




Imágenes en las fotocolumnas de Juan José Millás. Estudio de personas, planos y anclaje textual

María Luisa Cárdenas Rica
Centro Universitario San Isidoro  

Pablo Martín Ramallal
Universidad de Sevilla  

<https://www.doi.org/10.5209/arab.105503>

Recibido: 16 de octubre de 2025. Aceptado: 20 de marzo de 2026

Resumen: Esta investigación aborda la fotocolumna como un género periodístico opinativo vanguardista, caracterizado por su hibridez entre imagen y texto. El estudio se centra en la sección “La Imagen” del suplemento El País Semanal, bajo la firma de Juan José Millás, creador del articuento. Mediante un análisis cuantitativo y cualitativo de contenido, utilizando una tabla de elaboración propia, se investiga la selección y el tratamiento de las imágenes. Los hallazgos demuestran la apuesta de Millás por el factor humano, priorizando consistentemente a las personas sobre lugares u objetos. El análisis de los planos fotográficos subraya el interés en visibilizar al “quién” informativo, su acción y entorno. Finalmente, se confirma el anclaje textual de la fotografía: el texto no solo complementa la imagen, sino que la interpreta, dotándola de un nuevo significado. Este mecanismo discursivo consolida a la fotocolumna como una herramienta esencial para proporcionar al lector otros ojos para ver la realidad.

Palabras clave: Juan José Millás; fotocolumna; fotografía periodística; articuento; géneros de opinión; planos fotográficos.

^{EN} Images in Juan José Millás’ Photocolumns. A Study of People, Shots, and Textual Anchoring

Abstract: This research examines the photocolumn as a vanguardist opinion journalism genre characterized by its inherent hybridity between image and text. The study focuses on the specific case of the “La Imagen” section in the supplement El País Semanal, authored by Juan José Millás, a renowned writer and journalist known for creating the articuento (a hybrid of a literary short story and a journalistic article). The methodology employed is a quantitative and qualitative content analysis, utilizing an originally designed analytical matrix to investigate the selection and treatment of the images. The findings demonstrate Millás’ strong commitment to the human element, consistently prioritizing people over locations and inanimate objects. Analysis of the photographic shots highlights a clear interest in visualizing the informative “who”, their action, and immediate context. Finally, the study confirms the crucial role of textual anchoring: the accompanying text does not merely complement the image but actively interprets it, imbuing it with new meaning. This discursive mechanism solidifies the photocolumn as an essential tool for providing the reader with other eyes to see reality.

Keywords: Juan José Millás; photocolumn; journalistic photography; articuento; opinion genres; camera shots.

Sumario: 1. Introducción. 2. Fotocolumnas, la suma del texto y la imagen. 3. Objetivos y metodología. 4. Resultados. 5. Discusión y conclusiones. Bibliografía

Cómo citar: Cárdenas Rica, M. L. y Martín Ramallal, P. (2026). Imágenes en las fotocolumnas de Juan José Millás. Estudio de personas, planos y anclaje textual. *Área Abierta. Revista de Comunicación Audiovisual y Publicitaria*, 26(2), 145-160.

1. Introducción

Juan José Millás García (Valencia, 1946) es un escritor y periodista español, cuya obra ha sido traducida a más de una veintena de idiomas. Es padre de un género denominado *articuento*, que incluye artículos de opinión publicados en prensa, entre los que se encuentra la fotocolumna difundida en el suplemento de *El País Semanal*: “La Imagen”. Csikós (2015) considera estos trabajos atípicos, por la hibridez entre el artículo y el cuento, así como por romper con “el modo tradicional de ver la realidad” (p. 194). La primera vez que se utiliza este término es en el primer volumen titulado *Articuentos* (2001), y una década después en la publicación *Articuentos completos* (2011). Millás define estos contenidos como “crónicas del surrealismo cotidiano dosificadas en perlas” (2011, s. p.). Sus textos han dado lugar a distintos estudios (Andres-Suárez, 2004; Andres-Suárez y Casas, 2009; Nadal García, 2003; Ródenas de Moya, 2006), pero, hasta ahora, no se han investigado en profundidad las fotografías que ilustran sus fotocolumnas, pese a que fueron seleccionadas por él y a que juegan un papel importante como elemento inspirador de sus textos. En ellas capta enfoques poco comunes: su modo de ver la realidad a través de las personas que muestra, de sus gestos sencillos y habituales. Del mismo modo, narra el complicado proceso de la existencia cotidiana del ser humano, demostrando la complejidad de su conciencia (Csikós, 2015).

2. Fotocolumnas, la suma del texto y la imagen

Se debe tener presente el lugar que la fotografía ha tenido en el periodismo desde su invención, en la primera mitad del siglo XIX, adaptándose rápidamente a la prensa y aportándole su gramática de la visión (Sontag, 2006, p. 15). Aunque hubo que esperar al primer cuarto del siglo XX y a su evolución tecnológica para que los diarios empezaran a divulgarlas con regularidad en sus páginas, sustituyendo al grabado y a la litografía (Lara Morales, 2022). Actualmente, esta tarea recae en fotoperiodistas profesionales que interpretan la realidad social mediante un lenguaje visual propio. Para que la fotografía periodística sea considerada como tal, se tienen que cumplir los siguientes requisitos:

[que] el fotógrafo (autor) conciba coherentemente la estructura de una fotografía (texto), [que] exista un destinatario activo (lector) que asigne o perciba algún uso o contenido simbólico a la imagen fotográfica, y sobre todo que se tenga en cuenta el contexto socio-cultural específico donde se [desarrolla] algún proceso de comunicación. (Claro León, 2008, p. 4)

A su vez, estas imágenes periodísticas se clasifican en géneros fotoperiodísticos, lo que permite una organización coherente de las mismas. Abreu (2004) argumenta que los géneros hacen alusión a la forma o estructura y función predominante que tienen las fotografías y su entorno verbal (título, texto y/o leyenda) y los clasifica dentro de tres estilos, como ya se hizo con los textos periodísticos (informativos, interpretativos y opinativos) (Casasús Guri y Núñez Ladevéze, 1991; Martínez Albertos, 1992).

Entre los géneros de opinión se encuentra la columna fotoperiodística, poco utilizada en el periodismo impreso y digital. Según Claro León (2008, p. 159), se requiere para su divulgación de una empresa periodística que disponga de un perfil editorial vanguardista, como es el caso del suplemento de *El País Semanal*. La forma en la que se muestra es similar a la columna periodística escrita, cuya estructura presenta: título, firma, diseño y tipografía distintiva, lugar y espacio fijo, y una aparición periódica inamovible. Este género ofrece la visión personal de un fotoperiodista

profesional que gestiona con libertad los contenidos simbólicos de la fotografía. El propósito periodístico del columnista “fluctúa entre la información y la interpretación explícita, situación que genera el uso indiscriminado de los diferentes tipos discursivos del lenguaje” (Claro León, 2008, p. 159). El espacio dedicado es limitado, por lo que se exhibe regularmente una sola fotografía. El caso investigado es singular, ya que Juan José Millás no es el autor de la imagen, sino quien la selecciona para redactar una columna en la que ofrece su interpretación y perspectiva periodística.

Tanto el periodismo gráfico como el escrito comparten y constituyen el universo semántico de los medios impresos, al que posteriormente se ha sumado el entorno digital, el cual incorpora, además, formatos audiovisuales. Los textos lingüísticos (títulos, pies de foto y textos que complementan la imagen) son indispensables para contextualizar, conformando una unidad, y adquieren una mayor relevancia cuando la fotografía periodística, por sus limitaciones discursivas, no logra expresarse con plenitud (Claro León, 2008). Son pocas las imágenes que demandan una explicación escrita extensa, debido a la carga informativa y descriptiva que presentan. Por el contrario, cuando algunas fotografías son demasiado débiles, incluso banales, y no se sostienen con una estructura discursiva suficiente, se requiere de un texto amplio que esponga, describa y narre, lo que la misma es incapaz de generar (Abreu, 2004). Pese a que las fotografías periodísticas aportan información por ellas mismas, el texto describe y relata, lo que la misma es incapaz de generar (Abreu, 1993), especialmente en la fotocolumna, donde el autor aporta su opinión sobre la imagen difundida y la refuerza también con otros contenidos. La imagen es polisémica, lo que da lugar a una pluralidad de lecturas y significados. Tanto el título como el cuerpo que la acompañan la sitúan en un contexto determinado y le dan una significación que puede coincidir o no con la intención original del reportero gráfico (Abreu, 2000).

A partir de 1990, Millás alterna su trabajo literario con la publicación de una columna semanal en *El País*. En su fotocolumna “comparte con el lector la espontánea inquietud que le produce el encuentro con las imágenes del periódico” (Tanner, 2019, p. 261). Llama la atención a los lectores del diario con su interpretación, les otorga herramientas para una mirada más crítica y alejada de la ideología dominante. Porque las fotografías que muestra producen en el espectador un “algo más”, “no deducible de las destrezas técnicas del fotógrafo”, desprendiendo detalles que “estremecen y hacen vibrar”, en palabras de Tanner (2019, p. 264), al hacer alusión a Barthes (1989). El fotógrafo congela, inmoviliza el acontecimiento, y el autor valenciano le aporta lo que no se ve, lo “indecible” de la imagen lo lleva al plano de la palabra, otorgándole un *plus* de significado, con una lectura particular (p. 270). Las imágenes que muestra Millás no son las del intelectual, sino como dice Casals Carro (2003, p. 84), son la del “juglar” o “relator”.

3. Objetivos y metodología

El análisis se centra en las imágenes seleccionadas por Juan José Millás para su sección “La Imagen”, publicadas en el suplemento *El País Semanal* durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2023 y el 25 de febrero de 2024, lo que arroja un total de 61 fotografías. Con un enfoque mixto (Sánchez Flores, 2019), la intención del estudio es profundizar en los contenidos mediante una muestra delimitada de imágenes. Esto permite una exploración cualitativa más exhaustiva (Shaw, 2003) y, a su vez, un análisis cuantitativo (Orozco y González, 2012) cuyos hallazgos se sistematizan mediante gráficas que representan la distribución porcentual de los datos (Álvarez Contreras, 2023).

El objetivo general es identificar las principales características y funciones de las imágenes seleccionadas por Millás para sus fotocolumnas. De este modo, se contribuirá al estudio de su uso en los géneros fotoperiodísticos de opinión. Con este propósito, la investigación permitirá, por un lado, describir la imagen fotoperiodística y, por otro, analizar la aportación del texto a la identificación y representación de la imagen. El estudio se apoya en una plantilla de elaboración propia, confeccionada a partir de investigaciones previas referidas al lenguaje audiovisual (Blanco Pérez, 2022; Del Valle Gastaminza, 1993; García Herrero, 2024; García-Herrero y Navarro Sierra, 2020; Israel Garzón *et al.*, 2013; López-del-Ramo, 2017). El análisis se sustenta en las fotografías que ilustran el texto, para lo que se cuantificará y cualificará la temática y escenarios retratados, así como la taxonomía de planos y, por último, la relación que se establece entre la imagen y el texto, como se recoge en la Tabla 1.

Tabla 1. Contenidos analizados. Fuente. Elaboración propia.

| Categorías | |
|--|--|
| A) Análisis de contenido de las imágenes | a1) Temáticas: Sujeto principal de la imagen (personas, lugares, animales u objetos) |
| | a2) “Quién” y “qué” informativo (foco en personas): Identificación del sujeto (anónimos, conocidos, cargos, profesiones) Acciones realizadas por el sujeto y elementos principales |
| | a3) Dónde (escenario): Localización (interior o exterior) |
| B) Taxonomía de planos | b1) Tipología de planos según la angulación (normal, picado, cenital, contrapicado o nadir) |
| | b2) Planos según la escala (planos generales, planos medios y primeros planos) |
| | b3) Planos según la función (planos descriptivos, planos narrativos, planos expresivos) |
| C) Conexión entre imagen y texto | c1) Vínculo entre la imagen y el texto (anclaje) |

Las preguntas de investigación que conforman este estudio son las siguientes: ¿qué temáticas definen las fotografías seleccionadas por Millás para sus fotocolumnas?, ¿qué taxonomía de planos presentan las imágenes elegidas por el autor para apoyar sus comentarios?, y ¿qué conexión existe entre la fotografía y el texto?

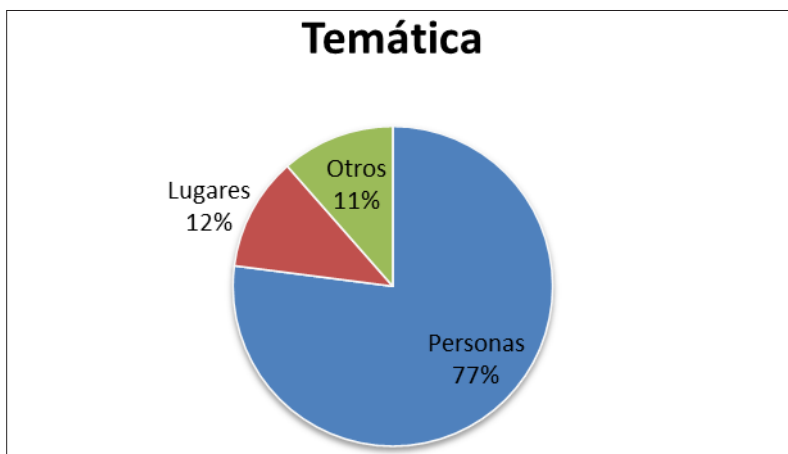
4. Resultados

El análisis ha implicado un enfoque organizado, para el que se han establecido tres categorías y ocho subapartados, tal y como se recoge en la Tabla 1, que permitirán examinar las imágenes que soportan las columnas fotoperiodísticas, para posteriormente extraer las conclusiones y, por tanto, determinar cuál es el discurso visual de las imágenes seleccionadas por Millás.

4.1. Análisis de contenido de las imágenes (A)

4.1.1. Temáticas (a1)

Se detectan las temáticas que priman en las imágenes investigadas (Ardèvol-Abreu, 2008): personas, lugares, animales u objetos, como se observa en la Gráfica 1.



Gráfica 1. Temática de las imágenes. Fuente. Elaboración propia.

a) Personas

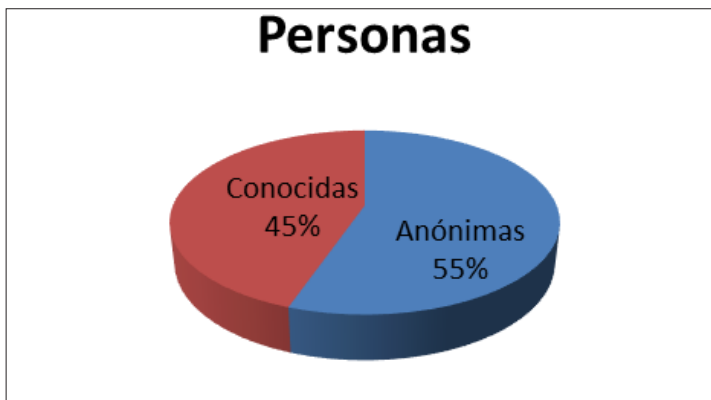
Del total de imágenes analizadas (61), la temática más predominante es el ser humano, que es protagonista en 47 ocasiones (77 %). El escritor la prefiere frente a los espacios, los animales u objetos. Estas fotografías se han clasificado, además, atendiendo al número de personas que aparecen: individual (1), pareja (2) o grupo (más de 2). Se analizará si la acción principal recae sobre uno o dos sujetos, aunque aparezcan otros en segundo plano, entendiéndose que estos son actores secundarios y no son el objeto principal de la imagen.

b) Lugar, animales y objetos

El lugar como temática ocupa el segundo puesto (7 imágenes) con el 12 %. Los espacios elegidos por Millás son diversos y transmiten desiguales sensaciones que ya se repiten cuando recurre a las imágenes de personas. Destaca la aparición de la guerra, con un exterior de Gaza (1). A su vez, también aparecen otros lugares como centros comerciales (1), edificios con aglomeraciones (1), monumentos funerarios (2), cárceles (1) y un puesto de detección del COVID-19 (1). Otros elementos detectados como protagonistas (7 casos, que representan el 11 %) incluyen una imagen con textos, un animal muerto, una fotografía y diversos objetos, entre estos últimos una camilla, una grieta en un edificio, un altar en una oficina y una mano en un yacimiento. A través de todos ellos, Millás logra evocar sentimientos en el lector.

4.1.2. “Quién” y “qué” informativos (a2)

En las imágenes protagonizadas por personas, se identificará la categoría del “quién informativo”, distinguiendo entre sujetos anónimos y figuras conocidas (véase Gráfica 2). Asimismo, se analizarán sus acciones y su profesión o cargo, siempre que estos elementos sean manifiestos en la imagen o el contexto.



Gráfica 2. Personas anónimas y conocidas. Fuente. Elaboración propia.

a) Personas anónimas y conocidas

De las 47 imágenes protagonizadas por seres humanos, los sujetos anónimos predominan con 26 casos (55 %). Muy cerca se sitúan los personajes reconocibles, con 21 casos (45 %). Estos datos reflejan una ligera predilección por retratar a ciudadanos de a pie, cuyo análisis detallado se presenta a continuación en la Tabla 2.

Tabla 2. Personas anónimas y conocidas. Fuente. Elaboración propia.

| Categoría | Detalle y recuento de imágenes |
|---------------------------|--|
| Personas anónimas (26) | Clasificación: Escenas dramáticas (10), con prevalencia de sucesos bélicos, acciones cotidianas (8), profesionales (7) y retratos singulares (1) (Ver: Figura 1). |
| Personas reconocidas (21) | La mayoría son políticos (14). Predominan los de partidos del ámbito nacional (en este caso, cabe señalar que la suma de menciones puede superar el número de imágenes al aparecer varios líderes en una misma fotografía), con una presencia destacada del PP (7), seguido de Ciudadanos (1), Vox (1), PSOE (1), así como de formaciones municipales (1). En el ámbito internacional, figuran presidentes actuales y figuras históricas como Javier Milei (2), Joe Biden (1), Volodímir Zelenski (1) y John F. Kennedy (1), generalmente captados en actos o reuniones internas. Entre otros personajes públicos destacan el papa Francisco (3, aparece con ciudadanos y con Benedicto XVI), seguido por miembros de la realeza (la familia real española (1) y Carlos III de Inglaterra (1), así como un empresario junto a un cocinero de moda (1) y una millonaria que cede parte de su fortuna (1). |

Escenas cotidianas



Escenas dramáticas



Profesionales

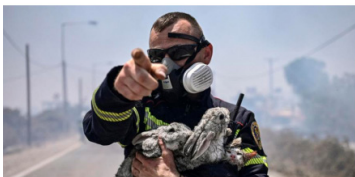


Figura 1. Personas anónimas que aparecen en solitario. Fuente. 1. Cliente en un supermercado de Madrid (2/4/2023)/ 2. Una mujer se toma una pastilla (10/12/2023)/3. Joven ahorcado en una grúa en Mashad (5/2/2023)/ 4. Una mujer sujeta a sus mascotas (Ucrania) (9/7/2023)/5. Un bombero sostiene distintos animales rescatados en la isla griega de Rodas (27/8/2023)/ 6. Ganadero de ovejas en Cantavieja (23/4/2023). <https://elpais.com/eps>

b) Número de personas

En 20 fotografías (42,6 %) hay un único sujeto, mientras que en 13 de ellas (27,7 %) se localizan parejas o el foco recae sobre dos individuos. Por último, en 14 casos (29,8 %) se muestran

grupos de tres o más personas. Resulta llamativo que, entre las imágenes de personas solas, las de carácter anónimo sean las más relevantes, un hecho que subraya el interés por identificar y visibilizar al ciudadano de a pie. En contraste, el protagonismo de personajes conocidos se mantiene equilibrado en las categorías de parejas y grupos (véase Tabla 3).

Tabla 3. Número de personas. Fuente. Elaboración propia.

| | |
|-------------------------|--|
| Personas solas (20) | <p>La mayoría son personas anónimas (13). Pese a su condición de desconocidas, se opta por imágenes en las que aparecen como único sujeto, pues forman parte de la acción que se describe. En este grupo se representan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escenas cotidianas (5): tomarse una pastilla; comprar en un centro comercial; estar en el interior de un bar, salir o entrar del metro; pegar un cartel político. • Escenas dramáticas (5): no llegar a fin de mes, secuencias de la guerra, un niño migrante, un hombre ahorcado, un vagabundo. • Profesionales (3): un bombero, un pastor, un soldado. <p>Los personajes conocidos o con cargo (7) son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Políticos (3): un alcalde de un pequeño municipio, Inés Arrimadas (diputada del partido Ciudadanos), y John F. Kennedy (presidente de EE. UU.). • Otros protagonistas (4): papa Francisco (2), Carlos III (rey de Inglaterra), y una millonaria que cede parte de su fortuna (véase Figura 1). |
| Dos personas (13) | <p>Personas anónimas (6):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plasmadas por diversas razones (4): <ul style="list-style-type: none"> • Escenas cotidianas (1): una mujer en el baño y otra mujer tras la puerta. • Escenas dramáticas (2): un hombre que pasea por un paraje seco; personas fallecidas a causa de la guerra. • Retratos singulares (1): imágenes de mujeres generadas por la IA (inteligencia artificial). • Profesionales (2): un cajero de supermercado y un farmacéutico. <p>Personas conocidas (7):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personajes políticos (5): Miembros del PP (4) y dirigentes del PP junto a otro de Vox (1); dos presidentes de gobierno (1): Joe Biden, de EE. UU., y Volodímir Zelenski, de Ucrania. Todas las fotografías mencionadas fueron tomadas en actos públicos. • Otras imágenes detectadas (2): una reunión de dos papas, Francisco y Benedicto XVI, y un reconocido empresario junto a un afamado cocinero. |
| Grupos de personas (14) | <p>Ciudadanos anónimos (7):</p> <ul style="list-style-type: none"> • En escenas cotidianas (2): viajeros y visitantes de una exposición de arte. • Momentos dramáticos (3): migrantes, presos y personas en alerta por un terremoto. • Profesiones (2): escoltas del presidente de Corea del Norte, Kim Jong-un, y funcionarios. <p>Personajes conocidos (7):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aparecen políticos (6): Milei con su equipo (2); representantes del Partido Popular (3); representantes del gobierno y de la Iglesia (1). (En 4 de ellas aparecen en actos públicos y en 2 en reuniones internas). • También se recoge a la Casa Real española en un acto institucional (1). |

4.1.3. “Dónde” informativo (a3)

En esta categoría se analiza el “dónde” informativo; es decir, el entorno donde se captaron las fotografías, clasificándolas en interior o exterior. Asimismo, se identifica el espacio concreto en el que fueron tomadas. De exterior, Millás ha seleccionado un total de 29 fotografías (47,5%).

La mayoría están localizadas en ciudades sin identificar (10), lo que revela que el espacio no es el protagonista. Le siguen ciudades de distintos territorios (6) (Gaza, Ucrania, Sudán, Irán, Perú y China). El resto se distribuye entre espacios naturales: mar (3) y campo (4), y otros emplazamientos: Marte (1), sedes de partidos políticos (2), carreteras (1), pueblos (1) y aeropuertos (1). Las fotografías captadas en el interior representan un porcentaje similar con 31 imágenes (50,8 %). En este grupo también figuran edificios sin identificar (8), y predominan las sedes institucionales y edificios públicos (21): cárceles (2), sedes de partidos políticos (4), oficina de empleo (1), metro (1), exposición de arte (1), centro pediátrico (1), parlamento (1), aeropuerto (1), empresa (1), centro comercial (2), ascensor (1), bar (1), farmacia (1), supermercado (1), restaurante (1), cuarto de baño (1), y viviendas (2). Una de las fotografías es un texto y no se acoge a la clasificación realizada (1,6 %).

4.2. Taxonomía de planos (B)

4.2.1. Tipología de planos según la angulación (b1)

La composición de la imagen cuenta con una incidencia angular que influye en la percepción de los mensajes visuales. La ubicación de la cámara respecto al sujeto informativo (el centro de la composición) da lugar a la siguiente clasificación, que constituye la base de este estudio. Los más utilizados son: normal (a la altura del personaje o del objeto), picado (desde una altura superior), contrapicado (orientada hacia el techo), nadir (completamente bajo el sujeto) y cenital (justo por encima de la cabeza, a 90 grados) (Caldera Serrano, 2007). Atendiendo al ángulo o la altura de la cámara, el 67,2 % de las fotografías fueron tomadas con plano normal (41). Le sigue el picado (16) con un 26,2 %, el cenital (2) con 3,2 % y el contrapicado (2) con un 3,2 %.

4.2.2. Planos según la escala (b2)

En el estudio se atiende, además, al plano entendido como un elemento físico que contribuye a la conformación, lectura e interpretación de la imagen (Caldera Serrano, 2007; Martínez-García, 2012). En este sentido, el tamaño de los planos determina la fracción de la realidad que se captura en la composición. La investigación emplea la escala de planos convencional, categorizada de la siguiente manera:

- Planos generales: gran plano general, plano general y plano entero.
- Planos medios: plano americano, plano medio y plano medio corto.
- Primeros planos: primer plano, primerísimo primer plano y plano detalle (Finol *et al.*, 2012; Trabadelo-Robles, 2022).

Las tres dimensiones diferentes incluidas en cada uno de ellos ayudan a concretar aún más los límites del encuadre.



Gráfica 3. Tipos de planos según la escala. Fuente. Elaboración propia

4.2.3 Planos según su función (b3)

Cada plano delimita la porción de realidad mostrada al narrar un contenido visual, tomando como referencia la escala de la figura humana. En esta investigación, se aplica dicha clasificación

adjudicando a cada tipología una función narrativa específica. Los resultados (véase la Gráfica 3) se distribuyen de la siguiente manera: planos generales 39,3 % (24) (planos descriptivos o abiertos), planos medios 49,1 % (30) (narrativos o intermedios) y primeros planos 8,1 % (5) (planos expresivos o cortos). Se ha incluido un apartado de no clasificados 3,2 % (2), por su naturaleza excepcional: una composición centrada en la palabra escrita “incertidumbre” sobre un paraguas cerrado, y otra que ilustra material celular.

a) Planos generales (descriptivos o abiertos)

Los planos amplios son los segundos más recurrentes en la fotocolumna de Millás. Estos muestran el entorno donde se desarrolla la acción y ubican al personaje en ese espacio. Se emplean los siguientes tipos de planos descriptivos (véase la Tabla 4):

Gran plano general (GPG): 1,6 % (1). Posee un carácter marcadamente descriptivo y ofrece una visión panorámica donde el paisaje predomina sobre el sujeto, quien a menudo resulta imperceptible. En el corpus analizado, solo una fotografía seleccionada por Millás se vincula a esta categoría.

Plano general (PG): 27,8 % (17). A diferencia del GPG, este encuadre permite identificar la presencia humana, aunque sin profundizar en el detalle físico. En las 17 muestras registradas, prevalecen las que tienen personas de protagonistas (8), donde el rostro no es relevante, pero sí la acción que ejecutan. Asimismo, se identifican capturas de exteriores en ciudades internacionales (6) y tomas realizadas desde el interior de edificios (3).

Plano entero (PE): 9,8 % (6). También denominado plano figura, su encuadre abarca desde la cabeza hasta los pies del sujeto, dejando “aire” en los extremos superior e inferior. La figura humana es reconocible, y se aprecia también el entorno. De las imágenes seleccionadas, predominan los retratos de personalidades conocidas (4) frente a los de personajes anónimos (2).

Tabla 4. Planos descriptivos. Fuente. Elaboración propia.

| Planos | Clasificación | Imágenes en las fotocolumnas |
|---|--------------------|--|
| | Gran plano general | Exterior (1): tierras secas de España con dos personas al fondo que no se identifican. |
| Planos generales | Plano general | Personajes anónimos (8): migrantes; viajeros en el exterior de un aeropuerto; guardaespaldas del presidente norcoreano Kim Jong-un corriendo junto a su coche; una persona en el interior de un bar; civiles abatidos por el ejército ruso en Ucrania; un hombre ahorcado en una grúa en Irán; la tumba de un migrante en Grecia; y una persona pegando un cartel electoral en Perú. |
| | | Exteriores de ciudades (6): las secuelas del terremoto en Japón; la destrucción de Gaza por la guerra; la macroubanización en China; un centro de detención de migrantes en Reino Unido y un puesto de control de COVID-19 en China. |
| | | Interior de edificios (3): camilla en hospital; panorámica de un centro comercial en Helsinki (Finlandia), y vista general de la oficina de la Agencia Tributaria en Madrid. |
| | Plano entero | Personas conocidas (4): el Papa con bastón en una visita a un centro pediátrico; cúpula del PP en un despacho de la sede de la calle Génova; una escena presidida por el presidente argentino, Javier Milei, rodeado por miembros de su gobierno, y el presidente de Estados Unidos, Joe Biden, junto al presidente de Ucrania, Volodimir Zelenski. |
| Personajes anónimos (2): una mujer en el baño y otra tras la puerta, y un cliente en un supermercado. | | |

b) Planos medios (narrativos o intermedios)

Los planos intermedios o narrativos, los más frecuentes en las imágenes seleccionadas por Millás, identifican con precisión las acciones de los personajes. Gracias a su proximidad, facilitan la observación de la ejecución corporal del sujeto sin perder de vista parte de su entorno. Dentro de esta tipología (véase la Tabla 5), destaca en primer lugar el plano medio corto (PMC), que representa el 18 % (11). Le siguen el plano americano (PA), con un 16,3 % (10), y el plano medio (PM), 14,7 % (9).

Plano americano (PA) (10): La parte inferior del encuadre coincide con la rodilla del sujeto, lo que permite captar tanto las expresiones faciales como el lenguaje corporal, a excepción de los pies, además de parte del fondo. Es idóneo para encuadrar a varias personas interactuando. En las imágenes se capturan, entre otros, gestos de dominio (como las manos en los bolsillos analizadas por Millás) o la solemnidad de actos institucionales (el juramento de la Princesa Leonor). De las fotografías que presentan este tipo de plano, el 60 % corresponde a personas conocidas y el 40 % a anónimas. En 7 de ellas aparece más de una persona (siendo la mayoría personajes famosos que interactúan o están en movimiento), mientras que en las tres restantes aparece un único sujeto. Todas presentan una alta carga emocional, ya que la cercanía de la cámara permite observar detalladamente el rostro y el contexto.

Plano medio (PM) (9): Posee la distancia adecuada para mostrar la realidad entre uno o dos sujetos. Permite observar con claridad qué está haciendo la persona con sus manos, dado que el límite inferior de la imagen se sitúa, aproximadamente, a la altura de la cintura. Esto facilita conectar la identidad del personaje con su realidad social. Esta tipología recoge 9 imágenes con 1 o 2 personas: 4 son individuos conocidos o con cargos públicos (políticos), donde se resalta el “quién” informativo, y 5 son personas anónimas. Es el encuadre más humano y funcional, idóneo para mostrar oficios o situaciones (Inés Arrimadas en el ascensor).

Plano medio corto (PMC) (11): Capta el cuerpo desde la cabeza hasta justo debajo del pecho. Este encuadre permite aislar una sola figura, descontextualizando a la persona de su entorno para concentrar toda la atención en ella. Debido a que abarca desde la cabeza hasta el busto, también se le denomina plano busto o primer plano mayor. Posibilita observar la expresión de los personajes, sus emociones y sentimientos. Del total de fotografías que presentan esta tipología, 6 son de personas conocidas y 5 de personas anónimas. En 4 de ellas, el protagonista sostiene distintos objetos que aportan el elemento de novedad en el que se apoyará el texto; en otras 3 imágenes, las personas interactúan, y las cuatro restantes no han sido clasificadas. Al reducir el contexto, el objeto (por ejemplo, la motosierra de Milei) adquiere un valor metonímico: el objeto es la noticia. Asimismo, es el plano donde la interacción se vuelve más agresiva o íntima (la mano de Aznar como pistola o el encuentro entre Benedicto XVI y el papa Francisco), forzando al espectador a centrarse exclusivamente en la tensión psicológica entre los personajes.

Tabla 5. Planos narrativos. Fuente. Elaboración propia.

| Planos | Clasificación | Imágenes en las fotocolumnas |
|---------------|-----------------|--|
| Planos medios | Plano americano | Personas conocidas (6) y anónimas (4). |
| | | Más de una persona (7): el juramento de Leonor de Borbón como heredera de la Corona de España; el consejero de Apple y el cocinero de DiverXO, comiendo en un restaurante; el Defensor del Pueblo, Ángel Gabilondo, junto a una comisión que investiga los abusos de pederastia de la Iglesia; el expresidente José María Aznar cogiendo del brazo al líder del PP Alberto Núñez Feijóo; Núñez Feijóo junto a miembros del PP tras las elecciones del 23J; un grupo de personas que observan y fotografían con sus móviles la obra <i>Aquí murió Picasso</i> en la Feria Internacional de Arte Contemporáneo de Madrid; y Begoña Villacís, vicealcaldesa de Madrid, José Luis Martínez-Almeida, alcalde de Madrid, e Isabel Díaz Ayuso, presidenta de la Comunidad de Madrid, en un acto con las manos en los bolsillos. |

| Planos | Clasificación | Imágenes en las fotocolumnas |
|--------|-------------------|--|
| | Plano medio | <p>Persona sola (3): una millonaria que reclama con un cartel tasas para los ricos en el Foro de Davos; una mujer mayor que sujeta a sus mascotas en su casa, tras haber sufrido un bombardeo; y una persona que entra o sale del metro.</p> <p>Se recogen en esta tipología imágenes en las que aparecen 1 o 2 personas (9).</p> <p>Personas conocidas (4): María Guardiola del PP y Ángel Pelayo Gordillo de Vox, tras rubricar el acuerdo del gobierno de coalición para el Parlamento de Extremadura; Inés Arrimadas, diputada de Ciudadanos, dentro de un ascensor tras comparecer en el Congreso ante los medios para anunciar su salida de la política; Javier Bolaín, alcalde de Illán de Vacas (Toledo), un pueblo de tres habitantes, que se muestra como ejemplo de la España vaciada; y el rey Carlos III, con la corona de San Eduardo y dos cetros, el día de su coronación.</p> <p>Personas anónimas (5): imagen de dos mujeres creada por inteligencia artificial; dos mujeres en una farmacia de Madrid, vendedora y compradora; José Antonio Palomero, ganadero de ovejas en Cantavieja, a favor de los parques eólicos; una cajera que entabla conversación con una cliente en los supermercados Jumbo de los Países Bajos donde se ha puesto en marcha el proyecto Kletska ("la caja para charlar"); y un hombre conduciendo un tanque en Kremna, Ucrania, que pone de manifiesto la desproporción entre la máquina y quien la dirige.</p> |
| | Plano medio corto | <p>Personas conocidas (6) y anónimas (5).</p> <p>El protagonista de la imagen porta en las manos distintos objetos (4): Javier Milei, levantando la motosierra que marca su campaña electoral; un bombero con distintos animales salvados de un incendio en Grecia; los políticos del PP, Isabel Ayuso y Alberto Núñez Feijóo, mostrando un cesto de frutas que ha sido protagonista en su enfrentamiento con el PSOE; y una mujer que enseña las facturas que no le permiten llegar a fin de mes.</p> <p>Personas que interactúan (3): José María Aznar, expresidente del PP, señalando con el dedo a otro expresidente del PP, Mariano Rajoy, en la Convención Nacional del Partido Popular (el gesto de la mano asemeja a una pistola); el papa Francisco recibiendo una limosna de un niño en Sudán del Sur; y el papa Francisco da la mano a Benedicto XVI.</p> <p>También obedecen a este tipo de plano (4): la imagen de 2000 pandilleros encarcelados, que son trasladados al Centro de Confinamiento del Terrorismo en Tecoluca (El Salvador); el presidente de los EE. UU., John F. Kennedy, en un coche junto a su esposa, justo un minuto antes de morir; una grieta en un edificio; y la imagen de un altar en el cubículo de Inma, una trabajadora que falleció por un infarto en un <i>call center</i> de Madrid, sin que la actividad frenética del centro se paralizara.</p> |

c) Primeros planos (expresivos o cortos)

Son planos cortos: el primer plano (PP), el primerísimo primer plano (PPP) y el plano detalle (PD) (véase la Tabla 6):

El primer plano (PP): denominado también plano de retrato, recoge el rostro y los hombros, situando al espectador en una distancia íntima. En este encuadre, el cuerpo carece de relevancia en favor del gesto o la expresión facial, que se convierte en protagonista de la imagen. No se han localizado ejemplos de esta tipología en el presente estudio.

El plano detalle (PD): se centra en una parte muy concreta del cuerpo o de un objeto para mostrarla en su máxima expresión y captar matices que pasarían inadvertidos. Tampoco se detectan ejemplos de este plano en la muestra analizada.

El primerísimo primer plano (PPP): la cámara se aproxima aún más al sujeto, captando el rostro desde la altura de la frente hasta la barbilla. Con él se dota a la imagen de un significado profundo,

dándole más carga emocional e intimidad. Este tipo de plano sí aparece en el estudio y representa el 8,1 % (5) del total. En la mayoría de las fotografías analizadas aparece una única persona y es anónima. No se busca el retrato completo, sino prestar atención a una parte del cuerpo que narra una historia de vulnerabilidad, como es el caso de los zapatos de una persona sin hogar. En otro caso, el plano se utiliza para describir un lugar como la superficie de Marte.

Tabla 6. Planos expresivos. Fuente. Elaboración propia.

| Planos | Clasificación | Imágenes en las fotocolumnas | |
|-----------------|--------------------------|---|---|
| Primeros planos | Plano detalle | No se encontraron ejemplos en el estudio. | |
| | Plano detalle | No se encontraron ejemplos en el estudio. | |
| | Primerísimo primer plano | | Una sola persona y anónimas (5): Una mujer tomando una pastilla, donde destaca la acción al centrarse en la boca antes de ingerir la píldora; un niño migrante en una caja de cartón, de la que solo asoman sus manos; una persona sin hogar acostado sobre una esterilla, del que se muestran de frente sus zapatos destrozados; y una mano procedente de un yacimiento. |
| | | | Lugar (1): imagen de la superficie de Marte. |

4.3. Conexión imagen y texto (C)

4.3.1. Tipo de vínculo entre texto e imagen (c1)

Entre la fotografía y el texto siempre se produce una conexión, especialmente en el género fotocolumna. Millás logra esta unión en todas las piezas estudiadas. En el 86,8 % de los casos, esta cohesión se establece mediante una frase o un párrafo específico que hace mención a la imagen (53). De ello se deduce que la fotografía funciona más como un punto de partida que como un objeto de análisis exhaustivo. No busca la redundancia, sino evocar, de ahí que prevalezcan los vínculos breves. Por el contrario, solo en el 13,1 %, el texto completo gira en torno a la imagen (8). Esto sucede en fotografías más cargadas de emotividad que de actualidad, la mayoría de las cuales retratan a personas anónimas. En ellas, Millás renuncia a la autonomía que le proporciona la redacción del texto para centrarse en la imagen. La potencia de lo mostrado es tan conmovedora que el escritor se convierte en el intérprete de la realidad que ha captado el fotógrafo. Entre las imágenes destacan la de una mujer en el baño, la de una persona en un bar, la de unas mujeres en una farmacia, las de personas fallecidas, las de funcionarios trabajando, la de un niño migrante en el interior de una caja, y la de una persona que pega un cartel electoral. Tan solo en una de ellas el lugar es el protagonista: la de un puesto de pruebas de COVID-19.

5. Discusión y conclusiones

La escasez de estudios sobre la fotografía ha sido expuesta y denunciada desde la década de los ochenta hasta la actualidad (Acosta Meneses y Lozano Ascencio, 2021). Esto se agrava aún más cuando nos referimos a los estilos fotoperiodísticos y, en concreto, a la fotocolumna. En las investigaciones en comunicación se ha dado prioridad a los textos periodísticos, y eso es lo que ha ocurrido con la sección “La Imagen” de Millás, donde los estudios se han centrado en los contenidos, pero no en la fotografía que el autor selecciona e interpreta. No se puede olvidar que las imágenes también contribuyen a la representación de la realidad, como prueba fehaciente (Moreno Gómez, 2021). Romero Bernal (2010) analizó las temáticas de los contenidos aportados por Millás, expresando que la sección investigada no radica en la fotografía. Argumenta que los lectores de prensa han podido observar las imágenes seleccionadas en otros medios con anterioridad, y que es Millás quien las vivifica para que sean “realmente significativas y ricas en sentidos compartidos (cómplices) a los ojos del lector” (p. 13). Sin embargo, en este artículo se otorga a las imágenes seleccionadas un valor por sí mismas, porque, aunque Millás, como muestra Romero Bernal (2010), les aporte un “plus interpretativo” (p. 13), se considera que ellas mismas, con sus temáticas y planos, hacen que el escritor se fije en ellas para su columna semanal,

convirtiéndolas en parte de la misma y traduciendo en palabras lo que en ellas se insinúa. Su estrategia refuerza el vínculo entre imagen y palabra, revelando su particular visión del mundo. Todo ello demanda que sean analizadas, con el fin de determinar sus características, aportando valor al género fotoperiodístico. De ahí que las conclusiones aportadas giren en torno a ellas, no entendiéndolas como simples ilustraciones, sino como elementos fundamentales que activan y orientan el sentido del texto. Se consideran imágenes que inspiran la narrativa y refuerzan su carga simbólica y emocional.

En la investigación se responde a las tres cuestiones planteadas: qué temáticas predominan en las imágenes seleccionadas por Millás, a qué taxonomía de planos presentan y a qué conexión se da entre la imagen y el texto. En respuesta a la primera cuestión, se observa que Millás, en la selección que realiza de las imágenes para sus fotocolumnas, apuesta por las personas como protagonistas (77 %), con el fin de promover una conexión emocional con el público. Se inclina por la selección de imágenes de personas anónimas (55 %) frente a personajes conocidos (45 %). Esto indica una ligera preferencia por los ciudadanos de a pie frente a la representación de figuras públicas, cuya presencia sigue siendo, no obstante, significativa. En las fotografías de personas anónimas imperan las imágenes con escenas dramáticas, en las que destacan los sucesos bélicos. En el caso de los personajes conocidos, predominan los políticos nacionales, que aparecen en actos públicos y reuniones internas. Además, se priorizan las imágenes con personas solas o donde ellas son las protagonistas (42,6 %). En ellas, la mayoría son personas anónimas y se subraya la acción que ejecutan.

En relación al “dónde” informativo, es decir, el lugar en el que fueron tomadas las fotografías, se observa un equilibrio cuantitativo entre las capturas de exterior (47,5 %) e interior (50,8 %). En las de exterior destacan las que están localizadas en ciudades sin identificar, seguidas de localizaciones vinculadas a la agenda de la actualidad internacional (Gaza, Ucrania, Sudán, Irán, Perú y China). Por su parte, en las fotografías de interior también se recurre a establecimientos públicos; aunque, en menor medida, destacan las sedes institucionales. No obstante, el “dónde” no es el elemento predominante en el discurso narrativo de Millás. Se centra, por el contrario, en el “quién”, ya que la arquitectura o el paisaje solo adquieren relevancia temática en el 11 % de los casos, y casi siempre aparecen como una consecuencia de la acción humana (como es el caso de los escenarios de guerra). El lugar no es más que un espacio donde se manifiesta el conflicto o la cotidianidad. Incluso en los interiores, el espacio se define más por su función social que por su identidad geográfica, y, por ello, predominan los establecimientos públicos (comercios) y los espacios institucionales (parlamentos, centros penitenciarios u oficinas de empleo).

Por otro lado, en relación a la segunda pregunta, referida a la taxonomía de los planos, la mayoría de las fotografías analizadas se captan utilizando el plano normal (67,2 %). Este tipo de encuadre favorece una conexión natural con el espectador, propia de la imagen periodística. Este es el ángulo más usado y el que proporciona un mayor protagonismo a los rostros. La cámara se ubica al mismo nivel que el personaje u objeto representado y crea empatía entre el espectador y el sujeto. El resto de ángulos, como es el caso del cenital, el contrapicado y el nadir, no tienen apenas repercusión en la selección de Millás. Además, en las fotocolumnas, hay una predominancia de planos medios (49,1 %), lo que subraya la intención de captar la actividad que desarrollan los personajes, así como su interacción con el entorno. Este hallazgo resalta cómo la elección de este tipo de planos facilita una conexión emocional con el público al mostrar detalles significativos. Le sigue el uso de planos abiertos (39,3 %) que cumplen una función crucial, al proporcionar información sobre el contexto en el que se desarrolla la acción. Estos planos permiten al espectador situar a los personajes dentro de una narrativa más amplia, especialmente en imágenes que reflejan situaciones sociopolíticas relevantes, como la migración o la guerra.

Es destacable dentro de esta segmentación el plano general, el más empleado en toda la selección de Millás (27,8 %), con el que se observa a las personas representadas sin demasiados detalles. En estas fotografías predominan las imágenes de personas anónimas, en las que no importan tanto sus rasgos como la acción que están ejecutando (sirva de ejemplo la fotografía de unos migrantes embarcados, la de unos civiles abatidos por el ejército ruso o la de un hombre ahorcado en Irán). Apenas se hace uso del gran plano general (1,6 %) porque en él se da más

relevancia al paisaje que a las personas, que casi no se distinguen. El uso del primer plano y primerísimo primer plano también es limitado (8,1%). Estos son fundamentales para captar la carga emocional y la intimidad de los retratos. Su escasez en el estudio resalta la tendencia de Millás de enfocarse más en las personas, sus acciones y su contexto social, elementos propios del periodismo. Las imágenes elegidas reflejan una variedad de escenarios tanto cotidianos como institucionales, y de personas, desde ciudadanos de a pie hasta líderes políticos, enfatizando cómo el tipo de plano elegido impacta en la transmisión del mensaje. A través de la selección de temáticas, de angulaciones y planos, el autor logra comunicar, en sus distintas fotocolumnas, no solo la acción inmediata, sino también las implicaciones sociales de las situaciones representadas en sus fotografías.

El estudio destaca, en relación a la tercera pregunta formulada, la relación intrínseca entre las imágenes y los textos que las acompañan, lo que refuerza la idea de que el fotoperiodismo opinativo se nutre de un diálogo entre ambos elementos. Esta interacción es clave para comprender el mensaje global que Millás busca transmitir en sus fotocolumnas. No obstante, en el 86,8 % de los casos el vínculo se limita a una frase o párrafo, ya que la columna aporta una reflexión adicional que amplifica el sentido primero de la imagen, otorgándole otra dimensión a lo representado. La creatividad del escritor se localiza en la selección de la fotografía y también en lo que expone sobre lo que percibe y que no se observa a simple vista. Despliega un texto cohesionado a la imagen para evitar crear “piezas aisladas del rompecabezas de la realidad” (Tanner, 2019). En el caso de las fotocolumnas en las que dedica un texto completo a las imágenes (13,1%), las fotografías están más cargadas de emotividad que de actualidad, recurriendo principalmente a personas anónimas. Las imágenes abarcan una variedad de temáticas, en las que se recogen desde escenas cotidianas a situaciones dramáticas. De ahí que las fotografías aportadas por Millás, además de informar, despierten sentimientos y reflexiones en el espectador. Estos contenidos en su conjunto definen la sección en la que se integran en *El País Semanal*, “La Imagen”, donde las fotografías componen un discurso en el que se diagnostica la crisis actual y también se plantea la posibilidad de un cambio en medio de la adversidad. No hay lugar para el conflicto entre la imagen y el texto, sino que su puesta en común permite a quien lo lee la posibilidad de construir un nuevo mensaje.

Bibliografía

- Acosta Meneses, M. Y. y Lozano Ascencio, C. (2021). La fotografía y el fotoperiodismo, un objeto de estudio emergente en la investigación en comunicación en España. *Doxa Comunicación*, 33, 393-404. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n33a866>
- Abreu, C. (1993). *La fotografía periodística: Una aproximación teórico-práctica*. [Tesis doctoral Universidad de La Laguna].
- Abreu, C. (2000). La opinión fotográfica (y III). *Revista Latina de comunicación social*, 3(26), 1-5.
- Abreu, C. (2004). El análisis cualitativo de la foto de prensa. *Revista Latina De Comunicación Social*, 59, 29-34. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2004/06>
- Álvarez Contreras, E. I. (2023). Representaciones gráficas en la divulgación científica. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 179, 251-257. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi179.8890>
- Andres-Suárez, I. y Casas, A. (eds.) (2009). *Juan José Millás*. Arco, Libros, Cuadernos de narrativa.
- Andres-Suárez, I. (2004). Los microrrelatos de Juan José Millás: bienvenidos a Cifralandia. En F. Nogueral Jiménez, *Escritos disconformes: nuevos modelos de lectura* (pp. 179-190). Ediciones Universidad de Salamanca.
- Ardévol-Abreu, A. (2008). La inmigración, en la fotografía de prensa de Canarias. *Revista Latina De Comunicación Social*, 63, 409-417. <https://doi.org/10.4185/RLCS-63-2008-791-409-417>
- Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Paidós.
- Blanco Pérez, M. (2022). El discurso fotográfico en los premios World Press Photo (1955-2021): tecnología, política y medios. *Revista Latina De Comunicación Social*, 80, 241-258. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1543>
- Caldera Serrano, J. (2007). Lectura de la imagen televisiva: Una aproximación desde la documentación. *Puertas a la lectura*, 19, 1-8.

- Casals Carro, M. J. (2003). Juan José Millás: La realidad como ficción y la ficción como realidad (o cómo rebelarse contra los amos de lo real y del lenguaje) Análisis de Juan José Millás, columnista de El País. *Estudios del Mensaje Periodístico*, 9, 63-124.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0303110063A>
- Casasús Guri, J. M., y Núñez Ladevéze, L. (1991). *Estilo y géneros periodísticos*. Ariel España.
- Claro León, J. (2008). Los géneros fotoperiodísticos: Aproximaciones teóricas. En I. de la Peña (Ed.), *Ética, poética y prosaica: Ensayos sobre fotografía documental* (pp. 153-166). Siglo XXI Editores.
- Csikós, Z. (2015). Un género atípico con realidades insólitas: los articuentos de Juan José Millás. *Colindancias*, 6, 193-202.
- Del Valle Gastaminza, V. (1993). El Análisis Documental de la Fotografía. *Cuaderno de Documentación Multimedia*, 2, 33-43.
- Finol, D. E., Djukich de Nery, D., y Finol, J. E. (2012). Fotografía e identidad social: Retrato, foto carné y tarjeta de visita. *Quórum Académico*, 9(1), 30-51.
- García Herrero, I. (2024). *Análisis de la fotografía periodística del cambio climático: las cumbres del clima en El País y The Guardian*. Universidad de Valladolid.
- García-Herrero I. y Navarro Sierra N. (2020). Análisis del discurso científico del cambio climático en la fotografía de El Mundo y El País. *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, 20(3), 371-384.
<https://doi.org/10.5209/arab.71208>
- Israel Garzón, E., Pou Américo, M. J., & Thiéblemont-Dollet, S. (2013). Debates y controversias sobre las imágenes de la actualidad internacional. Foto-impacto en las portadas globales. *Correspondencias & Análisis*, 3, 295-316. <https://doi.org/10.24265/cian.2013.n3.13>
- Lara Morales, E. (2022). *Representaciones fotoperiodísticas de la protesta feminista en Chiapas*. [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Chiapas. DES Ciencias Sociales y Humanidades]. Repositorio.unach.
- López-del-Ramo, J. B. (2017). Formatos novedosos del fotoperiodismo digital. Propuesta analítica basada en indicadores estructurales, formales y funcionales. *Investigación bibliotecológica*, 31(73), 63-89.
- Martínez Albertos, J. L. (1992). *Curso general de redacción periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Paraninfo.
- Martínez-García, A. (2012). *Laberintos narrativos estudio sobre el espacio cinematográfico*. Gedisa.
- Millás, J. J. (05/02/2023). Coreografía de cadáveres. *El País*.
<https://elpais.com/eps/2023-02-05/coreografia-de-cadaveres.html>
- Millás, J. J. (02/4/2023). La parte por el todo. *El País*. <https://elpais.com/eps/2023-04-02/la-parte-por-el-todo.html>
- Millás, J. J. (23/4/2023). Todos son problemas. *El País*. <https://elpais.com/eps/2023-04-23/todo-son-problemas.html>
- Millás, J. J. (9/7/2023). La presa del río Dniéper. *El País*. <https://elpais.com/eps/2023-07-09/la-presa-del-rio-dnieper.html>
- Millás, J. J. (27/8/2023). La perplejidad del gato. *El País*. <https://elpais.com/eps/2023-08-26/la-perplejidad-del-gato.html>
- Millás, J. J. (10/12/2023). Contra la migraña. *El País*. <https://elpais.com/eps/2023-12-10/contra-la-migrana.html>
- Millás, J. J. (2001). *Articuentos*. Alba Editorial.
- Millás, J. J. (2011). *Articuentos completos*. Seix Barral.
- Moreno Gómez, F. (2021). Del fotógrafo de estudio al fotocinero y del estudio fotográfico a la calle: decadencia o democratización del uso social de la fotografía. *Fotocinema. Revista Científica de Cine y Fotografía*, 22, 149-172.
<https://revistas.uma.es/index.php/fotocinema/article/view/11695>
- Nadal García, J. M. (2003). Las columnas periodísticas de tipo creativo y la narratividad. La lógica narrativa y los artículos de Juan José Millás en "El País". *Tropelías: Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 12-14, 377-392.

- Orozco, G., y González, R. (2012). *Una coartada metodológica: abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias* (Vol. 1). Tintable.
- Ródenas de Moya, D. (2006). La epistemología de la extrañeza en las columnas de Juan José Millás. En A. Grohmann y M. Steenmeijer (eds.), *El columnismo de escritores españoles (1975-2005)* (59-78). Verbum.
- Romero Bernal, Á. (2010). Cuando una imagen no vale más que mil palabras: el paradigma de las 'fotos resucitadas' por Juan José Millás en *El País Semanal* (2010). En J. M. Pestano Rodríguez, S. Toledano Buendía, A. I. Ardèvol Abreu, C. E. Hernández Rodríguez (coord.), *La Comunicación Social, en estado crítico. Entre el mercado y la comunicación para la libertad: actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social* (pp. 1-27). Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 13(1), 102-122. <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Shaw, I. (2003). *Introducción a los métodos cualitativos*. Paidós.
- Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía*. Alfaguara.
- Tanner, C. L. (2019). La democratización de la capacidad para mirar: Sobre la crítica fotográfica de Juan José Millás. *Revista Caracol*, 17, 258-283.
- Trabadela-Robles, J. (2022). La pandemia mundial representada. Análisis de imágenes premiadas en grandes certámenes fotográficos mundiales. *Textual & Visual Media*, 1(15), 40-65. <https://doi.org/10.56418/txt.15.2022.003>