

# El fotoperiodismo ya no vive aquí

Carme Ripollés Martínez  
Fotoperiodista

## Referencia de este artículo

Ripollés Martínez, Carme (2017). El fotoperiodismo ya no vive aquí. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº13. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 245-248. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2017.13.13>.

---

—El Sr. X se va a retrasar.

Es el cuarto tema del día y la demora me va a descuadrar los horarios de la agenda. Respiro. Tomo asiento y acomodo el equipo. Abro Facebook automáticamente. Sin pensar. Sin darme opción a establecer conversación con el de seguridad o con la recepcionista. ¿Qué hacíamos en las esperas antes de las redes sociales? No lo recuerdo. Abro Facebook sin pensar. Tampoco me apetece pensar.

Ante mí, aparece una imagen conocida. Tiene tiempo. 2011. Está hecha en el Casino Antiguo de Castellón. Recuerdo el día, porque estaba cubriendo la información y salgo en la foto. Es la cumbre de alcaldes de las ciudades que forman parte del corredor mediterráneo. Tengo el libro en casa. No el del corredor mediterráneo, sino el de *C.E.N.S.U.R.A.* El trabajo de Julián Barón ha sido reconocido por la agencia Magnum con el Magnum Photography Award. Me alegro mucho.

Puedo identificar uno a uno a los compañeros fotógrafos y cámaras que aparecen en esa imagen. Pienso que antes éramos unos cuantos más. Ahí estamos: expectantes, incómodos, al borde del precipicio, congelados, con los rostros quemados. Los fotógrafos en el instante en el que va a suceder algo: un saludo, un posado o el fin del mundo. Enmarcados por un trampantojo de cortinas de un supuesto escenario decimonónico. Suena una voz en *off*:

—Señoras, señores, bienvenidos al espectáculo del siglo XXI. Mantengan sus móviles en silencio y no se rían muy alto. Los protagonistas todavía no se han dado cuenta de que están en escena, actuando. Su misión es fundamental: su mera presencia y sus fotografías darán verosimilitud a este sainete que es la realidad política y social occidental.

Esa imagen siempre me ha metido el dedo en el ojo. A veces no me importa que me metan el dedo en el ojo. Me gusta que me inquieten. Y de eso va esa imagen de fotógrafos en un falso escenario y el resto de retratos *flasheados* de C.E.N.S.U.R.A. Un trabajo en el que Barón devuelve el golpe en forma de luz descontrolada a políticos y a medios de comunicación, que han construido un discurso visual para perpetuar el sistema y el poder.

Le dejo a Barón un comentario de felicitación en su muro de Facebook:

—No sé si alegrarme o colgar la cámara para siempre.

Los problemas a los que se enfrenta el fotoperiodismo son numerosos. La crisis económica y la digitalización de los contenidos han acentuado más si cabe la dependencia de medios con poderes económicos y políticos. Hace años que los lectores no son el principal sostén de esos medios y eso ha sido directamente proporcional a una presencia cada vez más tenue y limitada del fotoperiodismo. Los medios tradicionales apuestan cada vez menos por reportajes comprometidos, cañeros o incómodos. Tal vez veamos más imágenes que nunca en el papel y en la web, pero el fotoperiodismo ha quedado diluido o, directamente, ha desaparecido. Su lugar ha sido ocupado por peajes publicitarios, políticos e institucionales, que han convertido a diarios y revistas en un contenedor de publicidad, opinión, refritos de notas de prensa, información de servicio, entretenimiento y banalidades. No dudamos de la buena factura estética y técnica que pueden llegar a tener muchos medios. Pero que me perdonen; la publicidad y la propaganda disfrazadas, no son fotoperiodismo. Y todo esto, a su vez, ha desembocado en un problema de credibilidad para los profesionales y los medios, hecho que ha agravado más la situación.

Por otra parte, la universalización del acceso y la exposición de imágenes a través de dispositivos móviles digitales y de redes sociales, han provocado un incremento sin precedentes de la presencia de la fotografía en nuestras vidas. La imagen se ha convertido en una gran ola que amenaza con sustituir la realidad. La representación está ocupando el lugar de la experiencia en vivo. Ante esto, la fotografía deja de ser documento y se convierte en «lenguaje» como sostiene

Fontcuberta. Constató este hecho para definir un marco. Poco podemos hacer para cambiarlo. Si bien no es el contexto ideal para el ejercicio del fotoperiodismo (más o menos clásico), es la realidad con la que toca convivir.

Cada día se siguen contando historias: pequeñas, grandes, cercanas, exóticas, íntimas, universales. Y a su vez, existen más espacios que nunca para hacerlas visibles, aunque cueste encontrarlos, pero están ahí: en festivales, en los museos, en Internet, en libros de autor, en las escuelas. El problema es que este exceso de información y de datos al final acabe por ocultar el conocimiento, por desinformar. Desde los medios de comunicación seguimos teniendo un cierto privilegio de disponer de una mayor visibilidad (de momento) y de ser altavoz, hecho que, por compromiso y responsabilidad social, no deberíamos desaprovechar.

Para ser visibles, además de contar aquello que pensemos puede tener relevancia, interés, importancia para la sociedad en la que vivimos; también debemos reflexionar sobre los modos de contar la información, la manera de narrar. Los fotoperiodistas no podemos quedarnos quietos y reivindicar solo lo que hemos hecho hasta el momento. Estuvo bien mientras duró, pero hace tiempo que el poder se ha apropiado del lenguaje visual propio del fotoperiodismo. Si queremos seguir ejerciendo el fotoperiodismo debemos contar de otras maneras e introducir nuevos formatos, como los multimedia (recomiendo los que premia el World Press Photo), el vídeo o la fotografía 360°, así como dispositivos móviles que permitan ofrecer imágenes con inmediatez cuando se requiera. Darle capas y profundidad a nuestro trabajo. Defender nuestra mirada, pero también ampliarla y cuestionar lo que se da por hecho. Si no, somos trabajadores zombi.

La clave para darle la vuelta a la situación sigue estando en manos de la empresa periodística, que debería apostar e invertir en profesionales del fotoperiodismo y la imagen. Creo que es imprescindible que dejemos de ser una profesión residual dentro de las redacciones de medios escritos. Los formatos de comunicación de hoy en día piden imágenes para explicar y analizar lo que sucede a nuestro alrededor y éstas merecen toda la profesionalidad posible. En mi opinión, los medios deberían apostar por crear equipos para adaptar la información a formatos más visuales, híbridos y de calidad. Ahora, no solo podemos publicar en papel y eso abre las posibilidades visuales de cualquier historia que queramos contar.

Para ampliar formatos y maneras de contar, por una parte, creo que podría ser interesante contar con herramientas que permitan agilidad e hibridación de contenidos, en los que se combine vídeo y fotografía en función de las necesidades de la información. Y, por otra parte, introducir el formato documental, que requiere mayor profundidad, mayor desarrollo en el tiempo y en el número de imágenes de los temas. Una de las bases del fotoperiodismo moderno ha sido el «instante decisivo». La capacidad de síntesis en una sola imagen. Cuando esto se produce en una imagen siempre es punzante, definitivo. Hoy en día,

sin embargo, toda esta capacidad de concreción que podía concentrar una sola imagen está evolucionando hacia unas formas mucho más narrativas de la fotografía. Antes el fotoperiodismo se encontraba limitado por el rollo de negativo y la falta de espacio en las publicaciones de papel. Esto se ha transformado ante lo ilimitado del formato digital de las cámaras y el del soporte web. Y no me refiero de las tediosas fotogalerías de eventos, que reproducen centenares de fotos que son la misma. Hablo de narraciones visuales más documentales, que discurren a lo largo de numerosas imágenes, que tal vez, de una en una no serían definitivas, pero que en conjunto nos muestran un *collage* que conforma la historia completa.

La prevalencia en las redacciones de los periodistas que escriben motiva que, en muchas ocasiones, el tema de la imagen se zanje con una fotografía o un vídeo mal realizado con un móvil. Creo que ahí es donde perdemos los fotoperiodistas, el medio y la sociedad. No en el uso de una herramienta que está al alcance de la mayoría, sino al bajar el estándar de calidad tanto técnica como visual. Una fotografía, un fragmento de un vídeo realizados con un teléfono pueden ser magníficos. Pueden contarnos la historia del año, pero debemos pelear por ser los profesionales los que contemos esas historias. Insisto, sin miedo a formatos y herramientas aparentemente *amateurs*. Incluso, sin miedo a que sea la ciudadanía la que también lo cuente o nos ayuden a explicarlo, a explicarse.

El fotoperiodismo dentro de los medios, para seguir siéndolo, creo que necesita de la apuesta de las empresas por incrementar el número de profesionales, así como de la renovación en los modos de contar y de trabajar de los propios fotoperiodistas, en pos de ofrecer a los lectores y a la sociedad periodismo.

Y no sigo... el señor X ya ha llegado y solo tiene cinco minutos para que le hagamos las fotos. El día se le ha complicado. Cierro Facebook. Arriba el telón, que empiece la función.