



ARTICULO DE REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Fecha de presentación: 2-11-2020 Fecha de aceptación: 3-12-2020 Fecha de publicación: 3-03-2021

INCURSIONES AL ESTUDIO DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO MULTIMODAL DEL FOTORREPORTAJE EN FACEBOOK

INCURSIONS INTO THE STUDIES OF THE ANALYSIS OF PHOTOREPORT MULTI-MODAL DISCOURSE IN FACEBOOK

Dayenis López-Rodríguez¹, Leyanis Ojeda-Villegas²

¹Licenciada en Periodismo en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Periodista en CMGF Radio Fomento, Fomento, Sancti Spíritus, Cuba. Correo: dayenisl.93@gmail.com ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1866-5102> ²Licenciada en Periodismo en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Jefa de Grupo Informativo Telecentro Sagua Visión, Sagua la Grande, Villa Clara, Cuba. Correo: leyanis9393@gmail.com ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9002-7527>

¿Cómo citar este artículo?

López Rodríguez, D. y Ojeda Villegas, L. (marzo-junio, 2021). IncurSIONES al estudio del análisis del discurso multimodal del fotorreportaje en facebook. *Pedagogía y Sociedad*, 24 (60), 411-435. Recuperado de <http://revistas.uniss.edu.cu/index.php/pedagogia-y-sociedad/article/view/1152>

RESUMEN

La presente revisión bibliográfica deviene una aproximación al estudio del discurso multimodal del fotorreportaje en la red social *Facebook*. La investigación parte de la multimodalidad como método emergente en los estudios discursivos, que confiere la misma carga o potencial comunicati-

vo a cada uno de los modos semióticos para la representación y significación de mensajes. Además, se profundiza en los fundamentos conceptuales sobre los modos semióticos que componen los fotorreportajes: modos fotográfico, lingüístico y visual y sus interacciones. Desde la perspectiva cualitativa se aplica la técnica

revisión documental y el instrumento, análisis de contenido. Se propone como objetivo de este artículo, determinar los principales postulados teóricos relacionados con el análisis del discurso multimodal de fotorreportaje en Internet, específicamente en la red social *Facebook*, de gran relevancia en un contexto eminentemente multimodal.

Palabras clave: discurso; facebook; fotorreportaje; multimodalidad; periodismo

ABSTRACT

The present bibliographic review aims at approaching the study of photoreport's multimodal discourse in the social network Facebook. The research is based on multimodality as a new method in discursive studies which confers the same communicational potential to each one of the semiotic modes for representation and meaning of messages. In addition, the conceptual frameworks of semiotic modes) shaping the photoreport are highlighted: visual,lingüistic and photographic modes and their interactions. Taking into consideration a qualitative perspective, the documentary review technique and the instrument, the content analysis are applied. This article aims at determining the main theoretical propositions related to the analysis of photoreport's multimodal speech in Internet, specifically in the social network Facebook which is of para-

mount importance in an essentially multimodal context.

Keywords: multimodality; photoreports; discourse; Facebook; meaning.

INTRODUCCIÓN

Estudiar el discurso en la actualidad implica reconocer nuevos modos de transmitir significados. Si bien en un comienzo solamente se analizaba el discurso como texto lingüístico, este concepto varía con la Teoría de la Semiótica Multimodal.

Los estudios contemporáneos del discurso (Cope y Kalantzis, 2008; O'Halloran, 2012; Kress y van Leeuwen, 2010) contradicen las formas ya existentes en cuanto a la creación y transmisión de significados. Por un lado, desmitifican la superioridad del lenguaje verbal como recurso semiótico; y del otro, el rol secundario y reiterativo de los demás modos (fotográfico, visual, color, etc.) al interior de un evento comunicativo (Ojeda y López, 2016).

La palabra Modal, como adjetivo, "comprende o incluye un modo o determinación particular" (RAE, 23ª edición). Esta, vinculada al prefijo multi-, hace referencia a la multiplicidad de formas. En este artículo se trata de las formas de producir un discurso y de reflejar los posicionamientos específicos partiendo de un marco socio-histórico determinado.

La perspectiva multimodal irrumpe en el análisis del discurso (AD) para restituir el valor de los recursos semióticos, considerados extralingüísticos, y demostrar su potencial para la difusión y comprensión de mensajes. El efecto de estas variaciones y su ajuste al ritmo de la digitalización inciden en la reducción del papel privilegiado del texto escrito y logran una paridad entre los modos (Kress, 2010).

Esta correspondencia de significados indica que las potencialidades de cada modalidad semiótica resultan incomparables entre sí. De ahí que imágenes, diseño, gestos y/o tipografía ostenten el mismo estatus del lenguaje verbal para la producción de significados (Ojeda y López, 2016). Cada uno de los modos y sus relaciones simbióticas tributan a la conformación de un discurso unitario.

“El discurso fusiona los sistemas semióticos; mezcla diversos recursos tecnológicos en la construcción de lo que se quiere expresar; y construye nuevas formas de representar fenómenos sociales” (Ojeda y López, 2016, p. 1).

Este cambio surge tanto de las transformaciones en las prácticas de lectura y escritura, cada vez más asociadas a textos digitales, como de la aparición de otras perspectivas para el análisis del discurso.

En esta línea, se hace referencia a la construcción de discursos en los que se

combinan dos o más sistemas semióticos: verbal, visual, auditivo, gestual y espacial. Todos ellos forman parte de un mismo evento comunicativo, visible en la actualidad con el desarrollo de las tecnologías y espacios de interacción como Internet, que transforman las interacciones dando cabida a elementos antes aislados y ocultos (Lasén, 2012).

En su libro *Networks of Outrage and Hope Social Movements in The Internet Age*, Castell (2012, p. 40) habla de Internet como un “complejo espacio semiótico, donde convergen signos sonoros, visuales, verbales y no verbales, y hay que saber aprovechar estos elementos en el momento preciso para lograr que las personas alcancen metas imposibles en la realidad, pero posibles en la red”.

Para ello es necesario generar contenidos atractivos que mantengan el tráfico constante de la red. Su carácter viral facilita la difusión de mensajes hacia todas partes del mundo; los soportes multimedia (video, audio, imagen, texto) permiten las publicaciones altamente creativas.

Por tanto, los contenidos que se generen en redes sociales tendrán más alcance que aquellos emitidos solo para un pequeño grupo fuera de las redes. Sin duda, una forma de conseguir el deseado nivel de interactividad de conocimientos se logra mediante la creación de publicaciones en *Facebook* con discursos, tanto visua-

les como verbales, que inciten la relación entre los usuarios y la red.

Estadísticas refieren que *Facebook* es la red cibernética más utilizada en el mundo. Según los datos recogidos por el consultor en marketing digital Juan Carlos Mejías, en enero del 2019, *Facebook* reportó cerca de dos mil 271 millones de usuarios activos en un mes.

Las páginas o perfiles en *Facebook* ofrecen un entorno ideal para la interacción social. El discurso utilizado en estos perfiles, tanto de índole verbal, visual o multimodal, se revela esencial para gestionar, en el mundo virtual, toda la información (Yus, 2014).

Las redes sociales proyectan un universo semiótico conformado por la utilización de recursos para la transmisión de significados. Así, los modos lingüístico, fotográfico y visual se combinan para semiotizar el producto comunicativo, y su acertada fusión deviene género efectivo al centro de un contexto eminentemente gráfico. Los semiólogos Martine Joly (1999) y Umberto Eco (2000 y 2007) coinciden en cuanto a la concepción del mensaje fotográfico como un todo indisoluble; de ahí la necesidad de conocer la función conjunta que realizan dichos modos para la construcción de significados.

Estudiosos de la Comunicación de varios países incentivan el análisis multimodal

del discurso como un área emergente en las indagaciones comunicológicas. En específico, en América Latina han surgido nuevas propuestas metodológicas en las voces de autores como el chileno Benjamín Cárcamo Morales, con influencia en líneas de investigación de Gunther Kress, Theon Van Leeuwen, Carey Jewitt y Kay O'Halloran, quienes ven en la multimodalidad el recurso ideal para dar significaciones al discurso.

En el ámbito nacional, la Universidad de La Habana se sumó a estos estudios en el 2018 mediante la tesis de licenciatura *Los estudios críticos de los discursos multimodales y su aplicación en la enseñanza del análisis del mensaje periodístico audiovisual* de las autoras Yanela Soler Mas y Dagmar Herrera Barreda. Por su parte, el trabajo de diploma *El discurso de los fotorreportajes periodísticos desde la perspectiva multimodal* (2016) tuvo como principal línea de investigación el discurso multimodal, pero se limitó al análisis del género fotoperiodismo en el sitio digital de *Escambray*, de Sancti Spíritus, y no se extendió a los perfiles institucionales de sus redes sociales. Asimismo, no se han hallado otros estudios en Cuba donde se sistematicen los principales postulados de esta nueva perspectiva dentro del AD.

A partir de todo lo anterior y para dar respuesta a las carencias señaladas este ar-

título responde al objetivo de sistematizar los referentes teóricos y metodológicos concernientes al discurso multimodal y al fotorreportaje, como variante genérica del fotoperiodismo al interior de la red social *Facebook*.

En el orden teórico, el artículo contribuye al enriquecimiento del estudio del discurso multimodal de un género del fotoperiodismo en una red social (*Facebook*) que computa un alto nivel de accesibilidad por parte de los usuarios de Internet. La investigación que dio lugar a este artículo presentó una nueva categoría: Discurso Multimodal del Fotorreportaje.

DESARROLLO

La perspectiva multimodal en el Análisis del Discurso (AD)

El término discurso se debate entre las definiciones de las diversas disciplinas que lo asumen como objeto de estudio. La Lingüística lo cataloga como una forma de uso del lenguaje, para la Psicología constituye un evento comunicativo cultural, y las Ciencias Sociales lo describen como modo de interacción verbal (Ojeda y López, 2016). Esta gama de nociones amplía su espectro, pero simultáneamente complejiza una conceptualización donde no queda minimizado ningún enfoque.

Teun A. van Dijk (1997) logra integrar estas consideraciones básicas para identifi-

car las tres dimensiones principales del discurso: el empleo del lenguaje, la comunicación de creencias y la interacción en situaciones de índole social. Su perspectiva como un suceso de comunicación incorpora funciones primarias de los actos interlocutivos (quién utiliza el lenguaje, cómo lo utiliza, por qué y cuándo lo hace) (como se citó en Ojeda y López, 2016, p. 6).

Todas estas posturas, sin embargo, ubican el lenguaje al centro de la comunicación y clasifican las otras formas de representación como extralingüísticas o paralingüísticas. A partir de una revisión de la Semiótica Clásica de Roland Barthes (1989), comienza el desarrollo de una línea de investigación desafiante de la creencia tradicional de que la comunicación se realiza exclusivamente mediante el lenguaje verbal (O'Halloran, 2012).

La multimodalidad da paso a un cambio en el paisaje semiótico al entender el discurso como una simultaneidad de modos representados a partir de las actualizaciones efectivas de los diferentes sistemas de opciones que permiten conformarlos. Desde este punto de vista, "la multimodalidad es una característica inherente y necesaria para el AD simplemente porque el discurso es una unidad básicamente multimodal" (Menéndez, 2012, p. 58).

En contraste con el enfoque monomodal, los investigadores Gunther Kress y Theo van Leeuwen (2010) validan no solo el lenguaje verbal como sistema semiótico, sino también a todos aquellos sistemas que ofrezcan recursos para la creación de significados. De ahí que ambos cuestionen la equivalencia entre representar y codificar, y entiendan la *meaning making*¹ mediante la utilización e interacción de todos los recursos disponibles para los usuarios.

Con este nuevo enfoque, lo antes considerado extralingüístico posee el mismo estatus del lenguaje verbal, pues cada uno de los sistemas semióticos empleados para representar y comunicar ostenta una carga o potencial comunicativo (Kress y van Leeuwen, 2010). Por ello, al interpretar no solo se debe prestar atención a la lengua escrita, sino a todos los modos de representación.

Para Kress y van Leeuwen (2010), el estudio discursivo incluye la descripción y comprensión de sus recursos semióticos, de los modos implicados, el soporte del discurso, y el conjunto de prácticas comunicativas que se construyen cuando se consensan los significados y se configuran formas de actuar socialmente.

En correspondencia a estos postulados, aparece la categoría texto multimodal

procedente de los debates sobre la incursión de discursos visuales y verbales como documentos de la sociedad mediaticizada (Sánchez Rivera, s.f.). Desde este punto de vista, cualquier texto que incluya más de un recurso para significar puede ser definido como multimodal, independientemente de su soporte.

A partir de la observación de textos multimodales, Sonia Liced Sánchez Rivera (s.f.) entiende el análisis semiótico-discursivo como “una forma de hacer visibles y analizar los principales modos de representación que producen un texto, develar las consecuencias de estos en la interpretación, y comprender el potencial histórico y cultural consolidado en su realización” (como se citó en Ojeda y López, 2016, p. 8).

La multimodalidad puede definirse, entonces, como una perspectiva para el análisis discursivo (Jewitt, 2009). Su enfoque sostiene que “los modos interactúan entre sí y hacen posible la interpretación de un discurso como una unidad semántico-discursiva y estratégicamente analizable” (Ojeda y López, 2016, p. 8).

Aunque el AD se concentra primordialmente en el texto lingüístico, la perspectiva multimodal amplía su espectro a la comprensión de todos los modos de representación que componen el texto con la misma precisión metodológica del AD.

¹ Se refiere a la construcción del significado global.

El recurso y sus potenciales de significado

En la actualidad, las investigaciones vinculadas a la semiótica se enfocan en reconocer diferentes representaciones de signos a partir de los códigos comunes que comparten los individuos dentro de una misma sociedad. Por tanto, la utilización de los signos en los distintos contextos no se realiza de forma aislada, sino está condicionada por las competencias cognitivas de cada receptor.

Los primeros estudios sobre el signo surgen de las nociones teóricas de Ferdinand de Saussure (2007) y Charles S. Peirce (1908; como se citó en Restrepo, 1990). En su tesis, estos investigadores de la semiótica parten de variados enfoques; el primero, de una perspectiva lingüística, y el segundo, de un punto de vista semiológico.

Para Saussure (2007), el signo constituye “una entidad doble cuyas caras se encuentran indisolublemente unidas, como el anverso y el reverso de una misma hoja de papel: el significante (o parte material del signo) y el significado (concepto al que el significante alude)” (p. 38). Mientras, para Peirce (1908; como se citó en Restrepo, 1990), “todo signo mediante ciertas condiciones propias representa un objeto, produciendo un concepto que de alguna manera corresponde de nuevo al objeto representado” (p. 31).

Estas posturas encuentran superación teórica en la crítica del iconismo de Umberto Eco (2000), quien difiere de la visión del signo como una entidad semiótica fija y lo concibe a manera de encuentro de elementos mutuamente independientes, procedentes de dos sistemas diferentes y asociados por una correlación codificadora. “El signo no es solamente un elemento que entra en el proceso de comunicación, sino es una entidad que forma parte del proceso de significación; no se puede estudiar fuera del proceso de comunicación” (Eco, 1994, p. 22).

Aun cuando la Semiótica Social toma este concepto como referencia para sus estudios, la perspectiva multimodal extiende estas nociones al considerar que el significado no solo depende del uso del signo. En este escenario semiótico, los estudios de Kress y van Leeuwen (1996 y 2010) aportan enfoques más abarcadores al hablar de recurso. El primer salto de una visión a otra acontece cuando se deja de pensar en qué transmite el significado, para investigar con qué se transmite este.

El carácter multimodal del discurso procede de los recursos semióticos involucrados en la comunicación, los modos y medios, y las prácticas comunicativas en las cuales se desarrollan esos modos y medios. Los recursos semióticos hacen referencia a los sistemas

de signos disponibles en la sociedad (verbales, gráficos, pictóricos, etc.), que subyacen a los procesos de construcción de significado (Kress y van Leeuwen, 2010, p. 79).

Por consiguiente, la Teoría Semiótica Multimodal (TSM) parte del supuesto de que los intereses de quien produce un signo llevan a una relación motivada entre significante y significado y, por lo tanto, a signos motivados. "Quien produce un signo trata de generar la representación más apropiada de lo que quiere significar. Por eso el interés del que hace signos está directamente cifrado en los medios de representación y comunicación" (Kress, Leite-García y Van Leeuwen, 1997, p. 375).

En la semiótica social, estos recursos se emplean para establecer los signos dentro del proceso de comunicación. Si quien emite el mensaje no está adaptado con estos recursos, instaura signos que sugieren el significado. "*A resource has then, all the uses that it has been objective*" (Kress, 2010, p. 64).

Asimismo, la TSM sustenta la relación entre las formas significantes y sus rasgos estructurales, a partir de los cuales otro signo podría resultar más pertinente para representar un cierto significado. Por ello, los signos son metáforas de su propio

sentido; en su producción tienen un papel protagónico los recursos como modo de transmisión de significados.

Para Kress y van Leeuwen (2010), los modos constituyen recursos semióticos que permiten la realización simultánea de discursos y tipos de interacción. En el diseño de un producto comunicativo se utilizan estos recursos mediante la combinación de modos semióticos y su selección de acuerdo con los intereses de una situación comunicativa particular (como se citó Ojeda y López, 2016, p.10).

Los modos, entonces, interactúan entre sí y hacen posible que un discurso se analice en función de sus estrategias para interpretarlo. En consecuencia, el modo nunca aparece aislado; siempre se da en relación con otros. Su interacción simultánea caracteriza al texto desde el punto de vista multimodal.

En un evento o producto comunicativo pueden evidenciarse tres tipos de interacción: jerarquía (cuando un modo resulta dominante y los otros se subordinan a él), reforzamiento (cuando los modos expresan una misma idea de manera diferente) y complementariedad (cuando se muestra una dependencia entre los modos para construir el significado) (Kress y van Leeuwen, 2010).

La interacción de opciones semióticas en los fenómenos multimodales da lugar a expansiones semánticas, en tanto "se

abre y se integra el potencial de significado de diferentes recursos” (O’Halloran, 2012, p. 82), como es el caso de las relaciones entre texto e imagen. Esta expansión está relacionada con la materialidad de los soportes multimodales.

Desde esta visión, todos los recursos que constituyen un texto multimodal e interactúan entre sí contribuyen a la creación del sentido último del mensaje. En consonancia con este punto de vista, Kress (2010) incluye el concepto de orquestación semiótica para referirse al diseño de una configuración semiótica compuesta por uno o varios modos, y que “constituye el tejido o entrelazamiento desde el cual emerge el significado multimodal. Este ensamblaje puede evidenciarse tanto en el plano de la expresión como en el de la significación” (Ojeda y López, 2016, p.11).

Ello implica que los diferentes modos o recursos semióticos poseen varias potencialidades para producir significados. Gunther Kress (2010) refiere que estos potenciales producen un efecto fundamental en la elección de los recursos para crear el producto comunicativo:

If the devices of modes differ, it's evident that they do not configure the world in the same way. The semiotic modes will be able to conceive themselves, then, like technologies of transcription to repre-

sent the world. Options and the modal elections are, for that reason, as much individual like socially motivated. (p. 125).

La multimodalidad se analiza, entonces, a partir de la combinación de diferentes recursos que despliegan cada uno de los modos integrantes de un determinado discurso. Este enfoque supone “advertir las variedades de uso de los modos en función de la finalidad comunicativa que persiguen en una inscripción efectiva” (Ojeda y López, 2016, p.11).

En el escenario de Internet, una red social basa su discurso y estructura organizacional en la combinación de recursos interactivos, hipertextuales y multimediales (Sánchez y Comellas, 2005); por tanto, estudiar la correlación modal de las publicaciones en un entorno donde confluyen e interactúan múltiples medios de expresión (texto, imagen, sonido, video, etc.) acentúa el carácter multimodal del discurso, en este caso de los fotorreportajes en una red social como *Facebook*.

El fotorreportaje periodístico

La introducción de la fotografía en la prensa abre una nueva puerta a la interpretación del suceso noticioso. Su información visual permite escenificar el hecho, ilustrar el acontecimiento, certificar su veracidad. Sin embargo, desde el siglo XX y hasta la actualidad perdura la dicotomía entre su carácter autónomo (Gisèle

Freund, 1976, y Susan Sontag, 2006) y su función de complemento textual (Martínez de Sousa, 1985, y Luis Gutiérrez Espada, 1979).

De manera privativa, ambos enfoques constituyen visiones limitadas de un elemento compuesto por varios modos de expresión y que, según Eco (2007), puede ser analizado como texto autónomo o como parte de un macrodiscurso. En este artículo se toma como referencia los supuestos de Kress y van Leeuwen (2010), y entiende la fotografía no como un texto en sí mismo, sino como una de las partes del texto; o sea, como un ensamblaje modal que contribuye a la significación última, “rigiéndose por normas profesionales, estéticas e ideológicas que ayudan a consolidar y corregir la sensación y el pensamiento definitivo del lector con el fin de influir progresivamente en su opinión y conducta” (Frotscher, 1989, p. 25).

Este posicionamiento corrobora la carga semiótica de la fotografía para la significación en un texto multimodal. Por consiguiente, sus potencialidades se intensifican al interior de un género como el fotorreportaje; considerado por los teóricos Ludvik Baran, Mariano Cebrián, Juan Gargurevich y Roman Gubern (como se citó en Bertrán, 2003) la máxima expresión de la foto de prensa a partir de su impacto y de su capacidad para generar expectativas, motivar reflexiones, originar

interés y ofrecer una opinión adicional de los acontecimientos.

Una definición más completa propone Alfonso Bustos (2007), al precisar la utilización de referentes textuales con carácter explicativo y en concordancia con los aspectos básicos del periodismo (qué, quién, cómo, cuándo y dónde): “Es una narración realizada a base de imágenes que deben desarrollar el tema y contener elementos que ilustren al espectador sobre los aspectos básicos del periodismo” (p. 1).

Pese a la revolución sin precedentes del fotorreportaje a razón de Internet y la digitalización de la fotografía, los requerimientos genéricos *online* concuerdan con los discursos y las formas establecidas históricamente para su tratamiento en la prensa plana (Lister, 1995). Visto así, las definiciones y funciones planteadas en torno al fotorreportaje pueden extenderse a las redes sociales.

El reportaje fotográfico o fotorreportaje, entonces, constituye una herramienta eficaz para el tratamiento de temas donde el impacto visual, emocional y el valor social del suceso captado por la cámara superan la mera descripción lingüística. Pese a sus potencialidades, se deben tener en cuenta las características propias del género para garantizar esta efectividad.

La caracterización genérica del fotorreportaje

El fotorreportaje como una de las variantes al interior del fotoperiodismo, además de cumplir reglas básicas de calidad y competencia profesional como actualidad, objetividad, narrativa y estética, engloba una serie de características típicas que determinan su clasificación, estructuración y envergadura. Cada una contribuye a su designio último de informar mediante instantáneas.

Actualmente se manejan dos clasificaciones globales de fotorreportaje. La primera, propuesta por José Llovera y Máximo Bambrilla (como se citaron en Castellanos, 2004) en concordancia con la temática tratada; y la segunda, expuesta por Francisco Galvoa (como se citó en Castellanos, 2004) a partir del carácter de la fotografía de prensa. Por su parte, la delimitación de este autor, resulta más acertada para el ámbito periodístico al clasificar los fotorreportajes en: de actualidad (se basan en hechos recientes), de asuntos de interés permanente vistos con un nuevo ángulo (hecho novedoso que haga revivir un asunto o manera diferente de enfocar un tema desgastado) y de material inventado (resultan de la imaginación de los propios fotógrafos).

Asimismo, el reportaje fotográfico se cataloga conforme a su tipología. En este sentido, Alberto Pozo (como se citó en Ojeda y López, 2016), logra una propues-

ta abarcadora que delimita los fotorreportajes a partir de su estructura. La presente investigación acuña esa clasificación:

Simple cronología (desde el inicio hasta el final de un hecho), cronología narrada (narra un suceso), de identidad repetida (muestra una personalidad en varias facetas de su trabajo o vida), de cómo hacerlo (explica con fotos y texto cómo hacer algo), de paralelismo o contraste (compara las escenas de dos manifestaciones distintas de la misma cosa), de formato (presenta en el mismo formato varios hechos) y de desenvolvimiento de un tema (fotos que se explican por ellas mismas con la ayuda de los pies de foto). Esta proposición amplía el espectro de posibilidades del fotorreportero y hace viable el tratamiento genérico de cualquier temática. Siempre que resulte un tópico sugerente y responda tanto a la política informativa como a las proyecciones del medio de prensa, el reportaje fotográfico constituye una herramienta para dotar de frescura a planas de medios impresos o sitios digitales.

El fotorreportaje, además, aporta multiplicidad de enfoques. Aunque su tema central sea la base de un género periodístico, el juego con los modos semióticos puede ofrecer una arista o un posicionamiento novedoso con respecto al contenido planteado de forma textual. Precisamente, según el enfoque y tratamiento temático

Mariano Cebrián (1991) considera siete funciones:

Reportaje de noticia (motivado por un suceso de impacto noticioso), de denuncia (delata una situación), de archivo (combina fotos de archivo y de actualidad), espectacular (procura resaltar el lado llamativo de un hecho), costumbrista (trata hechos que se repiten con periodicidad en torno a determinadas tradiciones de un pueblo), científico (versa sobre hechos de interés científico-técnico) y atemporal (refiere a hechos históricos, monumentos, viajes, etc.).

El fotorreportaje de noticia ofrece una profundización en los antecedentes, circunstancias y consecuencias; en el de denuncia, las imágenes buscan llamar la atención e impactar; y el atemporal trata de provocar la atención por lo llamativo de las fotografías, detalles de la realidad, o descubrimiento de aspectos nuevos de realidades suficientemente conocidas por los receptores (Cebrián, 1991).

Las redes sociales como espacios de convergencia no están ajenas a las características de la comunicación en red. Los contenidos publicados como parte del trabajo periodístico de un grupo de administradores de las páginas institucionales responden a los rasgos distintivos del periodismo cubano y a su concepción de género.

Por ello, no deben existir publicaciones aisladas en la red, sino que los contenidos que se generan al interior de una red social deben contar una historia empleando los diferentes modos discursivos; son fotorreportajes siempre que cumplan con las características de este género periodístico.

En la construcción de estos reportajes gráficos convergen los modos visual, fotográfico, verbal y sonoro; pero siempre mantiene los rasgos del reportaje tradicional.

Modo fotográfico y sus niveles de significación

La fotografía periodística presenta el desafío de transmitir información. Si bien el mensaje depende en gran medida de la capacidad del receptor para descifrar los significados al interior de la imagen, también depende de los elementos propios de la técnica fotográfica y de los componentes que integran su carácter informativo.

Al respecto, Gunther Kress y Theo van Leeuwen (1996) reconocen dos niveles de significación en el modo fotográfico: el composicional y el representacional. El primero comprende las características técnicas y formales de la foto —a lo que Félix del Valle (1994) denomina elementos morfológicos— y analiza sus mecanismos de cohesión a partir de los princi-

pios organizativos de su concepción. El segundo perfila la significación de lo fotografiado.

En la composición morfológica, los elementos que constituyen objeto de análisis de esta indagación son los planos fotográficos, el encuadre, el punto de vista y la iluminación, dadas sus capacidades para reforzar o modificar el significado que transmite la fotografía.

Las diferentes vistas en las que se presenta la imagen o retrato responden al plano fotográfico. Justo Villafaña (1987; como se citó en Aguilar, 2005), entiende un plano como “el elemento bidimensional limitado por líneas u otros planos para compartimentar y fragmentar el espacio plástico de la imagen” (p. 50).

Aunque existen varias consideraciones alrededor del número y tipo de planos, este estudio se rige por la propuesta de Eduard Bertrán (2003) gracias a su pertinencia para el análisis del reportaje gráfico pues enfatiza el valor expresivo, descriptivo y/o narrativo de la foto:

Primer plano (las personas aparecen cortadas alrededor de los hombros, recoge el rostro y los hombros), plano cercano (recoge el cuerpo desde la cabeza hasta la altura del pecho o busto), plano medio (las personas aparecen cortadas a la altura de la cintura), plano americano (las personas aparecen en las fotos cortadas a la altura de las rodillas, plano entero

(los fotografiados aparecen completos, sin secciones) y plano general (una vista general o paisaje).

Los planos generales disminuyen la individualidad de los personajes y crean distanciamiento con respecto al receptor. Por el contrario, los planos enteros suponen equilibrio; los planos medios satisfacen funciones de identificación, y los primeros planos poseen una indudable carga psicológica al captar el estado de ánimo de la persona fotografiada (Alonso, 1995; como se citó en Hernández, 2008). En relación directa con los planos fotográficos se encuentra el encuadre. Según Gubern (1987; como se citó en Bertrán, 2003,), “el encuadre establece la frontera entre dos realidades: el espacio físico que rodea al observador y el espacio del espectáculo que se le propone a su vista entre la realidad y la representación”. (p. 61).

Al encuadrar, el fotorreportero elige el fragmento de la realidad que pretende presentar al receptor y prescinde de aquellos elementos que desde su ideología no responden a los intereses de su medio ni resultan atractivos para el público. De ahí su influencia en la interpretación de la imagen (Ojeda y López, 2016). En la línea de pensamiento de Barthes (1999), una fotografía es un *analogon* perfecto de la realidad; lo que se ve es lo que el fotógrafo quiso transmitir y no la

realidad en sí, de ahí que la decodificación del mensaje (semiosis) visual sea una tarea compleja y dependa de mecanismos de activación que combinan diferentes niveles de interpretación como el mundo de vida de la persona y la sociedad de la que emana.

El especialista Petr Tausk (1984) considera que puede encuadrarse de forma cuadrada, rectangular (horizontal y vertical), e incluso oblicua, para variar la combinación de las relaciones entre los elementos. En el caso específico del reportaje fotográfico coincide con Bertrán (2003) en la funcionalidad de un formato apaisado (línea horizontal), sin desechar el vertical.

Una fotografía basada en la horizontalidad crea una atmósfera de calma, equilibrio y tranquilidad; transmite al receptor la sensación de comodidad. Mientras, la verticalidad sirve para poner de relieve la dignidad y la importancia de lo que se haya dentro de la toma. "Su utilización en fotografías a personas tiene mayor efectividad, muestra al personaje alto, erguido, y esto le confiere un aspecto más heroico" (Tausk, 1984, p. 20).

Y sucede que, desde la teoría de la construcción social de la realidad, la objetividad constituye un acto subjetivo inherente a todo proceso creativo (Berger y Luckman, 1986). Aun cuando el fotorreportero pretenda ser imparcial, no puede desli-

garse de las mediaciones sicosociales cuando selecciona, omite o jerarquiza un elemento dentro del plano fotográfico.

Dicho punto de vista se constata en la relación de los individuos en cuanto a la cámara y viceversa. A juicio de Bertrán (2003), existen cuatro formas de presentación del sujeto respecto a la toma: frontal (de cara a la cámara, se observan ambos lados del rostro), tres cuartos (se visualiza completamente un lado de la cara y parcialmente el otro, o bien un lado del rostro o la parte de la nuca), de perfil (se observa solo un lado del rostro) y de espalda (tiene lugar cuando no se muestra la cara y solo se ve la nuca). Estos criterios se miden en el desarrollo de la actual investigación para determinar la relevancia de la figura humana en el plano fotográfico.

Desde la perspectiva de la cámara con relación a los individuos, la angulación, según Bertrán (2003), constituye el punto de vista físico desde el cual se registra la escena. El propio estudioso propone cinco criterios a los cuales se suscribe esta tesis pues el nivel de angulación de la cámara puede influir en la actitud del espectador en relación a los individuos presentes en las fotografías:

Nivel (la cámara está paralela al suelo y a la altura de los ojos de la persona), alto (la cámara permanece paralela respecto al suelo, pero por encima del nivel de la

cabeza), bajo (la cámara continúa paralela en proporción al suelo, pero por debajo del nivel de la cabeza), picado (la toma se ejecuta de arriba abajo, transmite una sensación de superioridad), y contrapicado (la toma se efectúa de abajo arriba, transmite inferioridad).

Las angulaciones encierran connotaciones secundarias, por lo cual cada posicionamiento tiene un significado en el lenguaje fotográfico. Tales son los casos de los picados o contrapicados, a los que se atribuye la característica de dominio o sumisión, respectivamente (Abreu, 1999).

A la par de estos elementos morfológicos y para completar la significación de la fotografía, aparece el nivel representacional. Este engloba los recursos primarios para la creación de significado icónico y los aspectos relacionados con la percepción que se tiene de los elementos visuales y la configuración de sus entidades al considerar los valores culturales que definen su significado; de acuerdo a Lister (1995), "las imágenes visuales son producidas, distribuidas y consumidas cultural y socialmente".

En la cultura occidental el orden de lectura se realiza de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, lo cual condiciona el significado del producto semiótico, así como la interpretación que los individuos le ofrecen (Ojeda y López, 2016). Por tanto, la simbología tiene por finalidad la

exégesis de los recursos icónicos (o manifestaciones visuales) en relación con los valores e ideas culturales de su procedencia (Olave y Urrejola, 2013).

Ninguno de los elementos constitutivos de una foto de prensa aparece de forma ingenua; de estos se deslinda una serie de atributos capaces de reforzar el contenido denotativo de la imagen:

Grado de iconicidad (grado de semejanza e identidad de la representación, opuesto a grado de abstracción), grado de figuración (representación de objetos o seres conocidos reconocibles), grado de complejidad (discurso conceptual y visual), grado de normalización (convención y contexto social: local, nacional, regional o internacional, relativa a los signos empleados), carga denotativa (contenido explícito de la imagen), carga connotativa (significados implícitos que sugiere la imagen asociados a valores o antivalores culturales) y grado de polisemia (pluralidad de significados latentes; ambigüedad interpretativa en su forma y connotaciones).

La combinación de estos niveles perfila la asignación de significado y facilita la interpretación de los sucesos narrados mediante instantáneas (Ojeda y López, 2016). Sin embargo, este mensaje se completa con la introducción del texto lingüístico como instrumento idóneo para evitar lecturas erradas.

El modo lingüístico en la producción y comprensión del significado

La bidimensionalidad, la descontextualización o la polisemia de la fotografía periodística pueden provocar la malinterpretación de su mensaje o la pérdida de sentido. Estas restricciones de la imagen se solucionan con el auxilio de referencias textuales en aras de orientar el entendimiento del lector hacia la lectura modelo del emisor.

Para Kress (2010), como uno de los fundadores de la nueva línea de investigación sobre Semiótica del Texto, precisamente el lingüístico constituye el modo de expresión básico portador de un significado. Sostiene, además, que un texto constituye un suceso comunicativo en el cual no debe faltar la cohesión, la coherencia, la intencionalidad y la informatividad.

En el entorno web, el texto precisa de una estructuración sencilla y directa para facilitar la comprensión. Asimismo, el criterio para su combinación con otros elementos del mensaje no debe sustentarse en la mera yuxtaposición, sino en la complementariedad (Díaz Noci, 2003).

El texto escrito dentro del fotoperiodismo debe cumplir similares máximas en su afán de complementar los vacíos informativos del componente fotográfico, pues la imagen ofrece una mirada incompleta de los acontecimientos. Analizarla en inter-

acción con la palabra escrita contribuye a esclarecer su lógica y contextualizarla (Ojeda y López, 2016). Con este fin, según teóricos como Alfonso Bustos (2007), el reportaje fotográfico se vale de título, texto principal y pie de foto o epígrafe. Se toman en cuenta para el análisis del modo lingüístico los tipos de titulación, la cohesión, coherencia e intencionalidad del texto principal² y las funciones del pie de foto.

El tema central para un reportaje en la red debe ser capaz de trascender la actualidad efímera del diarismo; en ese sentido, la elección de un título adecuado deviene estrategia periodística. En opinión de Bustos (2007), la titulación debe ser precisa, breve, clara y llamar la atención del lector/espectador. Por ello, propone los llamativos e informativos.

Los primeros buscan conquistar el interés, despertar la curiosidad e incitar a la lectura; los segundos, presentar el hecho. Ambas tipologías deben indicar una idea

² El lingüista Sebastián Huerta (2010) entiende la coherencia como la propiedad inherente a todo texto que nos hace que éste sea percibido como la unidad comunicativa y no como la sucesión inconexa de enunciados. Por su parte la cohesión es la manifestación lingüística de la coherencia. Un texto está cohesionado cuando hay mecanismos lingüísticos que revelan la relación coherente de sus partes. A su vez define la intencionalidad comunicativa en relación directa con la recepción que del mensaje haga el destinatario.

cercana del tópico tratado. Sin embargo, aunque el título cumple funciones de explicación y énfasis respecto a la foto, también proporciona una significación coincidente o no con el propósito del mensaje.

En cuanto al texto principal, Bustos (2007) plantea: “constituye la explicación temática que generalmente anticipa las instantáneas y a partir de la cual se despliegan las imágenes como narración visual” (p. 2).

Su objetivo no se circunscribe solo a la presentación y contextualización pues paralelamente puede ampliar las connotaciones ya presentes en la fotografía, producir nuevos significados haciéndolos parecer denotados, o contradecir lo visible (Bustos, 2007).

Pese a la relevancia de estas estructuras, es el pie de foto o epígrafe el elemento que guía al lector para optar entre los significados posibles de una acción representada visualmente con un sentido ideológico que ofrece un juicio sobre lo que la imagen no puede presentar de un modo asertivo; da consignas al lector para que este interprete lo que está viendo de una manera o de otra y nombra lo que no se puede mostrar: los lu-

gares, el tiempo, los personajes. (Del Valle, 2018, p. 36).

Heinz Frotscher (1989) completa esta definición al integrar cuestiones referentes a la concepción de lo que también denomina como leyenda. Considera el pie de foto como un texto breve y comprensible que se origina sobre la base del detalle más significativo de la imagen. Su extensión quedará establecida por el contenido fotográfico, la intención periodística y la información previa.

En la indagación, el pie de foto se analiza a partir del juicio de Carlos Lomas (1994), quien asume, además, los criterios de Barthes (1999) alrededor de las funciones del componente lingüístico de una imagen:

Función de anclaje (cuando el texto escrito determina o fija el significado polisémico o las connotaciones de la imagen), función de relevo (cuando la estructura del discurso es narrativa y permite describir momentos distintos al relacionar el texto lingüístico con la presentación de imágenes), función redundante (cuando el texto lingüístico refuerza el contenido de las imágenes que ya es explícita), función retórica (cuando el texto lingüístico y la imagen establecen entre sí analogías, sustituciones o comparaciones), función paradójica (cuando la imagen dice lo contrario del texto lingüístico) y función suplementaria (cuando el texto fija y suma

nuevos significados a lo que la imagen proporciona).

De acuerdo con Lomas (1994), se debe considerar en primera instancia una lectura objetiva de la imagen (localización espacial, personajes, aspectos físicos, etc.), correspondiente al nivel denotativo. Luego, procede penetrar en el terreno de la interpretación o nivel connotativo para finalmente comparar la lectura textual con la lectura de la imagen con miras a traducir el mensaje. No obstante, las connotaciones últimas se desarrollan en el plano de la interacción modal.

En el empeño de descifrar este mensaje, de traspasar la epidermis de la denotación, de atrapar al público con una propuesta sugerente, influye de manera directa la estructuración visual tanto de los componentes escritos como de las fotografías. Ese rol recae sobre el diseño gráfico como su elemento unificador.

El modo visual en la configuración del mensaje

En un contexto cada vez más reactivo a la monotonía textual y donde la superabundancia de información condiciona la elección de trabajos periodísticos auxiliados de recursos gráficos, la visualidad se convierte en un ingrediente significativo para los medios de prensa. La cohesión entre las unidades gráficas y verbales, el correcto posicionamiento en la página y el

respeto a las leyes de composición garantizan la calidad y efectividad del producto comunicativo.

Desde la visión de Kress y van Leeuwen (1996), el modo visual parte precisamente de la interacción coherente de recursos empleados para componer y comprender mensajes situados a niveles muy distintos de utilidad, pero cuya significancia en conjunto reside en la fusión de las partes. Para lograr esa simbiosis armónica, los estudiosos abogan por las consideraciones funcionales del diseño, el montaje y la composición.

El diseño es el uso de los recursos semióticos en todos los modos semióticos y combinaciones de modos semióticos; es un medio para entender los discursos en el contexto de una situación comunicativa dada. Pero los diseños también suman algo nuevo: "permiten y dan lugar a la situación comunicativa que cambia el conocimiento socialmente construido en la (inter-) acción social" (Kress y van Leeuwen, 2010, p. 5).

Los fundadores de la línea de estudios multimodal definen el diseño como "una forma de uso y articulación de los modos semióticos donde hibridan habilidades técnicas, destrezas de la mano y del ojo, habilidades no relacionadas a modos semióticos" (Kress y van Leeuwen 2010, p. 13). Evidentemente, ambos conceden relevancia no solo a la imbricación de los

modos en sí, sino también a otros factores relativos como la creatividad y estética.

Como proceso de integración discursiva en un acto comunicativo, el modo visual presenta dos lados: uno ideativo (social y conceptual) y otro material, y se ubica entre el contenido y la expresión. “Es el lado conceptual de la expresión y el lado expresivo de la concepción” (Kress y van Leeuwen 2010, p. 5).

El profesor Jorge Frascara (1988) considera que mediante el diseño gráfico se programan, proyectan, coordinan, seleccionan y organizan los elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. Como las estrategias persuasivas de un producto web no son únicamente textuales, la conexión intermodal tampoco se basa en una aplicación convencional del diseño. En el ambiente *online* su función básica constituye “la conjunción de los recursos semióticos y los modos sin descuidar cuestiones tales como la navegabilidad, usabilidad y arquitectura de la información” (Pardo, 2008, p. 80).

En consecuencia, el diseño deviene etapa definitoria en la concepción del discurso multimodal al interior de los sitios digitales o redes sociales, pues en la ordenación de la estructura visual también está implícita la significación del contenido fo-

tográfico-textual y la intención de su emisor. La disposición de los modos semióticos respalda o descuida esta estructuración.

Otra característica del fotorreportaje es la secuencialidad. Su forma distintiva de mostrar una sucesión de imágenes da origen a dos modalidades de montaje: el espacial por contigüidad (donde cada fotografía, al situarse de forma contigua a otra, adquiere unas significaciones que no estaban contenidas en ninguna de ellas consideradas de forma aislada) y el espacial por secuencialidad (las fotografías adquieren significados diferentes según el orden o la secuencialidad con las que se han distribuido) (Mejía, 2011). Dichas reglas, están intrínsecamente vinculadas con la composición.

En palabras de Víctor Álvarez (2009), la composición “ayuda a comunicar el significado de la imagen con tanta efectividad como sea posible y de esta forma ayuda a obtener una respuesta emocional del espectador” (p. 11). Por ende, los resultados de las decisiones compositivas marcan el propósito y el significado de la declaración visual y tienen fuertes implicaciones sobre lo que recibe el público.

El teórico Francesc Marcé (1983) entiende por composición la manera de colocar formas, sensaciones e ideas para que la vista no vague por el espacio y las pueda captar en su total plenitud. En cambio,

Cebrián (1991) la concibe más vinculada a la atracción del espectador, de la unidad, coherencia y claridad informativa.

Otros componentes fundamentados por Bertrán (2003), que participan de manera global en el diseño compositivo, son la unidad (pretensión de mantener una visión de conjunto), la proporción (correspondencia que se establece entre los elementos o partes de la imagen vinculados entre sí), el equilibrio (procura la estabilidad, por tanto debe existir un balance entre punto de interés y elementos secundarios) y la variedad (busca romper con la monotonía visual mediante diversidad de elementos, estructuras y formas). La efectividad del modo visual recae sobre la correcta selección y articulación de los componentes del diseño gráfico, la armonía de la forma, la congruencia de signos y símbolos, la coherencia del discurso multimodal. Dicha configuración debe respetar criterios funcionales de legibilidad, proporción y estilo del género periodístico.

Por ende, con las teorías sistematizadas en este artículo se conceptualiza el discurso multimodal del fotorreportaje como la coexistencia de modos semióticos de cuya interacción se concierta una historia de interés noticioso contada mediante imágenes, donde el texto lingüístico y la visualidad constituyen elementos prima-

rios en la conformación de la significación global del acontecimiento.

Ante la actual convergencia multimedial en Internet el análisis del discurso multimodal constituye un método eficaz para perfeccionar los productos comunicativos en la red de redes, específicamente *Facebook* como plataforma más utilizada por los medios de prensa en Cuba.

CONCLUSIONES

El Análisis del Discurso Multimodal constituye un método emergente en los estudios del discurso, sustentado en la Teoría de la Semiótica Multimodal. Parte fundamentalmente de la premisa de que todos los modos intervienen en la creación del significado óptimo de un relato. La multimodalidad se analiza entonces, a partir de la combinación de diferentes recursos que despliegan cada uno de los modos integrantes de un determinado discurso.

Este enfoque supone advertir las variedades de uso de los modos en función de la finalidad comunicativa que persiguen en una inscripción efectiva. Por tanto, la fotografía, la imagen y el texto convergen en un mismo espacio y en igual jerarquía para transmitir un significado, un modo depende necesariamente del otro.

En el escenario de Internet, una red social basa su discurso y estructura organizacional en la combinación de recursos interactivos. Estudiar la correlación modal

de las publicaciones en un entorno donde confluyen e interactúan múltiples medios de expresión (texto, imagen, sonido, video, etc.) acentúa el carácter multimodal del discurso, en este caso de los fotorreportajes en una red social como *Facebook*, si se toma en cuenta que el reportaje fotográfico constituye una herramienta eficaz para el tratamiento de temas que urgen de todos los recursos semióticos para su impacto. Ello supera la mera descripción lingüística y agrega al suceso captado valor emocional y social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, C. (1999). *La opinión fotográfica. Información y opinión: binomio inseparable*. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/a1999bno/18carlos.html>
- Aguilar, J. (2005). *Aplicación del sistema de zonas a la fotografía digital en color* (Tesis doctoral). Universidad de Jaume. España. Recuperado de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/10469/aguilard.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álvarez, V. (2009). *Taller básico de fotografía*. Venezuela: Universidad Nacional Abierta. Recuperado de https://www.academia.edu/35255808/TALLER_B%3%81SICO_DE_FOTOGRAF%3%8DA_UNIVERSIDAD_NACIONAL_ABIERTA_V%3%8DCTOR_%3%81LVAREZ
- Barthes, R. (1989). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Barthes, R. (1999). *El mensaje fotográfico*. Recuperado de https://taller5a.files.wordpress.com/2010/02/el-mensaje-fotografico_barthes.pdf
- Berger, T. y Luckmann, T. (1986) *La construcción social de la realidad*. Madrid, Editorial Amorrortu-Murguía. Recuperado de <https://www.politecnico metro.edu.co/biblioteca/primerainfancia/Construccion-social-de-la-realidad-Berger-Luckman.pdf>
- Bertrán, E. (2003). *Información visual e Inmigración* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, España. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/record/37374>
- Bustos, A. (2007). *Tutorial de fotorreportaje*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/rayabreutoloza/tutorial-de-fotoreportaje>

- Castell, M. (2012). *Hope Social Movements in The Internet Age*, Cambridge, Polity Press, Recuperado a partir de https://www.researchgate.net/publication/273024931_Castells_Manuel_2012_Networks_of_outrage_and_hope_-_social_movements_in_the_Internet_age
- Castellanos, U. (2004). *Manual de fotoperiodismo: retos y soluciones*. Universidad Iberoamericana, México. Recuperado de <http://enlinea.uia.mx/libreriaVirtual/detalles.cfm?clave=COM0057&tipoPublicacion=LIBRO>
- Cebrián, M. (1991). *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid, España: Editorial Ciencia.
- Cope, B. y Kalantzis, M. (2008). *El enfoque multimodal del proceso de alfabetización*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/326664356_EL_ENFOQUE_MULTIMODAL_DEL_PROCESO_DE_ALFABETIZACION
- Del Valle, F. (1994). Consideraciones sobre el análisis documental de la fotografía de prensa. *Revista General de Información y Comunicación*, 4 (2). Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID9494220169A>
- Del Valle, F. (2018). El Análisis Documental de la Fotografía. *Cuadernos De Documentación Multimedia*, 2, 33-43. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/59340>
- Díaz Noci, J. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona, España: Editorial Ariel.
- Eco, U. (1994). *El signo* (2da ed.) Barcelona, España: Editorial Labor.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general* (5ta ed.) Barcelona, España: Editorial Lumen.
- Eco, U. (2007). Perspectivas de una semiótica de las artes visuales. *Criterios*, 13 (5), 12-18.
- Frascara, J. (1988). *Diseño gráfico y comunicación*. Santiago de Cuba: PROGRAF.

- Freund, G. (1976). *La fotografía como documento social*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Frotscher, H. (1989). *La fotografía de prensa*. Ciudad de La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Gutiérrez Espada, L. (1979) *Historia de los medios audiovisuales*. Madrid, España: Editorial Pirámides.
- Hernández, F. (2008). *El valor de la fotografía en el mensaje informativo*. Recuperado de <https://www.yumpu.com/es/document/view/35179913/el-valor-de-la-fotografia-a-en-el-mensaje-informativo>
- Jewitt, C. (2009). *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London, RU: Routledge.
- Joly, M. (1999). *Introducción al análisis de la imagen*. Buenos Aires, Argentina: La Marca.
- Kress, G. (2010). *Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/337517504_KRESS_Gunther_R_2010_Multimodality_A_Social_Semiotic_Approach_to_Contemporary_Communication
- Kress, G., Leite-García, R., y van Leeuwen, T. (1997). *Semiótica discursiva*. En Teun van Dijk (Ed.). *El discurso como estructura y proceso* (pp.373-414). Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London, RU: Routledge.
- Kress, G. y van Leeuwen, T. (2010). *Discurso multimodal. Los modos y los medios de la comunicación contemporánea*. Recuperado de https://www.materialproducciondetextos.com.ar/2012_bib_06_kress_y_van_leeuwe...?
- Lasén, A. (2012) *Autofotos: Subjetividades y Medios Sociales*. Recuperado de https://www.academia.edu/1614759/Autofotos_Subjetividades_y_Medios_Sociales
- Lister, M. (1995). La fotografía en la era de la comunicación. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 13(3).

- Recuperado de <http://citmedia.org/photography-in-the-age-of-information/>
- Lomas, C. (1994). *La comunicación publicitaria. La enseñanza de la lengua y el aprendizaje de la comunicación*. Gijón, España: Ediciones Trea.
- Marcé, F. (1983) *Teoría y análisis de las imágenes*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6136243>
- Martínez de Sousa, J. (1985) *Diccionario de ortografía*. Madrid, Ediciones Generales Anaya.
- Mejías, J.C. (2019) Estadísticas de redes sociales 2019: usuarios de Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, Whatsapp y otros. Recuperado de <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>.
- Mejía, S. (2011). *Teoría de la imagen*. Recuperado de <http://investcomcol.com>
- Menéndez, S. (2012). Multimodalidad y estrategias discursivas: un abordaje metodológico. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 12 (1). Recuperado de <http://www.aledportal.com>.
- O'Halloran, K. (2012). *Análisis del Discurso Multimodal*. Recuperado de <http://www.dialnet.unirioja.es/describa/articulo/3964393.pdf>
- Ojeda L. y López, D. (2016). *El discurso de los fotorreportajes periodísticos desde la perspectiva multimodal* (Tesis de pregrado). Universidad Central Marta Abreu de Las Villas. Villa Clara, Cuba.
- Olave, A. y Urrejola, M. (2013). *Caracterización del texto multimodal*. Recuperado de <http://www.dialnet.unirioja.es/describa/articulo/3569871.pdf>
- Pardo, N. G. (2008). La Web: el lugar de la multimodalidad y la mediatización. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 8(1). Recuperado de <https://raled.comunidadeled.org/index.php/raled/article/download/120/122>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.4 en línea].

- <<https://dle.rae.es>> [Consultado el 17 de agosto de 2019]. [handle/2133/3703/70-283-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dle.rae.es/handle/2133/3703/70-283-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Restrepo, M. (1990). La semiótica de Charles S. Peirce. *Signo y Pensamiento*, 5 (2). Recuperado de www.fastio.com.
- Sánchez Rivera, S. L. (s.f.). *Mediatización, multimodalidad y significado*. de <http://www.tdx.cesca.es/TDX-0213106-194137/pdf>.
- Sánchez M. y Comellas, J. (2005). *De frente al laberinto... y sin el hilo de Ariadna. Las experiencias de cinco medios cubanos online* (Tesis de pregrado). Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
- Saussure, F. (2007). *Tratado de lingüística general*. La Habana, Cuba: Editorial Félix Varela.
- Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía*. Recuperado de <https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/>
- Tausk, P. (1984). *Introducción a la fotografía de prensa*. Santiago de Cuba: Editorial Oriente.
- Van Dijk, T. (1997). *El discurso como estructura y proceso. Introducción multidisciplinaria*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Yus, F. (2014). *El discurso de las identidades en línea. El caso de Facebook*. Recuperado de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwilsqCcza3tAhWLTjABHdxmCPwQFjAAegQIA-xAC&url=https%3A%2F%2Frua.uva.es%2Fdspace%2Fbitstream%2F10045%2F45668%2F1%2F2014_Yus_Discurso%2526Sociedad.pdf&usg=AOvVaw1DHdQaVTX4BkteEhyKWonA

Pedagogía y Sociedad publica sus artículos bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

