



Latina

Revista Latina de Comunicación Social
58 de julio-diciembre de 2004

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

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

Año 7º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

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

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

El protagonismo de la imagen en la prensa

Mariana Minervini y Ana Pedrazzini ©

Lic. en Comunicación Social. Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba (República Argentina)

marianaminervini@hotmail.com y anapedrazzini@yahoo.fr

En las últimas décadas se fue gestando a escala mundial una cultura eminentemente visual, impulsada por la expansión y consolidación del medio televisivo y más recientemente por Internet. Esta situación impuso verdaderos desafíos a la prensa escrita, la cual se vio condicionada por la presencia de una sociedad inundada por imágenes y con un público con renovados hábitos lectores -caracterizado por una lectura veloz y fragmentada.

Las transformaciones más radicales se pueden vislumbrar en la década del 80 donde las tecnologías tuvieron un fuerte impacto en la prensa gráfica lo cual permitió la incorporación de la informatización y por ende, el empleo de nuevos recursos visuales. Ante la inminente supremacía de la imagen, los medios gráficos se valieron de herramientas ya establecidas en la prensa, las fotografías, y generaron nuevas: las infografías.

A partir de este contexto, nos interesó profundizar y analizar la importancia que tiene la imagen en la prensa escrita en una cultura determinada. Para ello llevamos adelante una investigación para una tesis de grado denominada: "Realización de un suplemento para la mujer pensado para La Voz del Interior que utilice como herramientas principales la fotografía y la infografía". Es decir, que este suplemento estaría enmarcado en el principal diario de la ciudad de Córdoba, Argentina y se haría un trabajo profundo de empleo de imágenes.

Con el fin de realizar un producto acorde al contexto de producción, indagamos acerca del papel que debía tener la imagen dentro del suplemento para la mujer. Para ello, encuestamos a 225 mujeres de esta ciudad intentando determinar sobretodo, cuál es la importancia que le dan a la imagen periodística e indagar acerca del conocimiento que tienen de uno de los recursos periodísticos de nuestro interés: la infografía. Este último interrogante se debió a que este es un recurso que actualmente alcanzó una notable presencia en las páginas de los diarios, adaptándose a las exigencias de la sociedad de hoy.

La cultura de la imagen

Con el advenimiento de nuevos medios de comunicación y la competencia que esto acarreó, el periodismo gráfico debió introducir importantes transformaciones en la manera de presentar la información y de aprovechar los recursos visuales, de tal forma que en la actualidad un diario no sólo es confeccionado para ser leído sino también para ser visto. Es importante escribir y mostrar del modo más visible e inteligible los acontecimientos que ocurren en la actualidad informativa.

Es por ello que la fotografía dejó paulatinamente de ser un mero adorno que se usaba con el fin de evitar la monotonía de las páginas de los diarios para convertirse en un elemento imprescindible; fenómeno que se vio facilitado por la notable mejora en la calidad de impresión. Además, esta fascinación por la imagen dio lugar al nacimiento de las infografías que cumplen un importante rol dentro del periódico, tornando más fácil la comunicación de cierto tipo de informaciones y proporcionando un nuevo recurso para competir con los demás medios. Por otro lado, las innovaciones tecnológicas también permitieron una mayor utilización del color en los periódicos.

Hoy, la imagen y la palabra se complementan dentro de un diario. Son muy pocos aquellos medios gráficos que prescindan de la imagen pero ninguno de ellos puede cumplir sus objetivos con la sola implementación de la misma. Justamente por esta complementariedad es que una de las funciones del periodista actual es la de escribir de manera icónica, debe aprender a comunicar los mensajes mediante imágenes. Por consiguiente, además de desarrollar su clásico trabajo de escribir las informaciones, debe conocer el diseño y la informática.

Es imprescindible que todo diario posea periodistas con mentalidad gráfica que piensen las noticias en términos de imágenes y puedan plasmarla sobre el papel de una manera sintética y organizada, ya que la gente está cada vez más acostumbrada a recibir datos en formato visual.

Las funciones de la imagen en la prensa

Diversos autores que se dedican al estudio de la imagen en la prensa coinciden en que la misma asume diversas funciones según la intención, la línea del periódico y el diseño en que se la inserte.

Podemos hablar de una función general que engloba a las demás y es la de comunicar. Siguiendo a Lorenzo Vilches (1999: 29-35), la imagen se constituye como un todo discursivo coherente mediante el cual se llevan a cabo estrategias de comunicación, en las que está presente la intención de un emisor de comunicar un mensaje y de producir un efecto. El destinatario decodificará dicho mensaje según sus competencias culturales e icónico-textuales. Así, su interpretación podrá acercarse o alejarse del sentido atribuido en las instancias de enunciación.

El término "imagen" es muy general y remite a elementos gráficos muy distintos entre sí, como es el caso de las ilustraciones, los gráficos, los chistes, las caricaturas, las fotografías y las infografías. Dentro de este marco global, persigue una serie de funciones que pueden presentarse de manera conjunta o separada.

La excesiva cantidad de información con la que se enfrenta el lector, característica de los tiempos que corren, ha llevado a que éste desarrolle mecanismos de selección. En este proceso selectivo asumen un importante papel las imágenes, que deben resultar atractivas e impactantes para servir de "gancho" de lectura. En efecto, los estudios sobre lectores señalan que los mismos inicialmente fijan la atención en los elementos gráficos de la página.

Asimismo, no se puede estar ajeno a la finalidad informativa que tiene todo periódico, ya sea aportando nuevos datos o aclarando los que se presentan en el texto escrito. En algunas ocasiones, pueden transmitir información en forma más efectiva que el mensaje verbal puesto que facilitan una comprensión rápida y directa de las noticias.

Las imágenes funcionan como un fuerte factor de jerarquización en tanto que se yuxtaponen a la letra impresa claramente distinguida de ésta. Influyen en la aparente importancia de la noticia o como elemento de valorización de aquella. La organización de los distintos elementos visuales en la página sugiere un orden de lectura de tal forma que una fotografía en conjunción con una tipografía y un titular destacado, determinan qué es lo más importante. En este sentido, Manuel Alonso Erasquin (1995:9) sostiene que "en estas situaciones, las fotografías cumplen una función de servicio a la maquetación y a la subsiguiente legibilidad del periódico como texto complejo".

Además, los recursos gráficos pueden ser utilizados para romper con la monotonía del texto, cumpliendo así una función meramente ilustrativa que torna más amena la presentación de la información. En este caso, se recurre a imágenes estéticamente agradables que causen impacto en el lector.

Entretener es otra de las funciones que podemos nombrar, principalmente en los chistes gráficos, las caricaturas, las ilustraciones y aquellas fotografías que abordan un acontecimiento desde un punto de vista humorístico.

Por otro lado, muchas veces las imágenes actúan como comentario, en el sentido de que interpretan, valoran y opinan sobre los hechos de la realidad ya sea en el plano del contenido o de la expresión.

Recursos visuales

Hasta aquí hemos indagado acerca del rol destacado que se le reconoce a la imagen en general dentro de un periódico. Seguidamente haremos mención de ciertas características específicas de dos recursos imprescindibles de la prensa gráfica: la fotografía y la infografía.

En el caso de la primera, la misma tiene un gran valor documental ya que sirve como testimonio de lo que acontece en la realidad. La foto "puede ser "descriptiva", si muestra los detalles de una escena, de un suceso o del protagonista de un hecho; o bien puede constituirse en una, "prueba", un "medio de autenticación" de que cuanto se dice en un texto es auténtico" (CANGA LAREQUI, 1994: 118).

Por la fuerte carga emotiva, connotativa en la que influye tanto el contexto socio-histórico, las visiones de mundo, los conocimientos y la cultura en donde se inserta el individuo, es que esta herramienta puede convertirse en símbolo de algo. Por ejemplo, la imagen de una persona con ropa sucia, vieja y rota sentada en la calle con la mano extendida, simboliza la mendicidad.

Mientras que la fotografía muestra un acontecimiento, la infografía se encarga de dar a conocer cómo sucedió.

La infografía de prensa

¿Qué es la infografía? El Manual de Estilo de Clarín (1997: 125) la define como una combinación de elementos visuales que aportan un despliegue gráfico a la información, y aclara que se utiliza fundamentalmente para brindar información compleja que mediante una representación gráfica puede sintetizarse o esclarecerse, o hacer más atractiva su lectura. Los elementos que combina son el diseño, la ilustración y el periodismo. Se utiliza para contar algo que resulta más fácil de entender en un gráfico que en un texto y que, por lo general es imposible de fotografiar.

En definitiva, se trata de una nueva o recuperada forma visual de presentar cierta información más o menos complicada. Al poseer como eje principal a la imagen y como hilo conductor al texto -siempre sumarial- intenta explicar sintéticamente la esencia de la información.

La Infografía, en el periodismo actual, se emplea para describir un proceso, una secuencia, para explicar un mecanismo complejo, visualizar o dimensionar un hecho. No obstante, no surge con la intención de reemplazar a la fotografía sino que complementa la información de los otros elementos tanto gráficos como textuales de la página.

La función de los gráficos informativos consiste en aportar datos de una manera novedosa y dinámica al lector para una más fácil, entretenida y pronta comprensión de la noticia. Por lo tanto, es necesario lograr un equilibrio entre el aspecto estético y el contenido, que debe ser claro, sintético y preciso.

Capacidad educativa

En el marco de una cultura visual preponderante, la infografía fue un gran acierto para la comunicación impresa ya que la misma produce un gran impacto en dos tipos de receptores. Por un lado, surgen los lectores veedores de páginas (DEPABLOS, 1992: 65), quienes pretenden entender un hecho o un acontecimiento de un "vistazo" por más complejo que éste resulte.

Por otro lado, según De Pablos, los infográficos también atraen a las personas menos lectoras, porque disponen de una escasa formación cultural y por lo tanto, no poseen un hábito de lectura desarrollado, considerándose potenciales consumidores de material impreso.

Tanto el primero de estos receptores como el segundo, los que leen poco por falta de tiempo o por tratarse de un gran esfuerzo, van a encontrar en los gráficos informativos una valiosa ayuda para comprender e interpretar mejor los datos informativos presentados. También les permitirá hacer una fácil entrada en la lectura del cuerpo de texto.

No debemos dejar de lado a aquellas personas con un hábito de lectura que ante la presencia de una infografía, logran satisfacer en mayor medida su curiosidad sobre el hecho del cual se están informando. Esto les permitirá realizar luego, comparaciones con la información contenida en el cuerpo de la noticia.

Todo periódico, desde una perspectiva pedagógica, es un medio de propagación de contenidos diversos que se manifiestan en géneros y recursos periodísticos, transmitiendo ideas, opiniones y donde cada uno de ellos puede ser tomado como una unidad de conocimiento. El diario, por consiguiente, puede considerarse como un vehículo del saber (VILCHES, 1987:169) sobre el entorno natural y social, en donde las infografías constituyen un recurso visual de apoyo periodístico, con el fin de lograr que los lectores capten un mayor número de datos fijando mejor la noticia, o que los perciban con más detalle.

A raíz de lo antedicho, el ser humano necesita de cierta capacidad y educación para comprender los mensajes que recibe. Por lo tanto, sus posibilidades de comprender una infografía dependerán de su experiencia y familiaridad con las imágenes y de todo un aprendizaje y una base para leer mediante un sistema de signos.

La importancia de la imagen según un grupo de mujeres

Retomando la investigación llevada a cabo y planteada al principio de este artículo, deseamos mencionar un momento significativo de la misma, el cual fue la encuesta realizada a un grupo de mujeres cordobesas para detectar sus pareceres con respecto a la imagen en la prensa escrita.

Si bien fueron diversos los objetivos trazados en esta encuesta, son principalmente dos los que aquí nos competen:

Detectar la importancia que las encuestadas asignan a la imagen dentro de un diario y las razones o justificaciones de dicha importancia.

Identificar el grado de conocimiento que presentan sobre la infografía y las apreciaciones que tienen sobre su utilidad

La encuesta se llevó a cabo a 225 mujeres de 18 años en adelante. Este grupo heterogéneo estuvo compuesto por amas de casa, empleadas, estudiantes, profesionales, docentes, trabajadoras independientes y desocupadas. Con respecto al nivel de estudios de las mujeres encuestadas, resultó que la mayoría eran estudiantes o egresadas universitarias, lo cual indica un nivel cultural elevado y permitió suponer un hábito de lectura continuo.

También nos interesó conocer la relación entre el perfil de las mujeres y el consumo de diarios. Las respuestas fueron diversas, están aquellas que compran siempre diarios y aquellas que no lo hacen nunca. Sin embargo, el hecho de adquirir o no el periódico no determinó la lectura del mismo, puesto que muchas no lo adquieren ya que lo leen en lugares de trabajo, bares y otros.

Centrándonos en las preguntas de nuestro interés, pudimos observar que en lo referente al rol de la imagen dentro de un diario, las respuestas obtenidas fueron uniformes puesto que 116 mujeres lo destacan como importante y 96 muy importante.

Los motivos de los que ellas se valen para argumentar dicha relevancia son diversos. El que más se destaca (25%) es la función de atractivo por parte de la imagen, es decir que dan mayor importancia al plano estético. Seguidamente identifican la capacidad explicativa y que permite retener información (24%). Por último, un 8% aduce que la imagen es importante porque grafica los datos, es decir que los ilustra y visualiza.

La infografía según las encuestadas

Debido a que la fotografía es un recurso largamente estudiado y reconocido por el público en general, decidimos centrar nuestra atención en el caso de la infografía ya que poseíamos como supuestos que su presencia en los diarios era importante y que además, el público lector no la identificaba claramente.

Tras un análisis de la incorporación de la infografía en el periodismo a escala mundial, pudimos observar que esta presencia del recurso se trasladó a un diario local: La Voz del Interior (empresa en la cual se deseaba elaborar el suplemento para la mujer). Este pensamiento fue corroborado por las mujeres encuestadas quienes expresaron que habían visto (86,8%) en ocasiones infografías y que se detenían a leerlas (84,1%) en el matutino.

Del total de las encuestadas, el 43% justificó su elección aduciendo que les ayuda a entender la noticia y el 40%, porque facilita la retención de información. Por su parte, vemos que el papel estético es relegado a último plano, dándole primacía al

contenido.

Cuando se les cuestionó sobre las razones que llevan a las mujeres a leer una infografía, además de las tres antes mencionadas, le otorgamos un espacio donde ellas pudiesen expresar libremente su opinión. Entre las respuestas más destacadas y numerosas primó la rapidez y dinamismo que brinda este recurso, como así también el poder de síntesis que lo caracteriza.

Estas respuestas nos permitieron reflexionar sobre una función poco explorada y antes mencionada de los gráficos informativos: su capacidad educativa, ya que la mayoría de las mujeres sostiene que aclara, enseña, explica, simplifica y grafica.

Estos datos arrojados por la encuesta permitieron realizar un producto gráfico acorde a las necesidades de este público indagado, otorgándole un espacio destacado a la imagen pero con el objetivo claro de complementar al texto y no suplantarlos. Tras los resultados obtenidos, pudimos corroborar el protagonismo de la imagen y la importancia de generar recursos que permitan comprender las noticias de una manera más dinámica, complementando al texto escrito. De esta manera, consideramos que tanto el texto como los recursos visuales, son dos elementos imprescindibles de las páginas de los medios impresos, que deben coexistir en armonía.

Bibliografía

- Aguado Martín y Armentia Vizueté José, "Tecnología de la información escrita", Síntesis, Madrid, 1995.
- Alonso Erasquín Manuel, "Fotoperiodismo: formas y códigos", Síntesis, Madrid, 1995.
- Canga Larequi, Jesús, "El diseño periodístico en prensa diaria", Bosch, Barcelona, 1994.
- Clarín. "Manual de estilo", Aguilar, Buenos Aires, 1997.
- De Pablos Coello, José Manuel, <Infoperiodismo, paradigma de periodismo visual impreso>, en Cuadernos de Periodismo, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de La Laguna, España, 1992.
- De Pablos Coello, José Manuel, "Infoperiodismo, el periodista como creador de infografía", Síntesis, Madrid, 1999.
- Vilches, Lorenzo, "La lectura de la imagen", Paidós, 8ª edición, Barcelona, 1999.
- Vilches, Lorenzo, "Teoría de la imagen periodística", Paidós, 1ª edición, Barcelona, 1987.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Minervini, Mariana et ad. (2004): El protagonismo de la imagen en la prensa. Revista Latina de Comunicación Social, 58, La Laguna (Tenerife). Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/20042058minervini.htm>