

Prólogo a la segunda edición española

Esta *Historia crítica del fotoperiodismo occidental* se centra esencialmente en la fotografía analógica. Hay una razón de peso para que así sea. Durante más de un siglo, la fotografía —en cuanto que medio y tecnología— evolucionó poco. Sin embargo, inmersa en un «mundo analógico», el fotoperiodismo se extendió gracias a la prensa y a las agencias de noticias y fotográficas. Fue ganando importancia e incorporando nuevos lenguajes y formas de expresión. Su calidad aumentó. También la exigencia sobre los profesionales de la fotografía informativa y documental. El fotoperiodista se convirtió en un profesional altamente cualificado a quien se exigía a diario la capacidad de incorporar el arte de la expresión visual en imágenes informativas y documentales, obtenidas a menudo bajo situaciones de estrés y con riesgo de su propia vida. Surgieron en el campo de esta profesión grandes personalidades que —como *creadores* y *autores*— dotaron de una más que notable reputación a la fotografía periodística y la envolvieron en una aureola mítica. ¿Quién no ha oído hablar de Capa, Cartier-Bresson o Salgado?

Hoy, sin embargo, la digitalización ha transformado el mundo y el periodismo. Tal y como pretendía McLuhan, el medio de comunicación ha transformado el mensaje. Ya en 2003, cuando escribí el prólogo a la primera edición en español de este libro, alerté sobre el modo en que la fotografía digital e internet estaban transformando el fotoperiodismo. Hoy en día estos cambios son aún más avasalladores. El fotoperiodismo se ha convertido al mismo tiempo en local y global, lo que aumenta su alcance. Pero con la digitalización e internet llegó también la democratización y la masificación de la obtención y la disponibilidad de fotografías de valor informativo, así como el uso intensivo de las técnicas de predicción y edición de imágenes.

En primer lugar se ha perdido el aura de misterio que poseía la fotografía. Hoy, el *software* de edición de imágenes —tan intuitivo, es

dominado por un vasto conjunto de usuarios de computadoras. Ha quedado ya sobrepasada aquella figura del fotógrafo que dominaba los procedimientos de laboratorio necesarios para la materialización de las fotografías, tan sólo accesible a los *iniciados*. El uso de la ampliadora en el cuarto oscuro y la magia de la materialización de la imagen analógica en una hoja de papel sumergida en una solución reveladora ya no es más que el recuerdo de un pasado aún reciente.

En segundo lugar, la imagen fotográfica informativa dejó de ser una rareza cuya obtención había de ser perfecta y que, por tanto, exigía una técnica muy precisa. Con una máquina digital, plagada de sensores, equipada con una pantalla de cristal líquido de gran formato que complementa al visor, provista de tarjetas de memoria donde cada vez caben más bits, *cualquiera* puede hacer centenares de fotografías, siendo probable —incluso por la simple ley de las probabilidades— que alguna de esas fotos sean estéticamente interesantes e informativamente relevantes. En el pasado quedaron las placas de vidrio, las planchas de metal e incluso las películas, cuyos límites físicos de almacenamiento de imágenes exigían del fotógrafo gran agilidad, capacidad expresiva y dominio del *lenguaje del instante*. Antiguamente había pocas oportunidades para la obtención de una imagen «perfecta»; hoy en día éstas son casi ilimitadas, debido a los sensores y automatismos de los modernos equipos digitales. Además de ello, la visualización inmediata de las imágenes capturadas en las pantallas de cristal líquido permite su edición previa, desde el recuadre inmediato a la pura y simple eliminación.

Ya sin máquinas fotográficas analógicas que exigían gran maestría en su utilización, y sin esos misterios de laboratorio sólo accesible a los iniciados, se ha perdido gran parte del *glamour* que rodeaba al fotoperiodismo. En un mundo globalizado en el que —potencialmente— todo el que tenga acceso a las tecnologías de producción y difusión digital *on line* de mensajes fotográficos pueden ser ciudadanos reporteros y poner a disposición de todo el mundo imágenes con valor informativo, ser fotoperiodista ya no tiene el significado que otrora tuviera.

La incorporación de cámaras fotográficas y de vídeo en los teléfonos celulares, cada vez más, ellos mismos, dispositivos informáticos multimedia —lo que supone una convergencia entre informática y telecomunicaciones— ha agudizado los grandes cambios a los que la fotografía y el fotoperiodismo se enfrentan. Tal como dijo David Weinberger, *estar conectado en red* es el nuevo foco de nuestras vidas. Cada minuto que pasa supone una mayor disponibilidad de imágenes en la web aportadas por ciudadano-reporteros y por fotoperiodistas profesionales. Ha

explotado el número de plataformas de intercambio de fotografías y de sitios web de agencias fotográficas, agencias de noticias, periódicos y revistas, fotoperiodistas, ciudadanos-fotorreporteros; se han formado comunidades virtuales de fotógrafos; un una web de intercambio de fotos (*photo sharing*) cada usuario puede crear una página personal e insertar, organizar, editar y comentar fotografías, manteniéndose conectado con otros usuarios. Plataformas como Flickr.com —u otras—, que permite organizar fotogalerías; o los fotoblogs (hospedados, por ejemplo, en Blogger.com), son cada vez más usados. El ahora es expuesto al momento. El mundo es cada vez más mostrado, y a veces de forma narcisista, personal e individualista. El universo de los mostrable se amplía cada vez más y la privacidad se reduce en la misma medida. Si los *puntos de vista* sobre el mundo se multiplican, queda por conocer si —sin retroceso, sin ponderación, sin tiempo de reflexión, sin contexto— la crónica visual del mundo hecha sobre *el ahora y para ahora* por un sinnúmero de fotógrafos es informativamente más relevante e interesante que aquella otra crónica visual del mundo, más *selectiva*, hecha en el pasado por los fotoperiodistas *profesionales*. Lo que parece cierto es que la memoria visual de hoy es diferente de la memoria visual del pasado.

La digitalización también ha convertido en más apremiante y serio el problema ético de la manipulación de imágenes *sin conocimiento del lector*. Virtualmente indetectables, pues una imagen digital se reduce a bits de información, las alteraciones de las imágenes digitales pueden provocar cambios cuestionables en su significado. Es preciso, por tanto, interrogarnos sobre si no existirá un *exceso de imágenes* y un *exceso de edición* en el fotoperiodismo contemporáneo, incluyendo aquí el paraperiodismo hecho por los ciudadano-reporteros, y discutir el papel del fotoperiodista en un escenario en transformación. Las lecciones del pasado analógico de la fotografía, en este cuadro, no se deben despreciar, siendo por tanto el objetivo de este libro rememorar el notable desarrollo de una noble actividad periodística —el fotoperiodismo— a lo largo de la historia de Occidente.

Jorge Pedro Sousa
Oporto, junio de 2010

Prólogo a la primera edición española

No han sido hasta la fecha muy comunes las investigaciones sobre el fotoperiodismo en el campo científico de las Ciencias de la Comunicación. Pero el fotoperiodismo es una modalidad importante y noble de la expresión periodística y fue por eso que lo elegí como tema de mi tesis doctoral, de cuyo primer capítulo resulta este libro sobre la historia de esta actividad periodística. *Una Historia Crítica del Fotoperiodismo Occidental* está dedicado a las personas que, como yo, se interesan o se han interesado por este tema y, en particular, a mis compañeros profesores, investigadores y fotoperiodistas. También quiero dedicarlo a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, pues son ellos el futuro de la profesión periodística.

En 1993, escogí la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Santiago de Compostela para hacer mi doctorado, y no solamente porque sabía que iba a tener allí a algunos de los mejores profesores del mundo, sino también porque España es un país que me encanta, y en particular Galicia. Aún hoy pienso que la separación entre los pueblos ibéricos, en especial la separación entre el Norte de Portugal y Galicia, fue un error de la historia. Sin embargo, desde hace algunos años, sobre todo con la recuperación de la democracia, los pueblos ibéricos se están redescubriendo. Lo mismo está ocurriendo con los investigadores y profesores ibéricos de Ciencias de la Comunicación —se están descubriendo, reconociendo, apoyados en gran medida por Internet y por las asociaciones de investigadores de la Comunicación. El pasado 2001 se celebró en Málaga el *I Congreso Ibérico de Ciencias de la Comunicación*. Otros eventos tendrán también lugar, como los *Congresos Luso-Gallegos de Estudios Periodísticos*, el último de los cuales ha tenido lugar días antes de la salida al mercado de la edición en castellano de este libro en abril de 2003. España se ha transformado en una potencia mundial en las Ciencias de la Comunicación, en gran parte por fuerza de su in-

tenza actividad editorial, de investigación, de formación de postgrado y de docencia, y los investigadores y profesores portugueses cada vez más miran a España como un ejemplo a seguir.

La traducción de este libro se inscribe en el marco de este proceso de reconocimiento mutuo entre las comunidades de investigadores en Ciencias de la Comunicación de España y Portugal. A pesar de que todos nosotros leemos bien en las lenguas ibéricas, leemos mucho mejor en nuestra propia lengua materna. El camino adecuado es, así, aquel que permite a los investigadores españoles conocer en su lengua lo que hacen sus compañeros portugueses y a los portugueses conocer en su lengua lo que hacen sus compañeros españoles —máxime cuando lo que hacen los portugueses es hecho en España, como sucedió conmigo, que hice mi doctorado en Santiago de Compostela y tuve como directora de tesis a una de las académicas españolas y gallegas que más saben de fotografía y de comunicación visual, Margarita Ledo Andión.

Cuando en 1997 terminé mi doctorado el fotoperiodismo se encontraba en un intenso proceso de transformación, en virtud de la implantación de las nuevas tecnologías digitales. Hoy en día nos encontramos con una «casi» plena aceptación de las tecnologías digitales por parte de los fotoperiodistas y del público. La velocidad a la que se hacen las cosas en el fotoperiodismo y en el periodismo impreso en general es más rápida, pero las potencialidades de manipulación de las imágenes son también mayores y es más difícil detectar esas manipulaciones, lo que implica nuevas preocupaciones éticas para los fotoperiodistas. Tal y como afirmo en este libro, el problema de la ausencia de negativos es también un problema de memoria histórica y de derechos de autor.

Desde 1997 hasta el presente 2003, muchos fotógrafos han despuntado en la actividad. Los periódicos, las agencias y los magazines están llenos de buenos profesionales, muchos de ellos formados por las escuelas profesionales y universitarias de Fotografía y de Comunicación. Las líneas que separan fotoperiodismo y arte se están disolviendo de manera creciente en lo que respecta a los códigos de expresión y a su difusión. El fotoperiodismo no está circunscrito a las hojas de papel de periódico o del magazine —están los foto-libros, la Internet, los museos y las exposiciones. Pero la voracidad de las grandes empresas multinacionales de imágenes y de comunicación periodística mantienen frenada la actividad. La comercialización impone muchas veces la uniformidad, la difusión no libre y la obediencia a los cánones estéticos de la mayoría. Uno de esos ejemplos es la *Corbis*, una sociedad creada en 1989 por Bill Gates que quiere convertirse en el mayor banco de imágenes del mundo

y que solamente tiene dos competidores de su misma escala —la *Getty Images* y el grupo *Hachette*. En junio de 1999, *Corbis* compró la mítica agencia *Syigma*, que con las agencias *Gamma* y *Sipa* habían convertido a París en la capital mundial del fotoperiodismo de autor durante los setenta y los ochenta. En noviembre de 2001 *Corbis* decidió despedir a los 42 fotógrafos de *Syigma*, algunos de los cuales estaban arriesgando su vida en Afganistán, para ocuparse simplemente de la comercialización de su colosal *stock* de fotografías. Así, la producción mundial de fotografías periodísticas está, cada vez más, dominada por las agencias de prensa, que quieren conquistar el vastísimo mercado de medios de comunicación —la *Reuters*, la *Associated Press*, la *France Presse* (que sostiene la *European Press-photo Association*) y, en menor grado, la *EFE*— y cuyos fotoperiodistas no tienen la libertad discursiva que tienen sus pares de las pequeñas agencias de fotógrafos como era *Syigma*.

Es preciso hacernos una pregunta: ¿queda aún espacio para el fotoperiodismo de calidad? Sin duda que sí. Primeramente porque las grandes y pequeñas agencias de prensa también hacen fotoperiodismo de calidad. La calidad no es monopolio de las agencias de fotógrafos. Después, porque entre las agencias de fotógrafos no es solamente la mítica *Magnum* la que sigue haciendo buen fotoperiodismo. Algunos fotoperiodistas consagrados están creando pequeñas agencias, que trabajan solamente con medios digitales de alta resolución y con estructuras muy pequeñas y de bajo costo. Uno de estos buenos ejemplos es la agencia *VII* (*Seven*), que irrumpió en el mercado mundial del fotoperiodismo en septiembre de 2001. *VII* es un colectivo internacional de siete fotoperiodistas ubicados en distintos puntos del mundo que continúa haciendo fotoperiodismo de autor, y con mucho éxito. Al igual que *VII*, agencias como la *Vu*, la *Editing*, la *Métis*, la *Tendence Floue*, la *L'Oeil Publique* y la *Tango Photo* están compitiendo con las grandes agencias de prensa en el mercado mundial y usando los mismos instrumentos: la velocidad proporcionada por los medios digitales y por Internet. La forma de trabajar ha cambiado, pero la calidad sobrevivió.

Estas transformaciones recientes provocadas por la migración del fotoperiodismo tradicional hacia el digital no están contempladas en el libro, sin embargo, pienso que el lector encontrará aquí un posible camino para entender la historia del fotoperiodismo y su momento presente.

Jorge Pedro Sousa
(Febrero de 2003)

Introducción

Este libro es el resultado de la ampliación y la reestructuración de uno de los capítulos de lo que fue mi tesis doctoral (1997), y pretendo contribuir a eliminar las lagunas existentes en el panorama editorial hispano-luso en el área de Ciencias de la Comunicación: la inexistencia de libros sobre la historia del fotoperiodismo, a pesar de que este tema sea crucial para la comprensión del actual momento por el que atraviesa la práctica del fotoperiodismo.

En este trabajo, nos proponemos analizar las fotografías periodísticas como elementos de génesis personal, social, cultural, ideológica y tecnológica. Es éste un punto de vista que parcialmente abarca el modelo con que Michael Schudson (1988) buscaba explicar el por qué las noticias son como son, pero que de forma paralela se opone a la visión schudsoniana, una vez que ese autor afirmó taxativamente que las noticias son cultura, no ideología (Schudson, 1995:31).

Por otro lado, mi visión de la historia del fotoperiodismo está estructurada en función de los momentos más determinantes para la evolución de la actividad. A esos momentos les di, a falta de otro mejor, el nombre de «revoluciones», y es sobre la base de éstos que subdividí el presente trabajo en los capítulos que lo constituyen.

Estudiar la evolución histórica del fotoperiodismo es una opción compleja. Nacida en un ambiente positivista, la fotografía fue considerada de un modo casi unánime como el 'registro visual de la verdad', y en este sentido la adoptó la prensa para sí. Con el paso del tiempo, se fueron integrando determinadas prácticas que instauraron la rutina y la convencionalidad en el desarrollo del oficio, un fenómeno que se agudizó con la irrupción del profesionalismo fotoperiodístico. Así, surgieron los géneros fotoperiodísticos, principalmente los géneros realistas, y del reino de la verdad se pasó al reino de lo creíble. Como bien se puede leer en la obra *Give us a little smile, baby*, de Harry Coleman, ya a finales

del siglo XIX se manipulaban las imágenes en función de objetivos que nada tenían que ver con la verdad, pero sí con lo ‘creíble’. Siendo esto así, y en aras de la no manipulación, nace el fotodocumentalismo, que, en poco tiempo, sobrepondrá la belleza del arte a la simple voluntad de registro. Se llega entonces a la idea del fotógrafo autor y artista, creador, original.

De esta manera, y en consonancia con la visión de la época, se incorporará al fotoperiodismo la idea de la «construcción social de la realidad». Esta idea supuso también un punto de partida para la interpretación fotoperiodística de lo real, puesto que las percepciones que de ella se obtienen son diferentes de la realidad en sí misma y, en este sentido, constituyen siempre una especie de ficción. Se legitiman, así, los creadores-fotógrafos, que miran para sí mismos como participantes en un juego que hace ya mucho tiempo dejó de ser un mero juego de espejos, para desembocar en el juego mucho más elaborado y complejo de los mundos de signos y de códigos, de lenguaje y de cultura, de ideología y de mitos, de historia y de tradiciones, de contradicciones y de convenciones.

En este ámbito, me interesó centrar la atención en la aparición y el mantenimiento de rutinas productivas y convenciones profesionales fotoperiodísticas, un asunto éste muy bien tratado en la obra *Seeing the newspaper*, de Kevin G. Barnhurst. En el campo opuesto, hice una incursión por los fotógrafos autores, aquellos que buscan trazar caminos fotográficos personales o reconducir la evolución de la fotografía. Las obras de Margarita Ledo Andión, particularmente *Foto-Xoc y Xornalismo de Crise* y *Documentarismo Fotográfico Contemporáneo*, constituyeron en este punto una senda preciosa.

Es necesario hacer referencia a que el trazado histórico evolutivo del fotoperiodismo que constituye este libro corresponde sencillamente a una visión personal de esa evolución, pues no existe una historia de la fotografía, sino varias, a pesar de que los diversos compendios sobre la historia de la fotografía tienden a reproducir las mismas imágenes y a resaltar a los mismos fotógrafos. En este campo, la propia selección de fotógrafos que se presenta, lo más amplia posible, no impide que muchas contribuciones para el fotoperiodismo se mantengan en la sombra —la selección de informaciones y personalidades en este campo será siempre problemática. De cualquier modo, no fue nuestra intención con este libro hacer historia, sino solamente corresponder a los propósitos que nos habíamos definido, intentando, sobretudo, demostrar la influencia de las personas, de los medios sociales, de las ideologías, de las culturas,

de las historias, y de las tecnologías en la evolución del fotoperiodismo, y de ahí la relevancia dada a varios de los fotógrafos de las diferentes épocas, sin preocupaciones de exhaustividad.

Destáquese que el propio paso del tiempo relativiza la percepción que se tiene de las fotografías y de la evolución del mediador. Además, ni siquiera las fotografías que agradaron a nuestros padres o abuelos son siempre aquellas que nos entusiasman: la aventura del observar es una aventura evolutiva. Por ejemplo, en un estudio de 1980 sobre los mensajes fotográficos eventualmente patentes en las fotos de Russel Lee de la era de la expresión (*A study of the messages in depression-era photos*), Paul Hightower descubrió que personas que vivieron la depresión no veían una pobreza tan extrema en las fotos como aquella que observaban los más jóvenes. En dicho estudio, el autor expone la hipótesis de que la credibilidad de las imágenes disminuye con el paso del tiempo, ya que una de las respuestas que obtuvo sobre la fotografía de una cocina fue que ésta «¡no podía ser así!».

Con esto comprobamos que la fotografía de prensa fue recorriendo, a lo largo de la historia, un camino de encuentros y desencuentros, interrelacionándose con el ecosistema que la rodeaba en cada momento y ampliando el campo de visión de los seres humanos. Será ese camino el que intentaré describir en este libro, de forma cronológicamente ordenada, pues esa sistematización facilita la disposición y comprensión de los datos y, consecuentemente, las tareas del autor y del lector. Para concluir, me gustaría explicitar brevemente de lo que hablo cuando, en este libro, hablo de fotoperiodismo.

La noción de fotoperiodismo es cada vez más difícil de precisar debido a la multiplicidad de fotógrafos que se reclaman del sector, pero que no siempre presentan una unidad en la expresión y planteamientos temáticos, técnicos, de conclusiones y de puntos de vista. Es más, el fotoperiodismo ha llegado a mezclarse con la propia publicidad, como sucedió con las campañas de la empresa *Benetton*. E igualmente cuando se habla de fotoperiodismo como actividad orientada hacia la producción de fotografías para la prensa, se verifica que varios fotógrafos que se reclaman igualmente periodistas apuestan por otros soportes de difusión.

Debido a la complejidad del asunto, juzgo que la mejor forma de abordar el concepto de fotoperiodismo es hacerlo en un sentido amplio y en un sentido restringido, siendo necesario que, en cualquier caso, para abordar el fotoperiodismo se tiene que pensar en una combinación de palabras e imágenes: las primeras deben contextualizar y complementar a las segundas.

- a. Fotoperiodismo (*lato sensu*): En un sentido amplio, entiendo por fotoperiodismo la realización de fotografías informativas, interpretativas, documentales o ‘ilustrativas’ para la prensa u otros proyectos editoriales relacionados con la producción de información de actualidad. En este sentido, la actividad se caracteriza más por la finalidad, por la intención, y no tanto por el producto; este puede extenderse desde las *spot news* (fotografías únicas que condensan en una representación un acontecimiento y su significado) a los reportajes más elaborados y planeados; desde el fotodocumentalismo hasta las fotos ‘ilustrativas’ y a las *feature photos* (fotografías de situaciones peculiares encontradas por los fotógrafos en sus paseos y viajes). Así, en un sentido amplio podemos utilizar la denominación fotoperiodismo para designar también el fotodocumentalismo y algunas fotos ilustrativas que se publican en la prensa.
- b. Fotoperiodismo (*stricto sensu*): En sentido estricto, entiendo por fotoperiodismo la actividad que puede apuntar hacia la información, hacia la contextualización, ofrecer conocimiento, formar, esclarecer o marcar puntos de vista (opinar) a través de la fotografía de acontecimientos y de la cobertura de asuntos de interés periodístico. Este interés puede variar de un medio de comunicación social a otro, y no tiene que ver, necesariamente, con los criterios dominantes de noticiabilidad. En sentido estricto, por tanto, el fotoperiodismo se distingue del fotodocumentalismo, y esta distinción reside más en la práctica y en el producto que en su finalidad.

Así, el fotoperiodismo viviría de las *feature photos* y de las *spot news*, pero también, y tal vez algo impropriamente, de las ‘foto-ilustraciones’, y se diferenciaría del fotodocumentalismo por el método: mientras el fotoperiodista muy esporádicamente sabe lo que va a fotografiar, cómo lo podrá hacer y las condiciones con las que se va a encontrar, el fotodocumentalista trabaja en términos de proyecto: cuando inicia un trabajo, tiene ya un conocimiento previo del asunto y de las condiciones en que se puede desarrollar el acercamiento al tema que anteriormente delimitó. Este *background* le posibilita pensar en el equipo que va a precisar y reflexionar sobre los diferentes estilos y puntos de vista de abordar el asunto. Además de esto, mientras la «fotografía de noticias» es, generalmente, de importancia momentánea, encuadrándose en la «actualidad», el fotodocumentalismo tiene, por tendencia propia, una validez casi intemporal. De cualquier modo, el fotodocumentalismo no presenta una

práctica única: los fotógrafos pueden tener métodos y formas de acercamiento fotográfico a los hechos que los distinguen entre sí.

El documentalismo social como forma más común de fotodocumentalismo intenta abordar, más o menos profundamente, tanto temas estrictamente humanos como el significado que cualquier acontecimiento pueda tener para la vida humana, o aquellas situaciones que se desarrollan en la superficie de la Tierra y afectan a la convivencia del Hombre. Mientras el periodista tiene como ambición más tradicional «mostrar lo que sucede en el momento», tendiendo a construir su producción sobre la base de lo que podríamos denominar un «discurso del instante» o un «lenguaje del instante», el documentalista social procura documentar (y algunas veces influenciar) las condiciones sociales y su desarrollo. Aunque parta de un acontecimiento definido temporalmente, el documentalista social tiende a centrarse en la forma en cómo ese acontecimiento revela y/o influye en las condiciones de vida de las personas afectadas. Es preciso, sin embargo, no olvidar que —como dice Szarcowski (1973) a propósito del eventual carácter documental de la fotografía— tanto se puede mentir en un sistema documental como en otro.

Independientemente de este intento de diferenciación, el fotoperiodismo continúa siendo una actividad libre y ambigua, ya que incluye fotografías de noticias, fotorreportajes y hasta fotografías documentales, y a pesar de todo nos parece que, en la actualidad, su máxima ambición corresponde a la más antigua vocación de la fotografía: testimoniar, con un elevado número de copias, a un precio accesible.

Jorge Pedro Sousa
Oporto, 1998