



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

CICLO DE LICENCIATURA EN PERIODISMO

Tesina

“El fotoperiodismo en campaña”

***Análisis de Contenido y comparación de las imágenes publicadas
durante la campaña presidencial de 2011. Análisis de los diarios***

Clarín y Página/12.

Alumna: **Mariana Vasile**

Director/a de la Carrera de Periodismo: Prof. Lic. Ana Laura García Luna

Tutora de la tesina: Prof. Lic. María Florencia Naudy

Asesor metodológico: Prof. Leonardo Cozza

Asignatura: Tesina

Comisión: 2N-CLPE

Buenos Aires, 10 de agosto de 2015

vasilemaru@gmail.com

223.155.137.412

ABSTRACT

La presente tesina se aproxima a una mirada crítica del fotoperiodismo durante campañas electorales, a través del análisis de los diarios Clarín y Página/12 desde el 18 de septiembre hasta el 21 de octubre de 2011 (fechas de inicio y finalización de la campaña electoral respectivamente).

La hipótesis del trabajo tiene como premisa probar que ambos medios manifestaron sus respectivas ideologías a través de las fotografías que publicaron en ese periodo. Además, se indagarán las particularidades que tiene el saber “desde dónde” habla cada medio, y se analizará el modo de jerarquización de las noticias cuando la política invade la sociedad.

La metodología de la investigación se basa en un análisis de contenido, basado en el estudio de las fotografías seleccionadas en cada medio, tomando como herramienta las más importantes teorías de investigación fotográficas.

Palabras clave: Fotoperiodismo – Campaña Electoral - Mensaje - Connotación.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

“No hay muchas fotografías que valgan más que mil palabras”.
Susan Sontag



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPITULO I: LA FOTOGRAFIA PERIODISTICA	8
1.1 <i>SURGIMIENTO DEL FOTOPERIODISMO</i>	8
CAPITULO II: CONTEXTO SOCIOPOLÍTICO	44
2.1 <i>SITUACIÓN POLÍTICA DEL GOBIERNO DE CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER EN EL PERIODO SEPTIEMBRE-OCTUBRE DE 2011</i>	44
2.3 <i>VARIACIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA AGENDA Y DE LOS DISCURSOS DE LOS MEDIOS EN PERIODOS DE CAMPAÑA ELECTORAL</i>	54
CAPÍTULO III: LOS ESTILOS FOTOPERIODÍSTICOS	61
3.1 <i>EL ESTILO FOTOPERIODÍSTICO DE CLARÍN</i>	61
3.1.1 <i>Evolución de la utilización de la fotografía</i>	61
3.1.3 <i>Ideología y posición política</i>	69
3.2 <i>EL ESTILO FOTOPERIODÍSTICO DE PÁGINA/12</i>	73
3.2.1 <i>Evolución de la utilización de la fotografía</i>	73
3.2.2 <i>Espacio otorgado a la fotografía</i>	75
3.2.3 <i>Ideología y posición política</i>	79
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS CUANTITATIVO CLARÍN-PÁGINA/12 DURANTE PERIODO PROPUESTO	83
4.1 <i>MARCO METODOLÓGICO. ANÁLISIS CUANTITATIVO. VALORACIÓN DE HAAS</i>	83
4.2. <i>CONTENIDO FOTOPERIODÍSTICO DE CLARÍN</i>	87
4.2.1. <i>Secciones Política y Sociedad</i>	87
4.2.2. <i>Cantidad de espacio otorgado. Características fotográfico-visuales</i>	89
4.3. <i>CONTENIDO FOTOPERIODÍSTICO DE PÁGINA/12</i>	92
4.3.1. <i>Secciones El País y Sociedad</i>	92
4.3.2. <i>Cantidad de espacio otorgado. Características fotográfico-visuales</i>	94
4.4. <i>HERRAMIENTAS DENOTATIVAS UTILIZADAS</i>	99
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	103
VINCULACIÓN ENTRE RESPECTIVAS IDEOLOGÍAS Y FOTOGRAFÍAS PUBLICADAS.....	103
RELACIÓN DE LAS PUBLICACIONES CON EL RESULTADO ELECTORAL.....	106
ANÁLISIS IMPLÍCITO. HERRAMIENTAS CONNOTATIVAS.....	108
BIBLIOGRAFÍA	111
APÉNDICE	114
RESEÑA	127
ANEXO	137

INTRODUCCIÓN

La temática principal de esta tesina es la comparación de fotografías divulgadas por dos medios de comunicación durante una campaña electoral. Sin embargo, no será sólo ello lo que se propondrá analizar.

La hipótesis de trabajo intentará demostrar que los diarios Clarín y Página/12 manifestaron sus respectivas ideologías, específicamente a través de las fotografías que ambos publicaron durante la campaña electoral de 2011.

Los objetivos a alcanzar abarcan varios aspectos, entre los que se incluyen la determinación del estilo fotoperiodístico de cada medio; la identificación de las herramientas denotativas y connotativas utilizadas en los dos casos; y el descubrimiento de la mirada de los reporteros gráficos durante este tipo de periodos institucionales.

“La fotografía periodística es un mensaje¹”. Con esas seis palabras, Roland Barthes resume y simplifica una herramienta que antes era simplemente accesoria al texto pero que hoy, a la par de los avances tecnológicos y del desarrollo de la comunicación de masas, se ha vuelto esencial. En la actualidad, las publicaciones incluyen cada vez más imágenes y reducen el espacio otorgado a las palabras. La mayoría de los ámbitos hoy se rigen por la superficialidad de la imagen, lo cual es también consecuencia de las exigencias del público.

Según señala Barthes, “una fotografía periodística es un objeto de trabajo, seleccionado, compuesto, construido, tratado según normas profesionales, estéticas o ideológicas, que son factores de connotación. Esa misma fotografía es también leída, relacionada por el público que la consume²”.

A pesar de que muchas veces la persona no perciba conscientemente la imagen que acompaña al texto que está leyendo, ciertos factores connotativos de esa imagen influyen en su elección y, de alguna manera, la atraen a su lectura. De aquí surge la creciente importancia otorgada a la imagen

¹ Roland Barthes. Lo obvio y lo obtuso. (“El mensaje fotográfico”). Barcelona, Paidós, 1986.

² Ídem

considerada fundamental en cuanto a diseño y ahora, también, en cuanto a significado.

La fotografía ha ido avanzando en el campo del periodismo a lo largo de la historia. Durante ese camino, influida por factores externos como cambios tecnológicos, sociológicos y culturales surgió el fotoperiodismo como una rama esencial de la profesión. Aunque el fin primordial siempre ha sido el de ilustrar los acontecimientos, también es cierto que ha sido utilizado como herramienta de manipulación, al igual que otro elemento fundamental del periodismo: la palabra.

En consecuencia, analizar lo subyacente o lo connotado de una fotografía publicada durante un momento de campaña electoral puede brindar más información que la que se refleje en el artículo que ella acompañe. Resulta elemental señalar que no se tendrán en cuenta las caricaturas, ya que el interés está dado sólo a partir de la fotografía y no por medio de ilustraciones que requieren de un estudio diferencial.

En el primer capítulo del presente trabajo se describirán, a modo introductorio, diversos incisos necesarios para avanzar en la comprensión posterior del análisis: el surgimiento del fotoperiodismo; diferenciación de los conceptos fotografía periodística e imagen; la importancia de la fotografía en periodismo; la influencia de la imagen en la sociedad; y la fotografía como herramienta de manipulación.

En el segundo capítulo, con el objetivo de dar un marco de actualidad a la investigación, se abordará lo vinculado al contexto sociopolítico de 2011; la relación entre el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y los medios de comunicación; y el modo en que puede variar la construcción de la agenda en tiempos de campaña electoral.

El capítulo tres propone dar una idea de los estilos fotoperiodísticos de Clarín y Página/12, indagando en la evolución de la utilización de la fotografía; el espacio otorgado; y la ideología y posición política en cada caso.

Ya en el cuarto capítulo se volcarán los resultados del estudio y la investigación realizada para obtener todos los indicios posibles que permitan, luego, inferir los motivos por los cuales se eligieron esas imágenes y no otras, o

por qué se decidió utilizar un determinado tamaño para alguna foto en particular. En esta etapa se mostrará el análisis cuantitativo y se enumerarán las características fotográfico-visuales.

Por último, se alcanzan las conclusiones retomando la hipótesis como base investigativa y se intentará trazar una relación entre las publicaciones y los resultados electorales.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CAPITULO I: LA FOTOGRAFIA PERIODISTICA

1.1 Surgimiento del fotoperiodismo.

Según la Real Academia Española, la fotografía es el “arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura”³. Es decir que por sí sola la fotografía ya es un “arte” y una técnica. Sin embargo, no debe analizarse simplemente como una imagen porque va más allá del mero hecho de transmitir formas y colores. Y es en ese sentido que su fuerza radica en el significado. Influyen tanto la intención del fotógrafo, como la interpretación del receptor. Es por eso también que la RAE indica que el concepto “fotografiar” es “describir de palabra o por escrito sucesos, cosas o personas, en términos tan precisos y claros y con tal verdad que parecen presentarse ante la vista”⁴, asegurando que una descripción precisa puede equivaler a tomar una fotografía.

En el campo del periodismo, la fotografía logra abarcar aún más poder. Aparece un nuevo actor entre fotógrafo y receptor, que es quien la publica.

El encargado de difundir la fotografía periodística surge como intermediario activo y responsable de elegir el espacio y el modo en que se ubicará esa imagen en una página. Estas elecciones conscientes podrán influir o dirigir de alguna forma el impacto que tendrá luego en el lector, por lo que se convierte en una figura de vital importancia periodística. Así como muchas de las imágenes que nos rodean pueden pasar inadvertidas, aquellas que se publican en periodismo, específicamente, no aparecen allí de casualidad. Tanto el lugar que se le otorga a la fotografía periodística, como lo que representan, son elegidas a conciencia por los responsables de las publicaciones con una intención determinada.

Según indica Lorenzo Vilches en su libro “Teoría de la imagen periodística”, la foto de prensa en ningún caso es más simple que el texto escrito.

³ Diccionario de la lengua española. Real Academia Española. Ver en <http://lema.rae.es/drae/?val=fotograf%C3%ADa>

⁴ Ídem.

No es ni una ilustración del texto escrito ni tampoco una sustitución del lenguaje escrito. Se revela particularmente eficaz en ciertos procesos de reconocimiento e identificación. El tipo de proceso discursivo que puede desarrollar el estímulo de la foto de prensa puede ser tan abstracto como el desarrollado por el lenguaje escrito. Tanto la foto como el texto son elementos textuales que se apoyan en procesos cognoscitivos del lector⁵.

Asimismo, Vilches hace referencia a la correlación entre una fotografía y la realidad, y plantea que la primera es una doble ruptura de la continuidad de la realidad y del mundo. Afirma que

disparar una foto es fijar el tiempo de un gesto o movimiento dentro del fluir de los acontecimientos; encuadrar con la cámara es escoger una porción del mundo, un punto de vista entre muchos de los que encierra el espacio continuo donde se mueven objetos y personas. Toda foto es, por esto, una alteración no sólo de la realidad sino también de nuestra visión de ella⁶.

La invención de la fotografía no significó simplemente un desarrollo tecnológico. Tampoco fueron anecdóticos los avances y transformaciones que sufrió la técnica de captar imágenes con una máquina a través de la luz. Esas innovaciones estuvieron marcadas por un contexto político, social y económico diverso, variado de acuerdo al país del que se tratara. Y el hecho de que un invento tan trascendental se trasladara al plano del periodismo, marcó para siempre la historia de dicho oficio y modificó el modo de comunicar una noticia.

La fotografía ha sido el puente de unión entre el siglo XIX y el siglo XXI. Desde sus primeros pasos en 1839, la fotografía ha servido de documento vivo para la historia de la humanidad. Su carácter documental la ha ubicado en el centro de la comunicación, y se convirtió en parte fundamental de diversas áreas de la cultura como la publicidad, el arte y el periodismo. Hoy, después de medio siglo de televisión y radio, Internet y las nuevas tecnologías digitales han ampliado al máximo de la experimentación y la creatividad su poder⁷.

⁵ Lorenzo Vilches. "Teoría de la imagen periodística" (1997). Barcelona, Paidós Comunicación. Página 77.

⁶ Ídem. Página 120.

⁷ Artículo "La evolución de la fotografía" en <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/fotointro/>.

Tomando esta definición a modo de resumen se logra vislumbrar la importancia del fotoperiodismo como medio de comunicación, manipulación, información y básicamente, de expresión.

Y, en ese sentido, el fotoperiodismo ha ido en busca de ser impactante y provocador desde su surgimiento hasta hoy.

Desde esos primeros años la fotografía ha intervenido en infinidad de áreas, inclinando el camino hacia la idea de sociedad de la imagen. El campo de las ideas, es decir, de la publicidad, el diseño y el periodismo, ha sido su sitio por excelencia, ya que durante la segunda porción del siglo XX es que se ubica su pleno auge⁸.

Según refleja el artículo “La evolución de la fotografía” publicado en el sitio www.maestrosdelweb.com, el fotoperiodismo surgió inicialmente como un “complemento comunicativo de la prensa escrita”, poniendo en imágenes aquello que el texto no podía expresar con tanta exactitud.

De ese modo, apareció dentro del periodismo uno de los rangos más codiciados: el reportero gráfico o corresponsal de guerra, quien llegó a equivaler a la imagen de un héroe épico, que gracias a su cámara lograba capturar la historia.

Con esta nueva forma de retratar la realidad que encontró el ser humano como complemento a su palabra, aparecieron nombres como el de Robert Capa, quien inmortalizó las imágenes del desembarco de Normandía en la Segunda Guerra Mundial; o el millar de fotógrafos que forman el staff de National Geographic; o la lente del francés Robert Doisneau y sus retratos de la vida cotidiana.

Entonces, nacieron las principales agencias de noticias y comenzó a desarrollarse el fotorreportaje o fotoperiodismo, como una “práctica periodística que intenta a través de una o varias fotografías dar cuenta de la realidad”⁹.

De acuerdo al mismo artículo, “la fotografía ha sido y es documento en constante movimiento de una realidad que busca su espacio de atención en el

⁸ Ídem.

⁹ Ídem.

espectador¹⁰”, siempre hacia delante en la conformación del nuevo mundo digital.

Cuando surgió, el fotoperiodismo procuraba publicar fotografías de forma aislada y acompañadas de una gran cantidad de texto. Luego, la importancia de las imágenes fue creciendo y se comenzó a desplazar la palabra hasta llegar a un punto en el que, por momentos, las fotografías se convertían ellas mismas en la historia. Sara Facio, por ejemplo, explica que tanto la fotografía como la historia habían cambiado en el país:

La fotografía sobre papel aportaba rapidez y proximidad con los hechos cotidianos. La sociedad comprometida con una política más democrática y activa tenía otros objetivos. Se puede afirmar que a partir de la segunda mitad del siglo XIX comienza a escribirse la historia de la Argentina también de manera gráfica¹¹.

El fotoperiodismo en la Argentina comenzó a vislumbrarse, en primer lugar, en revistas. En 1889, se fundó Caras y Caretas y se caracterizó entre otras cosas por presentar las primeras producciones fotográficas:

Los reportajes fotográficos eran impactantes en Caras y Caretas, donde no escatimaban esfuerzos para hacer reconstrucciones de hechos violentos –tal como el asesinato del diputado Enzo Bordabehere en el Congreso de la Nación en 1922- o bien el comienzo de las fotonovelas, producciones fotográficas ilustrando textos de conocidos escritores¹².

Hacia fines del siglo XIX, los suplementos dominicales de los diarios La Nación y La Prensa también comenzaron a explorar, de a poco, de qué se trataba incorporar imágenes a las páginas. Así, la fotografía se empezó a insertar en la vida cultural del país durante las décadas venideras.

En 1926 se fundó el diario El Mundo que publicaba fotografías de gran tamaño y acompañadas por epígrafes. En 1931 surgió Noticias Gráficas y,

¹⁰ Ídem.

¹¹ Sara Facio, “La fotografía en la Argentina. Desde 1840 a nuestros días” (2008), Buenos Aires, La Azotea Editorial, Página.31.

¹² Ídem. Página.65.

sumándose a Caras y Caretas, comenzaron a incorporar fotografías las revistas El Hogar (1904), El Gráfico (1919) y Para Ti (1922).

Durante los años 40 y 50 el fotoperiodismo se asentó en la Argentina y terminó por invadir la vida cotidiana de la sociedad, atravesando una etapa de gran expansión. El fotorreportaje avanzó en las revistas y los diarios comenzaron a otorgarle más centímetros a las fotografías.

La importancia de la fotografía no la absorbieron solamente ellas, sino que también los propios fotógrafos comenzaron a dar entrevistas acerca de su trabajo. En el diario La Nación, por ejemplo, se publicaba una sección especializada en el tema llamada “Tiempo de Fotografía”, que salió desde 1966 hasta 1974, y que estuvo integrada por Alicia D’Amico y Sara Facio. Es esta última quien señala en su libro “La fotografía en la Argentina. Desde 1840 a nuestros días” que durante el gobierno de Juan Domingo Perón estalló el boom de la fotografía deportiva: “Tiene un protagonismo esencial en todos los periódicos”¹³, aseguraba.

La censura fue protagonista en época de gobiernos dictatoriales, y la fotografía también fue víctima de ella como parte del mundo periodístico. La licenciada María Paz Crotto, en su tesina “El fotoperiodismo acorralado”, indicó:

Sara Facio aclara que el terrorismo de Estado no comenzó en 1976 sino diez años antes, cuando el general Juan Carlos Onganía tomó el poder luego del período constitucional de Arturo Illia. Los dictadores serán conocidos por la fuerte censura a la fotografía y Onganía no sería la excepción¹⁴.

Desde esa época, diversas publicaciones fueron clausuradas por el mismo motivo, como fue el caso de Primera Plana en julio de 1969. A partir de la dictadura de 1976 llegaron tiempos todavía más difíciles para el fotoperiodismo.

Sara Facio, testigo de aquella época, cuenta en “Leyendo fotos” (2002): “Lo grave no fue que se derogó el derecho constitucional de trabajar libremente; también se impidió circular con cámaras y lo que fue más grave, se trató de

¹³ Ídem. Página 71.

¹⁴ María Paz Crotto. Tesina “El fotoperiodismo acorralado”, página 17 (2009), Buenos Aires, Universidad del Salvador.