



Cultura de la información

Análisis informativo y documental de las galerías fotografías en la prensa digital española: los casos de El País, El Mundo y ABC

María Olivera Zaldua

Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias de la Documentación
España · molivera@ucm.es

Juan Miguel Sánchez Vigil

Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias de la Documentación
España · jmvigil@ucm.es

Juan Carlos Marcos Recio

Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias de la Información
España · jmarcos@ucm.es

Resumen: La prensa digital española incluye en sus informaciones galerías fotográficas cuya selección realizan profesionales vinculados a la documentación gráfica en los departamentos al efecto. El objeto de este trabajo es valorar los contenidos de dichas galerías en los diarios de tirada nacional (*El País*, *El Mundo* y *ABC*) desde los puntos de vista informativo y documental para conocer los criterios selectivos, su relación con las noticias puntuales, generales o específicas, así como los aspectos técnicos en cuanto a la presentación de las imágenes. La metodología es cuantitativa y cualitativa, para lo que se han elaborado cuestionarios y fichas de contenidos. Son objetivos de este trabajo conocer los contenidos específicos de las galerías, cuantificarlas por diarios, conocer el número de fotos por galería, analizar la documentación en su conjunto y establecer una comparación entre las galerías de los tres diarios seleccionados.

Palabras clave: Galería fotográfica; Documentación Fotográfica; Documentación Informativa; *El País*; *El Mundo*; *ABC*.

Abstract: The Spanish digital press includes in its information, photographic galleries that are selected by professionals who work on the graphic documentation in the corresponding departments. The purpose of this study is to evaluate the contents of these galleries in the national newspapers (*El País*, *El Mundo* and *ABC*) from the informative and documentary points of view in order to determine the criteria for selection, their relationship with specific or general news items, as well as the technical aspects regarding the presentation of the images. The methodology is quantitative and qualitative, for which special questionnaires and content files have been created. The goals of this study are to determine the specific contents of the galleries, quantify them according to each newspaper, establish the number of photos per gallery, conduct an overall analysis of the documentation and compare the galleries of the three daily newspapers selected.

Keywords: Photographic gallery; Photographic Documentation; Informative Documentation; *El País*; *El Mundo*; *ABC*.

1. Introducción

Está comúnmente aceptado, por la mayoría de los investigadores, que el siglo XX fue el de la información. En efecto, en la mayoría de los ámbitos, especialmente el científico y el académico, se produjeron los avances más significativos. Primero, autores como Shanon y Weaver, a comienzos de los ochenta, aplicaron y adaptaron la información a través de las matemáticas. Luego, otros campos como la psicología, la lingüística y los propios medios de comunicación consagraron a esta materia como la más importante en el quehacer de los ciudadanos. Todo ello antes de que llegara Internet y las redes sociales. Ya entonces, el análisis, el estudio, el uso y la aplicación de la información en las empresas, las instituciones y los usuarios fue de tal nivel, que sin ella, la toma de decisiones resultaba casi imposible.

La transformación fue mayor precisamente en los medios de comunicación. Periódicos y revistas venían trabajando con un modelo aportado por la imprenta, con lentos cambios, casi imperceptibles para los lectores, pero significativos para las empresas editoras. Hasta finales del siglo XX no se produjo la gran revolución digital en los medios impresos, si bien durante la última década del siglo anterior, la mayoría de ellos experimentaron fórmulas que les permitieron seguir creyendo en que un producto con más de tres siglos, que hasta entonces les había aportado interesantes beneficios, fuera ahora la causa de importantes pérdidas. De esta manera, se vieron obligados a transformarse en medios digitales, dispuestos a ofrecer buena información, cuando ya los lectores podían conseguirla en otros lugares.

En el caso de los medios de comunicación, junto a la información digital se plantea la necesidad de aportar elementos gráficos y multimedia que generen un mayor interés a los lectores. Si bien en los primeros momentos, la única aportación gráfica consistía en repetir alguna fotografía que se había empleado en la versión impresa; pronto se detectó la necesidad de ofrecer un producto gráfico específico para el medio digital. Se expresa mediante imágenes de no muy alta calidad, pero sí de buenos contenidos informativos. Así, en los años 90 del siglo pasado, se aplica el modelo de información gráfica que tan buenos resultados estaba dando en la versión impresa. Pero esa estructura informativa se derrumbó pronto. La fotografía se convirtió en un elemento imprescindible, con vida propia dentro de las informaciones, y pasó a ser no un soporte complementario, sino un aspecto informativo que los lectores valoraban como importante.

¿Por qué se produce esa transformación? ¿Quién, dentro de los medios digitales, decide apostar por la fotografía? ¿Puede una imagen sustituir a una información, cuando hay tantos datos sobre la misma? Algunas de las respuestas no fueron planteadas por los medios, sino que el ciclón digital les obligó a emplear la imagen por su valor informativo. El lector pasó a ser un protagonista de la información. Tenía los medios técnicos para colaborar con el periódico y disponía de cámaras digitales para mandar fotografías. Ese proceso se fue estableciendo en apenas un lustro.

No hay que olvidarse de un aspecto significativo. El lector/usuario de Internet y las redes sociales es más visual que textual. La lectura supone un esfuerzo mayor para las nuevas generaciones que acceden a la información a través de Internet. La imagen, por el contrario, les da una visión más ágil y de mayor calado informativo, que la lectura de párrafos en soporte digital. Frente a esta necesidad, los medios digitales se dan cuenta de que la fotografía no solo es necesaria sino imprescindible. Así, cada vez más, los textos cuentan con imágenes digitales que complementan o sustituyen a la propia información. Se entra entonces en una fase de experimentación. Se busca el mejor hueco para la fotografía. Se ofrecen contenidos gráficos, reportajes que muestran en varias imágenes historias reales de un momento informativo o de una serie de noticias sobre un tema concreto.

Cuando los editores gráficos de los medios se dan cuenta del valor informativo que tienen las fotografías, además de las que se publican sueltas (acompañando a una información), se crean las galerías fotográficas; es decir, lugares con una ubicación preferente dentro del medio, que ofrecen una serie de imágenes dispuestas por secciones, o simplemente una galería rotatoria donde las imágenes se actualizan en función de los temas informativos de cada momento. Una fotografía, lo mismo que un texto, tiene vigencia limitada y de ahí la importancia del editor gráfico, conocedor de la

actualidad informativa, que alimenta estas galerías y que sirven para que los lectores sigan en el medio al menos un tiempo mayor.

Esos cambios significativos, experimentados en algo más de una década, tanto en el trato informativo como en el documental, forman parte del trabajo que se muestra en este artículo. Para ello, se han analizado las galerías fotográficas de algunos de los medios más importantes de la prensa digital en España, para conocer sus contenidos, cuantificar el número de imágenes publicadas, descifrar el valor de la imagen en función de su ubicación y establecer un análisis comparativo de los tres medios analizados para descubrir la relación que tienen la información y su apoyo gráfico, la cantidad de imágenes que se emplean cada día, la calidad gráfica y artística de cada una de ellas y, por último, el tratamiento documental que se está realizando por parte de los fotógrafos y documentalistas del medio.

2. Entornos de comunicación: bajo qué circunstancias se crean las galerías fotográficas

No es baladí que una imagen sea capaz de sumar tantos elementos que al lector le sirvan como información completa. Así, en ocasiones, ya no necesitará leer la información. Los contenidos explícitos de la fotografía le permitirán descubrir hasta dónde se considere que aquella imagen muestra una realidad que el texto no puede descubrir.

Si los nativos digitales entienden mejor la imagen que el texto, si cada vez más los periódicos digitales construyen historias más visuales, si las revistas de entretenimiento ofrecen reportajes donde la imagen cuenta lo mejor de ese reportaje, ¿no estaremos constatando que la fotografía forma ya parte importante del contenido informativo?

Sin entrar en polémica, los datos demuestran que los nuevos usuarios son multifuncionales. Son capaces de hacer varias tareas al mismo tiempo, por eso permanecen más rato conectados. Frente a los medios tradicionales, los formatos digitales les resultan más atractivos. GlobalWebIndex ofrece cada año un estudio de investigación del mercado más grande del mundo (40.000 internautas de 32 países con una edad de entre 16 y 64 años) en el consumo digital, lo que lleva a las marcas y las agencias a tomar decisiones de marketing más inteligentes: <https://www.globalwebindex.net/> En los resultados de 2014, se señala que los usuarios dedican más de seis horas (6,09) al consumo de contenido digital. Y una parte de ese tiempo se plasma en la visión que los lectores hacen de las fotografías en los periódicos digitales.

Otro estudio importante, realizado por una empresa especializada en temas digitales, ComScore con datos de más de 44 países, incluido España con más de 250.000 encuestados, ha prestado especial atención al tiempo de uso de Internet y al de los servicios de vídeo en streaming. Como indicamos los usuarios pasan unas 7 horas navegando en medios sociales (blogs, redes sociales, etc.), 5,3 horas en espacios de servicios, 2,9 horas en entretenimiento y 2 horas en deportes o información.

Frente a esta realidad global, ¿Cuál es el tiempo que dedican los españoles a la lectura de medios? ¿Existen datos sobre qué parte de ese tiempo se relaciona con la fotografía? ¿La lectura digital, más fácil y dinámica que la impresa, interesa más a los lectores? No es fácil buscar respuestas, especialmente a la segunda pregunta, ya que no hay estudios que relacionen el tiempo que los lectores dedican a la fotografía y al texto. Tomemos como referente el Libro Blanco de la Prensa 2014, donde se señala que los españoles dedican una media de 55 minutos a leer periódicos de información general en Internet, frente a los 39,6 del 2012. Lo verdaderamente significativo de estos datos es que los jóvenes se acercan cada vez más a la lectura de la prensa digital, como demuestra el dato de que en 2001, los lectores que tenían entre 14 y 19 años, suponían un 5,8% del total, mientras que en 2012, ese porcentaje sube hasta el 8,3%. En definitiva, los españoles ya pasan más tiempo leyendo la prensa digital, que la prensa en papel.

Por último, un informe de ZenithOptimedia (a nivel mundial), señala que la tendencia irá disminuyendo, de tal forma que para el 2017 el tiempo promedio de un lector de periódicos en medios digitales será 18,2 minutos al día, con una caída de 5,4%. El crecimiento de los dispositivos ha estado a la vanguardia de este cambio de

consumo tradicional en papel a móvil, tableta y el consumo de escritorio, dijo Jonathan Barnard, jefe de predicción en ZenithOptimedia (Swenwy, 2015).

Muchas de las aportaciones que ofrecen los medios digitales no suponen ninguna novedad, frente a lo que ya existía en su versión impresa. Es posible que haya cambiado el nombre, y ni siquiera eso. En el caso de la fotografía, es cierto que ya los periódicos impresos ofrecían una relación de imágenes, incluso páginas en huecograbado con 8 o 10 fotografías. Reunir, mediante reportajes, varias imágenes para ofrecer una información a base de fotografías es algo que la prensa venía haciendo desde que se descubrió que la imagen era el complemento perfecto del texto.

La llegada de lo digital no hizo sino copiar fórmulas que ya existían, con cuatro salvedades: a) se prioriza la información y se crea una fotogalería en la portada para dar más valor a la parte visual del medio; b) las imágenes se pueden colocar dentro de una sección; c) se considera a la propia fotografía como elemento de atracción de lectores, dando un peso mayor a la portada, apoyada en elementos gráficos de primer nivel y d) se ofrecen fotografías de apoyo a la información que se actualizan con mayor frecuencia.

Así pues, lo único que verdaderamente ha cambiado es el nombre y el tiempo de espera de esa imagen, que una vez actualizada pasa a estar disponible para el lector, lo que le permite seguir la historia informativa frente a la versión impresa que desaparecía cuando llegaba una nueva versión. El lector descubre de esta manera una continuidad de la información cuando retrospectivamente puede consultar todas las fotografías que componen el marco de una historia informativa.

Por tanto, una galería fotográfica se puede definir como un conjunto de imágenes, con contenidos informativos de actualidad, colocadas en un lugar preferente del medio digital y dispuestas por temas o secciones del propio medio. Se pueden consultar de manera directa, activando cada una de las imágenes, o bien redireccionando al lector a la sección/información donde se encuentra dicha imagen. Hay autores que consideran que las galerías tienen su propia manera de enfocar la información y otros que consideran a aquéllas como el soporte vital y visual de los lectores que desean completar el texto con soportes gráficos y/o visuales. Así, López del Ramo define las fotogalerías o *slideshows* como una fórmula fotoperiodística exclusivamente digital, y añade que entre sus características más importantes están: Los criterios para integrar fotos en una misma galería son diversos: bien como colección de imágenes de temática heterogénea, sin más nexo de su carácter de actualidad (por ejemplo las llamadas imágenes del día); por su pertenencia a asuntos noticiosos de la misma sección; por aludir a un mismo tema o acontecimiento (galerías temáticas); por tener una fuente de producción común (caso de las galerías de los lectores), etc. . Por su parte, autores como López Aguirre, (2009); Sánchez Vigil Marcos Recio, Olivera Zaldua (2007) señalan que sin estas fotogalerías, los medios digitales perderían una parte importante de sus lectores, ya que como se indicó en la introducción, los lectores son cada vez más visuales que textuales y buscan las fotos como complemento informativo.

Lo mismo que sucedió con la información digital, en la que nada estaba escrito sobre fuego sagrado, en el caso de la fotografía/fotogalerías, los editores gráficos tuvieron que ingeniárselas para dar valor a la imagen dentro de la información. Lo que había servido durante siglos, ya no tenía cabida en los formatos digitales. Hasta la llegada de Internet, la información textual de los periódicos y revistas se acompañaba con una o varias imágenes, dependiendo de la sección donde iba a estar enclavada esa información y ese era su único referente. Llegados al mundo digital, los editores descubren que los lectores activan las fotos y se detienen a contemplarlas durante algunos segundos. Eso permite descubrir al menos cinco ideas significativas: a) el lector busca completar la información a través de la imagen; b) la imagen es igual de importante o más que el texto; c) lo que ofrecen no es solo información, sino elementos que no se recogen en dicha información; d) una sucesión de fotografías abre al lector las puertas hacia una información más completa y e) el lector a través de la fotografía, de una buena fotografía se introduce en el texto. En este último caso, estaríamos planteando una vez más el eterno dilema: Es más importante la fotografía

que el texto, cuando se puede medir el tiempo de permanencia de un lector frente a una imagen y a un texto.

3. Objetivos y metodología

Es objeto de este trabajo analizar las galerías fotográficas de los principales periódicos de cobertura nacional con mayor difusión según el Estudio General de Medios de fecha octubre 2014 a mayo de 2015 (www.aimc.es). Se pretende conocer el modelo de trabajo de las galerías estableciendo comparativas entre los tres diarios en estudio. El método utilizado ha sido una valoración un estudio de las fotogalerías de los tres periódicos indicando su estructura en la web, la cantidad de fotografías que contienen, su visualización, la información y documentación que se indica en las fotografías, el modo de almacenamiento que permiten, el uso de reproducciones, la autoría de las imágenes y su vinculación con las redes sociales. Por último, se realiza una comparativa.

4. Análisis de las galerías

El método cuantitativo es la mejor manera de saber cuál es el contenido, qué tipo de fotografías se publican y sobre todo dónde están ubicadas dentro del propio periódico digital. En los primeros tiempos de los periódicos digitales, los grandes medios norteamericanos apostaron fuerte por la presencia de fotografías en un lugar destacado de la portada. Así, el lector, se encontraba en la parte superior del periódico con una galería que recogía entre cuatro y seis fotografías de los acontecimientos noticiosos del momento. Además, esas fotografías llevaban un enlace que redirigía a los lectores hacia el tratamiento informativo de ese hecho. Sin embargo, con el paso del tiempo y, sobre todo con la llegada del video, ese trato de honor se fue acortando y hoy no todos los medios ofrecen esas imágenes con los principales temas del día en un lugar destacado de su web.

4.1 El País

Las fotogalerías responden a los contenidos de actualidad, aunque se localizan galerías de temas anteriores destacados, también se vinculan a temas especiales como es el caso de la crisis griega, así como a la sección del periódico, pero no a la noticia específica.

-Estructura:

Dispone de apartado en la página principal al final de las noticias, denominado Fotografía. Al acceder a ella destaca una fotografía con un titular y pequeña explicación; Últimas fotogalerías con 10 apartados; Destacados con 30 imágenes en formato pequeño, si pertenece al propio periódico o algún suplemento como El Viajero o El País Semanal, y un titular; Por nuestros fotógrafos con 4 imágenes en miniatura, un titular y un pequeño resumen del mismo; Galerías destacadas con una fotografía tamaño un cuarto con el titular y el resumen del contenido; por último las Fotogalerías más vistas con 6 miniaturas y el título de cada una de ellas.

-Cantidad:

Las fotografías varían en cada fotogalería, siendo 7 imágenes la que menos tiene y 16 la que más. Esta media se mantiene durante el año 2015.

-Visualización:

Se ofrece la posibilidad de visionar las imágenes de manera horizontal, vertical o en miniatura, incluso se puede ajustar la fotografía a la pantalla del ordenador. El modelo es importante para su aplicación a prensa.

-Información:

Los datos que acompañan la imagen son los siguientes: en la parte superior el nombre de la Fotogalería, la fecha, la hora en que se creó y el número de foto en la que se encuentra y el total; en la parte inferior el número de imagen, un pie de foto de una o dos líneas y el autor. Por último se indican descriptores, que varían la cantidad según la fotogalería, bajo el epígrafe de Archivado en: vinculados a secciones del periódico.

-Almacenamiento:

Las imágenes se pueden almacenar en el ordenador con una resolución de 300 dpi (alta calidad).

-Uso/Reproducción:

No se indica ninguna restricción de la imagen ni la posibilidad de adquisición o de compra.

-Autoría:

Las imágenes son de fotógrafos del periódico en plantilla y de las grandes agencias internacionales como AP, Reuters y la española Efe.

-Redes sociales:

Las galerías se pueden recomendar en Facebook, Twittear, enviar a LinkedIn y a Google+, así como cada una de las imágenes que lo componen.

Fotogalería de *El País* (www.elpais.com) del día 7 de julio de 2015

FOTOGRAFÍA



Un toro de jarandilla voltea a un corredor. / ANDER GILLENEA (AFP)

San Fermín, día 1

Los Jandilla abren este año los encierros de sanfermines, una ganadería con fama de peligrosa por imprevisible y que protagoniza esta carrera por décimo sexta vez

DESTACAMOS



EL PAÍS >
Fotogalería | La carrera política de Varoufakis



EL PAÍS >
Fotogalería | El chuginaso abre los Sanfermines



EL PAÍS >
Las imágenes del día 06/07/2015



BLANCOS TRES TONOS MÁS BLANCOS
CON EL NUEVO VANISH GOLD PARA ROPA BLANCA

ÚLTIMAS FOTOGALERIAS

- 1 Las mejores imágenes
- 2 Sanfermin sin toros
- 3 75 años de Ringo Starr, el 'beatle' de sonrisa perenne
- 4 La alta costura se juega en París
- 5 Todos los invitados a 080 Barcelona Fashion Night by Renault Twingo
- 6 San Fermín, día 1
- 7 Frida Kahlo cumple 108 años
- 8 Misa del papa Francisco en Guayaquil
- 9 Las imágenes del día 06/07/2015
- 10 La alta costura toma París

POR NUESTROS FOTÓGRAFOS

EL TIEMPO >

SIGUENOS EN

Twitter Facebook Google+

EL PAÍS+

VENTAS PARA SUSCRIPCIÓN

SUSCRÍBETE A EL PAÍS

- INTERNACIONAL
- OPINIÓN
- ESPAÑA
 - ANDALUCÍA
 - CATALUÑA
 - C. VALENCIANA
 - GALICIA
 - MADRID
 - PAÍS VASCO
 - MÁS COMUNIDADES
- ECONOMÍA
- CIENCIA
- TECNOLOGÍA
- CULTURA
- ESTILO
- DEPORTES
- TELEVISIÓN
- IN ENGLISH

4.2 El Mundo

Las fotogalerías responden a contenidos actuales con mayor dedicación a la cultura. No se indica ninguna fecha de referencia por lo que hay que acceder a ellas para conocer la periodicidad, así como a la sección que se vinculan, pero no a la noticia específica.

-Estructura:

Dispone de una sección denominada Álbumes más vistos situada en la parte derecha de la página principal junto a los Blogs más leídos y Más leídas LOC, en la que destacan cinco álbumes. Al acceder indica: Mira a continuación los álbumes favoritos

de nuestros lectores en las últimas horas. Las mejores fotos de *El Mundo*, en una única página. Navega también el resto de nuestros top a través del menú de la derecha de la página. Se añaden los titulares de los 100 álbumes que lo conforman.

-Cantidad:

En cada álbum varía el número de fotografías, desde 7 hasta 50, por lo que es complicado dar el número medio de referencia.

-Información:

Cada álbum está formado por el titular, un pequeño resumen del contenido, la actualización (día y hora), con el número de imágenes que lo componen en la parte superior de la fotografía; en la parte inferior: fotógrafo/agencia y un pie de foto.

-Visualización:

No se ofrece la posibilidad de ampliar ni reducir la imagen, así como de cambiar de posición (horizontal o vertical). El resto de imágenes de cada álbum se pueden visualizar en miniatura en la parte inferior de la pantalla.

-Almacenamiento:

No se pueden guardar las imágenes.

-Uso/Reproducción:

No se indica ninguna restricción de uso ni la posibilidad de adquisición o de compra.

-Autoría:

Las fotografías son de agencias internacionales como Cordon o Gtres y en la mayoría de las ocasiones no se indica el autor de las mismas o simplemente se señala solo Agencias.

-Redes Sociales:

Son las imágenes las que se pueden compartir en las principales redes sociales, Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Meneame y Tumblr pero no las fotogalerías completas.

Fotogalería de *El Mundo* (www.elmundo.es) del día 7 de julio de 2015

The screenshot shows the website interface for 'Álbumes de fotos más vistos'. At the top, there is a navigation bar with 'EL MUNDO' logo, 'Edición España', 'Versión Clásica', and social media icons. Below the navigation bar, there is a list of 11 photo album titles:

- 1 El lunes de los famosos en imágenes
- 2 Las bodas del fin de semana: Billy Joel, Helen y Rudy, Ashton y Mila...
- 3 Los famosos que prefieren una caravana a un hotel
- 4 Escotes y glamour en la noche parisina
- 5 El primer encierro de San Fermin en imágenes
- 6 Así es Emilia Clarke, la actriz que levanta pasiones
- 7 El martes de los famosos en imágenes
- 8 La reina Letizia, blanca y radiante en 15 'looks'
- 9 Guifos a Lady Di en el bautizo de la princesa Charlotte
- 10 Los horrores VIP de la semana
- 11 La dimisión de Varoufakis, en imágenes

On the right side, there is a sidebar with 'Últimas noticias' and 'Álbumes de fotos más vistos' sections. At the bottom right, there is a Ford advertisement with the text 'Renovamos las exposiciones' and 'Go Further'.

4.3 ABC

Las fotogalerías responden a los contenidos de actualidad, aunque se localizan galerías de temas anteriores destacados indicando siempre la fecha; se vinculan a las secciones principales de periódicos.

-Estructura:

La galería fotográfica se localiza en la parte inferior de la página web denominado Últimas galerías con una fotografía destacada en tamaño grande y tres miniaturas. Al acceder a algunas de estas imágenes se amplía la imagen accediendo a la galería de ese tema específico.

-Cantidad:

Las fotografías varían en cada fotogalería, siendo 11 la que menos y 23 la que más.

-Visualización:

Las imágenes se ajustan a la pantalla completa del ordenador y ofrece la posibilidad de visionarlas en carrusel.

-Información:

La información que acompaña a la imagen está en la parte inferior izquierda con un titular de la galería, la fecha, la hora en que se creó, una descripción del contenido de la imagen, un pie de foto informativo y el autor; también destaca un enlace que vincula cada fotogalería a la sección del periódico a la que pertenece. En la parte superior derecha de la imagen se indica el número total de imágenes que forman esta galería, así como los botones para visualizar el carrusel mencionado anteriormente y el de salir a la página principal.

-Almacenamiento:

Las imágenes no se pueden almacenar en el ordenador.

-Uso/Reproducción:

No se indica ninguna restricción ni la posibilidad de adquisición o de compra.

-Autoría:

Todas las imágenes tienen la autoría de los fotógrafos del periódico o de las agencias internacionales.

-Redes sociales:

Las galerías no se pueden compartir, pero las imágenes se pueden vincular a las principales redes como Facebook, Twitter, LinkedIn y Tuenti.

ABC dispone de una herramienta específica denominada Abcfoto, localizada junto a las principales secciones del periódico. Al acceder se indican los siguientes apartados: Hoy recordamos, la galería destacada donde se indica la cantidad de fotos que la componen; Reverso y Anverso con fotografías del archivo; y Otras galerías del día con 9 miniaturas, un titular, un pie de foto, la fecha y la hora de actualización. Cada álbum está formado por un titular y un pequeño resumen del contenido. No se indica el nombre del fotógrafo de las imágenes.

Las fotografías se pueden vincular a las principales redes sociales (Facebook, Twitter, Tuenti y LinkedIn) e incluso se puede adquirir la imagen con el botón de compra. Se visualiza una fotografía por álbum con cursores en los laterales para poder acceder a otra. En cada álbum varía el número de fotografías, desde 9 hasta 20.

No se pueden guardar las imágenes. Si se opta por la compra se accede a una página donde se indica la descripción, mencionada anteriormente: fecha, referencia, palabras clave, autor, tipo (si es fotografía en Blanco y Negro), ancho y alto de la foto, la

orientación y la valoración. En esa misma página se localiza el botón de Calcular precio , Añadir a mis fotos , compartir la imagen en las redes sociales, imprimirla y las licencias de uso de la foto.

Localización de la fotogalería de Abc (www.abc.es) del día 7 de julio de 2015

Últimos videos
Wimbledon - El 'ciclón' Muguruza ya está en semifinales

Últimas fotogalerías
La visita del Papa Francisco a Ecuador en imágenes

Hemeroteca
La portada de...
1999 1926 1922
Martes, 7 de Julio de 2015

NUEVO EN ABC... Móviles Viajar Videojuegos Natural Motor Juegos web

Motor
Las quejas de los usuarios afectan a las marcas
Un Maserati destruido por un bote de pintura en el lugar equivocado, un deportivo italiano de primer nivel, un perro que se cruza en su trayectoria... Con semejantes ingredientes, el desastre estaba servido
Todos los detalles sobre el nuevo Alhambra
Seat pone al día su monovolumen grande con ligeros matices estéticos, nuevos equipamientos y asistentes de ayuda a la conducción, y una oferta mecánica actualizada al estándar EU6. Ya a la venta desde 26.000 euros

Fotogalería de Abcfoto (www.abc.es) del día 7 de julio de 2015

Buscar Buscar

ABCfoto Hofmann

Portada El revelado Anverso/Reverso Galerías

GANAS DE VERANO GANAS DE VACACIONES
Reserva tu verano con estas ventajas:
HASTA 30% OFF MELIÁ REWARDS NIÑO GRATIS DOBLE DE PUNTOS
RESERVA

Todas las galerías

Las fiestas de San Fermín
Los encierros en Pamplona, en ABCfoto
06.07/2015 22:00h.

Colonias infantiles del verano
Así pasaban las vacaciones los niños a principios del siglo XX
05.07/2015 22:00h.

ABCfoto. Fotografías de la semana.
Selección de las mejores imágenes de nuestras galerías
04.07/2015 22:00h.

El Banco de España
Fotografías antiguas en ABCfoto

Adolfo Suárez jura su cargo

Los Beatles en Madrid

Trae tu seguro de coche a la Mutua y te regalamos el de hogar y el de moto.
3x1
Promoción válida a partir de 200€/año.
MUTUAMACILDA Contrátalo ya

Oferplan ABC
76%

5. Comparativa

La comparativa entre los tres periódicos ofrece los resultados que se indican. Se han valorado seis aspectos: obteniendo los siguientes resultados: Vinculación a secciones, Actualidad de las imágenes, Descriptores, Autoría de las fotografías, Redes sociales y Almacenamiento.

El diario *El País* cumple con todos los requisitos que se valoran; en las fotografías de *El Mundo* se observa la falta de autoría y los descriptores, tema de interés para los investigadores e informadores. En el caso de ABC no se indican los descriptores de las imágenes, como el caso anterior y no se pueden almacenar las imágenes.

En el estudio se detecta que ni siquiera en el nombre se han puesto de acuerdo los principales periódicos españoles. Sin embargo, al menos en los perfiles que se proponen en esta investigación, hay que reseñar que los diferentes medios estudiados sí ofrecen comparativamente resultados muy parecidos, sobresaliendo *El País* que cumple los seis objetivos propuestos (Tabla 1).

Tabla 1. Comparativa de los diarios

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>Abc</i>
Vinculación secciones	✓	✓	✓
Actualidad de las imágenes	✓	✓	✓
Descriptores	✓	-	-
Autoría	✓	-	✓
Redes Sociales	✓	✓	✓
Almacenamiento	✓	✓	-

Fuente: elaboración propia

6. Conclusiones

Lo mismo que sucedió con la información impresa en su rumbo a lo digital, en el caso de las fotografías tuvieron que establecerse una serie de indicaciones, normalmente de acuerdo con el editor jefe de fotografía del medio, para establecer las prioridades informativas y visuales del periódico. Lo que se descubrió fue entonces que sin el apoyo de la fotografía, los periódicos digitales perdían un valor informativo claro en su estrategia de comunicación.

En casi dos décadas de aplicación hacia lo digital, la fotografía está aún buscando el lugar que debe ocupar en los formatos digitales de los medios. Los tres grandes medios analizados tienen resuelto el interrogante, aunque no siempre permitan su descarga y/o su análisis. Se concluye que la función de las galerías como elemento informativo es clave en los diarios cualitativos, si bien podían mejorarse la visibilidad y la vinculación al texto.

Todos disponen de un número no muy elevado de imágenes de actualidad que ofrecen a los lectores, con una media de entre 10 y 30 fotografías. Incluso algunos periódicos permiten su descarga o su vinculación con alguna red social. La temática es diferente en cada medio, pues alguno apuesta por la parte más cultural y otros por la más informativa.

Todos coinciden en un aspecto clave: las fotografías son de actualidad. Si se analizan periódicos digitales, el predominio de la actualidad informativa pesa sobre el resto. Así, todas las galerías estudiadas contemplan entre sus fotos, al menos un elevado porcentaje de actualidad. Parte de su cultura visual, precisamente, tiene que ver con esta manera de presentar las fotos. Los lectores aprenden a identificar una información que conocen por la televisión y otros medios digitales en cuanto entran al periódico y ven en la galería la imagen del día con el tema más importante de actualidad.

Hay una cuestión significativa en tiempos de las redes sociales. Nos referimos a la posibilidad de descargar la imagen o de reproducirla en otras redes, lo que da más valor a la información y al propio medio. Así, *El País* y *El Mundo* sí permiten recomendar las fotos en redes sociales, pero *ABC*, solo deja vincular, no compartir a redes como Facebook, LinkedIn y Tuenti. Es una manera de atraer lectores que se encuentran navegando en otros lugares cuando se sienten interesados en una imagen que circula por las redes sociales.

Por último, no hay imagen muda. Hay que presentar al menos unos datos, aunque sean mínimos, en su pie de foto. En este caso, las tres galerías publican sus fotos con un pie de una línea lo que permite al lector situar el entorno donde se hizo la foto y conocer algún dato más. Aunque los lectores actuales pertenezcan a una cultura audiovisual, el apoyo textual con un pie de foto sigue siendo necesario en cualquier imagen.

Referencias

Caminos, J.M., Marín Murillo, F., Armentia Vizueté, J.I. (2006). El uso de la fotografía en los diarios digitales españoles. *Comunicación y sociedad*, XIX (2), 9-38.

López Aguirre, José-Luis (2009). Estudio de servicios y productos ciberdocumentales en la prensa digital mexicana. *Documentación en Ciencias de la Información*, v. 32, pp. 93-132.

López del Ramo, Joaquín (2010). El tratamiento fotoperiodístico en las portadas de los diarios digitales. Propuesta y aplicación de un modelo de análisis. *Doxa Comunicación*, 11, pp. 77-99.

López del Ramo, Joaquín (2010). Configuración y contextualización de las galerías fotográficas en los diarios online. Propuesta de analítica aplicada. *El profesional de la Información*, 19 (5), 469-475.

López del Ramo, Joaquín (2014). Nuevas fórmulas del fotoperiodismo en medios digitales, en Olivera Zaldua, María; Salvador Benítez, Antonia (Ed.). *Del Artefacto Mágico al Píxel Estudios de Fotografía. I Congreso internacional de documentación fotográfica (175 aniversario de la fotografía)*, pp.415-434.

Olivera Zaldua, M. (2013). AbcFoto Análisis del proyecto fotográfico documental del diario Abc. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 24, 77-85.

Sánchez Vigil, J.M., Marcos Recio, J.C.; Villegas Tovar, R. (2007). Los recursos fotográficos en los periódicos digitales. Valores de la fotografía digital. En García Marco, F.C. (Ed.) *Ibersid* (pp.211-218). Zaragoza: Universidad.

Sánchez Vigil, J.M., Marcos Recio, J.C; Olivera Zaldua, M. (2011). La fotografía en los diarios digitales: aplicaciones, usos y diseños. En Ríos Ortega, J. (Coord) *Memoria, 7º Seminario Hispano-Mexicano de investigación en Bibliotecología y Documentación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Sánchez Vigil, J.M., Marcos Recio, J.C; Olivera Zaldua, M. (2012). La fotografía en los diarios impresos gratuitos españoles: aplicación y uso en 20 Minutos, Qué y Adn. *INVESTIGACIÓN BIBLIOTECOLÓGICA*, Vol. 26, Núm. 58, septiembre/diciembre, pp. 101-120

Shannon, C.E.; Weaver, W. (1981). *Teoría matemática de la comunicación*. Ediciones Forja. Madrid

Sweney, Mark (2015). Time spent reading newspapers worldwide falls over 25% in four years. *The Guardian*, 01/06/2015. http://www.theguardian.com/media/2015/jun/01/global-newspaper-readership-zenithoptimedia-media-consumption?CMP=share_btn_tw

Yuste Robles, B., Sandoval Martín, M.T., Franco Álvarez, G. (2006). *Uso de la fotografía y la infografía en los periódicos digitales*. Trabajo presentado en el III Congreso on-line observatorio para la cibersociedad de 2006.