

Capítulo II

La Fotografía relacionada al Diseño de Información

"La Fotografía es una alternativa completa a los lenguajes naturales como forma de conocimiento"
Zunzunegui

Una vez explicado el concepto de Diseño de Información, y haber visto algunos ejemplos de cómo puede ser aprovechada la fotografía para solucionar problemas de registro, transmisión o presentación de información (Jiménez, 2005), es necesario ofrecer una definición de fotografía para poder así partir del mismo entendido a observar, más detenidamente, la relación de ésta con el Diseño de Información.

1. Definición de Fotografía

Se ha definido a la fotografía a partir de su origen físico-químico. Como ejemplo, Gubern la define como una fijación fotoquímica, lograda mediante un mosaico irregular de grano de plata y sobre una superficie como soporte (en Zunzunegui, 1974:133). Se trata de una representación de signos icónicos estáticos que reproducen en escala la perspectiva y la gama cromática variable de las apariencias ópticas contenidas en los espacios, los cuales son encuadrados por el objetivo durante el tiempo que dura la apertura del obturador. Esto se puede explicar de manera más sencilla, como la fijación de trazos de luz sobre una superficie preparada para tal efecto, como definiría Joan Fontcuberta (1990: 22).

También, se puede definir la fotografía como un instrumento o herramienta. Así, considerada como imagen fija, puede servir como un instrumento muy recurrido para contar, medir y registrar infaliblemente toda evidencia, como afirma Martín H. Krieger, citado por John Wagner en *Imágenes de Información* (1979: 280). La cámara como herramienta de mapeo, de acuerdo con Krieger, puede registrar todas las relaciones topológicas de manera precisa. Así mismo, como una prueba de entrevista, la fotografía ayuda al informante a recuperar la memoria y expresar sentimientos -como producto de la emoción que la imagen provoca. La habilidad de la fotografía como instrumento para registrar artefactos y posesiones, ofrece sistemáticamente un soporte a incontables investigaciones que se llevan a cabo en las ciencias sociales (en Wagner, 1979: 280).

Para Roland Barthes, toda fotografía es un sistema de representación conatural con su referente (1989: 135). No es la cosa real a la que remite una imagen o un signo, sino la cosa necesariamente real que ha sido colocada ante el objetivo y sin la que no habría fotografía. Barthes dice, entonces, que la cosa *ha estado allí*, lo que considera la esencia de la Fotografía porque ella sólo es posible por sí misma, lo que decide llamar “esto ha sido” (1989: 136).

En términos de información, Barthes dice que la fotografía es contingencia pura ya que siempre hay algo representado. La fotografía revela detalles que constituyen material para el saber etnológico. Esto es que de la lectura de la fotografía se pueden notar muchos detalles que pueden llegar a ser información. Como dice Barthes, la fotografía permite el acceso a un infra-saber (1989: 68).

Por su parte, Philippe Dubois ha tratado también de definir la fotografía, en su obra *El acto fotográfico*, donde ésta se percibe como prueba, a la vez necesaria y suficiente, que atestigüa la existencia de lo que da a ver (1990: 20).

Dubois ofrece una definición mínima de la imagen fotográfica: “de entrada, simple, como huella luminosa, como el rastro fijado sobre un soporte bidimensional sensibilizado por cristales de halogenuro de plata, de una variación de luz emitida o reflejada por fuentes situadas en un espacio de tres dimensiones” (1990: 55).

Al considerar tres maneras en que se puede ver a la fotografía, enlistadas por Dubois, puede ser más sencillo comprender su naturaleza y así, descubrir dónde se puede aprovechar ésta desde el campo del Diseño de Información, para propósitos de generación, registro y transmisión de información y conocimiento.

1. La fotografía como espejo de lo real (mímesis). Semejanza entre la fotografía y su referente; percibida como un “análogo” objetivo de lo real.
2. La fotografía como transformación de lo real (código y deconstrucción). La realidad fue designada como pura “impresión”, un simple “efecto”. La foto no es un espejo neutro, sino un objeto útil de transposición, de análisis, de interpretación.
3. La fotografía como huella física de un objeto real (índice y la referencia). Movimiento de deconstrucción (semiológica) y de denuncia (ideológica), que recae en un sentimiento de realidad ineluctable, a pesar de la conciencia de todos los códigos en juego (1990: 20, 21). La fotografía como huella, no puede ser otra cosa más que singular, tan singular como el referente de donde ha tomado forma. Se trata de una representación por contacto físico, pero que hasta este punto no significa nada (1990:65).

Pero aquí es necesario puntualizar que, de acuerdo con Dubois, las fotografías no tienen significación en sí mismas: su sentido es exterior a ellas, está esencialmente determinado por su relación efectiva con su objeto y con su situación de enunciación (1990: 50). “La fotografía no explica, no interpreta, no comenta. Muestra signos que son semánticamente vacíos o blancos” (1990: 80). Esto quiere decir que la imagen fotográfica no significa por sí sola, no es fotografía hasta que se le concede el nombre, hasta que se da una lectura apropiada a los códigos que están en juego, dentro de un contexto, que es capaz de leer e interpretar, donde la “fotografía” se presenta.

Para definir a la fotografía, Dubois recomienda ver el proceso, más que el producto. La fotografía le resulta impensable fuera del acto mismo que la hace ser, ya sea que éste pase por el receptor, el productor o el referente de la imagen (1990: 74). Por ello, se considera el acto que hace ser a la fotografía. Así, se toma en cuenta la técnica para la constitución de la imagen; el conjunto de datos que definen, en todos los niveles, la relación de la imagen con su situación

referencial –el contexto en donde se presenta o inserta-, tanto en el momento de la producción (relación con el sujeto-operador, quien produce la imagen: el gesto de la mirada sobre el objeto: momento de la toma) como en el de la recepción (relación con el sujeto-espectador, quien da lectura o interpretación a la imagen: el gesto de la mirada sobre el signo). De esta manera, en el proceso de definición de la fotografía, todo el campo de referencia entra en juego para cada imagen (1990: 62).

Así, se ha observado cómo la fotografía adquiere un valor o significado, en base a su naturaleza y funcionalidad desde diversos enfoques. Es de particular interés para el desarrollo de esta tesis, partir con el conocimiento de que la fotografía puede significar y ser útil, siempre que está sea relacionada a un contexto o situación referencial, donde se tiene la capacidad de darle lectura e interpretación a la imagen fotográfica como tal.

Se pretende abordar la fotografía como una herramienta en la investigación para el Diseño de Información. Por ello, más allá de privilegiar una definición, se prefiere considerar cada una y llegar a un entendimiento de los alcances y limitaciones que la fotografía ofrece a los diseñadores de información.

Desde la perspectiva del Diseño de Información, se define, entonces, a la fotografía como un medio con la capacidad de generar, representar, presentar y transmitir información, dentro de circunstancias y contextos específicos, donde se considera al productor, el referente y el receptor de la imagen, durante el acto de producción mismo.

2. La Fotografía como información

Es posible entender la fotografía como una manera de encontrar una realidad del mundo y de proporcionar tanto evidencia de su existencia como información acerca de ella (Mraz, 2003). Es así como desde el punto de vista ideal del documentalismo, se considera a la fotografía como un documento de información.

Así, la fotografía es una extracción de información potencial, cuando se hace registro de un instante, es decir, cuando se congela un momento. Esta habili-

dad de la fotografía ha permitido explorar facetas de la experiencia humana, (Becker, 1981:75). Una vez capturado un momento, uno puede hacer un análisis con detenimiento y observación en los elementos como detalles, lo que permite descubrir información y hacer conclusiones de lo fotografiado.

Tomando la fotografía como un objeto capaz de presentar información dentro de circunstancias y contextos específicos (Jiménez, 2005), se dice que ésta contiene información potencial desde el momento en que se emplea una perspectiva para dar a conocer la escena. Así, la imagen fotográfica incluye información de las acciones de los personajes, espacios o contextos donde son narradas esas acciones, de la misma manera que muestra el tiempo al que pertenece lo narrado (Vilches, 1987: 80).

Sin embargo, la potencialidad de la información, como contenido de una fotografía, dependerá de varios aspectos:

1. Expectativas del lenguaje. La fotografía no es una ilustración del texto escrito ni tampoco una sustitución del lenguaje escrito. Tiene autonomía propia y puede considerarse como texto informativo. De la misma manera en que el texto escrito es eficaz en ciertos procesos de reconocimiento e identificación, así lo puede ser la fotografía (Vilches, 1987: 77).



Credencial IFE

En este caso, la fotografía como parte del documento de identificación personal, no es sólo una ilustración de la persona a quien pertenece la credencial, sino es un mecanismo que ayuda al reconocimiento de los rasgos fisionómicos de la persona, lo que significa un conocimiento de información más allá de aquello que sólo el texto del documento no puede expresar. Un documento de identificación que se basara sólo en texto, no sería útil porque éste aunque extenso y detallado, no expresaría una descripción completa de la imagen de la persona. Lo que al contrario, una imagen sola, sería poco precisa para expresar edad, residencia, tipo de sangre, etcétera, elementos de identificación que sólo el texto puede proveer.

2. Puesta en escena. Una fotografía puede construir información de un tipo de mundo referencial a través de un particular modo de puesta en escena de la disposición de los tamaños, perspectivas, sombras y luces, etcétera. En otras palabras, puede convertirse en referencia de un diseño particular de formas (Vilches, 1987: 241).



Autoretrato de perfil, de László Moholy-Nagy.

Esta fotografía es la representación de un rostro de perfil. La idea de un rostro se logra a partir de la puesta en escena de varios objetos que proveen diversas cantidades de luz y sombra, lo que en combinación con juegos de tamaño y perspectiva, hace posible una referencia al rostro humano.

3. Contexto. La fotografía no puede representar información si no está acompañada de un contexto referencial. Por ello se dice que una foto sin contexto comunicativo puede decir todo y nada (Vilches, 1987: 101).



A esta fotografía se le puede dar varias lecturas, siempre con base en los elementos que presenta. Para que un lector la considere información, es necesario contar con un significado que le sea relevante. Un pie de foto que acompañe la fotografía, como referencia del contexto, contribuye a la lectura y descubrimiento de puntos relevantes para el lector.

Sin el pie de foto, la fotografía puede ser una textura cualquiera. Con el pie de foto, el lector tiene la posibilidad de interpretar la imagen de manera específica, y tener algún Interés en ella.



Landschafts-Epiphaniien, 1972/1987 (paysage), de Timm Ulrichs.

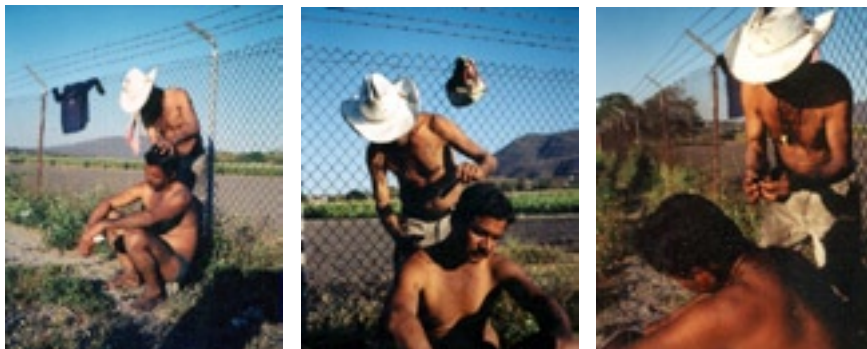
4. Intencionalidad. La fotografía que se hace con una intencionalidad, la de narrar a un lector específico, toma en cuenta las capacidades perceptivas y comprensivas de éste. Así, se vuelve información significativa (Vilches, 1987: 80).



Rost, 1960, de Gottfried Jäger.

Esta fotografía es parte de estudios realizados sobre fotografía subjetiva, en Alemania, para un grupo de lectores específico. La intención no es la de presentar una imagen “realista” de los objetos, sino de hacer una abstracción de formas. Así, se consideró la habilidad de interpretación a distintos niveles mentales del lector, a fin de utilizar códigos preceptuales que hagan de una imagen información, y no confusión.

5. Selección. Una fotografía es el resultado de lo que ha sido considerado como suceso o una escena digna de ser registrada. Fontcuberta opina que si todo lo existente fuese continuamente fotografiado, las fotografías perderían cualquier sentido y, por lo tanto, dejaría de ser información para volverse sólo datos (Fontcuberta, 1990:132). Es por ello que se debe evaluar cuál es el encuadre y la imagen fotográfica que mejor comunica una información, y eliminar aquellas imágenes que no son tan exitosas en la transmisión del mensaje.



Momentos de descanso en el río dulce, de Giovanni Melillo.

Al presentar tres imágenes del mismo sujeto, en la misma situación, con tan sólo algunas variantes mínimas en su contenido, que no son decisivas en la lectura de la imagen, puede resultar poco atractivo al lector. Se debe seleccionar una imagen que mejor presente la información que se tiene en el conjunto de fotografías, dejando a un lado el resto que sólo hacen cansada la lectura.

Significación de la fotografía

La imagen fotográfica no atrapa o fija significados de una realidad objetiva, sino que se llega a interpretaciones de lo que es visible (Pink, 2001:24), y si el contenido es representativo y útil para el lector, entonces se puede decir que se trata de una imagen informativa. Consultando la literatura de Lorenzo Vilches, se sabe que la fotografía, y la imagen en general, no puede expresar significados fijos ni estables. “Los significados de la imagen pertenecen a

campos semánticos que obedecen a interpretaciones culturales sujetas, además de la percepción, al contexto espacio-temporal de la cultura” (Vilches, 1987: 85).

El significado de cada fotografía responde a una estructura propia. Vilches considera que cada imagen presenta una estructura perceptiva sobre la cual el lector relaciona elementos visuales en una vinculación abstracta entre sí (colores, espacios, formas abstractas e iconográficas, etcétera) pero al mismo tiempo los relaciona con elementos de la enunciación, esto es el modo en que son fotografiados, la intencionalidad del productor de imágenes y del medio de presentación y, por último, las expectativas de uso del lector (Vilches, 1987: 101).

Considerando la fotografía como estructuras de información potencial como proposiciones de la realidad, se puede decir que su significación dependerá de los procesos perceptuales naturales del hombre, la enunciación o manera en que se presenta la imagen fotográfica y la capacidad de interpretación con la que cuente el lector.

Algunos usos de la fotografía como objeto de información

La imagen fotográfica ofrece información sobre todo tipo de elementos estadísticos como geografía, topografía, detalles etnográficos, relaciones de aproximación de orden social, e identifica lugares, objetos, procesos y personalidades. Así mismo, la fotografía puede establecer qué es lo que ha sucedido y lo que ésta sucediendo, y suponer lo que sucederá en el futuro (Collier en Wagner, 1979: 168).

La fotografía puede servir no sólo para reunir resultados tangibles de una investigación, sino también para que el detalle de la evidencia visual obtenida pueda preservar un constante contexto “presente” para un análisis subsecuente (Krieger en Wagner, 1979: 272).

3. La subjetividad en la Fotografía como información

El diseñador como productor de imágenes, toma varias decisiones para llegar a obtener como resultado la fotografía. Otto Steinert, fotógrafo y pedagogo alemán considera tales decisiones como subjetivas, en su Manifiesto progra-

mático (1955). En él, formuló las bases teóricas de la *Subjektive Fotografie*, es decir, la fotografía subjetiva.

Las decisiones llevadas a cabo en la producción fotográfica que Steinert observó son:

1. La elección del objeto y el acto de aislarlo de la naturaleza.
2. La determinación del tema y de su encuadre.
3. La delimitación del espacio fotográfico.
4. Composición y ordenamiento de los elementos visuales.
5. La elección de temas combinados cuya yuxtaposición no se daba en la realidad, en otras palabras, el fotomontaje.
6. La visión dentro de la perspectiva fotográfica.
7. La elección de las lentes y su transformación de la forma y de la profundidad.
8. La transformación en la escala de tonos fotográficos.
9. Traducción de las luminancias a escalas controlables de tonos.
10. El contraste.
11. Invención de sistemas de representación típicamente fotográficos: la solarización, la separación de tonos, la cartelización, el efecto de bajo relieve, etcétera (Steinert, en Fontcuberta, 1990: 129).

Durante el periodo colonial a finales del siglo XIX, la fotografía fue vista como un aparato de registro objetivo, florecido como un método para la documentación científica de diferencias culturales y físicas (Edwards en Pink, 2001: 49). Pero, a través de los años, se ha dudado de la objetividad de la fotografía.

Por ejemplo, Hall comenta sobre los aparatos fotográficos y dice que en muchos casos son vistos como medios de registro visual mecánicos. Existe una tendencia a tratarse como tecnologías neutrales, capaces de registrar objetivamente el comportamiento social o “datos” visibles. Sin embargo, “las imágenes no son más “transparentes” que las historias escritas y aunque la película, de video y fotográfica, se establece en una relación indicial hacia eso que representa, sigue siendo representaciones de realidad, no un registro directo de ello. Como representaciones, ellas son, por lo tanto, sujeto de influencias del contexto social, cultural e histórico de producción y consumo (Hall, en Banks, 1995).

Para Bourdieu, la fotografía no se puede recibir como el modelo de la veracidad y la objetividad porque la fotografía fija un aspecto de lo real como el resultado de una selección arbitraria: la transcripción. Esto es, que toda expresión fotográfica pasa a través de un individuo autor, cuya determinación discursiva escapa en gran parte al control del fotógrafo y lo repite al medio socioeconómico (en Vilches, 1987: 65).

Esto quiere decir que el diseñador dentro de un contexto espacio-temporal, como productor de imágenes fotográficas, hace uso de los simbolismos de la época, de la clase o del grupo estilístico, como ha distinguido Bourdieu (en Vilches, 1987: 65), y ofrece representaciones de la realidad coherentes a la época, según los signos que se manejan, y lo que éticamente considera como realidad o verdadero.

Aun cuando en la producción de imágenes fotográficas participan procesos de selección y construcción arbitrarios, también llamados no objetivos, la fotografía puede considerarse un medio que tiene la capacidad de registro del ser humano, de reconocimiento de hechos y de transmisión de información, de manera objetiva, si se considera desde la intención y la propuesta de realidad en que se presenta.

4. La fotografía como medio válido para la presentación de información

En la actualidad, la fotografía como imagen visual tiene un papel muy recurrido. Se sabe que más del 94% de la información que el hombre contemporáneo recibe, se analiza a través de los sentidos de la vista y el oído. Específicamente, más del 80%, a través del mecanismo de la percepción visual. Esto permite tomar conciencia de que la información y la cultura que se generan en nuestros días tienen un tratamiento predominantemente visual (Zunzunegui, 1989: 21). Así, la fotografía, en su papel de información a partir de lo visual, tiene un gran campo de acción, ya que esta, como imagen fija capaz de transmitir información significativa y seria de un suceso o situación, se asienta cada vez más en el gusto de los consumidores de información como una manera que permite el repaso sereno y reflexivo sobre el acontecimiento que nos presenta (Mata, 1995).

Las aplicaciones que se le dan a la fotografía, más allá de lo artístico, empiezan a desarrollarse durante la década de los 50's, cuando investigadores sociales, como etnólogos, antropólogos y sociólogos, comienzan a utilizarla en su metodología para presentar resultados de su investigación.

El antropólogo social empieza a considerar a los medios visuales, no como soporte del material escrito, sino como una alternativa auténtica para la presentación y uso de los medios de su investigación (Fernández en Salazar, 1997: 18). Del mismo modo, otros profesionales comienzan a aplicar la fotografía en su metodología de trabajo, como puede ser el caso del diseñador de información, debido a la necesidad de informar de manera más eficiente al lector o usuario.

Una vez que se ha visto cómo la fotografía puede ser un medio con la capacidad de registrar, representar y transmitir de información, la validez de su carácter en la presentación de información recae en su cualidad objetiva misma, es decir, en la intención bajo la que se produce ésta y la conformación de propuesta de realidad, como se presenta.

El productor de la imagen fotográfica es quien tendrá la responsabilidad y disciplina de ejercer un control en la recolección de la información, como apunta John Collier (en Wagner, 1979: 163) y será quien de manera honesta ofrecerá una representación de la realidad investigada. "Se trata de procurar versiones de las experiencias de la realidad que sean lo más fieles posibles al contexto y a las intersubjetividades a través de las cuales el saber fue producido" (Wagner, 1979: 18).

5. Aprendizaje mediante la imagen fotográfica, como factor en el Diseño de Información

Una forma que tiene el ser humano de aprender del entorno que lo rodea, es por medio de relaciones mentales que se logran mediante las semejanzas. Dado que en la fotografía participan procesos cognoscitivos de reconocimiento de semejanzas, ésta resulta ser un instrumento satisfactorio de aprendizaje, factor que define al diseño de información.

La fotografía es una alternativa completa a los lenguajes naturales como forma de conocimiento (Zunzunegui, 1989:136), que el diseñador de información tiene para implementar en su trabajo. De ahí la importancia de conocer al usuario o lector objetivo de las imágenes fotográficas a producir. Esto quiere decir que se debe manejar un sistema de representación fotográfica que vaya de acuerdo a la literacidad visual del lector objetivo, y así presentar elementos que puedan ser semejantes a los del lector.

En la búsqueda de soluciones a problemas de información en dirección hacia el entendimiento, el aprendizaje participa como factor importante en éste objetivo. Así, John Collier ha descrito algunas maneras en que la fotografía fija puede ayudar a solucionar tales problemas -en algunos casos haciendo uso de ojos de informantes como lectores de imágenes- como:

1. ampliar tangiblemente las impresiones sobre la ecología y la estructura de la comunidad,
2. reunir índices aceptables de procesos de la vida,
3. identificar límites de comunidades, ambos urbanos y rurales,
4. construir un archivo de identidad personal de enormes proporciones,
5. usar una imaginación científica para entender procesos sociales y culturales
6. llegar a conclusiones responsables acerca de su significado y forma (Collier en Wagner, 1979: 169).

El aprendizaje como proceso cognoscitivo, sucede de la siguiente manera: la imagen se presenta como un conjunto de proposiciones implícitas; estas proposiciones se actualizan cuando el lector recurre a su propia enciclopedia cognoscitiva, es decir, actualización del conocimiento y experiencia que tiene del mundo a través de la información recibida y acumulada en su memoria (Vilches, 1987: 39).

Así, la fotografía puede incrementar el saber del lector a través de un continuo proceso de aprendizaje que representa la lectura activa (Vilches, 1987: 92). Durante la lectura se extrae información del texto icónico visual. El aprendizaje o asimilación de la información a partir de lo presentado no sólo dependerá de la detección de unidades de contenido significativa, sino también de la comprensión de un tema narrado o de tópicos de comentarios y significados (Vilches, 1987: 184).

Las fotografías en el mejor de los casos, no sólo hacen afirmaciones, aún mejor, el observador interactúa con ellas a fin de llegar a conclusiones (observación discutida por Becker, en Wagner, 1979: 67). En nuestra sensibilidad interactuante hacia su detalle y significado, las fotografías pueden ayudarnos a ver, sentir y entender en manera que las palabras solas no pueden (Aron en Wagner, 1979: 67).

El uso contemporáneo de medios en la educación ha comenzado a capitalizar el proceso fotográfico en sí mismo como un modelo para revelar mucho sobre la vida social. La fotografía es, al menos, una tecnología para registrar observaciones del mundo. Para trabajar con ella haciendo buen uso de sus capacidades, se debe desarrollar la habilidad para leer observaciones fotográficas (Timothy J. Curry y Alfred C. Clarke, en Wagner, 1979: 175).

6. Formatos de presentación de la fotografía como información

La fotografía como información puede presentarse bajo diferentes conformaciones, dependiendo de las necesidades de comunicación que con ella se pretendan satisfacer. De acuerdo con Mauro Wolf, los formatos de presentación o géneros son “sistemas de reglas a los cuales se hace referencia para realizar procesos comunicativos desde el punto de vista de la producción o de la recepción” (Wolf en Castellanos, 2003: 37,38).

Así, cada género o formato nace por intuición y/o creación de un autor para satisfacer una necesidad comunicativa. Dicho autor establece combinaciones de recursos como rasgos peculiares de su obra, los cuales, en caso de ser repetidos por otros creadores, dan inicio a un nuevo género (Castellanos, 2003: 38).

De esta manera, como afirma Abreu, el género es determinado por las formas y funciones escritas o audiovisuales utilizadas de una manera y combinación particulares (Abreu en Castellanos, 2003: 38).

Es en el campo del fotoperiodismo, donde se han desarrollado la mayoría de géneros o formatos para la presentación de información fotográfica. Por ello,

se presenta una definición que Luis Jorge Gallegos ofrece de este campo: El fotoperiodismo es una invitación a conocer un suceso o acontecimiento en el cual, como fotógrafo, se tuvo la oportunidad de presenciar y registrar, según la visión y experiencia particular, con la oportunidad de compartirlo por medio de una publicación” (Gallegos en Castellanos, 2003: 93).

Para lograr un mejor entendimiento Frank P. Hoy, en su obra *Fotoperiodismo*, enlistó lo que considera como características generales del fotoperiodismo:

1. Es fotografía de comunicación, ya que su objetivo es comunicar un mensaje claro a fin de que el lector pueda entender la situación rápidamente.
2. A ser impreso. El medio es fundamentalmente asumido para ser presentado mediante la impresión, como parte de publicaciones como periódicos y revistas.
3. Reporta. Tiene la intención de reportar noticias.
4. Comunica por medio de la integración de palabras e imágenes. Para una materia que requiere un texto explicatorio, desde luego, las palabras indican el camino. El reportero debe saber cual elemento predominará, si palabras o imágenes.
5. Trata con personas. Debe tener gran interés en las personas, como primordial ingrediente en el mensaje, ya que se trata de sujetos de estudio y de observadores.
6. Audiencia masiva. El mensaje debe ser conciso e inmediatamente entendido por diversas personas. Imágenes o significados privados no tienen lugar.
7. Participa un editor hábil. Será quien decide la manera de presentar y hasta si la edición será publicada o no. El editor hace los mensaje más efectivos, haciendo uso de su literatura visual y eficiencia en la escritura. Constantemente, mejora la calidad del trabajo a presentar (Hoy, 1986: 7, 8).

Formatos de presentación

A continuación, se presentan algunas tipologías de formatos para la presentación de información fotográfica que se han definido a lo largo de la práctica profesional de comunicólogos, antropólogos, etnólogos y sociólogos. En su mayoría, se han aprovechado para fines de periodismo fotográfico, sin embargo, resulta interesante observar sus cualidades y tratar de adecuar los formatos para la aplicación, a la vez, en el campo del Diseño de Información.

1. Fotonoticia

Es definida por Langford como el resumen gráfico de un acontecimiento en una sola imagen, realizada en condiciones no siempre idóneas, en competencia con otros colegas y con rapidez suficiente para hacer una entrega oportuna. Se caracteriza por la densidad informativa de su contenido y debe incitar al lector a interesarse por el artículo que ilustra (Langford, 1982: 324).

Una fotonoticia debe tratarse de un suceso importante debido al momento único que representa; debe alcanzar un público masivo probablemente interesado; debe ser expresivo e impactante (Castellanos, 2003: 39).

2. Reportaje fotográfico

A diferencia del formato anterior, el reportaje gráfico tiene por lo general un carácter más analítico y reflexivo que la fotonoticia (Langford, 1982: 324).

Según Roman Gubern, este formato ofrece un interés, tanto por su función histórica de testimonio icónico de un acontecimiento fijado permanentemente sobre un soporte, como por su importante función social, al capturar momentos o situaciones de significación histórica, deportiva, etnográfica, zoológica, entre otros (Gubern en Castellanos, 2003: 41).

Si se trabaja en colaboración con un escritor, una vez capturadas las imágenes, se deben buscar aquellas que refuercen las aseveraciones más importantes del texto y que a la vez lo complementen, de tal modo que ambos, texto e imagen creen una historia estructurada (Langford, 1982: 326).

Es común entregar material en abundancia, incluyendo tomas verticales y horizontales de una misma escena para que el redactor, o quien realice la

composición, no tenga problemas en la planificación de la página en que será presentada (Langford, 1982: 326).

Los más relevantes tipos de reportaje, según Cebrián Herreros, son los desarrollados bajo categorías como las de noticia, de denuncia, de archivo, de espectaculares, costumbristas -de sociedad, oficios, pueblos, etcétera-, científicos y atemporales (en Castellanos, 2003: 44), lo que responde en realidad a la temática de la que trate el documento informativo, y por tanto, pueden considerarse otras categorías eventualmente.

Para Luis Jorge Gallegos, el reportaje es el desarrollo de un tema que conlleva una investigación previa al desarrollo. Este se define en base a su utilización como información y publicación (Gallegos en Castellanos, 2003: 95), pero siempre respetando la cronología en la que sucedieron los hechos y evitando emitir juicios en su texto soportado por imágenes.

3. Entrevista

Castellanos distingue tres tipos de uso de la fotografía, en donde lo más importante es la imagen fotográfica de la fuente informativa, en el momento en que suministra su declaración para diversos propósitos.

a. De noticia: se emplea para obtener, confirmar o ampliar noticias que serán presentadas en publicaciones periódicas. La imagen cumple la función de dar veracidad al texto escrito, es testimonial.

b. De opinión: el periodista suministra al lector los comentarios, juicios, ideas o pareceres que, sobre uno o varios temas, hace un personaje prominente y calificado dentro del área de conocimientos que se trata. Se muestra al entrevistado como fuente de información mientras emite sus juicios o pareceres sobre el tema.

c. De personalidad: demuestra la forma de ser del entrevistado. Las fotografías reciben más espacio en la publicación periódica y cobran mayor importancia que en los otros tipos (Castellanos, 2003: 45, 46).

4. Encuesta

La fotografía, en este caso, se utiliza para mostrar a quienes han emitido un juicio sobre el tema en cuestión. Sirviendo de ilustración, hace más ligera la lectura de la información y concede mayor credibilidad al trabajo. Se presenta como parte de otro documento informativo, sea en publicaciones periódicas, o en informes privados para empresas o instituciones.

5. Reseña

Se ofrece una versión periódica de eventos o espectáculos de carácter político, cultural, deportivo o social, donde participan más elementos informativos que la caracterizan. Bajo este formato, se describe a los protagonistas de los hechos, se ambienta los escenarios y se destaca los aspectos más importantes e interesantes. En la narración, de carácter cronológico lineal, la subjetividad del autor se manifiesta, emite juicios, etcétera. La fotografía es importante debido a su función que es fundamentalmente ilustrativa (Castellanos, 2003: 47).

6. Fotografía documental

De acuerdo con Castellanos, el documental se construye con información a profundidad que trasciende, cuya realización requiere tiempo. Es necesario que el productor de imágenes tenga un grado de interés en el tema seleccionado, a fin de crear una historia rica en imágenes con sentimientos, que demuestre la emoción que fue parte de la misma experiencia (Castellanos, 2003: 87).

Mata, por su parte, opina que la fotografía documental goza de mayor libertad en el sentido del tiempo –para la realización– y en las posibilidades de publicación, lo que permite la profundidad y calidad interpretativa (Mata en Castellanos, 2003: 87).

Walker Evans decía que en la actitud documental, los elementos de la composición son puestos al servicio de un fin: “hablar, con tanta elocuencia como sea posible, de aquello que debe ser dicho en el lenguaje de las imágenes” (en Fontcuberta, 1990: 182). Así, el documental busca contar visualmente una situación de la manera más adecuada posible.

7. Ensayo fotográfico

El fotoensayista W. Eugene Smith, durante la década de los 40's, ha tratado de diferenciar al reportaje del ensayo fotográfico, al considerar que el primero se

trataba de una selección para portafolio del editor de imágenes, mientras que el segundo involucra planeación y reflexión en cuanto a la relación entre las imágenes, como si se tratara de escribir un ensayo escrito.

Para un contemporáneo como Ulises Castellanos, el ensayo fotográfico es un fotorreportaje tratado con profundidad, que consta de un numeroso grupo de imágenes (entre 15 y 25 piezas, por dar un ejemplo) aunque cuando se divulga a manera de exposición sobrepasa esta cantidad” (Castellanos, 2003: 44). La temática de la que se puede tratar es muy amplia: asuntos sociológicos, culturales, económicos, políticos, científicos, por mencionar algunos.

Enrique Villaseñor afirma que en la elaboración del ensayo fotográfico, el tema es estudiado y comprendido por el fotógrafo y después, a través de la conciencia del mismo, establece un discurso personal que puede o no estar enmarcado en un espacio o tiempo determinados (en Castellanos, 2003: 103), es decir, que según criterios personales, se hace la organización espacio-temporal que mejor logre el propósito de informar.

Este formato tiene la posibilidad de ser presentado no sólo en publicaciones periódicas, sino también con un documento independiente, en forma de libro, suplemento, material educativo para instituciones, informe privado para las empresas, entre otros. En algunos casos, la información que constituye el ensayo fotográfico, se ha llevado hasta ocupar el lugar de exhibiciones museográficas, por su calidad, impacto y novedad. Para consultar un ejemplo, véase el Capítulo I de esta tesis.

En todos los casos, el género o formato del cual se trate, se esta persiguiendo el objetivo de informar, pero se logra de diversas maneras, con recursos, ritmos e intervenciones distintas. Se debe destacar un punto que Mata considera de la fotografía en todos los casos. Para él, la fotografía puede leerse desde una perspectiva documental, si se considera que responde a inquietudes, dudas, afirmaciones o negaciones a una época y un contexto particular del productor de la imagen. Así, “documentar es interpretar y comunicar, documentar es ser capaz de percibir y transmitir, es reflexionar y compartir, aclarar preguntándose [...]” (Mata, 1995).

Retórica en los formatos de presentación

En la elaboración de cada uno de los géneros o formatos de presentación de información fotográfica, existe una carga retórica que debe ser manejada conscientemente durante todo el proceso.

La retórica es definida como el arte de elaborar discursos gramaticalmente correctos, elegantes y, sobre todo, persuasivos. En sus orígenes, se trataba de extraer, especulativamente, de cualquier asunto cotidiano de opinión, una construcción de carácter persuasorio, relacionada con la justicia de una causa, con la cohesión deseable entre los miembros de una comunidad y con lo relativo a su destino futuro (Beristáin, 2001: 426).

La sistematización de los procedimientos y recomendaciones para idear, construir y pronunciar diferentes tipos de discursos, data del segundo cuarto del siglo V a.C. entre los griegos que poblaban Sicilia (Beristáin, 2001: 428). Ya desde entonces, se podía ver los fines sociales que tenía este tipo de construcciones discursivas. A través de los años, la retórica se ha utilizado para construir discursos que logren un efecto deseado sobre el lector o auditorio meta, haciendo uso de recursos estilísticos y construcciones determinadas.

Doménech Font asevera que: “Detrás de lo aparente, hay un inventario de sistemas de connotación, una serie de elementos que se ponen en relación formal y que, en último término, definen la naturaleza de los mensajes. En conjunto, estos significantes que no se muestran directamente integran lo que denominamos retórica de la imagen” (en Castellanos, 2003: 47).

Los mensajes se transmiten e interpretan de manera diversa a partir del espacio, tamaño y texto que los acompañen. Depositando una gran responsabilidad en quien elige (fotógrafo o editor) una imagen y el cómo se publica, el emisor estará transmitiendo una forma de ser y pensar. Éste deberá ser consciente de la facultad que tiene para distorsionar o manipular la información y el mensaje final (Gallegos en Castellanos, 2003: 94, 95), facultad que está relacionada directamente con el manejo de la retórica en la imagen fotográfica.

Dentro del ámbito profesional del fotoperiodismo, se han distinguido varios géneros o formatos en que se presenta información por medio de fotografías. Cada uno de ellos, difiere en el grado de significación, impacto, novedad,

dirección, retórica, manipulación y objetividad con los que se desarrollan. Todos ellos son útiles en la transmisión de información de hechos y/o historias, en la medida que lo permite su propia naturaleza, a un público lector que los consume diariamente.

A fin de aprovechar lo que ofrecen los distintos géneros o formatos al campo del Diseño de Información, se tomaron en cuenta todas sus propiedades, para finalmente seleccionar el formato de ensayo fotográfico, por sus características y facultades en la presentación de información.

7. El ensayo fotográfico como medio de presentación de información

El ensayo fotográfico o fotoensayo, es considerado como un medio desde 1936 cuando la revista *Life* comenzó a desarrollarlo en Estados Unidos. La revista necesitaba llegar a un público determinado de una manera que les ayudara no sólo a comunicar, sino también a captar el interés por la información que ofrecían en su publicación. Henry Robinson Luce, fundador de dicha revista, describió el nuevo género: “Hace cincuenta o veinte años, se acostumbraba escribir ensayos para revistas [...]. El ensayo ya no es un medio vital del comunicación. Pero lo que sí es vital es el ensayo fotográfico” (Robinson en Mraz, 1999: 161).

Para Robinson Luce, el ensayo fotográfico fue “un nuevo truco en el mundo que agradaba a la gente, tratándose de una serie de fotografías en una secuencia narrativa” (en Mraz, 1999: 161).

Algunos han puesto en duda la capacidad del ensayo fotográfico para presentar información de manera que se sea objetiva y satisfactoria. En respuesta a ello, Sarah Pink, de acuerdo con sociólogos visuales, opina que los ensayos visuales –fotográficos- pueden ser adaptados a la necesidad de una representación objetiva (Pink, 2001: 134). Tal adaptación puede hacerse mediante la edición analítica de las imágenes. Esto permite la contribución de cada fotografía en forma de estatutos acerca del todo. Así mismo, se pueden delimitar los tipos de enunciados razonablemente hechos con un conjunto dado de foto-

grafías. Se pueden excluir interpretaciones que el conjunto no puede demostrar, aun si una fotografía individual o dos dentro de éste, ofrece alguna confirmación (Wagner, 1979: 153).

El análisis debe ser llevado a cabo al menos durante las tres etapas de la investigación fotográfica: antes de que las imágenes sean tomadas; después de que las fotografías hayan sido tomadas; y después de que las fotografías hayan sido seleccionadas para la presentación de los hallazgos de la investigación (Wagner, 1979: 154).

La función del análisis es encontrar patrones (Wagner, 1979:165), y basándose en su evidencia, se busca deducir el significado que tienen tanto para el que realiza la investigación, como para el que leerá los resultados de la misma. Preferentemente, los patrones en la fotografía deben ser representativos para el lector, es decir, significar información clara, atractiva y útil.

En la construcción narrativa del ensayo fotográfico, depende el éxito de la transmisión de ideas. Cuando parece objetivo seguir una cronología visual lineal, Pink afirma que ésta no siempre puede representar de manera consistente, el modo en que la realidad fue experimentada o conceptualizada por todos los individuos involucrados. Considera que las narrativas y secuencias no son necesariamente fijas (Pink, 2001: 134). Por ello, es necesario buscar alternativas y experimentar con diversas narrativas a fin de encontrar la que mejor se adapte al propósito.

En las investigaciones de fenómenos sociales que John Wagner ha realizado, concluye que el análisis del contenido de todas las imágenes que ha tomado, fue útil no sólo en la comprobación de confiabilidad de lo que se intentaba decir con las imágenes, pero también, en la generación de información que no se había considerado previamente (Wagner, 1979: 154).

Al optar por presentar información haciendo uso de fotografías acompañadas de texto verbal estructuradas a manera de ensayo, se debe recordar que la información verbal no es más válida que la visual, como afirma Wagner, pero que considerarlas en conjunto, se puede lograr una triangulación útil –foto, texto y fototexto- para el estudio de la comunidad (Wagner, 1979: 150). Esto es, si la

fotografía es concebida como un sustituto de las palabras escritas, y se espera que cumpla los mismo fines, entonces la comparación de ambas dará como conclusión que las palabras hacen un mejor trabajo, cuando no es así. En este punto, es pertinente la definición de ensayo fotográfico que ofrece Pink: “se trata de un ensayo que está compuesto predominantemente por fotografías, si bien, algunas veces comentadas o acompañadas por otros textos cortos” (Pink, 2001: 134). Ella establece que las fotografías en relación al texto son “comentadas” o “acompañadas”, en donde ambos medios adquieren su grado de importancia, sin eliminar o sustituir al otro.

En la realización de la investigación titulada *Balinese Character*, Gregory Bateson y Margaret Mead, presentaron los resultados en forma de ensayo fotográfico. Tal experiencia les ha llevado a comentar que con este tipo de trabajo, lo que pretenden es un nuevo método en el establecimiento de relaciones intangibles entre los distintos tipos de comportamiento estandarizado culturalmente, colocando lado a lado fotografías que son relevantes mutuamente (Bateson y Mead, en Becker, 1981:12).

Tomando la fotografía como una herramienta para el Diseño de Información en el proceso de la presentación de información, se propone usar el ensayo fotográfico como un formato útil para presentar información que puede ser significativa para un lector o usuario meta. Se considera que el ensayo fotográfico logra este objetivo ya que ofrece alternativas en la conformación de ideas que permiten mostrar argumentos. Aprovechando tanto el lenguaje visual como verbal para la articulación de un discurso, es posible cubrir las necesidades de información de un problema dado.