

La manipulación de la imagen informativa. Retos y oportunidades para el fotoperiodismo en el contexto digital

Hugo Doménech Fabregat ¹, Universitat Jaume I

hdomenec@com.uji.es

Recibido: 24/10/2013 **Aceptado:** 03/11/2013 **Publicado:** 20/12/2013

Cómo citar este artículo: Doménech Fabregat, H. (2013). La manipulación de la imagen informativa. Retos y oportunidades para el fotoperiodismo en el contexto digital. *Sphera Publica*, (2), 13, 106-123.

Resumen

La digitalización de las imágenes está alterando los parámetros clásicos de la profesión fotoperiodística e inaugura nuevas oportunidades para la información. El presente artículo reflexiona acerca de las consecuencias, tanto directas como indirectas, que plantean las posibilidades informativas del entorno digital en el tratamiento de las fotografías periodísticas y examina cómo afecta esta tendencia a la credibilidad de las imágenes publicadas. El análisis parte de la definición y categorización del ámbito fotoperiodismo para, a continuación, abordar el fenómeno de la manipulación de las imágenes informativas en el contexto digital. Especialmente, y a través de la exploración de varios casos significativos, se atenderá a los retos y las oportunidades que plantea esta corriente. Los resultados sugieren que las nuevas posibilidades narrativas beneficiadas por el tratamiento digital de imágenes fotoperiodísticas son en la actualidad una tendencia emergente por consolidar y favorecen la credibilidad del discurso fotoperiodístico.

Palabras clave

Fotoperiodismo, información, digital, manipulación, credibilidad

¹ Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universitat Jaume I (UJI) y especialista universitario en Fotografía y Arte por la Universidad Politécnica de Valencia (UPV). En la actualidad es profesor del departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón (UJI). Sus líneas de investigación se centran en el estudio del periodismo digital y los géneros periodísticos desde diferentes perspectivas. Ha participado en diversos proyectos de investigación y en congresos científicos de carácter nacional e internacional. Ha codirigido el largometraje documental "La sombra del iceberg. Autopsia a la mítica fotografía de Robert Capa" (2007), premiado en diversos festivales nacionales e internacionales.

Informative image manipulation. Challenges and opportunities for photojournalism in the digital context

Hugo Doménech Fabregat ², Universitat Jaume I
hdomenec@com.uji.es

Received: 24/10/2013 **Accepted:** 03/11/2013 **Published:** 20/12/2013

How to quote this article: Doménech Fabregat, H. (2013). La manipulación de la imagen informativa. Retos y oportunidades para el fotoperiodismo en el contexto digital. *Sphera Publica*, (2), 13, 106-123

Abstract

Images digitalization is modifying the classic parameters of the photojournalism profession and opening new opportunities for information. This paper reflects about the direct and indirect consequences brought up by the informative possibilities of the digital context in the treatment of journalistic images. It also examines how this tendency affects to the credibility of the published images. The analysis starts from the definition and the categorization of the field of photojournalism. Then it tackles the phenomenon of the informative images manipulation in the digital context. It will especially pay attention -by analysing different significant cases- to the challenges and opportunities brought up by this tendency. Results suggest that the new narrative possibilities benefited from the digital treatment of photojournalistic images are currently a rising trend not yet consolidated and boost the credibility of the photojournalistic discourse.

Key words

Photojournalism, information, digital, manipulation, credibility

² He received his PhD in Science Communication from Universitat Jaume I (UJI). Moreover, he earned his University Specialist Degree in Photography and Arts from Universitat Politècnica de Valencia (UPV). Currently, he is a professor of the Communication Science Department of Universitat Jaume I (UJI), where he teaches in the degrees of Journalism, Audiovisual Communication and Advertising. His lines of research are focused on the study of digital journalism and journalistic genres from different points of view. He is also author and co-author of several academic papers and book chapters focused on photojournalism as an informative discipline. He has participated in different research projects and scientific congresses both national and international. He has co-directed the documentary film "La sombra del iceberg. Autopsia a la mítica fotografía de Robert Capa" (2007), awarded in different national and international film festivals

1. Introducción

El desarrollo tecnológico en el tratamiento digital de las imágenes ha abierto numerosos procesos de cambio que afecta directamente al fotoperiodismo clásico. Una de las principales características de esta evolución radica en la facilidad para manipular las imágenes sobre la pantalla del ordenador, circunstancia que habitualmente se identifica con usos alejados de su función periodística. Sin embargo, ciertos medios de comunicación presentan un nuevo fenómeno: la manipulación fotoperiodística como recurso para la información.

El objetivo principal de este artículo se centran en analizar la transformación que la revolución digital opera sobre las fotografías informativas y su influencia sobre la credibilidad del discurso fotoperiodístico. El presente artículo plantea, a través del estudio de casos significativos, cómo las técnicas de manipulación digital de las imágenes pueden ayudar al fotoperiodismo a diseñar alternativas con mayor carga informativa. En este sentido, el texto plantea nuevos usos potenciales que ayuden a revertir la situación de crisis de confianza en la que se encuentra sumida la disciplina fotoperiodística. En definitiva, el estudio defiende que estas experiencias generadas a partir de la alteración de la imágenes fotoperiodísticas pueden convertirse en una tendencia a consolidar.

El texto se divide en dos apartados fundamentales. En primer lugar, se presentan los rasgos generales que definen en la actualidad el presente del fotoperiodismo digital y se examinan los factores más destacados que han situado la imagen informativa en un momento crítico. A continuación, se plantea cómo la manipulación fotoperiodística puede convertirse en un uso productor de información. Igualmente, se introducen y caracterizan otros fenómenos fundamentales para definir la situación del fotoperiodismo en el nuevo ecosistema mediático.

2. La imagen fotoperiodística en el contexto digital. Definición y categorías básicas

La imagen fotoperiodística, para catalogarse como tal, deberá reflejar la realidad noticiable y su objetivo prioritario, entre un amplio conjunto de consideraciones y matices, se centrará en satisfacer las necesidades informativas del público al que se dirige. Es esta premisa la que ha justificado su publicación junto a los textos informativos desde sus primeras impresiones en papel y hasta su actual comunicación en variados soportes digitales. Sin embargo, a día de hoy la variedad de imágenes catalogadas dentro del

ámbito fotoperiodístico presenta un número heterogéneo de tipologías y fines, en ocasiones, alejados de los fundamentos informativos (Fontcuberta, 1997). En este sentido, podemos diferenciar esquemáticamente la disciplina fotoperiodística como una actividad con una doble vertiente fundamental. La primera -y que es objeto central de nuestra reflexión-, queda delimitada por aquellas imágenes fijas que junto al texto informativo apuntan hacia la transmisión directa de la actualidad según los criterios dominantes de noticiabilidad periodística y construyen así su valor informativo. Es decir, el fotoperiodismo que produce y difunde este tipo de imágenes, será indefectiblemente “el resultado de un quehacer informativo especializado que tiene como objetivo fundamental, la captación de lo que subjetivamente se entiende que es lo más expresivo de la actualidad noticiable” (Alonso Erausquin, 1995, 9).

Así pues, el objetivo prioritario de este rango de fotografías se concentra en expresar de forma eficiente la verdad del acontecimiento noticiado; es decir, se referirán irremisiblemente a la realidad informativa de determinado acontecimiento; y, en definitiva, solo así funcionarán como elemento periodístico de primer orden -fotografía informativa plena- en la comprensión del hecho noticiable (Doménech, 2012). Así pues, se estima que la imagen fotográfica informativa, puede seguir funcionando -aunque no en todas sus variedades- en su presente digital como un documento de lo auténtico y certificación de la realidad circundante y principio básico sobre el que se erige la cultura informativa occidental, heredero de la concepción positivista desarrollada en el siglo XIX.

Por el contrario, una segunda categorización -fotografía informativa de tono débil- se refiere a una tendencia regresiva hacia la imagen pseudoperiodística o ilustrativa que, beneficiada por las virtudes de la tecnología digital ha crecido exponencialmente, y presenta fotografías periodísticas con un fin decorativo, redundante con el texto y sin aporte informativo de actualidad (Marzal, 2007; Caujolle, 2002). Esta categoría de imágenes ilustrativas pierden su función testimonial y documental al atender exclusivamente -a través de la fascinación y el espectáculo- a valores propios del negocio periodístico-publicitario.

La miseria de la comunicación visual de la prensa de casi todo el mundo no es sólo producto de la insuficiencia de sus responsables periodísticos: si a los intereses de los grandes grupos que controlan los medios mundiales les conviniera un periodismo visual de calidad, los jefes de redacción se pondrían las pilas en cuatro días...No es casualidad si tenemos una imagen publicitaria de excelente calidad formal y una imagen periodística barata, estereotipada, descuidada y consecuentemente despreciada, dentro y fuera de la profesión (Baeza, 2005).

Como ejemplo paradigmático e irónico de esta tendencia cercana al espectáculo, significamos que la prestigiosa revista Time ocupó recientemente su portada con una imagen fotográfica procedente del banco iStockPhoto, y que tan solo costó 30 dólares, cuando normalmente la publicación pagaba entre 1.500 y 3.000 dólares por una fotografía para su portada. Los actuales imperativos de rentabilidad y la presión de la competencia entre grupos mediáticos hacen cada vez más frecuente la utilización de imágenes fotoperiodísticas trufadas de rasgos más propios del infoentretenimiento o cercanos al sensacionalismo,. Estos usos no son privativos de los medios de información estadounidenses, sino que los medios europeos han conocido en los últimos tiempos una pesadilla fotoperiodística similar (Ramonet, 2000).



Imagen 1. Portada revista Time Magazine de julio de 2009.

3. Credibilidad y crisis del fotoperiodismo digital

Somos conscientes de que el fotoperiodismo está viviendo en estos días una crisis o (r)evolución sin precedentes en su corta historia, lo que obliga tanto a los profesionales como a los diferentes responsables de la elaboración del mensaje fotográfico en prensa a una renovación constante en sus criterios y métodos de trabajo. La única norma fija que circunda a la imagen informativa periodística es la evolución constante y vertiginosa, y el efecto más notorio de la digitalización de los textos visuales informativos consiste en descubrir que este tránsito devuelve a la imagen fotoperiodística a lo que siempre ha sido: una representación interpretativa de los hechos o sucesos de actualidad (Bañuelos,

2006; Gómez Isla, 2005). Recordemos aquí que la fotografía, ya desde sus primeras décadas de vida, liberó a la pintura de la obligación de representar la realidad, de tenerle que rendir fidelidad y pleitesía, de constatar la verdad de una forma objetiva (Casajús, 1998). En ese momento la fotografía atisbó una nueva manera de relación con lo real, las instantáneas se comprendían como verdaderas y los cuadros como artificiales. Walter Benjamin, de forma premonitoria, puso en valor la entrega de este testigo y sus consecuencias, pues entendió que “la técnica más exacta puede conferir a sus productos un valor mágico que no podría tener para nosotros ninguna imagen pintada” (Dubois, 1986, 44). Sin embargo, aventuramos que quizás la evolución de la imagen fotográfica informativa nos remita al cine (relato) y no a la pintura (recreación), pues reconocemos que cada día necesitaremos más secuencias de imágenes numéricas para llegar a comprender qué sucedió (Gómez Isla, 2005). Por ejemplo, en algunas publicaciones electrónicas ya podemos “pinchar” en el icono destinado a la fotografía que nos remite a una secuencia o galería de imágenes para una mejor interpretación de la actualidad.

El fotoperiodismo se encuentra, por tanto, en una situación fronteriza; por lo que consideramos oportuno plantear aquí los aspectos más significativos y los diferentes retos que aparecen en relación a la manipulación de las imágenes informativas. Constatamos diariamente que la importancia y poder las imágenes fotoperiodísticas continúa vigente pese a que, su sobreabundancia o hiperinflación, nueva naturaleza, soportes diversos, fuentes emergentes y posibilidades informativas; esté provocando una considerable confusión entre los que la producen, estudian y consumen. En la actualidad las imágenes son las que primariamente determinan la realidad y ya no al contrario. Es decir, nos orientamos a través de lo visible con la intención de aproximarnos a la actualidad del mundo, consumimos preferentemente el universo informativo a través de las imágenes técnicas en sus diferentes categorías (Flusser, 2001). No parece arriesgado afirmar que nuestro futuro, al igual que el presente, está ineluctablemente enmarcado por imágenes de toda índole y que las específicamente fotoperiodísticas continuarán ocupando un área privilegiada en el ámbito de la información.

La revolución digital ha provocado que no pocas voces apocalípticas sitúen al fotoperiodismo en una situación comprometida y cercana a su desaparición (Lister, 1997; Amar, 2005). Una de las líneas críticas desarrolladas por los especialistas de la imagen fotoperiodística -que no han detenido sus debates desde el desembarco digital en las redacciones de los diarios-, apuntan a una creciente manipulación de la imagen fotográfica informativa beneficiada por los *software* de edición de imágenes como

elemento clave, y que tiene como consecuencia directa la pérdida de credibilidad del consumidor. Además, coinciden en que, a través de la elaboración y tratamiento de las imágenes desde el ordenador como gurú digital, se pierde fundamentalmente el “aura benjaminiana”; es decir, la sensación de originalidad, de lo único, de lo irrepetible, del aquí y el ahora. Consecuentemente, si la credibilidad ganada por la fotografía informativa se encuentra en peligro de extinción, estaríamos entrando -si no estamos ya sumidos de lleno- en una época en la que será imposible distinguir entre lo falso y lo verdadero. Así las cosas, la fotografía, y por ende el fotoperiodismo, se enfrenta en estos precisos momentos a dos revoluciones evidentes: una tecnológica (la introducción de imágenes informatizadas) y otra epistemológica (que tiene que ver con cambios de mayor alcance en los terrenos de la ética, el conocimiento y la cultura). El contexto actual amenaza con la desaparición de la fotografía, y a su vez, con el *final* de la fotografía y la cultura que la respalda (Batchen, 2004).

Los que vaticinan un final cercano para la fotografía en sus diferentes variedades, quizá no se estén refiriendo a su escasez, sino a la sobreabundancia de ellas generadas por multiplicación, fragmentación o simulación de las mismas. Nos encontramos ante un momento crucial, en el que las imágenes de los periódicos nos aportan una realidad tan heterogénea que no somos capaces de atinar con la acertada. La cantidad de imágenes fotoperiodísticas sobre un mismo acontecimiento esparcidas por los medios de comunicación escritos, está propiciando que descienda su efectividad informativa o, por lo menos, nuestra confianza en lo que vemos. Bien es cierto que la tendencia que certifica la muerte del fotoperiodismo está mutando hacia la consideración de una imparable evolución de la disciplina -en todos sus órdenes- que nos traslada a una nueva era denominada como *postfotoperiodismo*. Una nueva etapa que, como afirma el crítico de la imagen Clemente Chéroux, se trata de “una revolución comparable a la instalación de agua corriente en los hogares en el siglo XIX. Hoy disponemos a domicilio de un grifo de imágenes que implica una nueva higiene de la visión” (Fontcuberta, 2011). En este sentido, constatamos que existe un sentimiento creciente -comprobado entre los profesionales y teóricos de la fotografía de cualquier país- de que estamos presenciando el nacimiento de una nueva era para la fotografía en general y el fotoperiodismo en particular, que rompe esencialmente con su concepción tradicional.

La postura de los más optimistas consiste en comprender esta evolución del fotoperiodismo como una urgencia motivada por la reestructuración de orden general y ontológico, tanto en el contexto de la comunicación visual -hibridación y mestizaje,

imágenes de síntesis, etc.- como del modelo periodístico global -nuevo contexto informativo, soportes, usos, etc.-; además de la obvia readaptación de la disciplina a las nuevas tecnologías digitales. Insistimos en que otro de los puntos de conexión más significativos entre apocalípticos e integrados radica en valorar que la imagen fotoperiodística en su presente digital nos ha dejado, como mínimo, el descubrimiento de algo tan antiguo para la fotografía, como son sus posibilidades manipulatorias. Es decir, el planteamiento de las nuevas contingencias en el tratamiento digital de imágenes, ha rescatado la conciencia entre los teóricos de que siempre existió tal manipulación. De hecho, la revelación de las actuales manipulaciones está incitando a la revisión de las anteriores y como resultado de esta labor la constatación de que las imágenes fotográficas informativas han mentido desde siempre y no parece que vayan a cejar en su activado empeño.

Sin ignorar las posibles manipulaciones, consideramos la fotografía como prueba creíble, un reflejo indiscutible de lo real. Pero todo esto cambia con las técnicas digitales. Con ellas todo se convierte en posible, fácil y poco caro; todas las modificaciones de las fotos existentes, todos los trucajes, todas las simulaciones con la ayuda de imágenes virtuales y de síntesis. Las técnicas digitales, afirma Philippe Quéau, son capaces de modificarlo todo sin que nos podamos defender...La imagen ya no está limitada a su papel de copia o de memoria de una realidad desaparecida; adquiere una realidad, una vida propia, de forma interactiva (Ramonet, 2000, 33).

Por todo lo anterior, cuando se habla de *postfotoperiodismo* nos estamos refiriendo, evidentemente, no sólo a la naturaleza de la imagen producida por ordenador, sino también a otro modo de entender el mundo, de conocerlo o de aproximarse a él; en definitiva, un tipo de relación mucho más compleja de la que nos planteaba el fotoperiodismo en su concepción tradicional. Si las imágenes fotoperiodísticas pugaban por representar la realidad con los útiles a su alcance, las imágenes digitales en la era *postfotoperiodística* parten de un ensamblaje de imágenes de diferente naturaleza y procedencia para crear simulacros. En la comunicación de masas siempre se han dado casos de trucajes y mentiras. Inventar la realidad no es un juego nuevo, pero está viviendo una eclosión sin precedentes.

La postfotografía no es más que la fotografía adaptada a nuestra vida on line. Un contexto en el que, como en el antiguo régimen de la imagen, caben nuevos usos vernaculares y funcionales frente a otros artísticos y críticos...Soltando amarras de sus valores fundacionales, abandonando una mandatos históricos de verdad y de

memoria, la fotografía ha terminado cediendo el testigo: la postfotografía es lo que queda de la fotografía (Fontcuberta, 2011)³.

Queda evidenciado que, a día de hoy, la heterogeneidad y la multiplicación de las fuentes informativas que coexisten en el mercado de la noticia aumentan el número de potenciales tergiversaciones. Desinformar, es cubrir una mentira con el disfraz de la verdad. En democracia, donde las empresas de manipulación son innumerables, la desinformación es la reina de las técnicas dirigidas a equivocar a la opinión pública, y experimentan hoy, gracias a la revolución digital, un progreso temible (Ramonet, 2000).

4. El fotoperiodismo ciudadano, un fenómeno emergente

En este estadio situamos otro fenómeno íntimamente relacionado con la manipulación de la imagen fotográfica informativa: el *fotoperiodismo ciudadano*. En el actual contexto de la web 2.0, las nuevas herramientas digitales permiten que cualquier persona con una cámara o teléfono móvil pueda captar, manipular y difundir una imagen informativa (Lara, 2010). Hasta la fecha, la producción y distribución de este tipo de imágenes parecía vedado a los reporteros gráficos profesionales -en plantilla, colaboradores o *freelance*- que trabajaban en relación directa con las publicaciones informativas. Así pues, tanto los sitios web de carácter periodístico como las publicaciones tradicionales, comienzan a utilizar con regularidad las imágenes de aficionados a la fotografía, lo provoca que el número de imágenes manipuladas alejadas de cualquier criterio fotoperiodístico aumente exponencialmente.

En esta línea descubrimos páginas web y blogs gestionados por aficionados a la fotografía que dedican sus esfuerzos en descubrir el variado elenco de imágenes fotoperiodísticas manipuladas de forma evidente y desastrosa. Como ejemplo paradigmático pudiéramos destacar la web *Psdísasters* donde se hace hincapié en la utilización indisimulada de las aplicaciones de tratamiento de la imagen informativa en pos de obtener un resultado más espectacular o desinformativo.

³ Fontcuberta, J (2011). En: <http://www.lavanguardia.com/cultura/20110511/54152218372/por-un-manifiesto-posfotografico.html>, consultado el 14/09/13.

Como anunció Dan Gillmor, uno de los padres del *periodismo ciudadano*, no estamos lejos del punto donde un ejército global de “corresponsales” va a estar de guardia para ofrecer imágenes a los medios de comunicación⁴. Por tanto, el núcleo de los cambios que están afectando al fotoperiodismo también transita, entre otros factores, por el aumento de fotógrafos aficionados que gracias a los nuevos útiles de captura (cámaras digitales y teléfonos móviles), edición (*Photoshop*, *Bridge*) y difusión (*Flickr*, *Fotoblog*) de imagen fija distribuyen y venden sus fotografías a través de sitios o agencias creadas *ad hoc* para ofrecer un servicio a los diferentes medios de comunicación.

Un ejemplo representativo de estas empresas que gestionan las fotografías de amateurs es *Demotix*. Esta web dedicada al periodismo ciudadano está especializada fundamentalmente en la fotografía de índole periodística. La agencia se lanzó en enero de 2009 y tiene su sede en Londres. En primer lugar cabe recalcar que esta página no solo se basa en la publicación de fotografías, sino que también permite la comercialización de las mismas según las reglas establecidas en su web. Todo aquel que quiera participar lo tiene tan fácil como crear un perfil y subir fotos. Su propuesta, según se reivindica en su propia página web, consiste en recibir el contenido directamente de la ciudadanía para después ejercer de distribuidores ante los grandes medios cuyos corresponsales no han podido entrar en la zona de conflicto. La filosofía de *Demotix* es sencilla, cobrar a los medios de comunicación que soliciten imágenes y pagar a los autores de las mismas, una propuesta lógica en la línea de intentar conseguir informes de mejor calidad y aportar credibilidad a la información ciudadana.

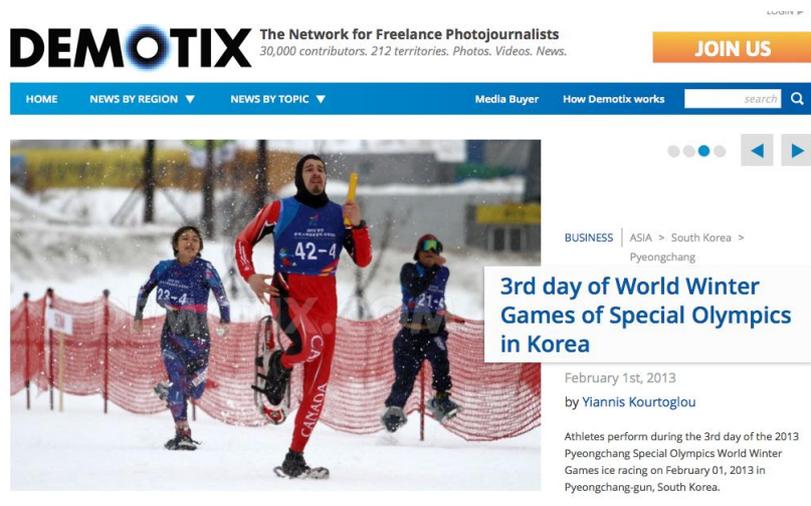


Imagen 2. Portada web del portal de fotoperiodismo ciudadano *Demotix*.

⁴ <http://citmedia.org/blog/2006/12/04/the-demise-of-the-professional-photojournalist/> , consultado el 14/09/13.

Además, y en relación a la verificación de las fotografías que llegan a cualquier diario por parte de los *fotoperiodistas ciudadanos*, hemos de ser conscientes de que el aficionado a la fotografía mediante el ordenador personal y los extendidos programas de tratamiento de la imagen, opera en un breve espacio de tiempo cualquiera de los ajustes estándares que se realizaban en el laboratorio tradicional. Pero además, reiteramos que el laboratorio electrónico facilita a cualquier aficionado a la fotografía la realización de toda clase de efectos especiales y alteraciones, pues las herramientas de retoque no requieren una gran destreza para lograr resultados sorprendentes. Para deformar, modificar texturas, instaurar efectos, crear realidades nuevas; son suficientes unos toques de ratón, frente a las horas de trabajo que estas transformaciones suponían en el laboratorio tradicional (Keene, 1995).

5. De la manipulación disimulada a la simulación total

Por todo ello, nos atrevemos a manifestar que el fotoperiodismo ha evolucionado de la manipulación disimulada en su pasado analógico a la simulación total en su presente digital. Así, uno de los usos más prodigiosos en el tratamiento digital de las imágenes por parte de los más profesionales *photoshoperos* consiste en combinar varias de ellas para crear en su mixtura unas realidades informativas nuevas sin referente en el exterior. Los nuevos programas informáticos permiten hoy una asepsia tal que nos impiden ver las huellas del fotomontaje. Por lo tanto, insistimos que las consecuencias directas de no poder constatar las potenciales manipulaciones supone que los usuarios y consumidores de imágenes periodísticas caigan en una especie de aporía peligrosa ante la presencia de cualquier fotografía (Lister, 1997).

En definitiva, esta apertura y simplificación en la capacidad de alteración del contenido informativo pone en tela de juicio la credibilidad de la fotografía en sí mismo, se quiebra así el contrato de confianza entre el trabajo del fotoperiodista y su público; tan necesario para que esta categoría de imágenes periodísticas funcionen en su contexto informativo. En la manipulación fotoperiodística lo importante reside en su verosimilitud, en no hacer explícito en el binomio imagen y pie de foto las condiciones de producción para que el espectador no dude, no muestre su escepticismo crítico ante cada foto que se le presenta. Hoy, esta pérdida de confianza en la imagen fotoperiodística por los usos más espurios de la manipulación es una de las cuestiones que más preocupa y se debate en los foros

profesionales, científicos o de aficionados. Si se descubre el truco, el fotoperiodismo pierde su esencia. En conclusión, lo que está en juego es la efectividad informativa.

6. La manipulación fotoperiodística como fenómeno productor de información

Por todo ello, nos atrevemos a manifestar que el fotoperiodismo ha evolucionado de la manipulación. Por tanto, podemos diferenciar dos grandes categorías en los usos y finalidades de dichos textos fotográficos de carácter informativo. El primer estadio estaría conformado por aquellas fotografías periodísticas manipuladas técnicamente a través de los programas de edición de la imagen con un fin persuasivo o mercantilista, y otro bien distinto -objeto de nuestra reflexión- serán aquellos usos de la manipulación que persiguen una mejor información visual a través de la imagen fotoperiodística. De hecho, podríamos establecer una clara división entre aquellos medios de información, tanto tradicionales como emergentes, que están adaptando sus imágenes fotoperiodísticas a la nueva realidad digital aprovechando sus potencialidades; frente a aquellos que simplemente han realizado un trasvase de sus contenidos visuales de la era analógica al nuevo soporte digital sin buscar un valor añadido. Si realizamos una taxonomía de casos en función del uso manipulativo de los medios siguiendo las tres cualidades principales del texto y la imagen digitales en el entorno 2.0: intertextualidad, interactividad y virtualidad (Bañuelos, 2007; Salaverría, 2005); encontramos ejemplos significativos que abren posibilidades informativas antes insospechadas. Una exploración entre diferentes diarios mundiales de referencia nos descubre que existen publicaciones tradicionales o nativas digitales que han comprendido que la imagen periodística en su evolución digital, presenta nuevas posibilidades de repensar y aproximarse a unos usos informativos más eficaces de la manipulación del texto fotoperiodístico. En este sentido, nos centraremos en algunos casos relevantes -a modo de muestra representativa- que se benefician de las potencialidades de la manipulación digital de su mancha fotográfica diaria.

El diario estadounidense *The New York Times*, en su versión digital, fue uno de los pioneros en vislumbrar esta tendencia y se convirtió en pocos años en un claro exponente de una eficaz comunicación del texto informativo visual al mostrar las mejores imágenes informativas en sus más variados géneros. Como aspecto más significativo destacamos sus aportaciones en relación a la hibridación y multimedialidad entre textos visuales de

diferente naturaleza destacados en su blog Lens5. Esta sección explota las diferentes posibilidades del periodismo visual, destacando sus trabajos de mestizaje con el vídeo y/o con el audio. Uno de sus proyectos con mayor aceptación por parte del público, One in 8 million 6, aúna la imagen fotoperiodística con el audio buscando una nueva narrativa que nos presente de un modo eminentemente informativo cuestiones más bien atemporales. Otra de las aplicaciones visuales que utiliza la publicación norteamericana con una finalidad periodística, se basa en aprovechar las fotografías capturadas por satélite para comparar el antes y el después de un territorio determinado, facilitando así su comparación temporal con sencillo desplazamiento de un slide. Por ejemplo, se acogió a este recurso interactivo con profusión después del tsunami que afectó a la población japonesa de Fukujima, para noticiar cómo había mutado la zona7.

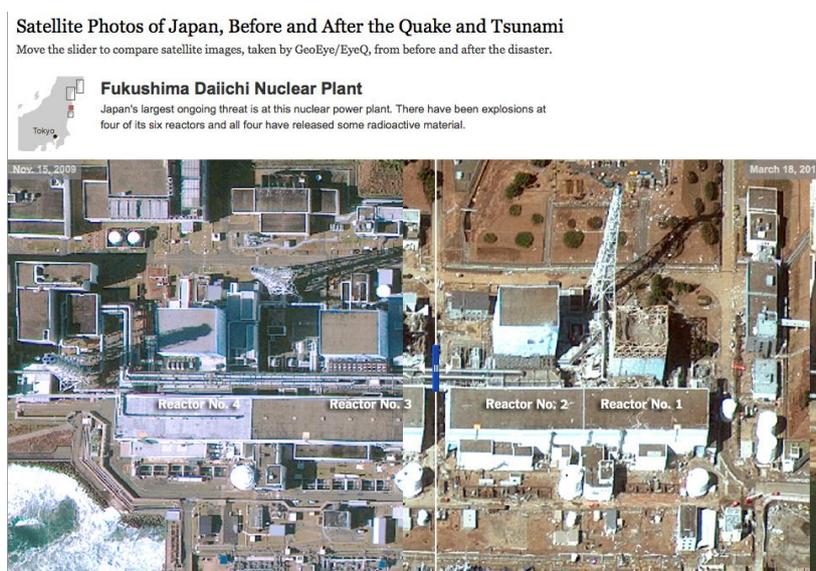


Imagen 3. Imagen satélite de la central de Fukujima tras el tsunami en Japón.

Otra aplicación interactiva en la que el público toma el mando de las operaciones informativas, consiste en utilizar el ratón de ordenador para pasearnos por las imágenes fotoperiodísticas en las que prima la presencia de multitud de objetos o personas. Cada movimiento sobre uno de los elementos de la imagen abre una pestaña en la que a modo de microleyenda o pie de foto, se aporta una información suplementaria que despeja algunas de las seis imágenes periodísticas. Este uso se ha generalizado en actos

⁵ <http://lens.blogs.nytimes.com/>, consultado el 14/09/13.

⁶ <http://www.nytimes.com/packages/html/nyregion/1-in-8-million/>, consultado el 14/09/13.

⁷ <http://www.nytimes.com/interactive/2011/03/13/world/asia/satellite-photos-japan-before-and-after-tsunami.html?ref=multimedia>, consultado el 14/09/13.

institucionales o conmemorativos en las que suelen aparecer decenas de personalidades para identificar quién es quién en la imagen⁸, pero sus usos informativos se extienden a multitud de temas que lo requieren.



Imagen 4. Ejemplo de pie de foto interactivo utilizado para informar de quién es quién.

The New York Times, pionero en el reportaje multimedia con base fotoperiodística, fue pronto imitado por otras publicaciones digitales de reconocido prestigio. Tal es el caso del británico The Guardian, quien además de dedicar una sección de su diario en soporte online a la combinación entre la imagen fija de actualidad y el audio⁹, también enriquece sustancialmente su versión digital al sumar a su galería de imágenes de actualidad¹⁰, otros apartados centrados en exclusividad al fotoperiodismo. Cabe mencionar que la tecnología facilita enormemente este tipo de producciones multimedia gracias a sencillas herramientas, Thinglink¹¹ por ejemplo, que añaden audio, vídeo y posibilidades de enlace a las fotografías que subimos a la aplicación.

En España también descubrimos nuevos usos informativos en las potencialidades de la manipulación fotoperiodística. Sin embargo, en este caso tenemos que centrarnos en diarios que nacen en el actual contexto digital, pues los diarios generalistas de referencia españoles continúan anclados en su pasado analógico y no presentan síntomas de

⁸ <http://www.nytimes.com/interactive/2011/01/25/us/politics/sotu-closer-look.html>, consultado el 14/09/13.

⁹ <http://www.guardian.co.uk/audioslideshows>, consultado el 14/09/13.

¹⁰ <http://www.guardian.co.uk/inpictures>, consultado el 14/09/13.

¹¹ <http://www.thinglink.com/>, consultado el 14/09/13.

En este mismo sentido, otra de las posibilidades explotadas recurrentemente por este diario digital son las fotografías panorámicas interactivas de 360º o megafotos¹³ a las que se dedican secciones especiales de la publicación y facilitan la observación del momento decisivo de un tema noticioso en toda su dimensión.



Imagen 6. Megafoto panorámica e interactiva publicada con motivo del 15M.

7. Conclusión

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore A modo de conclusión, y como hemos planteado, la fotografía informativa no parece morir, sino que se presenta cercana al suicidio por falta de credibilidad sino transforma la manipulación digital en una virtud informativa. En la actualidad el consumidor informado ya conoce que los periódicos ofrecen sucedáneos de verdad, manipulaciones interesadas, montajes espectaculares, etc; camuflados tras los rescoldos informativos. La fotografía periodística, agobiada de soportar en su conciencia este lastre, consideramos debería decidir escapar de la encrucijada planteada en la Era digital dando un paso al frente, a través de la promoción e investigación en torno a los nuevos usos narrativos que ofrece la manipulación de la imagen fotoperiodística. Así pues, el debate en torno al impacto de la (r)evolución y determinación de la tecnología sobre el fotoperiodismo continúa abierto y consideramos que es un terreno a explorar.

¹³ <http://blogs.lainformacion.com/megafotos/>, consultado el 14/09/13.

Por último, desde esta reflexión introductoria y limitada se pretende defender que la imagen fotoperiodística merece entrar con pleno derecho a formar parte del debate sobre la estructura, fuentes o rutinas -en su visión historiográfica o de análisis de la sintomatología presente-; del periodismo en su conjunto y, en definitiva, esta premisa no significa otra cosa que enfrentarse a las contradicciones de nuestra sociedad (Català, 2011).

8. Bibliografía/ Bibliography

Amar, P. El fotoperiodismo. Buenos Aires: La Marca, 2005.

Baeza, P. "Fotoperiodismo. Decreto de crisis". La Vanguardia, 21 de septiembre 2005 (Edición impresa).

Baeza, P. Por una función crítica de la fotografía de prensa. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

Bañuelos, J. "Imagen, verdad y realidad. Retos de la imagen informativa contemporánea". Presentado en el Congreso CIDE. (Conferencia sexta bienal de fotoperiodismo). Julio-agosto 2006. México D.F.

Batchen, G. "Ectoplasma. La fotografía en la era digital". En: Ribalta, J.: Efecto real. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.

Català, J.M. "Los estragos de lo real en el fotoperiodismo: por una superación ética de la óptica". En: Casero A. y Marzal J. (eds.) Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias. Sevilla: Comunicación Social, 2011.

Casajús, C. Manual de arte y fotografía, Madrid: Universitas, 1998.

Caujoulle, Ch. "Desventuras del fotoperiodismo". (Le Monde Diplomatique. Presse et Photographie, une histoire désaccordée). Septiembre 2002, pp. 28-31.

Doménech, H. "El pie de foto como unidad informativa en la prensa española. Usos y características". Textual & Visual Media. 2012, nº5, pp. 209.224.

Dubois, Ph. El acto fotográfico. De la representación a la recepción. Barcelona: Paidós, 1986.

Flusser, V. Una filosofía de la fotografía. Madrid: Síntesis, 2001.

Fontcuberta, J. El beso de Judas. Fotografía y verdad. Barcelona: Gustavo Gili, 1997.

Gómez Isla, J. Fotografía de creación. San Sebastián: Editorial Nerea, 2008.

Keene, M. *Práctica de la fotografía de prensa. Una guía para profesionales*. Barcelona: Paidós, 1995.

Lara, T. "Personismo de portada en la fragmentación del ecosistema mediático". 2010, *Sphera Pública*, nº 10, Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM), pp. 87-101.

Lister, M. *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Paidós, 1997.

Marzal, J.J. *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Madrid: Cátedra, 2007.

Ramonet, I. *La golosina visual*, Barcelona: Temas de Debate, 2000.

Salaverría, R. *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: Eunsa, 2005.