

O calidad o nada

Carta abierta de los fotoperiodistas a la ciudadanía

Estos días se puede visitar una nueva edición del World Press Photo. Las imágenes, impactantes y emotivas, consiguen cada año que sea la exposición más visitada del Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona. Sin embargo, la preocupante situación del fotoperiodismo en nuestro país no invita a ningún tipo de celebración.

Los fotógrafos siempre estamos en la calle, en contacto físico con cualquier realidad, por eso nuestras imágenes son la herramienta más directa para informar. Somos testigos de lo que ocurre y, por tanto, el primer factor de credibilidad del medio de comunicación. Una responsabilidad, no obstante, que no se corresponde con las condiciones en las que ejercemos nuestro trabajo.

Paradójicamente, el fotoperiodismo está fuertemente cuestionado ahora que la imagen en la sociedad tiene más fuerza que nunca. Sólo en Facebook se suben unos tres millones de fotografías diarias, la mayoría de consumo efímero. En el entorno digital ya no es cierto que una imagen vale más que mil palabras. Una buena imagen, sí. Por eso, los fotoperiodistas debemos marcar diferencias y posicionarnos como el auténtico valor añadido dentro de los medios. Las buenas imágenes interpelan al espectador. Está estudiado que lo primero que ven los lectores son las fotografías, en segundo lugar el titular y, finalmente, el texto. Primero observamos y después leemos.

Sin embargo, es difícil publicar buenas imágenes en las condiciones actuales. La firma del fotógrafo debe ser garantía de profesionalidad y veracidad. En cambio, las secciones de Fotografía cada vez tienen menos poder de decisión. Prueba de ello es la casi desaparición de los editores gráficos –básicos para filtrar en la sobreabundancia de imágenes y mantener la calidad–, la precariedad crónica y los constantes despidos de profesionales, sustituidos por imágenes de procedencia dudosa (por no decir malintencionada) y cedidas con intenciones publicitarias.

Una situación que no es exclusiva de nuestro país. El fotógrafo Ryan Kelly, recientemente galardonado con el premio Pulitzer, ha dejado la profesión cansado del estrés, los horarios extenuantes y unos salarios a la baja. Kelly es la punta del iceberg, porque hay un montón de compañeros que también lo están dejando.

Ante los importantes problemas financieros, unos desorientados editores y directores toman decisiones sin recorrido que afectan a la calidad periodística. Se está potenciando un periodismo sin investigación, alineado con los poderes económicos y que se ha acostumbrado a las ruedas de prensa sin preguntas.

Las empresas, preocupadas sólo en llenar el rectángulo en blanco de una maqueta, están acostumbrando al lector a una información de baja calidad con una profusión de

imágenes planas, sin lecturas profundas ni calidad estética, sin intención ni valor periodístico, que atentan contra el derecho a la información. Estamos, pues, en medio de un empobrecimiento informativo que, a la larga, se paga. Porque el futuro del periodismo depende de la credibilidad de los contenidos, que van de la mano de la calidad. *Credibilidad y calidad*, dos palabras clave.

El camino a seguir lo encontramos en los medios de referencia que han apostado por los reportajes en profundidad, por el periodismo de investigación y por el buen fotoperiodismo. Empresas que son conscientes de su compromiso con los lectores, y éstos les corresponden confiando en ellos. Es la lección aprendida en los últimos años: no sirve cualquier cosa.

Muchos editores de nuestro país, sin embargo, parece que no lo han entendido, siguen pensando sólo en la cuenta de resultados a corto plazo y, de paso, vulneran su responsabilidad social, y a menudo, también, el código deontológico. Diecisiete años atrás, Pepe Baeza, –que fue editor gráfico de *El Periódico de Cataluña* y redactor jefe de Fotografía de *La Vanguardia*– finalizaba su libro *Por una función crítica de la fotografía de prensa* con una reflexión plenamente vigente donde decía que sin inteligencia, riesgo, debate profesional o el enfrentamientos con los poderosos, "la prensa, tal como aún podemos imaginarla, morirá lentamente, engullida por el interés, la banalidad y la indiferencia. Lo que le ocurrirá a la imagen será el primer síntoma de lo que vendrá después".

Frente al pensamiento único y el bombardeo de imágenes triviales, hay que apostar por la visión diferenciada, crítica, innovadora y creativa del fotógrafo, con editores valientes que publiquen imágenes comprometidas. El presente y el futuro de la profesión pasa por propuestas visuales que nos inviten a reflexionar sobre el mundo en que vivimos.

Por eso levantamos la voz antes de que un día los lectores se den cuenta de que los medios ya no publican fotografías, sino simples manchas de color que no aportan nada. Entonces, nuestro trabajo ya no será una prueba palpable de la realidad y el lector habrá perdido su derecho a la información de calidad.

Porque la fotografía no es tan sólo un reflejo del periodismo, sino también de la sociedad. No reivindicamos un colectivo profesional más, sino la importancia de una prensa responsable. Por todo ello, os invitamos a apostar por un periodismo independiente, riguroso y que permita recuperar la credibilidad que han perdido los medios. Nosotros lo tenemos claro: o calidad o nada.