

***Cuando una imagen no vale más que mil palabras: el paradigma de las 'fotos resucitadas' por Juan José Millás en El País Semanal (año 2010)***

**Palabras clave:** imagen, palabra, literatura, periodismo, Millás

**ROMERO BERNAL, Álvaro**

**GRUPO DE INVESTIGACIÓN: HUM052: Influencias de los Géneros y las Tecnologías Periodísticas en la Comunicación Social**

Facultad de Comunicación. Departamento de Periodismo II.

Universidad de SEVILLA

[aromerobernal@hotmail.com](mailto:aromerobernal@hotmail.com)

## **RESUMEN**

En una sociedad crecientemente icónica y en la que el valor de la imagen hasta un extremo de saturación incommunicativa parece no tener límites, conviene recuperar la tradición del *logos* en su auténtica reminiscencia aristotélica para razonar hasta qué punto una imagen no puede valer nunca más que mil palabras, porque la palabra misma es susceptible de encerrar los otros modos de persuasión (el *ethos* y el *pathos*) con una eficiencia comunicativa admirable, no sólo desde el punto de vista literario, sino también pragmático. Para ello invocamos el paradigma que supone la sección 'La imagen' del escritor y periodista Juan José Millás, publicada los domingos en el suplemento *El País Semanal*, donde la imagen tendría poca relevancia si no fuera acompañada por el comentario de Millás, que es quien la vivifica realmente. La tradición periodística del pie de foto se supera a sí misma para abundar en un neogénero amplia e interesantemente desarrollado en los últimos años (según se verá en pertinentes ejemplos), y en el que los recursos de la fotografía, la literatura y el periodismo se ponen al servicio de la complicidad con un lector inteligente y partícipe del proceso comunicativo. Sin descuidar la bibliografía existente en torno a los conceptos filosóficos relacionados con la palabra, a la teoría de los géneros periodísticos y a la retórica literaria, pretendemos analizar una muestra de estos trabajos de Millás correspondiente al año 2010, con oportunas clasificaciones temáticas y estilísticas, para concluir no sólo que el innovador Millás ha creado todo un subgénero surgido de su 'articuento' y aplicado al comentario de instantáneas, sino que incluso en la era de la postmodernidad icónica también existe una fructífera relación de oferta y demanda para los enriquecidos productos del fértil periodismo literario.

## **ABSTRACT**

In a society where both, icons and the image, are getting more and more importance, it is necessary to get back the *logos* tradition in its Aristotelian sense in order to argue till what such an extent an image can never mean more than a thousand of words, since the word itself is capable of including the other two persuasion methods (the *ethos* and *pathos*) with an admirable communicative efficiency, not only from the literary but also from the pragmatic point of view. So, we are going to take as an example the writer and journalist Juan José Millás' section called "La Imagen", published on Sundays supplement

"El País Semanal", where the picture (photo) would not be outstanding if it were not by Millás' comment, who is the person that really gives life to. The journalistic tradition of foot of the photo excels itself in order to create a very well-developed neogenre in the last years. The photography, literature and journalism resources are very essential for the intelligent and participant reader of the communicative process. Attending to the bibliography that exists about the philosophical concepts related to the word, the theory of the journalistic genres and the literary rhetoric, we want to analyse an example taken from Millás' works of the year 2010, with thematic and stylistic classifications, in order to conclude that the innovator, Millás, has created a subgenre emerged from his *artículo* and that even in this period of time, very linked to the image, it also exists a productive relationship of supply and demand for those products of the literary journalism.

## 1. Introducción

En el análisis de las siempre fructíferas relaciones entre Literatura y Periodismo suele surgir la sospecha de si no estaremos hablando del mismo quehacer si partimos del criterio simplificador de que ambas disciplinas se construyen sobre determinada voluntad de estilo y sobre la premisa de que a través de la palabra puede entenderse mejor la realidad. La diferencia fundamental *sólo* radica en el carácter verificable que ha de exigírsele al Periodismo frente a la libertad creadora de la Literatura, cuyos textos suelen remitir sólo a sí mismos, dentro de un mundo propio que es lo que llamamos ficción. Sin embargo, Literatura y Periodismo, en lo que a la utilización del lenguaje –de la palabra– se refiere, pueden compartir recursos, y es en ese compañerismo lingüístico donde vemos el denominador común de dos universos que pretenden simultáneamente el ejercicio de pensar mediante la palabra. Si los límites del pensamiento son los límites del lenguaje, como señaló el filósofo y lingüista austríaco Wittgenstein<sup>1</sup>,

---

<sup>1</sup> WITTGENSTEIN, Ludwin: *Tractatus logico-philosophicus*, Cosimo, New York, 2009 (con introducción de Bertrand Russell). Esta obra, publicada por primera vez en 1922, constituye el primer libro escrito por el austríaco Wittgenstein y el único que él vio publicado en vida. La primera publicación fue en la revista alemana *Annalen der Naturphilosophie* (XIV, 3-4, págs. 185-262), bajo el título *Logisch-Philosophische Abhandlung*. La tesis fundamental del *Tractatus* es esta estrecha vinculación estructural (o formal) entre lenguaje y mundo, hasta tal punto que: «los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo» (*Tractatus*: § 5.6). En efecto, aquello que comparten el mundo, el lenguaje y el pensamiento es la forma lógica (*logische Form*), gracias a la cual podemos hacer figuras del mundo para describirlo.

en tanto en cuanto ese lenguaje haya mejorado cualitativamente contribuirá a un pensamiento de mayor calidad, podríamos precisar. Es decir, que la calidad del lenguaje es directamente proporcional a la calidad del pensamiento, por lo que los factores cualitativos de la racionalización de nuestra cosmovisión dependerán directamente de la cualificación lingüística que se emplee para aprehenderlo. En este sentido, si no sólo los discursos literarios, sino también los periodísticos, dependen de la optimización de un código lingüístico interesante para construir los respectivos relatos de sus mundos posibles, convendremos en que el éxito de ambas disciplinas es deudor de la palabra, del logos en tanto palabra meditada, es decir, reflexionada y razonada. Al fin y al cabo, los significados que ha alcanzado el helenismo en nuestra civilización, que lo entiende como principio racional del universo, apuntan a argumentación, discurso, inteligencia, pensamiento, ciencia o, en definitiva, sentido, que es el colmo del pragmatismo.

El periodista y pensador Álex Grijelmo ha asegurado que “el lenguaje es el instrumento de la inteligencia”, y a propósito de tal afirmación ha llegado a señalar:

*“Nadie podría interpretar bien el Concierto de Aranjuez con una guitarra desafinada, nadie podría jugar con auténtica destreza al billar si manejase un taco defectuoso. Quien domine el lenguaje podrá acercarse mejor a sus semejantes, tendrá la oportunidad de enredarles en su mensaje, creará una realidad más apasionante incluso que la realidad misma. Pero son muy pocos ahora los periodistas que se lo proponen”<sup>2</sup>.*

La cita de Grijelmo coloca al lenguaje como configurador nato de las relaciones humanas y de la creación de una realidad “más apasionante incluso que la realidad misma”, y sin necesidad de referirse a las realidades literarias o ficticias, sino en un sentido muy general, a la realidad que todos entendemos como tal, lo que viene a abundar en la idea de que el uso retórico (poético) del lenguaje no es patrimonio exclusivo, ni mucho menos, de la Literatura.

---

<sup>2</sup> GRIJELMO, Álex: *El estilo del periodista*, Taurus (duodécima edición), Madrid, 2004, pág. 21.

Entre los “pocos periodistas que se lo proponen” –dominar el lenguaje hasta el punto de enredar a sus semejantes de modo más eficiente–, sin duda, se encuentra Juan José Millás, novelista valenciano (madrileño de adopción) que no sólo ha alcanzado celebridad en este oficio hasta conseguir un puñado de premios importantes en el panorama de las letras hispanas<sup>3</sup>, sino por su labor periodística en distintos medios de comunicación españoles, entre ellos el diario *El País*, cuya columna de contraportada de los viernes es, desde comienzos de la década de los 90, toda una institución.

En este trabajo, sin embargo, por su pretensión de relacionar fotografía y palabra, hemos focalizado otra sección periodística suya, llamada “La imagen” y que suele aparecer los domingos en el suplemento dominical de *El País*. La sección consiste en el comentario de una fotografía que suele ser de actualidad, aparecida, días antes de *rescatarla* Millás, en los medios de comunicación.

Las fotos no tendrían, en la mayoría de los casos, más repercusión que otras si no fuera por el comentario analítico de Millás, que las desmenuza no sólo a través de una descripción psicológica de las figuras (humanas o no) que aparecen, sino proyectándolas mucho más allá a lomos de su imaginación<sup>4</sup>. Al hilo de ello, surge precisamente el título de nuestra ponencia para romper la frase hecha –creída generalmente– de que una imagen valga más que mil

---

<sup>3</sup> Juan José Millás (Valencia, 1946) ha publicado decenas de novelas en su prolífica carrera, aunque no deja de ser significativo que entre sus galardones se cuenten ya por igual los premios literarios y los periodísticos. Entre otros, destacan el Premio Nadal por su novela *La soledad era esto*, en 1990; el Premio de la Crítica de la Asociación de escritores y críticos de Valencia (1999, por *El orden alfabético*); el premio Mariano de Cavia de Periodismo (1999); el Premio Primavera de Novela (en 2002, por su novela *Dos mujeres en Praga*); el Premio Nacional de Periodismo *Miguel Delibes* en 2002; el Premio de Periodismo Francisco Cerecedo, en 2005; el Premio Planeta (en 2007, por su novela *El Mundo*); el Premio Nacional de Narrativa (en 2008, también por *El Mundo*); o el Premio Don Quijote de Periodismo en 2009 (por un artículo titulado, significativamente, “Un adverbio se le ocurre a cualquiera”).

<sup>4</sup> Muchas columnas periodísticas de Millás han merecido el nombre categórico de “articuentos”, escritos a medio camino entre el cuento y el artículo de prensa, que tratan de temas de sociedad, de situaciones, de reflexiones o de problemas provocados por los comportamientos humanos. Toda la obra narrativa de Millás, con sus artículos a la cabeza, es un ejemplo perfecto de literatura crítica. El nombre de articuentos pretende subrayar su peculiaridad principal: se trata de artículos de opinión porque aparecen como tales en la prensa, no en balde se ocupan de lo que ocurre en España y en el mundo. Pero, por sus características, están más cerca de los textos de ficción, de la fábula o del microrrelato fantástico. Su objetivo es siempre mostrar el revés de la trama, lo verdadero y lo falso. El pensamiento, presentado a través del humor, la paradoja o la ironía, acaba por engullir la noticia, de modo que en su destilación final sólo queda una lúcida visión crítica de la realidad. A través de estos articuentos, Millás se empeña en representar la realidad con la máxima eficacia posible, desvelando sus ocultos mecanismos y proporcionándoles un sentido del que carecían.

palabras; esta sección de Millás la contradice cada semana. Y es todo un paradigma de que la palabra, en tanto que escritura alfabética, alcanza grados de abstracción que una instantánea no podría conseguir nunca por sí misma sino en el reflejo mental que pueda suscitar en quien la mira, y este sujeto observador sólo podrá llegar a entenderla (y a extender su significación) mediante una comprensión e interpretación lingüística de la misma.

Si a ese proceso de observación y entendimiento individual se le añade el auxilio de la palabra interpretadora de quien comenta la imagen (en este caso, de Millás), se produce la significación completa que esgrime al fin y al cabo esta sección del dominical de *El País*, que no radica en la imagen en sí, sino en la interpretación que de la misma hace un escritor (o periodista) mediante su palabra.

## **2. Del icono al logos, y viceversa**

La historia de la racionalización aparece estrechamente vinculada a la de la escritura en el intento humano de almacenar información más allá de lo que su flaca memoria le permitía. Las primeras representaciones que el hombre lleva a cabo de su realidad circundante son, evidentemente, signos de voluntad comunicativa que no van más allá del icono como torpe señal que les sirviera a los primeros emisores, en primera instancia, a sí mismos, pero también a otros receptores con los que tenían la obligación, a veces de pura supervivencia, de establecer primitivos diálogos. En esa evolución de la comunicación escrita – que comienza hace casi 6.000 años– se habla hoy de diversos sistemas de escritura que van desde la escritura ideográfica hasta la alfabética, pasando por la fonética o la cuneiforme, a lo largo y ancho de un mundo poblado a través de los siglos, desde la noche de los tiempos, por diversas culturas que inventaron protoescrituras para hacer frente a la gestión del conocimiento. El ser humano llega a la escritura tras varias etapas en la búsqueda de un lenguaje superior al de los animales: el descubrimiento de la representación mediante imágenes, la necesidad de reforzar la memoria almacenando información, el percatarse de que se podían usar tales imágenes para

satisfacer esta necesidad y el difícil proceso de ensayo y error para adaptar las imágenes a la representación de los sonidos del lenguaje.

La escritura, incluso la anterior a la alfabética, requiere la capacidad de realizar saltos mentales. Todos los idiomas poseen palabras onomatopéyicas, pero las realidades que pueden identificarse mediante el sonido es muy reducido, por lo que el léxico de todas las lenguas del mundo están compuestos básicamente por sonidos arbitrarios en relación con su significado. Es decir, que la relación entre significante y significado es arbitraria y convencional. Pero gracias a ello la palabra no sólo designa realidades palpables, sino también imaginarias, deseables, posibles, supuestas, abstractas. Este paso convierte a la escritura, y por ende a la palabra frente al icono (el dibujo) en la herramienta básica de la civilización.

Este logos elaborado –en cada lengua concreta– al que nos referimos tiene su semilla creadora precisamene en el símbolo y, más específicamente, en el signo lingüístico que se contrapone, en su radical, eficiente y exclusiva voluntad comunicativa, no sólo al indicio sino también al icono, cuyos significantes han adquirido con el paso del tiempo tantos significados compatibles. Hoy se habla de “icono” no sólo como signo en la Teoría de la Comunicación, sino con otros significados habituales de la modernidad que llegan hasta las estrellas más mediáticas de cualquier ámbito del espectáculo. Justamente en esta parcela del espectáculo (podríamos decir incluso, ‘*espectáculo informativo*’, en palabras de González Requena<sup>5</sup>), es donde renace el icono como signo comunicativo con toda la fuerza de la imagen. La sociedad postindustrial aparece dominada por la imagen, por la intensidad de sus connotaciones en un tejido social donde necesita comunicar mucho y a mucha velocidad, y por eso estos iconos (estas imágenes) acaban siendo vehículos comunicativos mucho más rápidos y eficientes a los intereses de los emisores que la palabra misma, cuya descodificación se antoja más compleja y en cuyo proceso (interpretación) se tiente más al *peligro* de que también los receptores pongan de su parte.

---

<sup>5</sup> GONZÁLEZ REQUENA, Jesús: *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*, Ed. Akal, Madrid, 1989



En definitiva, si la comunicación, y especialmente la comunicación social, a lo largo de la historia comienza teniendo su baza en el icono y avanza más tarde hacia el logos, hace al menos un siglo que somos testigos de cierta inversión, ya que la abundancia de emisores con intereses concretos de lanzar mensajes nos empuja a la utilización masiva de iconos (imágenes) que penetren más agudamente por la retina de sus miles o millones de receptores, sin necesidad de que éstos se vean obligados a difíciles procesos de decodificación, como supone el del logos, el de la palabra convenientemente desarrollada.

### **3. Las imágenes y las palabras en una sociedad hipercomunicada**

En lo que a comunicaciones se refiere, la sociedad de hoy sufre una saturación tal que, en muchos casos, puede hablarse de incomunicación merced precisamente a la cantidad de mensajes que pululan por infinitos canales que se cruzan y cuyas órbitas se enredan a la vista de un ciudadano hiperinformado y, por ende, mal informado. Tras décadas de producción, manejo, almacenamiento y transmisión de información diversa, la sociedad ha alcanzado un nivel de saturación que se conoce en ámbitos científicos como *Information Glut*<sup>6</sup>, que en nuestro idioma significa ‘exceso de información’, provocado en buena medida por la saturación de datos y herramientas comunicativas que las nuevas tecnologías ponen a nuestra disposición. En esa avalancha de mensajes, tienen un peso especialmente significativo los mensajes icónicos, pues una imagen es captada de inmediato por cualquier lector, mientras que las palabras han de ser decodificadas, contextualizadas y entendidas en el microdiscurso que supone cada texto específico.

En este sentido, la hipercomunicación que deviene en desinformación – pues no apunta al conocimiento, sino a la saturación de datos aislados sin sentido– debe mucho más a las imágenes que a las palabras, pues aquellas saturan más directamente que éstas al no tener que contar con la colaboración expresa del lector. Podríamos decir que las imágenes saturan ya con su sola

---

<sup>6</sup> SHENK, David: *Data Smog: Surviving the Information Glut*, Ed. Harpercollins, Londres, 1998.

visión, mientras que las palabras han de llegar al cerebro para hacerlo, y no siempre llegan.

Con el advenimiento de Internet, calibrar el nivel de saturación que provocan las imágenes en tal universo multimedia parece imposible, de tan exagerado. Los amantes de cualquier disciplina, arte o discurso se lamentan habitualmente de que la *magia* que producía, antes de la existencia de la red de redes, el anuncio de algún acontecimiento se ha perdido hoy por culpa de la cantidad de información generada previamente sobre el asunto en la red, diversificada a continuación en toda suerte de utensilios tecnológicos de última generación. Se comunica más, en efecto, pero surge la duda de si se comunica mejor. Y nace así la incertidumbre de si la saturación de imágenes a costa de la eliminación de palabras no nos estará devolviendo a la fase icónica (previa al logos) de la comunicación. El peligro ahora (más que nunca) es que emisor y receptor no están ya en el mismo nivel de necesidades comunicativas básicas, sino que existen determinados emisores con conocimientos organizados que lanzan sus mensajes icónicos, a veces deliberadamente desorganizados, a millones de receptores ahitos de otros tantos mensajes, en una confusión informativa, a veces, nada casual y sí causal de unos determinados estados individuales y sociales.

#### **4. La fotografía en el Periodismo del siglo XX**

El *Daily Graphic* de Nueva York fue el primer periódico que incluyó en sus páginas una fotografía (la imagen de unos suburbios). Lo hizo en 1880, y desde entonces el Periodismo mundial ha integrado la imagen como medio objetivo y representativo de un hecho. El papel de la imagen en el llamado Periodismo Fotográfico (o Periodismo Gráfico, o Fotoperiodismo) va estrechamente relacionado con su papel vital en los principales conflictos bélicos del mundo. Precisamente la edad dorada del Fotoperiodismo (1930-1950) coincide con la II Guerra Mundial. Y en el avance cualitativo de estas imágenes representativas publicadas encontramos dos hitos fundamentales: la invención de la impresora Offset, gracias a la cual las fotos alcanzan mejores niveles de calidad en las



publicaciones impresas; y la irrupción de Internet, que provoca una nueva etapa del Periodismo, entendido de manera global y que nos lleva a hablar ya de Periodismo digital, el cual afecta de manera muy especial al Fotoperiodismo. Éste ha registrado para la Historia de la Humanidad los grandes acontecimientos que inauguraron nuestro siglo XXI, verbigracia los atentados del 11-S en 2001, la invasión de Irak en 2003 o el Tsunami del Océano Índico en 2004, por poner sólo tres ejemplos. Las instantáneas que tales acontecimientos provocaron se nos antojan casi infinitas, pues hemos de contar entre ellas las que aportaron miles de aficionados en ese ejercicio que hoy denominamos “periodismo ciudadano”<sup>7</sup>. Incluso para los fotoperiodistas profesionales, el desarrollo de cámaras mucho más livianas ha facilitado su tarea, además de potenciar exponencialmente el número de imágenes tomadas y publicadas. La habilidad de adquirir el material fotográfico y editarlo en un tiempo mucho más inferior que antes ha producido cambios más que significativos. Hace sólo un cuarto de siglo se necesitaba media hora para escanear y enviar una sola fotografía en color. Hoy, un reportero gráfico (o cualquiera) puede enviar una imagen de alta calidad en cuestión de segundos a cualquier lugar del globo si cuenta con una cámara digital, un teléfono móvil y un ordenador portátil. Por supuesto, estas facilidades que la tecnología permite suponen asimismo factores de la saturación icónica a la que nos veníamos refiriendo.

Hace décadas que las agencias de noticias incorporaron el servicio de fotografías para nutrir a los medios impresos, que no se entenderían a día de hoy sin imágenes. Hoy, incluso muchos de estos medios (que se han lanzado a su vez a una versión digital de sus contenidos), sirven a su vez de agencias utilizando el material gráfico de sus propios fotógrafos de plantilla. El

---

<sup>7</sup> El concepto de “citizen journalism”, cuya paternidad se debe, entre otros, al periodista norteamericano Dan Guillmor (GUILLMOR, Dan: *We the media. Grassroots Journalism by the people, for the people*, O'Really Media, Inc, 2004), ha dado pie a otras muchas ideas relacionadas con la implicación de la ciudadanía general en la construcción de los discursos periodísticos en particular e intelectuales en general. Así, se han manejado en los últimos años expresiones como la de “inteligencia colectiva” o “sabiduría de las multitudes”. La primera tiene un ejemplo señero en COBO ROMANÍ, Cristóbal y PARDO KULINSKI, Hugo: *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*, Grup de Recerca d'interaccions Digitals, Universitat de Vic. Falco México. Barcelona/México D.F., 2007. La segunda nace de la mano de SUROWIECKI, James: *The Wisdom of Crowds: why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, Economies, Societies and Nations*, Little, Brown, 2004.

Fotoperiodismo esgrime todos sus méritos en el ejercicio periodístico, pues su función consiste en exhibir toda su capacidad de transmitir informaciones, por el simple encuadramiento escogido por el fotógrafo delante del hecho. También el Fotoperiodismo clasifica sus trabajos en fotografía social (si bien en esta categoría cabe incluir las fotos de política, economía y negocios, así como las imágenes de acontecimientos locales o estatales y hasta las instantáneas de tragedia por accidentes u otras causas); fotografía deportiva; o fotografía cultural... Y además de estos valores puramente profesionales, también existe el valor estético o artístico, pues incluso los fotoperiodistas, al igual que podríamos señalar en el caso de los redactores con respecto a sus intenciones literarias, tienen (y demuestran) intenciones artísticas, conjugadas en el propio ejercicio de su profesión cotidiana. En esta vocación de estilo que pueden demostrar tanto fotoperiodistas como periodistas redactores confluye el valor añadido, *desviado*, de los textos del Periodismo, tanto los icónicos como los lingüísticos, y en esa pretensión subjetivista del profesional del Periodismo, que quiere dejar huella de su *yo poético* en lo que escribe o fotografía radica el denominador común vectorial que une al Periodismo, la Literatura y la Fotografía en un mismo afán cultural que va más allá de la pura información y que, por tanto, atraviesa la esencia comunicativa hasta llegar al terreno de la interpretación creativa.

En este sentido, cuando se habla de periodismo informativo de creación<sup>8</sup>, como se titula de hecho un clásico conocido, no sólo podemos referirnos al periodismo escrito, sino también al fotoperiodismo, que también es informativo y que también es creativo. Es lo que sostienen las ramas del Fotoperiodismo desde la propia profesión y desde ámbitos académicos. Carlos Abreu asegura lo siguiente:

*“Cuando el reportero gráfico selecciona a través del visor de su cámara un fragmento de la realidad, este último, materializado en fotografía, será portador de diferentes datos. Del mismo modo, al*

---

<sup>8</sup> BERNAL, S. y CHILLÓN, L. A.: *Periodismo informativo de creación*, Ed. Mitre, Barcelona, 1985.

*escoger un punto de vista -conscientemente o no- el reportero gráfico estará plasmando su subjetividad, su opinión, en la imagen captada<sup>9</sup>.*

Y al igual que ocurre con la participación del lector en los textos lingüísticos, en la configuración del lector implícito y en la legítima y lógica interpretación de éste, también frente a la foto tiene el observador su papel:

*“De modo que será la competencia discursiva del lector la que determine, en buena medida, que la imagen tenga los efectos informativos o de opinión buscados por el emisor”<sup>10</sup>.*

En el desarrollado Fotoperiodismo finisecular y de comienzos de este nuevo siglo, las imágenes también se tornan sujetos y objetos de usos, intenciones e influencias en el variopinto universo de la política, como han demostrado tantos episodios en el mundo democrático de las últimas décadas al mezclar fotografías comprometedoras con mandatarios que torcieron su voluntad primera o sufrieron los estragos de la opinión pública al salir aquellas a la luz.

En el uso de fotografías que pueden dañar la sensibilidad, Internet ha representado desde su absorción de los medios, tan digitalizados ya, la cara y la cruz de lo que debe hacerse o no con imágenes impactantes, de mal gusto o demasiado explícitas. Así, señala Juan Varela lo siguiente con respecto a la gestión de determinadas imágenes de la guerra de Irak, en Faluya:

*“La Red y los medios online han contribuido a una saturación y primacía de la información de última hora, poco elaborada y menos meditada, que amenaza o cuestiona muchas de las rutinas y criterios de decisión del periodismo. Pero el propio Wall Street Journal recuerda que en internet se pueden crear filtros de forma más efectiva que en otros medios. El diario económico ofreció en su sitio*

---

<sup>9</sup> ABREU, Carlos: “La opinión fotográfica”, Sala de Prensa (web para profesionales de la comunicación iberoamericanos), nº 16, año III, vol. 2; febrero de 2000. Abreu es profesor de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, y doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna (Tenerife, Canarias)

<sup>10</sup> *Ibidem*

*web las fotos a través de un enlace que avisaba del contenido explícito de las imágenes. El lector decide<sup>11</sup>.*

## **5. Las imágenes resucitadas de Juan José Millás**

Hasta aquí hemos intentado equilibrar la balanza entre poder informativo y creativo por parte del icono y del logos; de la fotografía y la palabra en el Periodismo, sin disimular el criterio de considerar más desarrollado y eficiente, comunicativamente hablando, el código lingüístico que el icónico, a pesar de las apariencias y a pesar de ese dicho tan comúnmente aceptado de que “una imagen vale más que mil palabras”. El paradigma que utilizaremos ahora para combatir la frase hecha será el ejercicio dominical de Juan José Millás en la sección que, dentro de *El País Semanal*, se titula lacónicamente ‘La imagen’. Hemos seleccionado las que ha comentado en los diez primeros meses del año 2010, como muestra suficiente –y actualizada– de esta práctica periodística consistente en un amplio pie de foto, en un comentario icónico que incluye destrezas plásticas, literarias, periodísticas, psicológicas, políticas y sociológicas, entre otras.

Aunque la mayoría de los libros de estilo de los diarios estipulan que los pies de fotos deben identificar el contenido de la fotografía con un objetivo explicativo pero no obvio, lo de Millás es otra cosa: una mezcla de pie de foto deshilachado, columna periodística y articulo a la luz inspiradora de la imagen de que se sirve. Por tanto, podemos decir que la sección se erige en un subgénero de opinión basado, deliberadamente, en una fotografía publicada previamente y mostrada ampliamente por diversos medios de comunicación durante los días previos. En este sentido, no se trata de una foto atemporal o antigua, significativa sólo por su contenido<sup>12</sup>, sino también por su actualidad. A

---

<sup>11</sup> VARELA, Juan: “El dolor y la verdad de la imagen (II)”, en Sala de Prensa (web para profesionales de la comunicación iberoamericanos), nº 69, año VI, vol. 3; julio de 2004.

<sup>12</sup> El escritor Joan Barril, por ejemplo, fabula cada semana sobre personas anónimas que aparecen en fotos antiguas y descontextualizadas, tejiendo una historia a partir de la imagen seleccionada de algún fondo de documentación fotográfica. Su sección, *Una cierta memoria*, se publica en *El Dominical*, revista que se publica los domingos con *El Periódico de Catalunya*, si bien acompaña también a la edición dominical de otros muchos diarios españoles que han suscrito acuerdos con el grupo Zeta.

este carácter periodístico de la sección (por su vocación de presente), se suma el carácter literario, no sólo por los recursos propios de la Literatura que un novelista como Millás tan bien conoce, sino porque todas las interpretaciones de las fotografías que termina haciendo se reducen a unas cuantas constantes temáticas –obsesiones literarias– que son las mismas que desarrolla en su faceta de escritor: el cotidianismo, lo insólito, lo excéntrico de la condición humana, la metaliteratura (y, en este caso, el metaperiodismo)... según clasificaremos en el apartado siguiente.

Si arriba defendíamos que el ejercicio de un fotoperiodista podía ser un ejercicio de opinión, porque la posición que toma su mirada es un posicionamiento, ahora tendremos que matizar que eso ocurrirá sólo en determinados casos, en aquellos en los que el fotoperiodista albergue intenciones concretas, personales, a la hora de mostrar un determinado perfil de lo que retrata con su cámara. En otros muchos casos, la fotografía es puro encargo, estampa objetiva de la realidad que le han encomendado congelar para la ilustración del medio, que se podrá permitir opinar al respecto sobre la realidad más amplia de la que la foto es sólo un instante, una prueba icónica. Las fotografías elegidas por Millás para su sección son de ambos tipos, de modo que podemos afirmar que unas *hablan* por sí solas y otras se limitan a testificar con su captura el instante *ejemplificador* de un hecho o situación. Pero en cualquier caso, Millás siempre *dice* más. En las imágenes del segundo caso, resulta lógico. En las del primero, también ofrece Millás un plus interpretativo que es donde radica el interés, la originalidad y el ingenio de su trabajo, pues partiendo de una fotografía que ya de por sí arroja significados, el escritor-periodista le sonsaca muchos más, y lo hace, como no podía ser de otra manera, mediante la palabra y su aplicación racional, intelectual, reflexiva tras la minuciosa observación. Por eso el interés de la sección no radica en la fotografía, que los lectores de prensa han podido observar de antemano en otros medios durante los días anteriores, sino en el comentario de Millás, que es el que las vivifica para que resulten realmente significativas y ricas en sentidos compartidos (cómplices) a los ojos del lector. En definitiva, es el escritor con su palabra quien opina lo que realmente decide opinar, no sólo porque dispone del arma más precisa, sino porque ha seleccionado las

imágenes más convenientes a su cometido. Las imágenes fueron captadas, en su mayoría, por imperativo de la realidad misma, porque estaban frente al fotógrafo en el instante preciso de disparar la cámara. En cambio, cuando Millás las selecciona, ya no están en la realidad, sino conviviendo con otros miles o millones de ellas, hechas papel o materia digital para servir de ilustración –de complemento– a otros textos que no son precisamente icónicos. En este sentido, Millás opina dos veces o en dos niveles: en el de selección (selecciona las que le vienen bien para su propósito de opinión) y en el de combinación (pues combina las partes y los significados sonsacados de la imagen a su antojo para opinar lo que desea). Por todo ello, la función de la sección de Millás es pura función poética en la clásica nomenclatura de Roman Jakobson<sup>13</sup>. Es decir, que es poética la selección y poético el comentario; y que Millás decide hacer literatura en el periódico a costa de una imagen porque previamente ha entrevisto los valores poéticos que encierra dicho icono. Pero esos valores poéticos no son intrínsecos a la propia imagen, sino que germinan por la mirada *fecundadora* del escritor.

## 6. Clasificación y análisis de las imágenes utilizadas en 2010

La selección que hemos llevado a cabo en la susodicha sección de *El País Semanal* a cargo de Juan José Millás abarca diez meses de este año: desde el 3 de enero hasta el 31 de octubre, lo que a razón de una entrega por cada domingo arroja la cantidad de 44 entregas, muestra suficiente para nuestro cometido analítico y clasificador. Buscamos no sólo demostrar la valía de la aportación lingüística del escritor en la sección, lo que la hace realmente interesante, sino columbrar las constantes temáticas generales que no sólo lo llevan a elegir unas imágenes frente a otras, sino a interpretar unos determinados valores y no otros a la luz de una imagen que, como tal, es por

---

<sup>13</sup> JAKOBSON, Roman: “Linguistics and poetics”. en *Language in Literature*. Ed. K. Pomorska y S. Rudy, Cambridge (Massachusetts), Harvard University Press, 1987, pág. 71: “La función poética proyecta el principio de equivalencia del eje de selección al eje de combinación”.

definición objetiva (al margen de las intenciones del fotógrafo), producto literal de lo que el objetivo de la cámara ha captado en un instante real.

Prácticamente todo el conjunto de imágenes comentadas por Millás pueden agruparse en seis grandes temáticas, que hemos titulado de la siguiente guisa: **a) La cotidianidad; b) El PP como diana; c) La religión; d) Lo insólito; e) La condición humana; y f) El metaperiodismo.**

Al margen de las temáticas **b** y **c**, que son más consustanciales a la realidad española y, por tanto, más propias del Periodismo que de la Literatura, las demás son también las constantes del Millás novelista, cuentista, literario en suma. Al fin y al cabo, toda su literatura cabría resumirse en un inteligente ejercicio de búsqueda de lo que la condición humana tiene de insólito y extravagante en su propia cotidianidad. Aun así, también los textos relacionados con las temáticas **b** y **c** buscan precisamente indagar en la cotidianidad, lo insólito y la condición humana. El agrupamiento de fotos en una u otra temática es susceptible de cambio en función de la perspectiva analítica adoptada, pues las intenciones y usos que de sus propios temas hace Millás son muchas veces transversales.

Empezaremos por el último agrupamiento (**f**), el del **metaperiodismo**, porque nos parece un ejercicio autoconsciente de su propia función periodística y del subjetivismo trascendente con que la desempeña. En sentido estricto, sólo hemos señalado una imagen en este apartado, la titulada “¡Fuera de la Democracia!”<sup>14</sup>, donde se ven a unos asistentes del juez Baltasar Garzón retirando los cuadros de su despacho en la Audiencia Nacional cuando es suspendido cautelarmente de sus funciones como magistrado. El titular es ya un guiño irónico al propio juez, al que presenta como defensor de la Democracia, pues si se ve obligado a irse de su propio despacho, a quien están echando fuera es al juez, a quien identifica con la Democracia. El mensaje claro que subyace es la coincidencia entre el juez Garzón y el sistema político llamado Democracia, pues se establece una metáfora en la que a quien “echan fuera” no es al juez (término real) sino a la Democracia (término imaginario que lo sustituye). El subjetivismo, pues, aparece desde el principio.

---

<sup>14</sup> MILLÁS, Juan José:(6-junio-2010): “¡Fuera la Democracia!” en *El País Semanal*, pág. 11.



Pero es que además, desde la entradilla explicativa, el propio Millás es consciente –y así lo dice– de estar construyendo un neogénero de opinión que trasciende el clásico pie de foto en el Periodismo: “Asistentes del juez Garzón retiran los cuadros de su despacho de la Audiencia Nacional tras haber sido suspendido cautelarmente. Ese es el pie aséptico. El significado va mucho más allá”, reza tal entradilla. Es decir, Millás recuerda cuál es el pie de foto con el que ha aparecido la imagen en los medios, y lo llama “aséptico”, es decir, neutral, frío, sin pasión. Y a continuación, como remache, el reconocimiento explícito de que “el significado va mucho más allá”, entendiéndose el significado, claro, como el sentido personal (subjetivo) que él le da. Y ahí entran todos los simbolismos que él encuentra en el hecho principal de que el cuadro en cuestión que desalojan sea *El Guernica* de Picasso, obra de arte prohibida durante el franquismo y devuelta a nuestro país con la llegada de la Democracia, con lo que verla “salir del despacho de Garzón como muestra la foto le ponía a uno los pelos de punta”, señala Millás, que entiende que “con él [el cuadro] era desalojada la democracia de nuestro sistema judicial”. Esta interpretación es la que Millás entiende como justa y válida periodísticamente hablando, ya que es la que obtiene el significado de veras (a su juicio) que tiene la foto y su pie de foto “aséptico”. Cuando el lector cómplice de Millás descubre su interpretación y se reconoce en ella, es evidente que agradece la ampliación significativa que el escritor-periodista ha sabido construir.

De las 43 instantáneas restantes, hemos contabilizado 10 en el apartado **a) La cotidianidad**: “La cosa no pinta bien”<sup>15</sup>, “Uranio enriquecido”<sup>16</sup>, “Como si continuáramos vivos”<sup>17</sup>, “Un epitafio inverso”<sup>18</sup>, “Se acostumbra uno a todo”<sup>19</sup>, “Objetos del deseo”<sup>20</sup>, “La parafernalia como droga”<sup>21</sup>, “La ilusión del desnudo”<sup>22</sup>, “Fondo y forma” y “¿Qué está sucediendo?”.

En “La cosa no pinta bien”, excepcionalmente, toma una instantánea de hace 60 años, de dos lavabos, uno para blancos y otro para negros, en EEUU.

---

<sup>15</sup> MILLÁS, Juan José: (4-abril-2010): “La cosa no pinta bien”, en *El País Semanal*, pág. 11.

<sup>16</sup> MILLÁS, Juan José: (11-abril-2010): “Uranio enriquecido”, *ibídem*.

<sup>17</sup> MILLÁS, Juan José: (18-abril-2010): “Como si continuáramos vivos”, *ibídem*.

<sup>18</sup> MILLÁS, Juan José: (25-abril-2010): “Un epitafio inverso”, *ibídem*, pág. 13.

<sup>19</sup> MILLÁS, Juan José: (25-julio-2010): “Se acostumbra uno a todo”, *ibídem*.

<sup>20</sup> MILLÁS, Juan José: (15-agosto-2010): “Objetos del deseo”, *ibídem*, pág. 11.

<sup>21</sup> MILLÁS, Juan José: (26-septiembre-2010): “La parafernalia como droga”, *ibídem*.

<sup>22</sup> MILLÁS, Juan José: (31-octubre-2010): “La ilusión del desnudo”, *ibídem*, pág. 17.

El título aparece ya como juego de palabras: no sólo por la distinción de dos colores de personas, blancas y negras, sino por la frase hecha que coloquialmente apunta al futuro. En este sentido, Millás se muestra pesimista apuntando a 60 años hacia delante en el tiempo, cuando en el año 2070 miren “algunas de las fotos actuales” y también parezcan bárbaras. La imagen es una instantánea cotidiana con dos lavabos (paradigma de lo cotidiano e íntimo, intrascendente) que encierra, según nos profundiza Millás, la metáfora de la desigualdad, el racismo, las barbaridades humanas y los despropósitos nos esperan sin que lo sepamos siquiera.

El mismo ambiente inquietante se nos aparece, a la luz de su palabra, en “Uranio enriquecido”, donde se ve a dos mujeres del Kurdistán iraquí inmovilizando a una niña para practicarle la ablación del clítoris. El horror que supone la estampa, sin embargo, se camufla por el titular que elige Millás, aparentemente incoherente pero que encierra la intención irónica de alarmar al lector con un mensaje que presumiblemente alarma; y por la “atmósfera de tranquilidad doméstica” que el propio escritor advierte y explicita en la entradilla a su comentario. La cotidianidad por la que incluimos esta imagen en este apartado así titulado aparece explicada nada más arrancar el texto: “La mayoría de los crímenes se cometen en el cuarto de estar, y tanto el verdugo como la víctima pertenecen a la misma familia. Por eso hay un cadáver en el armario ropero de todas las casas”. La insistencia en las situaciones cotidianas imaginadas por Millás para acompañar la imagen elegida abunda en nuestro criterio: “Quizá en la habitación de al lado la hermana mayor esté preparando la comida y en la del fondo el padre resuelva pacíficamente un crucigrama”.

“Como si continuáramos vivos” nos enseña a una mujer que tiende ropa en un tendal en medio de las ruinas provocadas por el terremoto de Haití. En medio de lo insólito, persiste la cotidianidad a la que nos venimos refiriendo y que es una constante de Millás como fondo vital y literario en cualquier circunstancia: “El mundo se está acabando –quizá se ha terminado ya–, pero esta mujer hace lo de todos los días, como cuando el que agoniza previene a los suyos de que apaguen la luz de la cocina o cierren el gas al acostarse. Automatismos”.

Por su parte, “Un epitafio inverso”, que podríamos haber incluido también en nuestro apartado de metaperiodismo (o metafotoperiodismo), muestra a un hombre mayor, desnudo, haciéndose una foto frente al espejo del cuarto de baño. Evidentemente, según la lógica fotográfica y especular, el fotografiado es el propio fotógrafo, Jordi Socías (Barcelona, 1945), un nombre fundamental para entender el fotoperiodismo español de las últimas décadas. Según explica Millás en su comentario, la instantánea se produce tras recuperarse el fotógrafo de su estancia hospitalaria. Desconocemos si la foto, tan íntima (tan cotidiana) había visto la luz en algún otro medio (como el resto). Pero, en cualquier caso, se ajusta perfectamente a este apartado de la cotidianidad que señalamos. No sólo la foto, que muestra un señor mayor, desnudo, despeinado, en la bañera, junto a la mampara, el bote de champú, la manopla utilizada, sino el comentario del escritor, que va más allá, indagando en la cotidianidad simple y admirable de estar vivo: “Estoy vivo, coño, estoy aquí. Podré seguir comiendo y bebiendo con la gente (o solo, que tampoco está mal), podré pasear por las ciudades y sentarme en la terraza de las cafeterías y...”.

“Se acostumbra uno a todo” muestra a unos soldados norteamericanos en la guerra de Afganistán, y en la propia entrada recuerda Millás que la imagen “ha sido una de las ganadoras de los Premios World Press Photo 2010”, con lo que también algo de metafotoperiodismo encontramos en el hecho de que Millás recupere la foto para abundar en sus significaciones después de haberse hecho públicos los méritos del fotógrafo. El propio título de Millás remite a nuestro apartado, la cotidianidad, que es el conglomerado de costumbres, del acostumbrarse a todo lo que ocurre cotidianamente. “Cuando la guerra se convierte en una cosa de todos los días, se le pierde el respeto. Fíjense en el soldado de la izquierda de la foto, que ha salido a combatir en chanclas y calzoncillos, como el que se acerca a la nevera de casa a por una cerveza”, comienza su comentario, que nutre con otras frases como estas: “Llega un momento en el que vas a la trinchera como el que sube a la oficina. A ver qué toca hoy”.

Nos ahorramos los comentarios del resto de imágenes porque sería abundar más en lo mismo. Sólo reseñamos la curiosidad de que casi la mitad

de ellas se publican seguidamente, ocupando todo el mes de abril, por ejemplo, con lo que algo de rutina encontramos también en la propia creación de Millás, que comienza con una obsesión temática y no la abandona hasta que no termina el mes.

En el apartado **b) El PP como diana** hemos tenido que incluir 11 imágenes, lo cual arroja una prueba bastante objetiva de que el partido político de José María Aznar y Mariano Rajoy supone una obsesión recurrente para las críticas de Millás, pues las 11 fotos dan pie al escritor y periodista vinculado al grupo Prisa para lanzar comentarios irónicos, críticos y sarcásticos contra líderes del PP:

La titulada “Si cuela, cuela”<sup>23</sup>, con esa expresión coloquial sobre el timo que supone por sí misma una metáfora, aparece Mariano Rajoy en un atril de mítines, en Málaga, mientras sostiene con su mano derecha un racimo con tres tomates. Baste citar la entradilla y la última frase del comentario para mostrar el tono y la intención de Millás: “¿Votos a cualquier precio? Parece que cunde el ejemplo y el ‘todo vale’ también se instala en la política. Tomates o lo que haga falta en favor del ‘show’ y los índices en las encuestas”, dice la entradilla, mientras que termina el comentario así: “A ver qué enseña cuando hable del caso *Gürtel*”.

En “Un suceso inexplicable”<sup>24</sup> se vincula lo inexplicable del acto y de la consiguiente fotografía con lo inexplicable del personaje político que aparece en la misma. La entradilla lo dice todo: “Caras de circunstancias. Acto incompresible. El ex presidente Aznar entrega el Premio FAES de la Libertad al rey Juan Carlos. Muchos no entendimos nada de nada”. O sea, que Aznar le entregue al Rey un premio sobre la Libertad es absolutamente incompresible, parece paradójico a ojos de Millás, que se incluye en primera persona entre los que no entienden porque no comparten.

Conviene insistir en que 3 de las 11 fotos incluidas en este apartado están protagonizadas por Aznar, que gana numéricamente incluso a Rajoy, que es el líder (al menos teóricamente) en el año 2010 de su partido. La siguiente

---

<sup>23</sup> MILLÁS, Juan José (10-enero-2010): “Si cuela, cuela”, en *El País semanal*, pág. 11.

<sup>24</sup> MILLÁS, Juan José (24-enero-2010): “Un suceso inexplicable”, *ibídem*.

imagen de este apartado nuestro, titulada “Un currículum estremecedor”<sup>25</sup>, muestra a Aznar, rodeado de guardaespaldas, y mirando a la izquierda mientras levanta desafiante el dedo corazón como un insulto retador. La entradilla que le dedica Millás, potentemente irónica, lo demuestra todo: “Le gritaron ‘asesino’ y ‘fascista’ en la Universidad de Oviedo. Y el ex presidente del Gobierno, estadista y prestigioso conferenciante José María Aznar les contestó con este gesto”.

En “Charcutería y fotografía”<sup>26</sup>, la ironía se desparrama sobre Rajoy aunque el texto insista en señalar, generalizadamente, a “los políticos”. Es el líder del PP quien sale en la foto, contemplando los productos de una charcutería. Y la estrategia discursiva de Millás vuelve a utilizar la cotidianidad para revestir su comentario sobre los políticos en general y Rajoy en particular. “Observen, si no, la expresión de sorpresa de Rajoy ante unas simples morcillas, cuatro o cinco chorizos y ocho o diez piezas de carne. Lo de todos los días, en fin, pero que a ojos de quien no hace la compra más que de ciento a viento parecen milagros de la naturaleza”.

El ex ministro del PP y ahora portavoz de Economía de su partido Cristóbal Montoro es quien protagoniza “Hay gente para todo”<sup>27</sup>, donde Millás vuelve a ironizar con otro líder del PP, al considerar, utilizando la frase hecha del titular, que en las extrañezas que uno puede encontrar entre la gente variopinta halla a este político que cuando era ministro “pasaba por un sujeto gris, un funcionario sin gracia, un contable del montón”, pero que desde que está en la oposición, merced a la alegría que le produce la creciente lista de desempleados, “baila, literalmente hablando, en las ruedas de prensa en las que puede dar malas noticias”. Y añade en clave sexual-humorística con lenguaje de la calle: “Cada parado nuevo le provoca un orgasmo. También le excitan la caída del PIB o el aumento del déficit, seamos justos, pero lo que de verdad le pone hasta extremos difíciles de entender es el aumento de la cola frente a las oficinas del INEM”.

---

<sup>25</sup> MILLÁS, Juan José (14-marzo-2010): “Un currículum estremecedor”, *ibidem*, pág. 13.

<sup>26</sup> MILLÁS, Juan José (18-abril-2010): “Charcutería y fotografía”, *ibidem*, pág. 11.

<sup>27</sup> MILLÁS, Juan José (2-mayo-2010): “Hay gente para todo”, *ibidem*.

El siguiente personaje, también del PP, en ocupar la imagen que comenta Millás es Esteban González Pons, vicesecretario de Comunicación del PP. De nuevo una intensa ironía para despacharlo en una imagen, titulada “Gente de orden”<sup>28</sup>, en la que aparece este líder del PP denunciado públicamente una supuesta persecución del Gobierno (del PSOE), a través de “los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado”, al presidente de la Diputación de Alicante y líder del PP en esa provincia, José Joaquín Ripoll. En la entradilla se resume el sarcasmo: “Ahí lo tienen, ¡denunciando otro atropello! En este caso, el secuestro de su correligionario José Joaquín Ripoll. Y ¿saben quién es el jefe de los secuestradores?: el ministro del Interior”.

En la siguiente imagen, también del mes de agosto y bajo el título “Si la pinchan, no sangra”<sup>29</sup>, Millás focaliza (aunque previamente haya sido el fotógrafo de la agencia EFE en hacerlo, pero como otros muchos) a la secretaria general del PP, María Dolores de Cospedal, de quien asegura que “ha comenzado el verano de 2010 igual que el de 2009: diciendo las mayores atrocidades sin que se le mueva un pelo”.

El resto de imágenes –y sus comentarios–, por no seguir especificando, se centran en el ex vicepresidente de Aznar Francisco Álvarez Cascos<sup>30</sup>; otra vez en Aznar y en uno de sus hijos, de quien dice que “tiene aun más cara de cabreado”<sup>31</sup>; otra más centrada en el presidente de la Generalitat valenciana, del PP, Francisco Camps<sup>32</sup>, y hasta una protagonizada por la presidenta de la Comunidad autónoma de Madrid, Esperanza Aguirre, en abrazo reconciliador con el presidente de Caja Madrid y ex ministro de Economía, Rodrigo Rato, en presencia de Cospedal... políticos todos del PP.

Antes de continuar con el siguiente apartado que hemos establecido, cabe señalar que ninguna imagen elegida por Millás se refiere a políticos del PSOE o de otros partidos, con lo que la obsesión por el PP parece evidente. Sólo existe la excepción de una imagen dedicada a Felipe González, pero para comentar que preside la comisión de sabios de la UE. En este sentido, y

---

<sup>28</sup> MILLÁS, Juan José (8-agosto-2010): “Gente de orden”, ibídem.

<sup>29</sup> MILLÁS, Juan José (29-agosto-2010): “Si la pinchan, no sangra”, ibídem.

<sup>30</sup> MILLÁS, Juan José (5-septiembre-2010): “Y volver, volver, volver”, ibídem, pág. 13

<sup>31</sup> MILLÁS, Juan José (19-septiembre-2010): “Oler el daño”, ibídem, pág. 11

<sup>32</sup> MILLÁS, Juan José (17-octubre-2010): “Experiencias alucinógenas”, ibídem.

teniendo en cuenta que el medio que publica la sección de Millás (*El País*, del grupo mediático Prisa) puede considerarse adversario ideológico del Partido Popular, no extraña que un columnista como Millás establezca como diana de sus comentarios al mismo partido que es también diana del medio que le paga. Además, podemos señalar que sus comentarios sobre los líderes del PP, a diferencia de las imágenes –que cada cual ha sido utilizada para ilustrar textos a favor o en contra en los diversos medios de comunicación escritos–, sí han emitido juicios clarísimos, opiniones concretas sobre los políticos en cuestión, lo que refuerza nuestra tesis inicial de que la palabra es mucho más eficiente desde el punto de vista comunicativo que la imagen, sobre todo en comunicación intencionada, con valores específicos en los mensajes y público específico con quien se trata de establecer complicidades.

En el apartado **c) La religión** hemos agrupado 4 imágenes. La primera es la titulada “La paciencia de la Iglesia”<sup>33</sup>, en la que se ve a una profesora de religión acompañada de su pareja, con quien vive como pareja de hecho después de haberse divorciado de su anterior marido. También contra la religión (sobre todo la institucionalizada) carga Millás con toda la potencia de su ironía: “Observen atentamente el rostro de esta mujer y díganme si no es la imagen misma de la maldad. Peor aún: de la maldad autosatisfecha, de la maldad sin complejos, de la maldad obsecena...”, y luego: “Incompresiblemente, le gusta gustar cuando lo lógico, en su situación, es que se hubiera vestido de negro para recluirse en un convento”. La opinión de Millás, en contra del criterio de la jerarquía eclesiástica, se argumenta a través de la ironía, como ocurre en la siguiente imagen, “Réplicas morales”<sup>34</sup>, donde aparece el obispo de San Sebastián, José Ignacio Munilla, simplemente sentado en un banco. La imagen es bastante neutra, pero a Millás le basta y le sobra para analizar unas declaraciones suyas con respecto al terremoto de Haití, de cuyo horro dijo el obispo que “existen males mayores que los que esos pobres de Haití están sufriendo, como nuestra pobre situación espiritual”. El periodista-escritor le da la gracias al obispo por hacerle ver “que los desgraciados éramos realmente nosotros”.

---

<sup>33</sup> MILLÁS, Juan José (31-enero-2010): “La paciencia de la Iglesia”, *ibídem*.

<sup>34</sup> MILLÁS, Juan José (7-febrero-2010): “Réplicas morales”, *ibídem*.



En “Beneficios de la espiritualidad”<sup>35</sup>, se muestra una instantánea de una monja mostrando la urna con los restos de un fraile. La entrada de Millás, con su consabida dosis indispensable de cotidianidad: “Una escena de vida cotidiana en un monasterio de clausura de Cubas de la Sagra (Madrid). Observen, por Dios, la cara de satisfacción de ella, y lo servicial que se muestra él, fray Pedro”. Los comentarios irónicos sobre la religión, o la religiosidad, continúan en “¿Es Dios fetichista?”, donde se amplía la mirada a otras religiones como la musulmana. La foto muestra las patas y pezuñas de una vaca atadas no sólo con cuerdas sino con una especie de esposas. Y la entrada de Millás, entre inquietante y guasona: “La vaca está a punto de ser sacrificada para celebrar una festividad musulmana en Pakistán. Y la foto no deja de tener su fetichismo vacuno. ¿Le gustarán a Dios este tipo de ofrendas?”.

El apartado que hemos llamado **d) Lo insólito** es al que más imágenes podemos adscribir: un total de 14. La primera, titulada “Gratis total”<sup>36</sup>, parte de una foto que él mismo busca en Internet introduciendo en el buscador el nombre de “Dubai”. La instantánea muestra, desde las alturas, un conjunto de rascacielos impresionantes que traspasan las nubes, lo cual da alas al escritor para indagar en realidades ficticias o inverosímiles, próximas a la literatura, también a la suya, claro. En la entrada dice: “Dubai es uno de esos lugares que aparecen en la fantasía como territorios imposibles, paradisíacos e infernales a la vez. Para viajar a ellos basta con abrir puertas imaginarias”.

La segunda imagen de este apartado, “La madre conejo”<sup>37</sup>, resulta escalofriante sobre todo a partir de leer su comentario, pues el título hace referencia a otro animal distinto al de la fotografía, un enorme oso polar con los restos de otro oso colgándole de la boca: se lo ha comido. Lo sorprendente es que el oso devorado era su propio hijo, a lo que hace referencia el comentario de Millás sutilmente, recordando otros casos de especies animales que devoraron a algunas de sus crías, según observó él en su propia casa y en su infancia (una madre conejo, una madre hámster). La interpretación inquietante

---

<sup>35</sup> MILLÁS, Juan José (9-mayo-2010): “Beneficios de la espiritualidad”, ibidem, pág. 13.

<sup>36</sup> MILLÁS, Juan José (17-enero-2010): “Gratis total”, ibidem, pág. 11.

<sup>37</sup> MILLÁS, Juan José (14-febrero-2010): “La madre conejo”, ibidem, pág. 13

de Millás es que “el castigo al que sometemos al planeta acentúa necesidades como la de devorar a un hijo”, merced al cambio climático.

La tercera foto incluida en este apartado, titulada “¿Hay personas reales?”, muestra un lobo salvaje en pleno salto. De la revelación de que el animal era en realidad un actor y de que al fotógrafo le dieron y le quitaron un premio en cuestión de días por esa razón, llega Millás a reflexionar sobre los límites entre la realidad y la ficción en la propia vida, sobre la impostura de todos, como copias o plagios, tema muy recurrente, por cierto, en su novelística, incluida la última que acaba de publicar, *Lo que sé de los hombrecillos*<sup>38</sup>.

Evitando nuestro comentario de unas cuantas imágenes de esta misma sección, podemos detenernos en la titulada “Llegan los ‘madelman’”<sup>39</sup>, sobre una soldado ataviada con vestuario, armas y recursos de ultimísima generación. Millás encuentra en la estampa una metáfora ruin y extraña de la situación de nuestro país en plena crisis, donde los soldados son *madelman*, en alegoría de juguetes infantiles, mientras la mayoría, incluido el escritor, somos *clicks de Famobil*. “El caso es que disponemos de un ejército de primera para defender a una población de segunda. Un ejército del norte para proteger a un pueblo del sur. Un ejército de millonarios en un país de jubilados pobres cuyas pensiones fueron rebajadas el mismo día en que se nos apareció la madelman con visión nocturna y lencería de fibra de vidrio”, escribe Millás, demostrando un ejercicio no sólo literario y humorístico, sino también periodístico en su faceta más denunciadora.

Hay otra, titulada “Parece un cuadro de Magritte”<sup>40</sup>, que es una foto de George Eastman House tomada en 1918, en la que se ve el escaparate de una tienda de sombreros, con éstos en exposición variada. Lo verdaderamente inquietante lo siembra Millás con su comentario, claro: “Salta a la vista que son sombreros inteligentes, quizá inteligentemente perversos. No duermen nunca, no descansan, no paran de provocar al paseante”, escribe. En la entradilla: “Ahí

---

<sup>38</sup> MILLÁS, Juan José: *Lo que sé de los hombrecillos*, Ed. Seix Barral (Biblioteca Breve), Barcelona, 2010. En la sinopsis que elabora la editorial puede leerse: “Imagina un doble tuyo de tamaño microscópico que hiciera realidad tus deseos más inconfesables. La única novela capaz de hacerte ver el mundo desde perspectivas asombrosas”.

<sup>39</sup> MILLÁS, Juan José (4-julio-2010): “Llegan los ‘madelman’”, ibídem.

<sup>40</sup> MILLÁS, Juan José (1-agosto-2010): “Parece un cuadro de Magritte”, ibídem, pág. 13.

están ellos, a medio camino entre el mundo de los seres vivos y el de los objetos, observándonos, incomodándonos”<sup>41</sup>.

En esta búsqueda insólita de fotos extrañas, Millás llega hasta el Harlem neoyorquino, en 1937, con una imagen que titula “Hágase la luz”<sup>42</sup> y a la que bautiza como “una buena foto”, sobre todo por lo que tiene de iniciática dentro y fuera de la imagen, que muestra a un señor que asoma su cara por el ventanuco de lo que parece una tienda de cachivaches, simétricamente dividida en otros pequeños escaparates con objetos de toda clase. La imagen, por lo serio y lo extrañado del hombre en un instante que parece antojársele absolutamente excepcional e histórico (el del disparo fotográfico) le sirve al escritor y periodista para reflexionar justamente sobre una de las cuestiones de esta misma comunicación: “Un momento mágico, excepcional. Una gran foto”, escribe en la entradilla, y añade: “Hoy día, saturados de imágenes y palabras, ¿sabremos también distinguir lo bueno?”.

En estas reflexiones a la luz de instantáneas insólitas sobre la propia fotografía, hay una imagen titulada “No todos los ‘burkas’ son visibles”<sup>43</sup> en la que se ve a dos mujeres ataviadas con el polémico vestido afgano tomando sendas fotografías con modernísimos teléfonos móviles. Millás nos enseña la metáfora hallada en la propia entradilla: “Una redundancia y una contradicción. Dos mujeres afganas reducidas a cajas oscuras con un agujero, como en los comienzos de la fotografía”. Y entonces el lector capta mejor la paradoja de la foto, que lleva a Millás a reflexionar, además, sobre las cuestionadas líneas divisorias entre edades de la Historia: “En Afganistán, de donde procede instantánea, sucede al revés: vas paseando por la Edad Media y hallas en su interior pedazos del siglo XXI”.

Finalmente, en el apartado que hemos llamado **e) La condición humana** hemos incluido 3 imágenes. Valga como muestra la titulada “Además de fotografiarse”, en la que se ve al ex presidente del FC Barcelona, Joan Laporta, y al entrenador del equipo, J. Guardiola, posando para la cámara mientras se estrechan la mano. Tras el análisis kinésico de ambos, Millás

---

<sup>41</sup> Es imposible leer ahora esta entrega de Millás y no recordar su penúltima publicación, una antología de relatos titulada: *Los objetos nos llaman* (Seix Barral, Biblioteca Breve, Barcelona, 2008)

<sup>42</sup> MILLÁS, Juan José (22-agosto-2010): “Hágase la luz”, *ibidem*, pág. 11.

<sup>43</sup> MILLÁS, Juan José (24-octubre-2010): “No todos los ‘burkas’ son visibles”, *ibidem*, pág. 15.

concluye (y el lector no puede sino darle la razón) que “está más necesitado el primero que el segundo” y que “de poder elegir ser uno u otro” “prefiero el de la derecha [Guardiola] porque parece tener algo que hacer en la vida, además de fotografiarse”. La conclusión nos sirve para atisbar hasta qué punto Millás integra en estos ejercicios semanales factores de la propia Fotografía, del Periodismo, de la Literatura, y de la Vida, inteligentemente observada a través del ejercicio desmenuzador de utilizar convenientemente las palabras.

## **7. Conclusiones**

El Fotoperiodismo ha alcanzado niveles de desarrollo admirables en el último siglo, especialmente desde que las nuevas tecnologías han posibilitado dar saltos de gigante desde el punto de vista cualitativo. La Fotografía también puede desempeñar una función poética del lenguaje, pues la selección y combinación de los fragmentos de realidad aprehendidos dependen del voluntario punto de vista del fotógrafo, que puede imprimir subjetividades en el resultado. Sin embargo, partiendo de las diferencias entre el icono y el signo lingüístico, que es un símbolo, partimos de la premisa de que el segundo es siempre más eficiente que el primero, como código que permite no sólo una comunicación más profunda desde cualquier punto de vista, sino un poder de argumentación más eficiente desde la Pragmática que encierra la palabra convenientemente usada. En este sentido, el ejemplo de las imágenes que comenta cada domingo Juan José Millás en *El País Semanal* nos parece un ejemplo rotundo para negar que una imagen (tampoco en Periodismo) pueda valer más que mil palabras, como reza el dicho. Especialmente si las palabras están empapadas de todos los recursos comunicativos que tiene a mano el escritor, en un rentable maridaje de Periodismo y Literatura. Asimismo concluimos que Millás posee un universo temático que aplica por igual en sus trabajos literarios y en los periodísticos, y en cualquiera de ellos depende de la palabra para convencer al lector de sus tesis, incluso cuando una imagen está a disposición de ambos por igual.

## 8. Bibliografía

### Libros

- BERNAL, S. y CHILLÓN, L. A.: *Periodismo informativo de creación*, Ed. Mitre, Barcelona, 1985.
- CLAIBORNE, Robert: *El nacimiento de la escritura*, Ed. Time-Life, México, 1982
- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús: *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*, Ed. Akal, Madrid, 1989
- GRIJELMO, Álex: *El estilo del periodista*, Ed. Taurus, Madrid, 2001
- SHENK, David: *Data smog: surviving the Information Glut*, Ed. Harpercollings, Londres, 1998
- WITTEGENSTEIN, Ludwig: *Tractatus lógico-philosophicus*, Cosimo, New York, 2009
- VILCHES, L. *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona: Paidós, 1997.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Una Historia Crítica del Fotoperiodismo Occidental*. Chapecó/Florianópolis: Letras Contemporáneas, 2004.

### Artículos

- ABREU, Carlos: “La opinión fotográfica”, Sala de Prensa (web para profesionales de la comunicación iberoamericanos), nº 16, año III, vol. 2; febrero de 2000.
- JAKOBSON, Roman: “Linguistics and poetics”. en *Language in Literature*. Ed. K. Pomorska y S. Rudy, Cambridge (Massachusetts), Harvard University Press, 1987
- VARELA, Juan: “El dolor y la verdad de la imagen (II)”, en Sala de Prensa (web para profesionales de la comunicación iberoamericanos), nº 69, año VI, vol. 3; julio de 2004.
- Selección de todas las entregas de ‘La imagen’, firmadas por Juan José Millás, en *El País Semanal* en el período comprendido entre enero y octubre de 2010, ambos meses incluidos.

## ÍNDICE

1. Introducción
2. Del icono al logos, y viceversa
3. Las imágenes y las palabras en una sociedad hipercomunicada.  
(Imágenes como inspiración)
4. La fotografía en el Periodismo del siglo XX
5. Las imágenes resucitadas de Millás
6. Clasificación y análisis de las utilizadas en 2010
7. Conclusiones
8. Bibliografía