

Coordinadores
Pedro Victorio Salido López, Juan Enrique González Vallés,
Ignacio Sacaluga Rodríguez

**TRANSMITIENDO LA PERSUASIÓN:
LA COMUNICACIÓN QUE INFLUYE**

 EDITORIAL
fragua
MADRID MMXXII



© De los autores y coordinadores, 2022

© HISTORIA DE LOS SISTEMAS INFORMATIVOS, 2022

Primera edición, 2022, Madrid

© EDITORIAL FRAGUA, S.L., 2022

Calle Andrés Mellado nº 64

28015 Madrid (España)

Tel. (00 34) 91 5491 806

Correo: pedidos@fragua.es

Web: www.fragua.es

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita del titular del *Copyright*, bajo las sanciones establecidas de las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento de difusión y copia, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, para su uso comercial. Dichas leyes contemplan penas de prisión, multas e indemnizaciones por daños y perjuicios para quienes reprodujeran, plagiaran, distribuyeran o publicaren el contenido de este libro, o alguna parte del mismo, sin permiso explícito del titular de los derechos de reproducción (Fórum XXI).

Fórum XXI no se responsabiliza de las opiniones vertidas por los autores en los textos recogidos en el presente libro ni éstas representan la postura oficial de Fórum XXI sobre los temas tratados, quedando bajo exclusiva responsabilidad legal de los autores las consecuencias que sus afirmaciones pudieran comportar.

ISBN: 978-84-7074-917-9

Depósito legal:

24. El estereotipo, un verdugo sigiloso. HUERTA VISO, Pablo Jesús.	351
25. El síndrome de Barthes o por qué la fotografía no es una ventana. IRALA HORTAL, Pilar.	367
26. El impacto emocional percibido en la interpretación de enlace árabe- español en contextos de asilo. MAHYUB RAYAA, Bachir.	379
27. La derogación re(d)tórica del pensamiento lineal. MARÍN-CASANOVA, José Antonio.	393
28. Dora Mayer: Vocera de la comunidad indígena en Amauta MARRERO AMADOR, Javier.	411
29. La producción biopolítica de la subjetividad del periodista en América Latina (2005-2022). MARTÍNEZ POSADA, Jorge Eliécer, LENCINA, Daniel.	417
30. Producción de la agenda informativa en campaña electoral: Liderazgos y judicialización en las elecciones catalanas de 2017. MÉNDEZ-MUROS, Sandra.	429
31. Comunicación alternativa y democracia: Dimensión del tercer sector radiofónico en España. MONEDERO MORALES, Carmen del Rocío.	445
32. Responsabilidad social corporativa en las empresas del mármol en tiempos de COVID-19. OLLER ALONSO, Mariana.	461
33. La contratación pública de campañas de comunicación institucional a través de la figura del acuerdo marco. PÉREZ-SEOANE, Jesús, CORBACHO-VALENCIA, Juan-Manuel.	477
34. Comunicación inclusiva: Accesibilidad a la información y contenido de la comunicación basado en el modelo social de discapacidad. RASCÓN ALCAINA, Almudena.	491
35. La construcción electoral de agendas políticas y mediáticas durante la pandemia de COVID-19: El caso de Galicia. RIVAS-DE-ROCA, Rubén.	503
36. El papel de la comunicación en la mitigación del miedo en la época del COVID-19. ROSA, Marcela, ALVELOS, Heitor.	519
37. La comunicación en los partidos políticos: La importancia del protocolo como herramienta estratégica. RUBIO CALERO, Diana.	529

EL SÍNDROME DE BARTHES
O POR QUÉ LA FOTOGRAFÍA NO ES UNA VENTANA

Pilar Irala Hortal¹

Este trabajo se ha realizado gracias a las investigaciones realizadas durante mi estancia de investigación en el Centre for Visual Studies de la Universidad de Sheffield (mayo-septiembre 2016) bajo el amparo del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y en el marco del Programa Estatal de Promoción del Talento y su Empleabilidad en I+D+i, Subprograma Estatal de Movilidad, del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016. Referencia nº. JC2015-00166. Asimismo, se ha recibido el apoyo del grupo de referencia Observatorio Aragonés de Arte en la Esfera Pública (OAAEP) de la Universidad de Zaragoza. Este grupo está financiado por el Gobierno de Aragón con fondos FEDER. Código de referencia H18-20R.

1. INTRODUCCIÓN

Kevin G. Barnhurst publicó en 1994 un estudio sobre las razones para reconsiderar la historia del fotoperiodismo. Para Barnhurst existían, y creo que es todavía una categorización válida, dos historias de la fotografía y del fotoperiodismo: la tradicional y la crítica. El fotoperiodismo y la fotografía documental están íntimamente relacionadas (y para Barnhurst derivan directamente) con los objetivos, usos y significados de las imágenes en la sociedad (Barnhurst, 1994, p. 17). Los autores afines a la historia tradicional, como la denomina Barnhurst, parten de la firme convicción de que la evolución tecnológica nos lleva directamente a reproducir la realidad más miméticamente.

Pero Barnhurst se pregunta, como lo hacen los autores de la vía crítica, qué significa que las fotografías representen de forma *realista* y *verdadera*. El inicio de la convicción de la idea de la fotografía como *Verdad* está en algunos eventos histórico-científicos y técnicos clave sobre todo en el desarrollo de la perspectiva lineal (a la que se sumó la técnica del claroscuro) y el logro de una observación más precisa de la realidad². El invento de la

1. Pilar Irala Hortal, Profesora Titular en la Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales de la Universidad San Jorge, Zaragoza.

2. Barnhurst cuando habla de la evolución de las posibilidades de alcanzar la copia literal de la realidad nombra a Galileo y Newton, el telescopio y las lentes que permiten enfocar mejor la imagen.

cámara fotográfica es otro momento culmen para la historia del concepto más tradicional o clásica de la imagen, es decir, la que entiende que dicha imagen es una copia exacta de la realidad que tiene delante.

Pero, la historia crítica, y el propio Barnhurst, entienden que esta idea de la historia y del significado de las imágenes tiene lagunas de peso. La primera y más importante es precisamente esa afirmación de que las imágenes reproducen la realidad. La principal razón esgrimida para dudar de esta idea es que cada generación ha impuesto su propio sistema de convenciones visuales basado en la parte más débil de esta visión de la historia de la imagen que es precisamente que se basa en que “lo que los humanos ven con sus ojos son imágenes del mundo” (Barnhursts, 1994, p. 18)³. Y para Barnhurst esta idea está arraigada sobre todo en Occidente.

Para desafiar esta creencia tan consolidada que regula nuestra relación con las imágenes fotográficas, he conceptualizado un término específico que busca, no solo hacer referencia a que el conocimiento que nos proporcionan las imágenes no está *sólo* basado en una realidad que tiene delante la cámara y que no deja de ser una convención, y no una copia, sino que dicho conocimiento se ancla de forma indisoluble en el propio espectador y en su mirada activa y participativa. A este concepto le he denominado el *síndrome de Barthes*.

2. OBJETIVOS

Así, el objetivo principal de esta investigación es aportar y explicar, a través de un recorrido sobre los planteamientos teóricos, iconológicos y persuasivos, un nuevo marco conceptual para comprender las imágenes fotográficas: el síndrome de Barthes. Con este enfoque la fotografía documental adquiere una dimensión menos cartesiana, pero más persuasiva y capaz de transmitir mensajes y conocimiento si se realiza desde la fusión entre una función informativa/documental, la estética, las herramientas retóricas visuales y la participación reflexiva del espectador.

3. METODOLOGÍA

Revisión y análisis de la bibliografía sobre los campos referidos al icono, a la iconología, a la metáfora visual y a la fotografía como medio para representar la realidad. Además, se ha conceptualizado el nuevo concepto: *síndrome de Barthes* tras estudiar los autores que, como Barthes, Panosfky, Gombrich, Didi-Huberman, Berger o Tisseron han estudiado la imagen desde diferentes enfoques conceptuales con aproximaciones alejadas de la propuesta de imagen fotográfica como copia mimética de una realidad objetiva.

3. El texto dice “The dominant idea that most of these critical histories assail is the following metaphor: What humans see with our eyes is a picture of the world.”

4. DISCUSIÓN

Para muchos autores críticos, como Gombrich o Goodman, las imágenes no representan la realidad, sino una serie de convenciones culturales para su representación y comprensión. Por ejemplo, la perspectiva lineal consiguió reducir el complejo y tridimensional mundo a una relación geométrica de objetos en un espacio bidimensional de tal forma que fuera más sencillo entender la imagen. Pero esto no significa representarla en su complejidad profunda.

Por otro lado, cuando Arheim (2008) escribe sobre la teoría de la Gestalt explica las dos vías usadas por el hombre para representar la realidad. Una de ellas es la que usan los niños, las personas sin formación o culturas primitivas y que son “sencillas, vigorosas y espontáneas” (Hogg *et al.*, 1969, p. 237). Esta es, para la Gestalt, la vía más inteligente para la representación del mundo ya que no se basa en un aprendizaje de las formas y su reducción bidimensional sino en facultades “más elevadas de la mente humana” que incluyen “los procesos sensoriales periféricos -visión, audición, tacto, etc.-” (Hogg *et al.*, 1969, p. 238).

Además, continúa Arheim (2008), la síntesis es un proceso de abstracción complejo que, tradicionalmente, se ha presupuesto a las mentes más brillantes. Sin embargo, en la representación de la realidad, se ha valorado más tradicionalmente la copia mimética que imita formas y colores, que la abstracción y reelaboración de dicha realidad a partir, no solo de las formas, colores y luces, sino también de las emociones. Es una paradoja que también llegó a la fotografía.

Además, afirma Barnhurst, la aparición de nuevas fórmulas de representación en el arte del siglo XX, sobre todo en los movimientos abstractos y expresionistas, no son tanto una lucha entre la pintura y la fotografía (como medio para representar *objetivamente* la realidad) sino más bien constituyen diferentes caminos para representarla (Barnhurst, 1994, p. 19). Esto lleva a una de las afirmaciones que considero más importantes en el discurso de Barnhurst: la historia tradicional ve la imagen como una ventana a la realidad, pero para la historia crítica las imágenes revelan tanto aspectos de la realidad como de las ideas sobre la realidad (Barnhurst, 1994, p. 19). Además, se puede añadir, que revelan también información sobre los pensamientos y significados más profundos que alberga esa realidad para la cultura en la que se produce.

A esta última reflexión se suma la idea, aportada también por Barnhurst, Sontag, Panofsky o Berger de que el contenido al que hacen referencia las imágenes no es *sólo* aquello que está dentro del encuadre, sino también la historia y la cultura visual de la sociedad donde se crea y/o difunde, los mitos, los símbolos e incluso la propia historia del arte como medio de expresión de la realidad y *sobre* la realidad desde los inicios históricos del ser humano.

Por tanto, como la copia literal de una realidad no explica dicha realidad (no la explica a un nivel profundo, solo muestra una parte bidimensional reducida desde lo tridimensional) es necesario usar técnicas que, partiendo de la toma de una realidad dada, permitan exponer, explicar y narrar por parte del fotógrafo dicha situación o *escenario* en su complejidad (o al menos una parte) y no solo su superficie, y que asimismo permita al lector leerla y entenderla en profundidad, no solo identificar las formas que aparecen en ella. Estas técnicas son: el uso del lenguaje fotográfico que de forma consciente vaya más allá de la imagen como ventana (recursos visuales más creativos), y el uso de metáforas visuales (la retórica visual) que expliquen el significado profundo de la realidad fotografiada a través de la persuasión.

Las nuevas generaciones de fotoperiodistas, sobre todo los que fueron adolescentes en la cultura visual en los años 70 y 80, tienen una cultura pop arraigada casi subconscientemente que ha dado un empujón a nuevas fórmulas visuales y narrativas que vendrían a integrarse en la vía crítica y para las que el color es una alternativa al *todopoderoso* blanco y negro clásico de la imagen documental y, además, en todo caso cuando usan la escala de grises, tienen en cuenta la clave alta o baja para ir más allá de la mera desaturación de la escena.

En un artículo de 2015 el fotoperiodista Carles Vila destacaba la nueva ola de fotógrafos que están trayendo “nuevos aires” al fotoperiodismo. En esa selección se muestra sobre todo el trabajo de artistas fotógrafos que reflexionan sobre la realidad, especialmente desde el punto de vista social y humano⁴. Estos son los pilares del fotoperiodismo de largo recorrido, aunque conviene siempre mantener claramente separados el ensayo artístico del ensayo periodístico, aunque ambos pueden compartir, y de hecho muchos proyectos de ambos lados lo hacen, técnicas investigadoras y estéticas.

Pero, aun afirmando esto, sí se puede considerar un punto de inflexión hacia la revisión crítica de la historia del fotoperiodismo el hecho de que se amplíe la definición más tradicional de lo que es fotoperiodismo y efectivamente los proyectos que Vila comenta en su artículo pueden estar muy cerca de los límites reflexivos y estéticos de un fotoperiodismo nuevo, renovado, más atrevido, continuamente reflexivo tanto con sus temas como con su enfoque para explicar dichos asuntos gracias al uso del lenguaje fotográfico que va más allá de la perspectiva lineal.

El fotoperiodismo moderno ha reforzado su paulatino cambio visual y mediático con la llegada de las nuevas tecnologías, sobre todo con Internet, que permitió a los fotógrafos tener un portal propio donde enseñar sus mejores trabajos, generalmente los realizados por cuenta propia. También la llegada de las narrativas transmediáticas han

4. El artículo se centra en los ganadores del Barcelona International Photography Awards (BIPA) de 2015 que no es una convocatoria centrada en el fotoperiodismo sino abierta a profesionales y no profesionales de todos los géneros y enfoques. De hecho, buscaban “fotógrafos con talento y capacidad expresiva capaces de comunicar sus ideas a través del medio fotográfico de una manera singular y con lenguaje personal propio” y que sus proyectos fueran “sólidos y elaborados, incluso aunque sólo estén comenzando a tomar forma, para darles visibilidad y proyección internacional” (VALIDFOTO, 2015).

llevado a nuevas vías de expresión intermediarias y multiplataforma que están siendo un buen revulsivo para los periodistas más creativos y que buscan difundir de una manera más adecuada a los nuevos tiempos visuales e informativos sus trabajos, generalmente de largo recorrido.

Y es que, la fotografía documental ha buscado nuevos medios de divulgación pública lo que entronca con una revisión crítica de la historia de la fotografía documental. El fotoperiodista encuentra vías alternativas de difusión de su trabajo en los espacios antes reservados a otros ámbitos como el de la creación artística. Las razones son varias y entre ellas encontramos la pérdida de eco del trabajo fotoperiodístico en las páginas de los periódicos y en la prensa en general. Quizás saturados de imágenes, o dada la importancia menguante de imágenes de calidad en las hojas de los diarios, o la baja calidad de los contratos que los medios ofrecen a los fotógrafos profesionales, estos han extendido sus vías de comunicación y difusión hacia ámbitos que antes no les correspondían.

Hace unos pocos años la diferencia entre el fotoperiodismo y la fotografía creativa y, por tanto, con capacidad y enfoque retóricos, venía marcada por los canales de difusión: prensa o museo. En la actualidad esta línea se ha desdibujado como consecuencia de varios factores entre los que están la búsqueda estética de la fotografía documental, iniciada a mediados del siglo XX, la entrada de estas obras en galerías y museos y también el impulso de los fotolibros documentales.

La principal causa de la búsqueda y conquista de estas *nuevas* vías de difusión para los trabajos documentales, paradójicamente, está en la profunda crisis de/en los medios de comunicación que incluye amplios y generalizados recortes, la poca inversión en investigaciones de largo recorrido y a la pérdida de respeto a la imagen y al trabajo del fotógrafo profesional.

Por todos estos motivos consideramos que hay que visitar la historia de la imagen en general y de la fotografía en particular, incluyendo la documental. Esta revisión debería, a nuestro entender, estudiar cuándo, cómo y por qué se han creado imágenes a modo de ventanas a la realidad, es decir, que usan la perspectiva lineal para resumir y contener la realidad compleja en composiciones sintetizadas; y cuándo, cómo y por qué otros fotógrafos han creado imágenes más complejas, con un lenguaje visual retórico que busca explicar la complejidad visual, narrativa y emocional del mundo, alejándose de una imagen estrictamente mimética.

4.1. El *síndrome de Barthes* o cómo acercarse al fotoperiodismo persuasivo

Para Rosler (2007) la confianza de la sociedad en las fotografías de prensa se debe a la seguridad emanada del sentido de objetividad que ofrecen. Pero otros pensadores, como Georges Didi-Huberman van más allá y se plantean qué tipo de conocimiento histórico se puede alcanzar al ver una imagen (Didi-Huberman, Arnaldo, & Chéroux, 2013, p. 13). La

dificultad evidente que entraña intentar responder a esta pregunta la responde Didi-Huberman afirmando que habría que comenzar por “reescribir toda una Arqueología del saber de las imágenes” (Didi-Huberman, Arnaldo, & Chéroux, 2013, p. 13).

Esta “arqueología” debería incluir la revisión y reorganización de todo tipo de conocimientos (históricos, políticos, antropológicos, artísticos...) debido a que la fotografía, por su propia naturaleza, es una “encrucijada de caminos” (Didi-Huberman, Arnaldo, & Chéroux, 2013, p. 14). Esta naturaleza múltiple de la imagen es el hilo configurador de su estructura, tanto formal como metafórica, y el espectador debe desentrañarla. Por eso, Rosler afirma también que el espectador recodifica dichas imágenes a partir del reconocimiento de unos “rasgos estilísticos de la fotografía de actualidad y, más aún, de las películas, cuyo formato ha sido importado por la publicidad y la televisión musical [...]” (Rosler, 2007, p. 262)

Es decir, el espectador/lector lee las imágenes a partir de sus conocimientos previos, sobre todo por lo aprehendido en la televisión, cine y revistas gráficas sobre temas de interés general. Se trata del fenómeno de la “hipervisualidad” que explica Víctor Renobell (2005, p. 2). Esta difusión de la imagen fotográfica implica la necesidad de una cultura visual que permita al lector contextualizar lo que ve y le ayude en la correcta lectura del mensaje que contiene el producto visual.

Roland Barthes afirma que la fotografía es *leída* y que en el transcurso de esta lectura intervienen más o menos conscientemente una reserva tradicional de signos (Barthes, 2002, p. 16) lo que nos llevan a entender la importancia de aunar las dos vías de estudio de la imagen de la que he hablado más arriba y la importancia de los símbolos pertenecientes a la cultura en la que nacen y se difunden las imágenes.

Así, la fotografía es interpretada como metáfora o símbolo de un suceso o de un dato por ello es importante tener en cuenta el contexto específico de producción y recepción coetánea de las fotografías para centrar el significado simbólico que pueden llegar a adquirir. Barthes ya expuso la importancia de la connotación en la imagen fotográfica y cómo la retórica es, al fin y al cabo, la relación formal entre los elementos del lenguaje fotográfico (Barthes, 2002).

El poso visual que nos deja la imagen fotográfica es un océano desde el que la imagen emerge y se presenta frente a los ojos. Desde ahí, Roland Barthes explica los conceptos de *studium* y *punctum* aplicados a la imagen fotográfica. Mientras que el primero se refiere a un interés general por la imagen, por la narrativa inmediata de la misma y depende de la cultura del espectador y de los conocimientos que tenga de los acontecimientos narrados en la toma⁵; el segundo, el *punctum*, “no es algo que parte del espectador, que se interesa por la imagen”, sino que es algo de la imagen “que sale de la escena como una flecha y viene a punzarme” (Barthes, 2002, p. 64).

5. De hecho, Barthes dice del *studium* que “supone dar fatalmente con las intenciones del fotógrafo, entrar en armonía con ellas, aprobarlas, desaprobárlas, pero siempre comprenderlas” (Barthes, 2002, p. 66).

Por tanto, el nuevo concepto denominado *síndrome de Barthes* es un síndrome de Stendhal, pero punzante que he codificado en el ámbito de la fotografía documental. De hecho, Barthes afirma que “es el propio trauma el que deja en suspenso al lenguaje y bloquea la significación” (Barthes, 2002, p. 29). Por ello, a esta reacción frente a la imagen fotográfica la he denominado el *síndrome de Barthes*. Este síndrome es el *punctum* del que habla Barthes que engancha la mirada del espectador conectándola con sus conocimientos, recuerdos y experiencias, lo que a su vez le lleva a una reflexión profunda de la imagen y a la comprensión de su significado más allá de la descripción evidente. Por tanto, es un síndrome que lleva al conocimiento profundo.

Así, centrándonos en la imagen documental y el fotoperiodismo, se trata de un nuevo escenario de interpretación donde la relación entre el lenguaje fotográfico, mensaje y lector adquiere una nueva forma de conexión que requiere un esfuerzo de reflexión por parte del lector.

Las imágenes en definitiva se evalúan tan subjetivamente como se realizan y lo que permite profundizar en ellas y disfrutarlas en niveles más intensos no es otra cosa que la cultura general, y más concretamente la cultura visual, de quien las produce y de quien las mira. (Baeza, 2001a, p. 83)

4.2. Icono e iconología

Así, para aprehender el planteamiento fotográfico y la construcción icónica de trabajos documentales estos se deben analizar desde el punto de vista de la iconología y las teorías del símbolo siguiendo el consejo de Pepe Baeza quien afirma que “la iconología es un sistema que [...] permite una aproximación a las imágenes mediáticas” (Baeza, 2001a, p. 175).

Para Hegel el “símbolo es ante todo un signo”, pero también es “ambiguo” (Ocampo & Peran, 1993, pp. 126-127), es decir, que los elementos individuales de cada imagen, sus signos, conforman un todo que alberga el sentido global de la fotografía. Este significado puede ser diferente para cada observador ya que leerá el código solo desde su propio conocimiento de la cultura general y visual. El hecho de que la interpretación del código sea diferente implica distintos niveles de ambigüedad. Sucede lo mismo con la poesía cuyo uso retórico del lenguaje lleva a interpretaciones diferentes de un mismo texto.

Peirce desarrolló a finales del siglo XIX el primer estudio y sistema global de signos dentro de sus teorías filosóficas y pragmáticas. Estableció todo un corpus semiótico donde explicó por qué todo es signo. Para Peirce nos comunicamos a través de signos, de su producción, transmisión y descodificación⁶. Rodríguez, especialista en Peirce, afirma que las distintas definiciones que da Peirce de signo tienen elementos comunes a todas ellas. Algunos de estos elementos son: el carácter mediador del signo, la determinación del concepto mental por el objeto a través del signo, y la esencial producción del interpretante en la relación triádica que es el conocimiento. (Rodríguez, 2003, p. 5)

6. Peirce realizó más de 60 clasificaciones de los signos (Barrena & Nubiola, 2007).

Otra aportación fundamental de Peirce al sistema de signos fue pensar en el símbolo desde la lógica, lo que significa que el símbolo es tal en cuanto se dan las condiciones para que se refiera a algo, como explica Rodríguez (2003). Es decir, que teniendo en cuenta la importancia del signo en nuestra vida, en nuestra comprensión del mundo y en nuestra comunicación (tal y como afirmarían también George Lakoff y Mark Johnson (1995) los símbolos siempre están sujetos a una convención (por parecido formal o por artificio social o cultural) y a un contexto. Por lo tanto, el símbolo siempre va a estar sujeto a múltiples interpretaciones que tienen que ver con la cultura, el ámbito de comunicación e incluso la experiencia personal del receptor. De ahí que la memoria⁷ juegue un papel fundamental en la eficacia del signo y del símbolo.

Además, Peirce también habla del índice genuino que es para él un concepto vivo que puede encontrarse en la intermediación de los medios de comunicación como representantes-representaciones del mundo y que subraya la importante presencia de la metáfora y la retórica visual en nuestro día a día condicionando así nuestras ideas y decisiones.

Siguiendo este hilo de pensamiento Ernst Cassier asegura que el hombre vive en un “universo simbólico” y este cosmos está construido con “el lenguaje, el mito, el arte y la religión” (Ocampo & Peran, 1993, p. 129). Es por este motivo que el espectador recibe las imágenes como signos a descodificar preñados de simbologías y significados que cambian con el paso del tiempo y que leerá a través de sus conocimientos culturales, artísticos, lingüísticos, religiosos y políticos e incluso de sus vivencias personales. Por tanto, la pieza, en este caso la fotografía, es la expresión de una sociedad, de una cultura y de toda una época.

Edwin Panofsky (1998) es una figura clave en desarrollo de la iconología y su aplicación. Este teórico, influido por Warburg y Cassier, afirmaba que la obra creada respondía a la cultura de un momento y de un lugar, es decir, a la conciencia de una sociedad y sus propios iconos y símbolos formados a partir de la literatura, el arte, la política, etc. Añadiríamos hoy a esta lista el cine, la televisión, el cómic, el cartel y la propia fotografía, agentes todos ellos que conforman nuestra cultura visual de masas, como explica Juan Antonio Ramírez (1998) y a la que también Baeza (2001b) hizo referencia al apuntar la importancia de esta fórmula de lectura múltiple para aproximarnos a la imagen fotográfica.

Así, el sistema iconológico desarrollado por Panofsky permite analizar las fotografías contemporáneas porque estas utilizan, según Pepe Baeza, un abanico de metonimias similares a las retóricas lingüísticas, pero adaptadas al carácter de icono de la fotografía en la sociedad actual (Baeza, 2001a, pp. 175-177). Además de esta capacidad persuasiva es importante encontrar asimismo en las imágenes altas dosis de calidad visual para que sea posible alcanzar su máxima eficacia comunicativa.

7. No solo la memoria en sí, sino el aprendizaje que se consolida en la mente y después se convierte en recuerdo al que acudir para descodificar el signo y aprehender el significado del símbolo.

Estos rasgos estéticos introducen la posibilidad de ambigüedad y autorreflexión (Zunzunegui, 1998, p. 79) y adquieren su cenit a través de los indicadores o signos individuales de la imagen (colores, texturas, formas, elementos significativos, etc.). Así, estudiando esos indicadores individuales de la imagen se consigue profundizar en la formulación de la fotografía y su significado último.

Para conseguir esta lectura y comprensión profundas Panofsky (1979) y (1998) estableció tres estadios o fases. La primera etapa es la descripción preiconográfica. En ella se analizan los elementos que contiene el encuadre e incluye además las referencias fácticas, es decir, las acciones y las cosas, y también las referencias expresivas o actitudes. El segundo estadio es el análisis iconográfico, donde se identifican las escenas e historias. Por último, en el análisis iconológico se llega a la interpretación del sentido profundo de la fotografía. Para ello se ha de conectar la imagen con los valores de la época, creencias religiosas, políticas, conocimientos culturales, etc.

Según Estela Ocampo y Martí Peran este último nivel “debe prestar atención a los procedimientos técnicos, a los rasgos de estilo y a las estructuras de composición tanto como a los temas iconográficos” (Ocampo & Peran, 1993, p. 145). Por este motivo introduciremos dentro de los niveles de Panofsky referencias a las cuestiones del lenguaje fotográfico.

En el análisis más completo debe incluirse la reflexión sobre el contexto en la producción de las imágenes. Kapuściński defiende que el contexto y el tiempo de producción-recepción son elementos clave en la lectura-descodificación del mensaje (Kapusinski, 2005, p. 19). Los espectadores/lectores se relacionan con la imagen en un lugar, tiempo y contexto determinados en los que la imagen alcanza su mayor cota de simbolismo y significación.

Así, la fotografía debe analizarse tomando en consideración simultánea todos los elementos que la conforman: composición, ritmo, color, elementos en el encuadre, etc. Esto es así porque las partes que la componen son inseparables y construyen un significado concreto gracias a su estratégica combinación de elementos. Es decir, adquieren su sentido gracias al trabajo en conjunto. Es por este motivo que el sistema iconológico de Panofsky, que atiende a los elementos individuales, se debe completar con un instrumento para el análisis de la capacidad del lenguaje visual en relación a la comprensión de las historias⁸.

Según Augé, en la actualidad las formas de representación reducen el mundo a un espectáculo. Como consecuencia de esta teatralización disminuyen las fuentes o referencias para descodificar las imágenes y encontrar significados. Y son los medios de comunicación los que tienen el papel de producir las “cosmologías”, es decir, de perfilar o, aún más, de construir la visión universal del mundo (Augé, 2009, p. 98).

8. Soledad Puente y sus colegas (2005-2007) desarrollaron un sistema para las imágenes periodísticas.

Por tanto, el periodismo gráfico participa en la construcción de la visión de los acontecimientos, teatralizada en ocasiones, y que configura mitos y símbolos a través de sus mecanismos lingüístico-visuales particulares que serán los que el público deba leer. En este caso, el “efecto perverso de los medios de comunicación es, también, el abolir insensiblemente la frontera entre lo real y la ficción” (Augé, 2009, p. 99) y es el síndrome de Barthes el marco conceptual a partir del cual se puede entender en toda su complejidad la fotografía documental.

4. CONCLUSIONES

El lenguaje fotográfico ha desarrollado herramientas expresivas de capacidad retórica y que, usadas estas dentro de la fotografía documental, supone aumentar la capacidad comunicativa de la imagen y le permite ahondar en el contexto del acontecimiento. Además, esta será una fotografía más reflexiva, más eficaz y más útil para la consecución y mantenimiento de la libertad gracias a una mejor y más profunda información al ciudadano, lo que es una herramienta fundamental para mantener y consolidar la democracia.

La retórica, un ámbito exclusivamente lingüístico y artístico hasta hace poco tiempo, ha cruzado un límite según el cual Marc Augé hoy en día somos “seducidos más que informados” (Augé, 2009, p. 99). Hemos visto cómo varios autores afirman que esta vía de la imagen se sitúa dentro de la postfotografía, que podríamos definir como la reacción posmodernista de la imagen fotográfica y, como Lister afirma, estos elementos conforman un cambio de etapa (1997, p. 87). Es un cambio global en el mundo de la comunicación, de las imágenes y de los *mass media*. Es un punto de inflexión en el modo de representar y difundir las imágenes del mundo y también un cambio en los mensajes de las imágenes y su interpretación como vías para la democracia.

Además, en una sociedad donde la televisión, la radio y la prensa producen y difunden material digital a cualquier rincón del mundo sin barreras de tiempo o espacio se crea ese “efecto perverso de los medios de comunicación” del que habla Augé (2009) y la espectacularización del *Todo* del que habla Baeza (2001a) y al que se han referido pensadores como Guy Debord ya en 1967 o Vargas Llosa en el siglo XXI.

Por otro lado, el periodismo más visual y retórico realizado del siglo XX y XXI se ha caracterizado por incorporar a sus fórmulas, técnicas narrativas y estéticas procedentes de otras ramas de la comunicación, como por ejemplo las del lenguaje fotográfico más creativo. Y, asimismo, también se ha buscado reflexionar a partir de las imágenes que nos rodean como un ejercicio que ha de hacerse conscientemente. Puede resultarnos obvio entender una fotografía, pero no es fácil interpretar la imagen desde el pensamiento reflexivo y persuasivo. No es fácil conseguir esta profundización, entre otros motivos porque es necesaria la formación del ciudadano en el desarrollo de ese pensamiento crítico y simbólico.

El primer paso para conseguir esta interpretación reflexiva es aprender y asumir que la fotografía no es una ventana a la realidad. La fotografía no es una copia literal de lo que pasa a nuestro alrededor. La imagen fotográfica es una representación de la realidad según una serie de convenciones visuales y culturales heredadas. De ahí la importancia y necesidad que tiene la ciudadanía de la adecuada alfabetización visual.

También es importante aprender y recordar que el contenido al que hacen referencia las imágenes no es solo lo que se sitúa dentro del encuadre, que para empezar es una realidad tridimensional y no plana como lo es la fotografía, sino que dicha representación se crea y se difunde en el seno de una historia y una cultura, de unos mitos y de unos símbolos. Por eso es tan importante vivir en una sociedad formada en la interpretación crítica de la realidad visual. No hay otra forma ni de capturar una imagen ni de leerla e interpretarla reflexivamente.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Arheim, R. (2008). *Arte y percepción visual: psicología del ojo creador*. Alianza.
- Augé, M. (2009). La puesta en escena del mundo (conferencia). *Talleres de Arte Contemporáneo. Ayuntamiento de Zaragoza*, 96-101.
- Baeza, P. (2001a). *Por una función crítica de la fotografía en prensa*. Gustavo Gili.
- Baeza, P. (2001b). Invocación y modelo. Las nuevas imágenes de la prensa. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 27, 159-171. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=72423>
- Barnhurst, K. (1994). Photography as Culture. Reconsidering the History of Photography. *Medien & Zeit: Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart*, 09, 17-94. <https://www.academia.edu/3813558/Photography>
- Barrena, S., & Nubiola, J. (2007). J., Charles Sanders Peirce. En F. y. Fernández Labastida, *Philosophica: Enciclopedia filosófica*. <http://www.philosophica.info/archivo/2007/voces/peirce/Peirce.html>
- Barthes, R. (2002). *Lo obvio y obtuso*. Paidós.
- Didi-Huberman, G., Arnaldo, J., & Chéroux, C. (2013). *Cuando las imágenes tocan lo real*. Círculo de Bellas Artes.
- Hogg, & et. alt. (1969). *Psicología y artes visuales*. Gustavo Gili.
- Irala, P. (2011). Retórica fotográfica y periodismo literario. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 17, 57-65.

- Kapuscinski, R. (2005). *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*. Fondo de Cultura Económica.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1995). *Metáforas de la vida cotidiana*. Cátedra.
- Lister, M. (1997). *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Paidós.
- Ocampo, E., & Peran, M. (1993). *Teorías del arte*. Icaria Editorial.
- Panofsky, E. (1979). *El significado en las artes visuales*. Alianza Editorial.
- Panofsky, E. (1998). *Estudios sobre iconología*. Alianza Editorial.
- Ramírez, J. (1998). *Medios de masas e historia del arte*. Cátedra.
- Renobell, V. (2005). Hipervisualidad. La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital. *Revista sobre la sociedad del conocimiento*, 1, np. <http://www.uoc.edu/uocpapers/dt/esp/reno>
- Rodríguez, D. (2003). *La teoría de los signos de Charles Sanders Peirce. Semiótica de la Filosofía* [Tesis doctoral por la Universidad Católica Argentina, Buenos Aires]. www.unav.es/gep/TesisDoctorales/TesisMRodriguez.pdf
- Rosler, M. (2007). *Imágenes públicas. La función política de la imagen*. Gustavo Gili.
- VALIDFOTO. (2015). *Convocatoria fotográfica BIPA 2015*. <http://es.validfoto.com/?pageID=618>
- Zunzunegui, S. (1998). *Pensar la imagen*. Cátedra.