación en comunicación, Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Villafañe, J. (2006) *Introducción a la teoría de la imagen*. Ediciones Pirámide: España.

Villanueva, E. (1996) *Códigos europeos de ética periodística. Un análisis comparativo*. México: Fundación Manuel Buendía y Centro de la Investigación de la Comunicación.

Vilmer, J.J.B. (2012). *Does the “CNN effect” exist? Military intervention and the media*. En línea: <http://www.inaglobal.fr/en/ideas/article/does-cnn-effect-exist-military-intervention-and-media>; (Recuperado, 12 de mayo de 2015).

Vuksanovic, D. (2007) *Filozofija medija: Ontologija, estetika, kritika*. Belgrado: FDU.

W

Wagner J. (1979) *Images of information*. London: Sage Publications.

Wagner J. (2006) Visible materials, visualized theory and images of social research. En: *Visual Studies*, Vol. 21, No. 1, (pp. 55-69). London: Routledge.

Weber, R.P. (1990). *Basic Content Analysis*. Newbury Park, CA: Sage Publications.

Weber, S. (2008). Using visual images in research. En J. G. Knowles y A. L. Cole (Coord.) *Handbook of the arts in qualitative research: Perspectives, methodologies, examples, and issues* (pp. 41-54). London: Sage Press.

Whitlock, G. (2007) *Soft Weapons: Autobiography in transit*. The University of Chicago Press: Chicago and London.

World Press Photo Foundation (2016) *Judging Procedure Handbook*. World Press Photo Foundation: Amsterdam.

Wright, T (2011) Press Photography and Visual Rhetoric, En Margolis and Powels (Ed.) *The Sage handbook of visual research methods* (pp.311-319). London: Sage.

Z

- Zhang, Y., & Wildemuth, B. M. (2009). Qualitative analysis of content. En B. Wildemuth (Coord.) *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science* (pp.308-319). Westport, CT: Libraries Unlimited.
- Zunzunegui, S. (1985) *Mirar la imagen*. Universidad del País Vasco: Barcelona.

