

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/387721936>

# La construcción de la mirada social a través del fotoperiodismo en la prensa diaria de Bilbao (1978–1992)

Research Proposal · January 2005

DOI: 10.13140/RG.2.2.30943.78246

---

CITATIONS

0

READ

1

1 author:



Francisco Javier Ruiz San Miguel

University of Malaga

73 PUBLICATIONS 146 CITATIONS

SEE PROFILE

# La construcción de la mirada social a través del fotoperiodismo en la prensa diaria de Bilbao (1978-1992)

*Dr. Francisco Javier Ruiz San Miguel*  
Universidad de Málaga

La transición y el comienzo de la democracia constituyen un periodo de grandes cambios en la prensa diaria del País Vasco en general y de Bilbao en particular. Dentro de sus diferentes aspectos, resulta de interés la evolución particular del mensaje fotoperiodístico, como plasmación de la construcción de la mirada social. Esta comunicación analiza su transformación entre 1978 y 1992, desde un punto de vista socio-semiótico

Palabras clave: Fotoperiodismo, Bilbao, El Correo, La Gaceta del Norte, Deia

## **Bilboko egunkarietako argazkien bidezko kazetaritzaren bidezko gizarte-begirada (1978-1992)**

Trantsizioa eta demokraziaren hasiera aldaketa handiko garaia izan zen egunkarrietan, Euskal Herrikoetan orokorrean, eta Bilbokoetan, bereziki. Beste batzuen artean, azpimarratzekoa izan zen argazki bidezko kazetaritzaren mezuaren bilakaera, alegia, gizarte-begiradaren islada bihurtzea. Txosten honetan 1978tik 1992ra bitarteko haren bilakaera, ikuspegi soziosemiotikotik, aztertzen da.

Giltza hitzak: Argazki bidezko kazetaritza, Bilbo, El Correo, La Gaceta del Norte, Deia.

## **The construction of the social gaze through photojournalism in the daily press of Bilbao, 1978-1992**

The Transition and the beginning of democracy were a period of great changes in the daily press of the Basque Country in general and of Bilbao in particular. Amongst the different aspects of these changes, the particular evolution of photojournalism is especially interesting, as it gave expression to the construction of the social gaze. This paper analyses its transformation between 1978 and 1992 from a socio-semiotic viewpoint.

Key words: Photojournalism, Bilbao, El Correo, La Gaceta del Norte, Deia

En el trabajo que aquí se presenta se analizan las transformaciones que experimenta el fotoperiodismo diario en el ámbito de Bilbao, durante los primeros tres lustros de democracia, como elemento fundamental de la construcción de la mirada social sobre la realidad, a la que más tarde se sumará la imagen televisiva, con la llegada de ETB a partir de 1983.

Sin embargo, puede resultar de interés apuntar que el presente escrito forma parte de una investigación más amplia, en la que, además de intentar encontrar respuestas a la evolución del quehacer fotoperiodístico, también se conforman los instrumentos necesarios y suficientes para analizar cada uno de los elementos implicados en las fases de producción y circulación del fotoperiodismo, a través de la adaptación y aplicación del modelo sociosemiótico de comunicación.

En una somera descripción de ambas fases del proceso comunicativo del fotoperiodismo, debemos señalar que los elementos fundamentales a destacar en su análisis son:

- La fase de producción, que queda determinada por cuatro apartados perfectamente definidos y que abarcan las condiciones político-económicas determinadas en las que se lleva a efecto la construcción del discurso; las propias características de las industrias de comunicación como instituciones productoras de los discursos de los mass media; la estructura y funcionamiento de la organización productiva; y los propios productos comunicativos, resultado discursivo de este proceso sociosemiótico, en los que centraremos nuestra atención en la presente comunicación, y en los que en función de una mayor operatividad distinguiremos entre las características tecnocomunicativas del propio medio, que determinan el plano de la expresión del discurso, y sus estrategias discursivas, que determinan los modelos de relato, enunciador y enunciatario.

- En el caso de la circulación, tan solo nos hemos circunscrito a dos apartados, la intervención tecnológica necesaria para la transformación de la sustancia inicial del discurso (la fotografía), en otra que permita su rápida difusión, en este caso a través de la impresión; y el ecosistema comunicativo, "*como espacio público en el que circulan los discursos de los distintos mass media desarrollando complejas relaciones entre ellos*" (RODRIGO ALSINA, 1989:101), y en el que se inserta el fotoperiodismo diario.

La hipótesis general que se plantea es que a partir de la década de 1980<sup>1</sup> el fotoperiodismo de la prensa diaria de Bilbao sufre importantes cambios, tanto a nivel de su morfología, como de sus contenidos e, incluso, de las funciones que desempeña.

---

<sup>1</sup> Tras la llegada de la democracia y la aprobación de la Constitución, con el reconocimiento explícito del derecho a la libertad de expresión que supone su artículo 20.

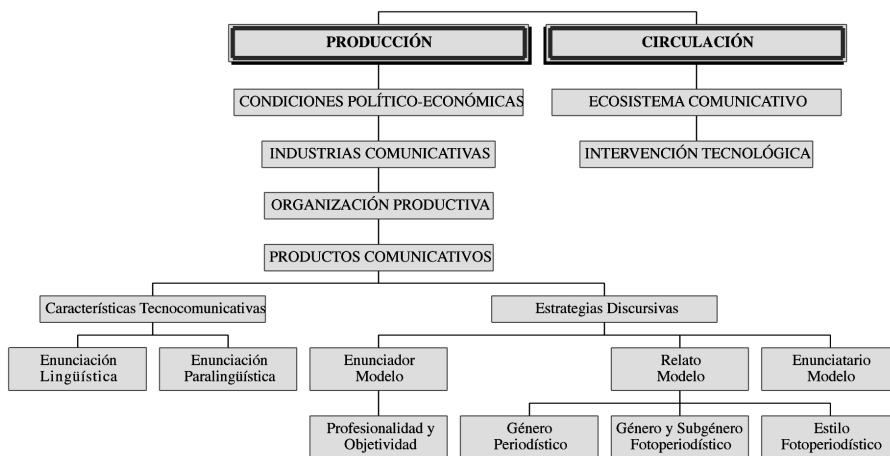
A partir de tal hipótesis, el objetivo central que se plantea es la comprobación de la existencia de esos cambios intuidos y su grado de cumplimiento. Y, en caso de darse una respuesta positiva a la cuestión planteada, explorar la naturaleza de dichas mutaciones, intentando detectar hacia donde se orientan, así como los modos en los que se plasman en los productos cotidianos del fotoperiodismo. Y siempre que sea factible, hallar las posibles causas que las provocan, así como desde donde fluyen las propuestas y de que modo se imponen.

Además nos interesa constatar si las tendencias en los cambios son convergentes entre todos los periódicos analizados o si, por el contrario, obedecen a la propia idiosincrasia de cada uno de los casos particulares, ajustándose a los principios ideológicos y empresariales que animan su publicación.

Epistemológicamente, desde la perspectiva de la validez del conocimiento obtenido como representación de la realidad, para que el hacer científico resulte correcto ha de adecuarse a una teoría y a su empleo a través de unas técnicas.

Es por ello que partimos de la base de la adopción del modelo sociosemiótico de comunicación, aplicándolo al proceso específico del fotoperiodismo, concretamente en sus fases de producción y circulación.

Para ello, se han buscado aquellos instrumentos considerados más adecuados para cada uno de los apartados que componen la exploración de ambos bloques.



Por lo que respecta a los propios productos comunicativos, que hemos subrayado como elemento central del presente estudio, se adopta una categorización de los diversos códigos que conforman tanto sus estrategias dis-

cursivas, como su enunciación lingüística y paralingüística. Todo ello con la idea de que puedan servir como base para su aplicación, a través del análisis de contenido, al amplio *corpus* de estudio como el que constituye las manifestaciones materiales de fotoperiodismo en los diarios bilbaínos entre 1978 y 1992.

Sin embargo, lo primero que se ha de determinar es la identidad de los periódicos que se toman como representativos del ámbito geográfico y temporal que nos ocupa. Y para llevar a buen término su elección son varios los criterios con los que se ha trabajado.

De una parte, se ha considerado en particular la cuestión fundamental que se plantea en esta investigación: el examen del comportamiento en el tratamiento fotoperiodístico de la información en los periódicos de Bilbao, pero desde la posible uniformidad de su utilización o, por el contrario, la aparición de una trascendencia de las diferentes líneas editoriales. Acceder a respuestas aceptables en este sentido solo es posible cuando los diarios seleccionados son lo suficientemente representativos, tanto en el ámbito de tirada y difusión media, como por su cobertura geográfica y humana, así como por la amplitud de su distribución a través de distintas ediciones, y por su permanencia en el tiempo durante la totalidad del periodo estudiado.

Los requisitos apuntan a tres cabeceras concretas: *Deia*, *El Correo Español-El Pueblo Vasco* y la edición vizcaína de *Egin*. Todos ellos permanecen en los kioscos durante los quince años que abarca el estudio y generan una cierta contraposición entre opciones nacionalistas y no nacionalistas.

Por otra parte, se elige este periodo, entre 1978 y 1992, por encontrarse prácticamente a resguardo de los cambios formalmente más evidentes para la prensa diaria en general y para la bilbaína en particular.

Se toma en consideración que en 1978 ya se ha dado la aparición de los grandes rotativos que marcaran el comienzo de la transición: *El País*, *Diario 16*, *El Periódico de Catalunya*. Y así mismo se encuentran en el mercado los dos diarios nacionalistas del País Vasco: *Deia* y *Egin*. Desde 1982 todos los diarios estudiados trabajan dentro del marco del *offset*, lo cual elimina la mayor diferencia en cuanto a intervención tecnológica entre ellos.

Y se finaliza en 1992, al asentarse de forma generalizada la llegada de la prensa diaria en color.

La categorización de los códigos que nos han servido para el análisis de la evolución de los productos fotoperiodísticos queda resumida en la siguiente tabla, que pasaremos a explicar después de forma sucinta.

TABLA Nº 1.  
LOS PRODUCTOS COMUNICATIVOS. NIVELES DE ANÁLISIS Y VARIABLES

<b>Estrategias Discursivas</b>	<b>Características Tecnocomunicativas</b>
ENUNCIADOR MODELO Dependiente del concepto de Profesionalidad Dependiente del concepto de Objetividad	ENUNCIACIÓN LINGÜÍSTICA Codificación espacial Codificación lumínica Codificación temporal Codificación de contenido
RELATO MODELO Géneros Periodísticos Géneros Fotoperiodísticos Subgéneros Fotoperiodísticos Estilos Fotoperiodístico	ENUNCIACIÓN PARALINGÜÍSTICA DISEÑO DEL DIARIO Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS FOTOPERIODÍSTICOS Formato, medidas y superficie Maqueta
ENUNCIATARIO MODELO	Otros Recursos Formales Paginación - Alzado Páginas Especiales Tratamiento de elementos gráficos

Así, debemos señalar que el enunciador modelo es la materialización simbólica ideal que el medio, como institución, como industria, desea transmitir de sí misma a la sociedad, a través de la modelización de sus enunciaciones. Esa imagen esta conformada en base a la función que el medio quiere jugar en el contexto social en el que desenvuelve su acción.

La formación del enunciador modelo corresponde en el proceso singular del fotoperiodismo a la imagen del *buen fotoperiodista* que se tiene en el medio, y que se cree y quiere transmitir al enunciatario, en base a los relatos modelo que se construyen y difunden.

Si la generación del enunciador modelo no es sino la operación de construcción de la imagen arquetípica que se pretende transmitir al público, resultará operativo observar cuales son los rasgos en los que se apoyan los estereotipos corrientes que funcionan entre los lectores, así como en el seno de la profesión periodística en general y entre los propios fotoperiodistas en particular.

Sigal enumera una serie de autoimágenes del periodista, señalándolas como las más consolidadas dentro de la cultura profesional (SIGAL, 1978:110-114). Aunque este catálogo de las distintas imágenes que el profesional puede tener de sí mismo se refiere primordialmente a los redactores literarios, puede resultar bastante acertada en el campo del fotoperiodismo. Así, en principio nos encontramos con dos arquetipos bien definidos, dependiendo de su modo de intervenir en los acontecimientos sobre los que informa, y que dan pie no solo a la creación de dos enunciadores modelo, sino que apuntan el tipo de relato modelo en el que se soportan:

El *observador neutral* que se conforma como un notario fiel de lo que sucede en el acontecimiento, sin intervenir en su desarrollo y sin emitir juicios personales. Se centra por tanto en la figura de la objetividad pura como valor base y utilizara preferentemente las formas discursivas informativas como base de su relato modelo.

El *periodista participante* que se implica personalmente en el acontecimiento, que se compromete en él, intentando influir en su resultado. En este caso el valor que se remarca es el del comentario, base así mismo de su tipo de relato.

Pero además, dependiendo de la función social que se cree desempeñar, se pueden presentar otros tipos de enunciador:

El *buen ciudadano* que centra su identidad en el análisis continuo de la ubicación del interés público. Ante cualquier conflicto, toma en consideración como su función primordial la de evaluar cual es la respuesta más ajustada a la necesidad de la sociedad a la que dirige su discurso.

El *adversario del gobierno* que basa su razón de ser en la autoafirmación de la libertad y de la dignidad de la labor periodística en el marco de su permanente relación con el aparato administrativo del poder. El difícil equilibrio que plantea tal situación hace que el profesional se vea “*permanentemente enfren-tado a la adopción de una postura beligerante o colaboradora frente a la institución*” (SIGAL, 1978: 113).

Estos dos arquetipos, al igual que el del *periodista participante*, se encontrarían subsumidos en la figura del *advocate*, enmarcada en la línea de crítica al mito de la objetividad, que propugna la idea de un comunicador no aséptico sino con claras intencionalidades en su actividad.

En este sentido, se enfrentan las figuras del *gatekeeper* y del *advocate*, ya que como apunta Janowitz mientras el primero de ellos basa su competencia en la capacidad *de descubrir, destacar y difundir aquello que era importante*, el segundo entra a formar parte del acontecimiento, erigiéndose en abogado de “*los que no tienen portavoces potentes, para poner de relieve el desequilibrio de poder*” (JANOWITZ, 1980:32).

Se enfrentan aquí no solo dos arquetipos de profesional, sino dos concepciones de la función social que este ha de cumplir y, por lo tanto, dos marcos de consenso para las convencionalizaciones que articulan la figura del buen fotoperiodista (o periodista en general). De una parte, la figura del *seleccionador* se apoya en una ideología profesionalista, dentro del modelo liberal-burgués, mientras que en el caso del *abogado*, nos enfrentamos a una posición de compromiso, de militancia, en la que se entra en una politización de la actividad del profesional.

Finalmente se nos presenta la figura del *artista* que transita por las redacciones con un interés coyuntural en el medio, sin interés profundo en su inte-

gración y cuyo fin último puede ser exterior a cualquiera de las funciones sociales que se presuponen a los medios informativos. Puede verse como transmisor de la belleza de la realidad, como interprete estético de los acontecimientos.

TABLA Nº 2. CLASIFICACIÓN DEL ENUNCIADOR MODELO DESDE LOS PUNTOS DE VISTA DE LOS AGENTES IMPLICADOS EN EL PROCESO COMUNICATIVO DEL FOTOPERIODISMO. FIGURAS Y CORRESPONDENCIAS

<b>Desde la cultura profesional</b>	<b>Desde el enunciador colectivo y el enunciatario</b>	<b>Desde el enunciador individual</b>
Observador neutral	Función Ilustrativa Función Mostrativa-Demostrativa	Actitud representativa
Fotoperiodista Participante Buen ciudadano Adversario del gobierno	Función Interpretativa	Actitud creativa
Artista	Función Expresiva o Espectacularizante	Actitud experimental

A la hora de estudiar la construcción del relato modelo debemos fijarnos en la enorme interrelación que posee con el establecimiento de un enunciador y un enunciatario modelos.

Como apunta Aumont, la imagen, como todo artefacto social, no funciona sino en beneficio de un saber supuesto del espectador. Lo que en el caso de la fotografía nos remite al concepto de *archê*, postulado por Jean-Marie Schaeffer, para designar el saber sobre la génesis de la imagen fotográfica (AUMONT, 1992:172).

Por consiguiente, debemos tomar en consideración que la construcción de los relatos obedece a la necesidad de establecer unas estructuras consensuadas entre los propios elementos individuales que conforman el enunciador colectivo que produce el discurso, y entre éste y el enunciatario que lo consume.

Dichas estructuras no solo sirven como armazones que soporten la construcción estandarizada de los discursos, sino que en sí mismos poseen significación, al remitir a la elección consciente de rutinas que implican un orden determinado de los datos, tanto en la construcción como en la deconstrucción de los productos comunicativos.

La necesidad de dichas estructuras consensuadas y estandarizadas reside en la propia naturaleza de la labor periodística, que se ve obligada a trabajar dentro de una dinámica de previsión de lo imprevisible y de tempestividad extre-

ma, que, como señala Casasús (CASASÚS y LADEVÉZE, 1991:17), “*consiste en la necesidad de saber las cosas inmediatamente después de acaecidas*”.<sup>2</sup>

Por tanto, podemos señalar que el relato modelo fotoperiodístico se construye tomando en consideración cuatro líneas maestras:

- la determinación de los valores que debe poseer un acontecimiento para resultar fotografiable.
- la función o funciones que se atribuye al propio proceso fotoperiodístico dentro del conjunto del proceso comunicativo periodístico.
- los géneros periodísticos escogidos en general, y los géneros fotoperiodísticos en particular.

TABLA Nº 3. TAXONOMÍA DE LOS GÉNEROS FOTOPERIODÍSTICOS

<b>Géneros Informativos</b>	<b>Géneros de Opinión</b>
Fotografía de apoyo – Fotografía de noticia Fotonoticia Reportaje Fotográfico Ensayo Fotográfico	Fotografía Editorial  Fotomontaje Fotografía Parlante y caricatura fotográfica

- los estilos que son empleados, en asociación con los subgéneros fotoperiodísticos.

TABLA Nº 4.  
TAXONOMÍA DE LOS SUBGÉNEROS Y ESTÍLOS FOTOPERIODÍSTICOS

<b>Subgéneros Fotoperiodísticos</b>	<b>Estilos Fotoperiodísticos</b>
Paisaje Paisaje Humano o Paisanaje Retrato Naturaleza muerta	Oficialista, funcionarial, sin estilo Fotografía Ilustración Autorial (Calidad técnica y expresiva) Verismo Impacto

Siguiendo a Rodrigo Alsina (1989), se puede establecer que dentro de las características tecnocomunicativas del fotoperiodismo diario podemos distin-

<sup>2</sup> En este sentido, Toby Melville, de la agencia Press Association de Londres, señala que como fotógrafo de prensa: *De un día para otro pueden enviarte a cualquier parte, sin aviso previo. Tu misión consiste en tomar fotografías que cuenten la historia y volver a Londres lo antes posible.* En ‘Premios Nikon a la Prensa’, en *Nikon pro. Lectura indispensable para los mejores fotógrafos de Europa*. Otoño 2000. Pp. 8

guir entre la enunciación lingüística y la enunciación paralingüística. La primera correspondería a los elementos propios del lenguaje fotográfico (códigos visuales y códigos de legibilidad de los contenidos), mientras que la segunda englobaría los elementos y relaciones que articulan su puesta en página (códigos de diseño y maquetación de la macrounidad diario, de la mesounidad página y microunidad fotografía-pie).

Si además tomamos en consideración la fotografía de prensa como texto icónico y tratamos de comprender su sentido total, resulta recomendable distinguir entre las dos variedades de denotación y connotación que en ella se funden:

Denotación de lo representado, o referente externo, que el receptor de la imagen no suele ni tiene por qué conocer.

Denotación en la representación, o reconocimiento formal del referente y de su significado (reflejo forzosamente parcial de la denotación de lo representado).

Connotación de lo representado, o sugerencias propias del referente, que se trasladan a la imagen (y que son denotadas en ella con mayor o menor fuerza).

Connotación en la representación, o sugerencias que nacen de la propia expresión visual, de la imagen misma, y que vienen muy marcadas por la codificación. (ALONSO ERAUSQUIN, 1995:105).

En la enunciación lingüística se ubicarían los procedimientos de denotación en la imagen, la connotación de lo representado, o sugerencias propias del referente (contenido) y que son denotadas en ella con mayor o menor fuerza, y los de connotación en la representación, producto de la codificación visual de la propia imagen individual. Es en este ámbito donde operaría primordialmente la competencia técnica del fotoperiodista, mientras que para la enunciación paralingüística se reservarían la totalidad del resto de los procedimientos de connotación en la representación (Hall los denomina simbolización (HALL, 1972)), que vendrían vehiculados por el contexto de la imagen individual inmersa en las páginas del diario, que como señala Barthes pueden ser provocados por diversos procedimientos: “*elección, encuadre final, trucaje, compaginación, tratamiento técnico,...*” (BARTHES,1986:16).

Las posibles variables a tomar en consideración cuando nos enfrentamos al análisis de la enunciación lingüística quedan resumidas en las siguientes cinco tablas, en las que se especifican aquellas que hacen referencia a las decisiones que toma el fotoperiodista individual, a la hora de enfrentarse a la rutina de toma.

El enunciador individual ha de enfrentarse a múltiples decisiones en torno a la codificación espacial de la representación de la realidad que construye.

TABLA Nº 5. VARIABLES DE ANÁLISIS  
DE LA CODIFICACIÓN ESPACIAL DE LA FOTOGRAFÍA

<b>Formato</b>	<b>Punto de vista Tipo de Plano</b>	<b>Angulación</b>	<b>Ángulo Visual</b>	<b>Profundidad de Campo</b>
Horizontal	Plano Detalle	Picado	Angular >60º	Continua
Vertical	Primer Plano	Frontal	Normal =60º	Amplia
Cuadrado	Plano Medio	Contrapicado	Teleobjetivo <60º	Selectiva
	Plano Americano	Aberrante		
	Plano General			
	Vista Panorámica			

Pero también precisa establecer una codificación lumínica acorde al mensaje que pretende transmitir.

TABLA Nº 6. VARIABLES DE ANÁLISIS  
DE LA CODIFICACIÓN LUMÍNICA DE LA FOTOGRAFÍA

<b>Contraste</b>	<b>Cromatismo</b>	<b>Grado de Nitidez</b>
Alto Contraste	Monocromatismo	Borrosa
Bajo Contraste	Bi-Tricromatismo	Ligeramente borrosa
Matizado	Cuatricromatismo	Nítida

Y así mismo determina la jerarquización de los actores que intervienen en la acción retratada.

TABLA Nº 7.  
TAXONOMÍA DE ACTANTES POSIBLES EN LA IMAGEN FOTOGRÁFICA

<b>Denominación</b>	<b>Tipo de actante</b>
Personas	Seres humanos, independientemente de sus características
Animales	Seres vivos del reino animal
Seres vivientes	Seres vivos del reino vegetal y aquellos del reino animal que por su tamaño no se pueden colocar en el mismo plano de proporción con el ser humano (insectos, pequeños invertebrados, parásitos,...)
Seres no vivientes	Todos aquellos actantes no vivientes que no puedan ser incluidos en las categorías de objeto móvil u objeto estático
Objetos móviles	Tanto elementos artificiales como naturales que se desplazan o son susceptibles de desplazarse en el espacio (nubes, autobuses,...)
Objetos estáticos	Elementos visuales fundamentales del entorno físico cuya propia naturaleza les impide la movilidad en condiciones normales (montañas, edificaciones, ...)

Incluso, cuando los actantes son humanos, resulta fundamental establecer el rol social de aquellos que resultan protagonistas directos.

TABLA Nº 8. TAXONOMÍA DE ACTANTES HUMANOS  
POSIBLES EN LA IMAGEN FOTOGRÁFICA

<b>Denominación</b>	<b>Rol social desempeñado por el actante</b>
Marginales	Exterior al sistema, no socializados
Anónimos	Sin papel individual trascendente, pero con grado normal de socialización
Articulados o estructurados	Con alto grado de socialización, integrados en clubes, sociedades, agrupaciones, etc., de todo tipo: culturales, deportivas, reivindicativas,...
Institucionales	Papel individual trascendente en las instituciones
Poder	Ocupan los vértices jerárquicos de las organizaciones fundamentales del Estado o de los poderes fácticos (económicos, religiosos, sociales o militares)

Que además pueden ser gestualmente dinámicos o estáticos y ubicarse en escenarios que los individualicen o, que por el contrario, los contextualicen en un entorno más amplio.

TABLA Nº 9. TAXONOMÍA DE LA CODIFICACIÓN ESCENOGRÁFICA  
ESTUDIADA EN LAS IMÁGENES FOTOGRÁFICAS DE LOS DIARIOS

<b>Escenario</b>	<b>Descripción</b>	<b>Connotación en la representación</b>
Plano	Sin espacio en profundidad	Singularización, aislamiento
Leve Profundidad	Contiene 2 planos en profundidad	Leve singularización, neutralidad
Amplia Profundidad	Engloba 3 o más planos en profundidad	Amplitud, contextualización

Finalmente, al estudiar la codificación de la enunciación paralingüística, nos fijamos especialmente en el tratamiento de los elementos fotográficos (su encuadre, tamaño, presentación y ubicación) y del contexto pragmático de los mismos (si las fotografías tienen pie, de que tipo es, que relación se establece entre ambos y si contiene la firma del autor).

En función de las combinatorias posibles de los diferentes códigos presentados, en la enunciación lingüística podemos encontrarnos con representaciones de:

- Espacios para narrar o para mostrar-describir, en base al formato.
- Espacios públicos, sociales, personales o íntimos en los que se desenvuelve la acción, en función de la amplitud del cuadro y la elección del punto de vista.
- Espacios generalizadores, individualizadores o neutros, si nos atenemos a la construcción de la tercera dimensión.
- Imágenes transparentes, turbias u opacas, cuando nos atenemos a los códigos lumínicos.
- Diferentes tipos de actante, bien dinámicos o estáticos, que desarrollan su acción en escenarios contextualizadores (profundos), o individualizadores (planos).

Mientras que en el apartado de la enunciación paralingüística, nos interesa:

- la variación en la superficie dedicada a la fotografía, tanto respecto a la macrounidad diario o a la mesounidad página, como respecto al tema al que acompaña.
- su ubicación preferente, por secciones y dentro de la unidad página.

Y en cuanto a las estrategias discursivas, podemos establecerlas con claridad en base a la observación de:

- el tipo de destinatador modelo elegido.
- la preferencia por géneros y subgéneros informativos o de opinión.
- el decantamiento por géneros y subgéneros fotoperiodísticos que tengan capacidad de narrar o de describir.
- la elección de estilos que remitan a una mayor aportación autorial o a un sojuzgamiento a lo testimonial-ilustrativo, o a lo meramente impactante.

Basándonos en todo lo ante dicho y tomando en consideración la elección que cada medio hace, a través del tiempo, de entre las diversas opciones que ofertan cada uno de los códigos y de su conjunción, se derivan una serie de denotaciones y connotaciones de la representación, que delinean las tendencias de los mensajes visuales propuestos por cada uno estos diarios.

Desde este punto de vista, en el apartado de los productos comunicativos, se dan transformaciones sustanciales tanto en las estrategias discursivas como en las características tecnocomunicativas.

En lo referente a las estrategias discursivas, diversas circunstancias políticas han retrasado la evolución que se había dado en otros países a partir de final de la segunda guerra mundial. La autarquía económica y política a la que se sometió el Estado español desde la guerra civil hasta finales de la década de los años cincuenta, apartó la práctica periodística de las tendencias que se seguían en otros países occidentales. La censura y el monopolio informativo que se mantuvo aún después de la muerte del dictador (los programas informativos no se permiten en la radio comercial hasta octubre de 1977), sumado a la labor combativa en torno a la libertad de expresión llevada a cabo por ciertos medios, propicia la permanencia de la idea de los periodistas como primeros garantes de la verdad social, retrasando la evolución que ya se había dado en otros países hacia una visión más universalista, en la que se entiende la información como un derecho universal de los ciudadanos, titulares del mismo, a quienes los periodistas sirven como simples instrumentos, como delegados técnicos o profesionales, o como representantes facultados para desarrollar este derecho del público.

Esta evolución sufre un nuevo retardo a raíz del golpe de estado del 23 de febrero de 1981, por la especial relevancia de la acción de los medios de comunicación durante aquel acontecimiento, que pudo suponer un grave quebranto para la recuperación democrática. Cabe destacar la especial importancia de la actuación de ciertos profesionales de la imagen, en especial el fotógrafo Barriopedro, de la agencia EFE, que con riesgo de su integridad dieron testimonio gráfico de lo que estaba sucediendo dentro del Congreso de los Diputados. Este acontecimiento y estas actuaciones abonaron un rebrote del mito *profesionalista* del periodismo (CASASÚS y LADEVÉZE,1991:22). Solo es preciso recordar el prolongado y cerrado aplauso que el Pleno del Congreso de los Diputados, a instancia de su Presidente, brindó a los representantes de los medios de comunicación presentes, una vez resuelto el episodio golpista.

De cualquiera de las maneras y atendiendo a las categorizaciones expuestas y a su aplicación a través del análisis de contenido, a la muestra representativa de los productos fotoperiodísticos a estudiar, los resultados que arrojan marcan unas tendencias evolutivas en cada uno de los diarios. En cada caso, quedan expuestas en las siguientes tablas sintéticas.

TABLA Nº 10. TENDENCIAS MOSTRADAS POR EL DIARIO *DEIA*

<b>DE</b>	<b>A</b>
Espacios narrativos Espacios públicos generalizadores Actantes articulados dinámicos Escenarios profundos	Espacios descriptivos Ascenso privados individualizadores Actantes de poder estáticos Escenarios con menor profundidad
Menor superficie fotos Mayor número fotos/tema Deportes, Regional, Local Ubicación ortodoxa en página	Mayor superficie fotos Menor número fotos/tema Ascenso Opinión, Economía, TV Aumento del uso en páginas pares
Enunciador híbrido entre participante y buen ciudadano Alto índice géneros de opinión Presencia reportaje Paisaje humano Presencia notable estilo autorial	Enunciador observador neutral Aumento géneros informativos Aumento foto de apoyo Ascenso retrato foto carné políticos Ascenso ilustrativo y oficialista

TABLA Nº 11. TENDENCIAS MOSTRADAS POR EL DIARIO *EGIN*

<b>DE</b>	<b>A</b>
Espacios narrativos Espacios públicos generalizadores Actantes articulados dinámicos Escenarios profundos	Espacios descriptivos Ascenso privados individualizadores Actantes institucionales y de poder Escenarios con menor profundidad
Menor superficie fotos Media de 1,2 fotos/tema Deportes, suplementos Ubicación parte baja de la página Alto índice imágenes manipuladas	Leve incremento superficie fotos Permanencia de fotos/tema Ascenso Local, Euskadi, Opinión, TV Ubicación ortodoxa en página Descenso imágenes manipuladas
Enunciador participante y adversario del gobierno Alto índice géneros de opinión Preponderancia Foto de apoyo Paisaje humano Presencia notable estilo ilustración	Sin variación de tipo Enunciador Aumento géneros informativos Descenso del reportaje Ascenso retrato foto carné políticos Ascenso oficialista y descenso autorial

TABLA Nº 12. TENDENCIAS MOSTRADAS POR EL DIARIO  
*EL CORREO ESPAÑOL – EL PUEBLO VASCO*

<b>DE</b>	<b>A</b>
Espacios narrativos Espacios públicos e íntimos Actantes articulados y de poder dinámicos Escenarios planos	Espacios descriptivos Ascenso íntimos individualizadores  Sin variación de actantes Sin variación en escenarios
Menor superficie fotos Mayor número fotos/tema Deportes, Local Ubicación ortodoxa en página	Leve incremento superficie fotos (-2Q) Menor número de fotos/tema Ascenso Suplementos, TV, Sociedad Aumento del uso de páginas pares
Enunciador observador neutral Alto índice género informativo Presencia notable de foto de apoyo Retrato foto carné políticos Estilos oficialista e ilustración	Enunciador observador neutral Aumento géneros informativos Descenso del reportaje Ascenso retratos foto carné Ascenso estilo oficialista

Como consecuencia de las tendencias inducidas a partir de los datos extraídos del análisis de contenido podemos formular una serie de conclusiones, que pasamos a exponer.

A la pregunta principal que nos planteaba la hipótesis de la que parte el presente estudio, en torno a la posible existencia de cambios sustanciales en la morfología y contenidos del fotoperiodismo bilbaíno a partir de la década de los 80, hemos de concluir que así sucede efectivamente.

Los cambios son inequívocos y se manifiestan en la totalidad de los diarios estudiados, aún partiendo cada uno de ellos de presupuestos singulares, acordes con su propia idiosincrasia e historia singular. Sin embargo, las tendencias en todos ellos se encaminan hacia un mismo tipo de fotoperiodismo, con enormes similitudes en el tratamiento lingüístico y paralingüístico, y como soporte a estrategias discursivas semejantes en la modelización del enunciador, relato y enunciatario.

Durante el transcurso del periodo estudiado, se percibe en la totalidad de los diarios examinados una tendencia al abandono de sus posiciones iniciales, más acordes con cierta función ajustada a la ideología y línea editorial de cada medio, hacia una uniformidad dentro de un discurso descriptivo, fragmentado, sin contexto y desde puntos de vista ilustrativos o espectacularizantes.

Ya no se narran acontecimientos, se muestran detalles de los protagonistas, preferiblemente aquellos más cercanos y espectaculares.

Esta simplificación formal y de contenidos tiene como consecuencia directa la pérdida del interés por una construcción global del acontecimiento, por la adquisición de datos desde distintas fuentes o puntos de vista, y se favorece la tendencia hacia la reducción maniquea (los implicados son buenos o malos de forma plana, sin fisuras y sin opción a los matices) o la exposición acontextual (ni se conocen ni interesan los elementos, causas o circunstancias que rodean el suceso y a sus protagonistas).

La tendencia general de los tres periódicos es la de instalarse en una función de entretenimiento y servicio, en busca de un diario más visual, con varios recorridos de lectura que ofrezcan la posibilidad de optar por trayectorias rápidas de consumo, basadas en los elementos gráficos (fotografías, infografías y una amplia gama de titulares, antetítulos, sumarios,...), o lecturas más reposadas, pero sobre páginas menos abigarradas y más livianas visualmente. Se abre la posibilidad a un periódico más para ver que para leer.

Se marca una tendencia general en estos periódicos hacia un uso del fotoperiodismo que centra la atención en la creación de relatos descriptivos, basados en el retrato sin contexto. No interesa contar, solo mostrar y mostrar a actores reconocibles, pertenecientes a un nuevo *star-system* creado por la propia redundancia de la aparición de su representación icónica en los medios de comunicación.

Podemos decir que con la llegada del nuevo estilo de diario que se va imponiendo a partir de finales de la década de 1980, más visual, con mayor superficie dedicada a los elementos icónicos, lo que se pretende de la fotografía periodística es una simplificación, tanto en el ámbito formal como de contenido. La propia función que se atribuye a la fotografía en las páginas de los remozados diarios tiene que ver más con la creación de centros de impacto visual, con una labor de reclamo de atención sobre la página que de aportación de datos sobre el acontecimiento.

Se trata más de dirigir la mirada que de retenerla y buscar la reflexión, de ahí que el resumen de la idea que anima esta nueva tendencia generalizada en el fotoperiodismo diario sea el de la simplificación.

Se simplifican los contenidos al centrarse en mostrar, en el abandono de la necesidad de narrar en favor de la descripción. Ello se manifiesta claramente en la evolución de los formatos utilizados y en el descenso de la media de fotografías por tema ilustrado, así como el descenso en el uso del reportaje fotográfico y de la fotonoticia, esta última utilizada además, en muchas ocasiones, como elemento fijo en la maqueta, sin tomar en consideración la necesidad de su uso en el acontecimiento concreto, sino la necesidad del diseño de la página.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Muchas de las veces, como sucede de forma generalizada en las últimas páginas, se trata de una fotonoticia-anécdota sobre temas ligeros, sin trascendencia o repercusión social evidente, muchas veces de carácter personal como la fecha de cumpleaños de un personaje relacionado con el mundo del espectáculo, y cuyo género es el retrato foto-carné.

Se simplifican también las funciones sociales de los actantes de los acontecimientos sobre los que se centra la atención, que cada vez se circunscriben más a aquellos actores sociales que cumplen roles institucionales o de poder, abandonándose de esta manera la mayor complejidad del tratamiento de los actantes articulados, más diversos en sus orígenes y acciones, y que podían representar valores y actitudes más variadas e incluso ambiguas, frente a la perpetuación del *status quo* que suponen las nuevas tendencias. De esta manera se simplifica también la representación social de la realidad que lleva a cabo el medio de comunicación. Se pasa de una sociedad articulada por lo colectivo a una dividida en protagonistas y público.

Se simplifican los escenarios donde se desarrolla la acción, cada vez dotados de menor cantidad de elementos y con menor profundidad, más planos, para que tan solo resalte el actante retratado.

Simplificación temática que se hace patente tanto en la evolución de la ubicación de las imágenes fotográficas como en su tratamiento por géneros y estilos.

En los subgéneros y estilos fotográficos se percibe también la simplificación, con una tendencia clara hacia el retrato tipo foto-carné, abandonando los retratos periodísticos, más contextualizadores del sujeto, y derivando hacia la fotografía atestado, a lo que coadyuva el ascenso en el estilo espetacularizante, en un cierto asentamiento de la fotografía traumática que suspende la reflexión a favor del impacto visual y emocional.

También de forma generalizada se percibe el aumento de lo fotográfico en aquellas secciones donde menos se puede utilizar la fotografía para narrar y más se puede mostrar. Así se observa que disminuye la presencia de la fotografía en las secciones del bloque de información general (local, regional, nacional, internacional, ...), para aumentar notablemente en aquellas de entretenimiento o servicio (cultura, espectáculos, televisión, suplementos), en las que resulta más dificultoso atribuirles otra función que la ilustrativa o mostrativa.

Se puede decir que frente al resto de las funciones que se le puede adjudicar a los productos fotoperiodísticos dentro de las páginas del diario, se opta por la evolución generalizada hacia su uso como centro de impacto visual que, conjuntamente con los titulares, ordena y jerarquiza visualmente la página y su recorrido de lectura.

En este sentido, aunque todos los diarios observados trabajan la ubicación de las imágenes desde la más estricta de las ortodoxias profesionales, se puede observar claramente que hay una evolución hacia el uso de las páginas pares sobre las impares. Esto puede darnos la pista de una transmutación de una posición en la que se prioriza la elección de la mejor página para mostrar la mejor imagen, a otra en la que lo que se prima es la elección de la mejor imagen para fijar la atención sobre la página de ubicación menos atractiva.

En definitiva, se da una migración epistémica en el fotoperiodismo diario. Se pasa de un mostrar-demostrar a un mostrar-impactar, con pocas opciones para los rasgos autoriales, para los estilos personales y mayor presión por parte de la imposición de estrategias discursivas más corporativas e impersonales.

Las funciones del profesional del fotoperiodismo mudan y se pasa de la necesidad de estar en el lugar apropiado en el momento apropiado, como testigo del hecho noticiable, del acontecimiento, a la búsqueda del retrato cercano e impactante de los protagonistas, sin excesivo interés en su contextualización. De la necesidad de ser testigo del acontecimiento, bien para ejercer como notario de la realidad o para interpretarla y explicarla, a ser co-generador del acontecimiento, con el mero afán de generar una representación-construcción de una realidad social espectacular e impactante

Lógicamente todas estas variaciones obedecen a causas múltiples que se entrecruzan y potencian. Algunas de ellas se presentan de forma general para el conjunto del sector del periodismo diario en el País Vasco, mientras otras son privativas de las circunstancias de algunos de los diarios observados.

De cualquiera de las maneras, los factores que han influido en la creación de una tendencia tan marcada y uniforme en todos los diarios estudiados se pueden encontrar tanto entre las alteraciones de las condiciones políticas, jurídicas, sociales y económicas de la propia sociedad en la que se asientan, como en la evolución de las mismas industrias comunicativas y las mutaciones organizativas y tecnológicas que han afrontado durante el periodo observado, sin olvidar la extraordinaria movilidad a la que se ve sometido durante estos años el ecosistema comunicativo.

Precisamente, si hubiese que apuntar una causa primordial que impulsa estos cambios sería la adecuación de las funciones asignadas al fotoperiodismo dentro de los diarios a la tendencia de estos hacia su simplificación general, como estrategia de reposicionamiento en el mercado comunicativo, ante las profundas y variadas mutaciones que se dan durante el periodo estudiado.

Ese cambio en los usos del fotoperiodismo diario es consecuencia de una variada gama de factores:

La profunda crisis económica, de credibilidad y de lectores que la prensa diaria atravesó durante la transición,<sup>4</sup> y los esfuerzos realizados para superarla.

Entre ellos, la reconversión tecnológica permanente que se aborda en la prensa escrita a lo largo de la totalidad del periodo estudiado. Ello conlleva con-

---

<sup>4</sup> Hay que tomar en consideración que durante buena parte de la transición a la democracia el grado de atención dedicado a los medios y su capacidad de influencia fue menor como consecuencia del alto nivel de descrédito que habían acumulado durante el franquismo y su falta generalizada de reacción positiva al cambio.

secuencias en el ámbito de la calidad de reproducción de las fotografías así como de una mayor libertad para el diseño de los diarios (claras variaciones en las condiciones de enunciación lingüística y paralingüística).

Consecuencia de la profunda crisis se da una importante redistribución del panorama de la prensa diaria, que sufre un auténtico replanteamiento, con la aparición de los dos diarios nacionalistas, *Deia* y *Egin*, la desaparición de la prensa del movimiento y de las *Hojas del Lunes*, así como de algunas cabecezas tradicionales como *La Gaceta del Norte*. Además, se mantiene en todo momento un continuo fluir de proyectos llevados a término con mayor o menor fortuna (*Tribuna Vasca*, *Gaur Express*, *El Mundo del País Vasco* o *Egunkaria*).

Por otra parte, otro factor decisivo es el aumento de la presión de la competencia en el ecosistema comunicativo, en especial desde el sector audiovisual, con el desarrollo del vídeo doméstico a partir de los mundiales de fútbol de 1982 y con el posterior aumento de la oferta televisiva a partir del año siguiente.<sup>5</sup>

Pero también se dan transformaciones endógenas fundamentales en la correlación de fuerzas dentro de los diarios, en los que durante estos tres quinquenios, sobre todo a partir de 1983,<sup>6</sup> se sustituye la razón redaccional por la administrativa y financiera.

Todo ello se combina a la hora de que las empresas que soportan la edición de los periódicos diarios editados en Bilbao pasen a decidir en cada momento las fórmulas para salvaguardar la pervivencia de sus medios.

Las decisiones, sin duda retroalimentadas unas por otras, sobre todo en el sentido de copiar las fórmulas de los diarios que mejores resultados alcanzan en ventas e ingresos publicitarios, acaban por mimetizarse y traducirse en estrategias similares, con ligeros matices, que a nivel del uso fotoperiodístico son prácticamente inexistentes.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALMASY, Paul. *La photo à la une. Qu'est-ce que le photojournalisme?*, París: CFPJ, 1980.  
 ALMASY, Paul. *La photographie, moyen d'information*, París: Tema, 1975.  
 ALONSO ERAUSQUIN, Manuel. *Fotoperiodismo: formas y códigos*, Madrid: Síntesis, 1995.

---

<sup>5</sup> ETB1 comienza sus emisiones el 1 de enero de 1983. ETB2 le sigue a partir del 31 de mayo de 1986. Todo ello culmina con la aprobación de la ley orgánica de la televisión privada el 14 de abril de 1988 y el comienzo de las emisiones de Antena3 durante 1989.

<sup>6</sup> A partir de 1983 se vive una auténtica batalla de promociones como forma de competencia por el comprador del diario. Proliferan los bingos, concursos, regalos y sorteos. De esta manera, las tiradas comienzan a aumentar sin que la redacción sea partícipe del éxito.

- AUMONT, Jacques. *La imagen*, Barcelona: Paidós, 1992.
- CASASÚS, JOSEP MARIA y LADEVÉZE, LUIS NÚÑEZ. *Estilo y géneros periodísticos*, Barcelona: Ariel Comunicación, 1991.
- HALL, Stuart. "The determinations of newsphotographs". En *Working papers on cultural studies (III)*, Universidad de Birmingham, 1972.
- JANOWITZ, M. "Modelli professionali del giornalismo". En BALDI, P. (Ed.). *Il giornalismo come professione*, Milán: Il Saggiatore, 1980.
- Nikon pro. Lectura indispensable para los mejores fotógrafos de Europa*, Otoño 2000.
- RODRIGO ALSINA, Miquel. *Los modelos de la comunicación*, Madrid: Tecnos, 1989.
- RODRIGO ALSINA, Miquel. *La construcción de la noticia*, Barcelona: Paidós, 1993.
- SIGAL, L.V. *Reporteros y Funcionarios. La Organización y las Normas de la Elaboración de las Noticias*, México: Gernika, 1978.
- VILCHES, Lorenzo. *Teoría de la imagen periodística*, Barcelona: Paidós Comunicación, 1987.