

## 100 ESTRATEGIAS DE ESCENIFICACIÓN EN EL FOTOPERIODISMO DE AGENCIA

**Pablo López Raso**

Universidad Francisco de Vitoria

El fotoperiodismo es un género fotográfico que desde su nacimiento ha tenido que competir en el cambiante e innovador mundo de los medios de comunicación de masas para ganarse la atención de un público que cada día exige ver un poco más, sorprenderse cada día algo más mediante la imagen. La crisis definitiva, su declive, le llegó al reportaje gráfico con la dura competencia generada por la TV, que culminaría en el año 1972 con el cierre de la revista **Life**<sup>1</sup>, hecho que simbolizaba la capitulación forzosa de lo fotográfico como principal canal informativo visual.

Ante la fascinante realidad que exhibía un medio como la TV, el fotoperiodismo no ha podido hacer nada excepto buscar imágenes que independientemente del contenido simbólico que porten, muestren una disposición formal brillante y espectacular, una atractiva propuesta que el lector de prensa no pueda rechazar.

Lo que la prensa gráfica ha venido haciendo de tres décadas para acá, es fabricar aquello que demanda la sociedad del espectáculo que **Debord**<sup>2</sup> describe. Si miramos atrás para analizar lo que mostraba una fotografía de prensa en su edad de oro, nos encontraremos con que hemos pasado del instante decisivo de **Bresson**, a lo que yo denomino como instante construido. Tal concepto nace del estudio pormenorizado que he realizado en los últimos dos años a partir de analizar lo que las generadoras de noticias -las agencias- muestran al público. En éstas se observa una cuidadas estrategias que buscan concretar al máximo su significación informativa, y con esta actitud surge la reflexión de si es ético escenificar las noticias que genera la actualidad:

*"La imagen, sometida a la palabra, se instrumentaliza (desde la credibilidad que, a pesar de todo, aún mantiene) como mensaje que "debe" auxiliar al texto en su incapacidad, al menos aparente, para convencer al lector de que lo que se dice es cierto " <sup>3</sup>.*

El problema entre diseñar y captar, surge cuando el fotógrafo cubre una noticia con una información-opinión previa impuesta por su agencia. Hay que fabricar imágenes a diario del conflicto del que se informa, aunque estas no tengan lugar a diario. El fotógrafo-documentalista ha caído en ese sucio y poco ético juego de provocar la imagen, que tan bien domina la TV, tal y como se ha podido comprobar en las cadenas de TV españolas y extranjeras que siguieron el reciente conflicto de Afganistán. Fue patético observar como los redactores pagaban dinero a determinados guerrilleros de la Alianza del Norte para que escenificaran la guerra con falsos combates que horas después abrían los espacios informativos.

Los medios de comunicación basan su éxito en el sensacionalismo, y un conflicto exige tener unos muertos y una violencia, que inunde nuestra existencia cotidiana de algo único y digno de ser comentado. Una vez que nace la noticia, que nace el titular escrito, las agencias se proponen darle forma visual de la manera más literal y concreta posible, olvidando que cada vez crean una línea más difusa entre lo real y lo ficticio.

Atrás queda el espíritu de la mítica agencia **Mágnun**, creada en 1946, paradigma en mi opinión de la búsqueda no determinada de lo que acontece, nacida curiosamente para tener una independencia de la que los fotógrafos carecían al trabajar dentro de publicaciones que editaban tendenciosamente su trabajo. Los fundadores de la agencia: **Henry Cartier-Bresson, David Seymour (Chim), George Rodger y Robert Capa**, querían aportar un concepto innovador de lo documental, tomando partido en los temas que realizaban, e impregnándolos con una visión personal basada en una completa imparcialidad, sin prejuicios, ni información previa que pudiera contaminar su testimonio.

El estilo de fotografía periodística independiente y cabal tuvo continuidad hasta los años setenta de la mano de autores como **Weegee, Robert Frank, William Klein Harry Callahan, Gary Winnogrand, Lee Freedlander, George Zimbel, Mario Giacomelli, Don McCullin**, que encarnaban a ese tipo de fotógrafos que rompen con el mero realismo social para trabajar de una manera más interpretativa, donde no se capta la imagen como documento objetivo e indiscutible, sino como sensación y emoción que invita al espectador a buscar otros posibles significados desvinculados del plano estrictamente racional. Este tipo de imágenes conseguían fomentar la reflexión, condicionando, pero nunca determinando, la opinión de un espectador crítico e independiente.

Las actuales estrategias utilizadas de una manera mecánica por las agencias de noticias empobrecen y banalizan una actualidad que tiene más matices que los que proponen de manera tan estrecha. Me inclino a pensar que es un defecto derivado del excesivo celo anglosajón obsesionado por crear protocolos concretos que eludan ese gran peligro que posee la fotografía: la a-simbolía.

**Barthes** en su revolucionario ensayo **La imagen fotográfica** (1964) demuestra que en la fotografía prevalece la función denotativa, que ésta es una imagen sin códigos, resistente de alguna forma a la arbitrariedad de la connotación. Para Barthes la foto sólo era lo que mostraba, es decir, que acometemos sobre ella una complaciente y ficticia lectura analógica. En este sentido la fotografía no articularía códigos, no crearía símbolos, únicamente podría fotografiarlos cuando estos preexistieran a la propia imagen fotográfica. Así, la foto no genera la simbología, sólo registra la que el fotógrafo se ha esmerado en reunir delante de su objetivo, con mayor o menor éxito y siempre al borde de la ambigüedad de su significado.

La evolución de las teorías de Barthes, han tenido su desarrollo hasta hoy en la figura de otros autores que confirman la teoría de encontrar al signo visual carente de elementos sintácticos fijos, así como inseguro en su transmisión de significación concreta. La idea de que las imágenes fotográficas resisten a cualquier interpretación, está respaldada por autores como **Vilém Flusser, Jean-Marie Schaeffer**, y más recientemente por **Victor Burguin**.

Para Flusser las imágenes fotográficas no se dan como construcciones simbólicas que hay que descifrar (*como las pinturas o las esculturas*). La imagen fotográfica no necesita interpretación alguna, son "*imágenes técnicas, dan el sentimiento de existir en el mismo nivel de realidad que los que significan*"<sup>4</sup>. Por lo tanto las fotografías son más síntomas que símbolos. Flusser entiende que la a-simbolía de la fotografía se ve confirmada por el hecho de que el acto de fotografiar nos es tan familiar que pensamos, de manera más o menos consciente, que aquello que sabemos hacer tan bien no puede tener un sentido que se nos escape, demostrando así que el espectador en vez de significados busca apariencias. De la teoría de Flusser se podría deducir entonces que para el espectador una foto no es la transmisión de un mensaje, sino un mero sustituto de realidad, tal y como asegura **Durand** en este sentido:

*"Hay pues una inversión del proceso habitual de la significación: las fotografías se han vuelto indecifrables, pero al mismo tiempo han usurpado el puesto de lo real, se han constituido en lo real para nosotros. Al hacer imposible cualquier punto de vista crítico unificado, instituyen una duda fenomenológica radical"*<sup>5</sup>.

Schaeffer<sup>6</sup> por su parte, y en la misma línea que Flusser, cuestiona cualquier posibilidad de interpretación de la imagen fotográfica. La a-simbolía que posee hace que tienda a desvanecerse en lo que el autor llama la emoción perceptiva, el susurro de la huella visual de la que proviene, entroncando así con nuestro lado más emotivo e irracional. Schaeffer entiende que la imagen fotográfica al constituirse mediante esa misteriosa mezcla del eco lejano de la huella luminosa y de desconcertante realidad, transmite al espectador una sensación de fragilidad y precariedad. Cualquier intento de lectura estético-simbólica de una fotografía acaba fracasando, confirmándose así la indiferencia de este tipo de imagen a ser interpretada. La imagen fotográfica entonces flotaría entre dos sistemas:

*"Por una parte, no es creación original (ya que siempre está causada por objetos físicos reales, siempre imagen de algo, o sea, siempre segunda), por otra parte, tampoco es pura duplicación de lo que ya fuera imagen, la fotografía, si reproduce algo es un acontecimiento, un estado de las cosas, más que un ente, pero no es seguro que se pueda decir que reproduzca lo que sea. Es una huella, y dicha huella no se deja reabsorber dentro de una significación universal"*<sup>7</sup>.

Para Burgin, en el mismo sentido, el análisis semiótico demuestra que no existe un "lenguaje" fotográfico como tal, ni un solo sistema de significación del que dependan todas las fotografías (como él mismo aclara, en el mismo sentido en que, por ejemplo, todos los textos en inglés dependen en última instancia de la lengua inglesa). Burgin nos habla de un complejo heterogéneo de códigos sobre los que gira la fotografía. Cada fotografía significa en función de esa pluralidad de códigos, cuyo número y tipología varía de una imagen a otra. Algunos de ellos son por lo menos propios de la fotografía (por ejemplo, los diversos códigos construidos en torno a lo enfocado y lo borroso), pero otros no lo son, como por ejemplo, los códigos sinestésicos de la gestualidad corporal, la teatralización de los actores de la noticia que la escenifican<sup>8</sup>.

Burgin entiende que la posible inteligibilidad de la fotografía proviene de una determinación cultural, por lo que un texto fotográfico tiene coherencia sólo en un entorno con una coyuntura histórica y cultural determinada. La semiótica en su fase estructuralista interpretó el texto como el entorno objetivo de significados más o menos determinados, producidos sobre la base de que los sistemas significantes eran empíricamente identificables como operativos dentro del texto. El estructuralismo terminó por asumir la existencia de un mensaje codificado y unos autores/lectores que sabían cómo codificar y descodificar dichos mensajes, manteniéndose fuera de los códigos, y utilizándolos o no, del mismo modo en que se usa una u otra herramienta. Pero Burgin denuncia esta interpretación porque se queda corta respecto a un hecho: igual que hablamos en un lenguaje, el lenguaje nos habla:

*"Todo significado, a través de toda institución social -sistemas legales, sistemas de valores morales, artísticos, religiosos, familiares, etc.- se articula en una red de diferencias: el juego de presencia y ausencia de rasgos significantes convencionales que la lingüística ha demostrado como atributo básico del lenguaje"*<sup>9</sup>.

Si no hay elementos que puedan arbitrariamente aparecer/desaparecer -salvo los preexistentes a la captura fotográfica- es decir un nivel sintáctico, tampoco podemos encontrar una articulación del mensaje que el receptor capte con éxito, es decir un nivel semántico. Denunciar que la fotografía no posee dimensión sintáctica ni seguridad semántica, tal y como hemos visto hasta ahora, supone valorar en su justa medida a los esfuerzos que realiza la fotografía informativa para tener éxito en su comunicación.

La ambigüedad en el sentido, la diversidad de significaciones posibles, condena de manera irreversible a la imagen fotográfica a no poder constituir mensajes claros no polisémicos, a no ser que entren en juego estrategias muy estudiadas como las que puedan poseer las imágenes publicitarias o periodísticas, que tal y como analizaré a continuación, se sirven de simbologías asimiladas y previas al hecho fotográfico.

Barthes al respecto, ya advirtió en **La cámara lúcida**<sup>10</sup> que el mensaje analógico se ve contaminado por una serie de procedimientos de modificación de lo real (*mensaje denotador*), como el trucaje, la pose (*o gramática histórica de la connotación iconográfica*), objetos (*que también tienen su pose por vinculación cultural con profesiones, actitudes, etc.*), fotogenia (*sublimación de la imagen por la iluminación, el revelado, la impresión*), esteticismo (*o intento de autosignificación artística, pictorialistas, por ejemplo*) y sintaxis (*como relación entre diferentes imágenes*)<sup>11</sup>.

Otro mecanismo externo a la propia imagen fotográfica que evidencia el temor a la ambigüedad en su significado, según Burgin, es el pie de foto o texto sobrepresionado, que se puede encontrar en cualquier periódico, revista o imagen publicitaria. A este respecto Benjamin afirma que "*el que mira una revista ilustrada recibe de los pies de sus imágenes unas directivas*"<sup>12</sup>, y Gubern cita a Barthes en El mensaje fotográfico cuando éste, al referirse a los pies de foto de prensa dice: "*constituye un mensaje parásito, destinado a connotar la imagen, es decir, a -insuflarle- uno o varios significados*"<sup>13</sup>.

El pie de foto sitúa la escena en un marco circunstancial determinado, sin el cual muchas de las imágenes quedarían enigmáticamente mudas, y sujetas a la imaginación del espectador. Aunque sería necesaria una reflexión acerca de si este sugerir enigmático y misterioso, más que verse como defecto del medio, se debiera entender como una virtud que potencia el factor artístico *-estético-* de la fotografía. La fotografía debería aprovecharse de la enigmática ambigüedad que transmite utilizándola a su favor, esto es, dejando que el propio espectador saque sus conclusiones de una imagen carente del exceso retórico del que desgraciadamente actualmente se las inviste.

En mi opinión, el trabajo de las más importantes agencias de noticias demuestra que efectivamente ante el dilema comunicativo que posee lo fotográfico, han desarrollado una serie de estrategias que más que articular códigos, agrupa elementos simbólicos que preexisten a la propia imagen fotográfica. La fotografía no tiene capacidad para generar simbología, sólo puede registrar la que el fotógrafo ha escenificado previa y estudiadamente delante de su objetivo.

El análisis que he llevado a cabo se ha centrado sobre todo en imágenes que informan de conflictos o situaciones fuera del primer mundo económico y tecnológicamente avanzado. En el ámbito del tercer mundo, oriente u otros lugares alejados ya no sólo físicamente, sino culturalmente, es donde mejor se observa esa escenificación *- montaje de la imagen informativa-* que parte siempre de estereotipos superficiales, aunque convencionalmente asimilados por occidente.

Mi estudio por lo tanto busca enumerar y clasificar las estrategias de escenificación y trucaje arriba apuntadas por Barthes, y consistentes en poner en practica una teatralización cuya finalidad es acotar al máximo la intención de la imagen en el ámbito de los medios de comunicación escrita. Tras analizar imágenes de las tres agencias de noticias más poderosas de occidente (*AP, REUTERS y EPA*) he observado ciertos aspectos que paso a exponer:

La teatralización de la escena no tiene porque poseer una finalidad manipuladora, a no ser que por manipulación entendamos el adocenamiento que sufre el lector por una realidad que ha sido trivializada en exceso.

En muchas de estas imágenes la enfatización de lo simbólico es directamente proporcional a su resultado artificioso, donde el documento se convierte en el estereotipo que dicta el editor.

He observado que la realización de imágenes informativas consiste básicamente en relacionar formas que transmiten un mensaje. Por lo tanto la fotografía informativa que generan las agencias consta de dos planos / niveles:

**Plano FORMAL**

Busca -**SEDUCCIÓN VISUAL** como paso previo a la transmisión de mensaje

Se apoya en una sintaxis visual básica heredada de la Hª del arte<sup>14</sup>

Leyes sencillas y directas para colocar los elementos sobre el plano

**Plano SIMBÓLICO**

Tras el estímulo visual, al espectador se le facilita el sentido de la imagen. - nivel connotativo-

Se apoya en convenciones culturales

Selecciona elementos de clara significación para facilitar el mensaje.

A partir de lo que se quiere transmitir se reflexiona acerca de **QUÉ** elementos lo simbolizan y **CÓMO** escenificarlo mediante patrones perceptivos de atención.

El objetivo de las agencias de noticias es fusionar los dos niveles para conseguir elocuencia visual:

**IMPACTO VISUAL + CLARA SIGNIFICACION:** no confuso  
no contradictorio  
no equívoco

**NIVEL FORMAL  
INTERÉS VISUAL**  
Composición de elementos  
1.- **ECONOMÍA**  
2.- **DISPOSICIÓN**  
3.- **PROFUNDIDAD**  
4.- **ENCUADRE**  
5.- **LUZ Y COLOR**

**NIVEL SIMBÓLICO  
INFORMACIÓN**  
Selección de ideas  
a.- **COHERENCIA  
informativa**  
b.- **ASOCIACIÓN**  
c- **GESTO**



Fig. 1. La muerte de Marat (1793) J.L. David

**a.- COHERENCIA INFORMATIVA**

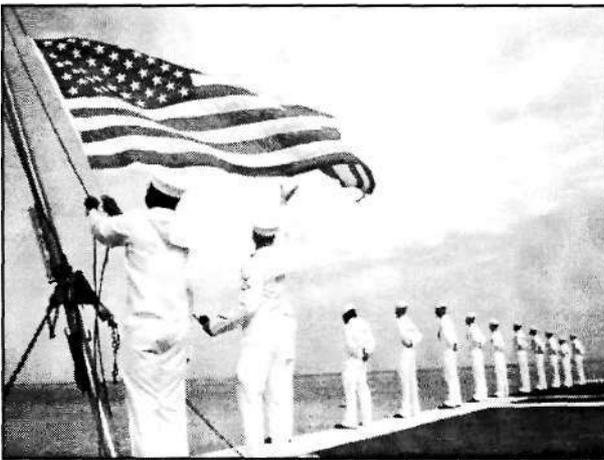
- Se parte de una información a la que se da cuerpo posteriormente
- No sólo se transmite información, también una opinión previa a la imagen

**1.- ECONOMIA DE ELEMENTOS**

- El exceso lleva a la dispersión
- Se persigue una lectura fácil y directa
- La sencillez triunfa perceptivamente
- Emula el estilo periodístico: concreto y directo



Fig.2



F;2.3

- La línea creada puede ser indicativa (nos puede llevar hacia un elemento funcionando como una flecha)
- o dejarnos prisioneros (funcionando entonces como una trampa visual)
- La Sinuosidad, el riesgo, aumenta el interés visual
- La mera repetición de un elemento que crea no una, sino infinitas líneas, también crea interés visual mediante un estampado.

**DISPOSICION Mediante líneas / planos**

- Se busca dirigir la atención del espectador creando senderos visuales donde la atención queda atrapada.
- Se establecen relaciones geométricas basadas en la construcción de un ritmo visual, esto es, una repetición o cadencia de un elemento visual similar.
- El fotógrafo construye la realidad a partir de moverse alrededor del motivo
- Se establecen relaciones lineales con elementos dispares, sin olvidar que para que la línea funcione los elementos de la escena no deben mostrarse ni separados - ni yuxtapuestos.



Fig.4

## 2-DISPOSICIÓN MEDIANTE PLANOS

- Se solapan 2 planos de interés
- Se compone en profundidad
- Se renuncia al ritmo aunque se sigue cumpliendo la regla de elementos ni separados, ni yuxtapuestos
- Permite entablar relaciones formales de analogía, contraste, o relaciones conceptuales más complejas:



Fig.6



Fig.7



Fig.9

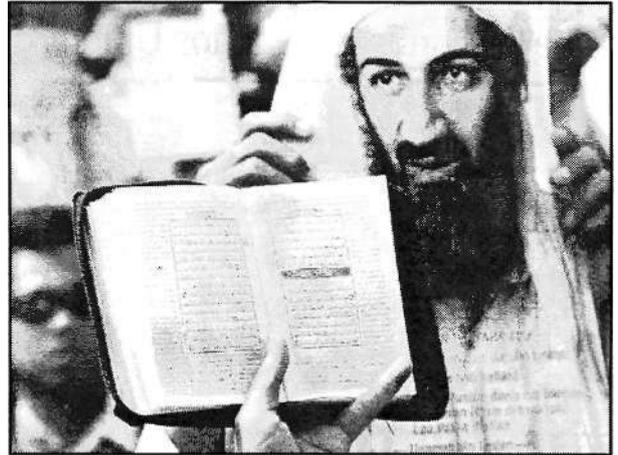


Fig.5

## 2 + b PLANOS SIMBÓLICOS

- La ventaja de componer mediante planos de interés conlleva la posibilidad atribuir una significación a cada uno de ellos.
- Asociamos elementos con carga simbólica.
- Así se crea una auténtica reflexión visual que ilustra una noticia, lo que se traduce en un enriquecimiento del mensaje que aumenta la información complementando (*redundancia*) o contrastando (*conflicto*)



Fig.8



Fig.10

## PREMISAS PARA INTRODUCIR ELEMENTOS SIMBÓLICO-NARRATIVOS:

1.- **Información previa** (*dictada por la agencia*)

2.- **Actitud analítica** (*qué simboliza qué*)

3.- **Profundidad** (*buscando la máxima proximidad entre elementos simbólicos*)

Además, con la última premisa se potencia la sensación de ventana al mundo, creando la espectacularidad que supone abrir un agujero sobre una superficie bidimensional. Se explota el concepto de perspectiva fomentando la sensación de fuga en profundidad. Esto supone:

- Que se compone en profundidad y no en paralelo.
- Que se buscan puntos de vista oblicuos y no frontales
- Que se enfatiza el primer plano: máximo acercamiento, lo que se traduce en expresividad, desproporción como potenciación de la profundidad.

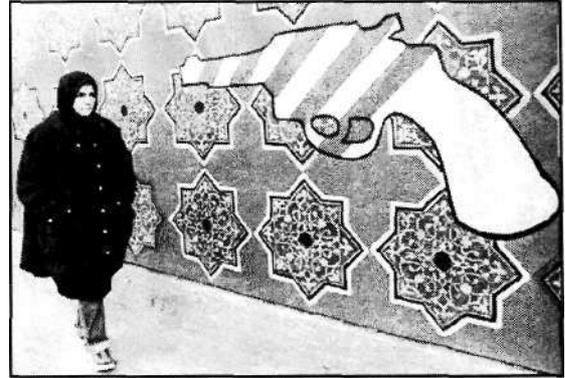


Fig.11



Fig.12

- Se crea una imagen penetrante (pseuo real)
- Con distintos ejes de giro: dinamismo en la escena
- Espacio natural como espacio accidental, evitando ser descaradamente escénico

## 4.- ENCUADRE.- Determinar los límites de la imagen. Editar la realidad.

- Se agrupan los elementos creando un punto de interés
- Clave: descentralizar motivo protagonista.
- Perceptivamente está demostrado que el centro del plano es la zona con menor interés visual, tal y como atestigua la ancestral sección áurea
- Aproximando los elementos a los límites de la imagen se potencia su presencia, subrayando además la dimensionalidad de la escena.
- La izquierda soporta más peso que la derecha: convención cultural derivada de la escritura en occidente.



Fig.13

**TIPOS DE ENCUADRE:**

- El proceso compositivo arranca en la toma, pero se perfecciona con la edición.



Fig.14

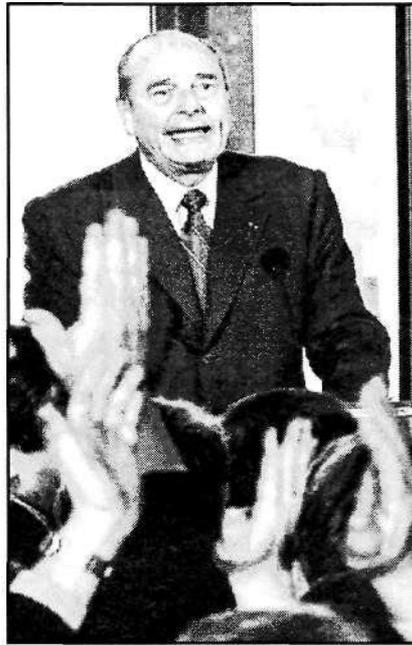


Fig.15

**ENCUADRE CERRADO**

- Se acota una parte del resto Realidad como caos: se aísla una parte lógica del caos (parte del todo)
- Al entrar y salir motivos incompletos se dota de vida y acción a la escena, sugiriendo que la realidad sigue más allá de sus propios límites.

**ENCUADRE ABIERTO**

- Se amplía el aire circundante a un motivo todo lo que se desee,
- Siempre y cuándo el ámbito sea homogéneo y limpio (*cielo*)
- Así se potencia la sensación de infinitud.

**ORGANIZADORES EXTERNOS**

Se sirven de elementos de la imagen que enmarcan la situación elegida.

- Anteriores a escena: como un antifaz, favorece los bajos tonos y el desenfoco, que enmarcan la escena principal.
- Posteriores a escena: marcos, buscan lo geométrico.

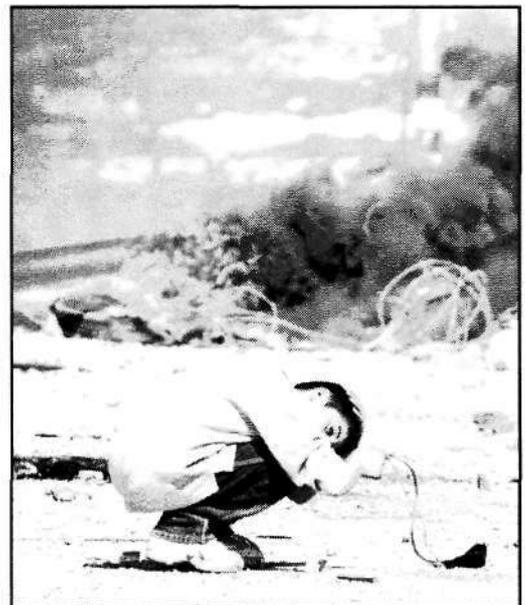


Fig.16

**C. -GESTO**

- Hasta ahora hemos visto condicionantes espaciales, pero no podemos olvidar los temporales
- No sólo se trata de estar en el sitio adecuado, sino en el momento justo. Cartier-Bresson hablaba del instante decisivo, pues de congelar un momento a otro depende poder convertir lo cotidiano en singular.
- Captar el instante es captar la expresión, captar un momento cargado de significación.



Fig.17

**- Aspecto formal:**

Se congela lo singular -espectacular - lo anecdótico, un instante irrepitible, son necesarios reflejos para captarlo.

**- Aspecto simbólico:**

Connotación profunda portadora de mensaje: gestos trágicos. El gesto enfatiza el mensaje de la imagen.

Se busca el que mejor ejemplifica la noticia. Transmiten sentimientos, pensamientos, deseos.

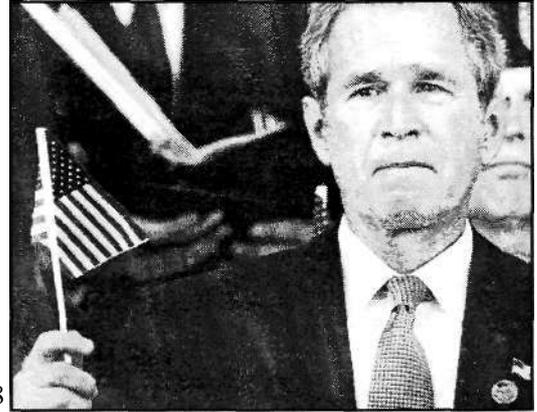


Fig.18

## 5.- LUZ Y COLOR

- La luz y sus calidades también tienen un aspecto formal y otro simbólico.
- Hay iluminaciones que determinan la belleza de una escena, pero a la vez la luz es un elemento mediante el cual se opina y transmite un mensaje.



Fig.19



Fig.20

La luz en la fotografía depende de tres aspectos:

**Cuánta.** Intensidad: cantidad de luz que incide sobre motivo

**De qué modo.** Calidad: dura-directa  
suave- difusa

**Desde dónde.** Dirección



Fig.21



Fig.22

El color responde también a unas variables:

**Temperatura**

**CALIDOS**

**FRIOS**

**propiedades FORMALES**

volumen que sale de la imagen

profundidad

**propiedades SIMBÓLICAS**

tensión pasión excitan

relajan



Fig.23



Fig.24

NOTAS

- 1 LUCIE-SMITH, E. Artes visuales en el siglo XX. Colonia, Ed. Könemann, 2000. p. 327.
  - 2 DEBORD, G. Society of the spectacle. Detroit, Black and Red, 1983.
  - 3 BAEZA, P. Por una función crítica de la fotografía de prensa. Barcelona. Ed. Gustavo Gili, 2001. p. 55.
  - 4 FLUSSER, V. Hacia una filosofía de la fotografía. Méjico D.F., Trillas. 1990, p. 10.
  - 5 DURAND, R. El tiempo de la imagen. Ensayo sobre las condiciones de una historia de las formas fotográficas. Salamanca, Ed. Universidad de Salamanca, 1998, p. 133.
  - 6 SCHAEFFER, J. M. La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico. Madrid, Cátedra, 1990.
  - 7 DURAND, R. Op. Cit. p.19.
  - 8 BURGIN, V. "Mirar fotografías". Indiferencia y singularidad. La fotografía en el pensamiento artístico contemporáneo. Barcelona. Ed. M.A.C.B.A. 1997, pp. 32-42.
  - 9 *Ibidem*.
  - 10 BARTHES, R. La Cámara Lúcida. Nota sobre la fotografía. Barcelona, Paidós Comunicación, 1989.
  - 11 ALONSO ERAUSQUIN, M. Fotoperiodismo: Formas y códigos. Madrid, Síntesis. 1995, pp. 67, 68.
  - 12 BENJAMIN, Walter. "La obra de arte en la época de reproductibilidad técnica", op. cit., pp. 31, 32.
  - 13 GUBERN, R. La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea. Barcelona, G. Gili, 1987, p. 167.
  - 15 TISSERON, S. "La imagen funámbula o La sensación en fotografía". Papel Alpha nº2. Salamanca, Universidad de Salamanca Ed., 1996, p. 83.
  - 14 Véase SCHARF, A. Arte y fotografía. Madrid, Alianza, 1994, así como SCHWARZ, H. "Veermer and the camera obscura". Art and photography. Forerunners and influences. Chicago, The University of Chicago Press, 1987, donde queda claro que la fotografía hereda valores compositivos de la pintura.
- En pinturas como La muerte de Marat de David (Fig.1), está presente la representación del drama mediante elementos simbólicos que ayudan a entender la situación: la pluma contra el puñal, la traición en forma de carta. Todos los elementos se muestran de manera clara e inequívoca en un contexto cultural concreto.