

O qualitat o res

Carta oberta dels fotoperiodistes a la ciutadania

Aquests dies es pot visitar una nova edició del World Press Photo. Les imatges, colpidores i emotives, aconseguen cada any que sigui l'exposició més visitada del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona. Ara bé, la preocupant situació del fotoperiodisme a casa nostra no convida a cap tipus de celebració.

Els fotògrafs sempre som al carrer, en contacte físic amb qualsevol realitat, per això les nostres imatges són l'eina més directa per informar. Som testimonis del que passa i, per tant, el primer factor de credibilitat del mitjà de comunicació. Una responsabilitat, però, que no es correspon amb les condicions en què exercim la nostra feina.

Paradoxalment, el fotoperiodisme està fortament qüestionat ara que la imatge en la societat té més força que mai. Només a Facebook es pugen uns tres milions de fotografies diàries, la majoria de consum efímer. En l'entorn digital, ja no és cert que una imatge val més que mil paraules. Una bona imatge, sí. Per això els fotoperiodistes hem de marcar diferències i posicionar-nos com l'autèntic valor afegit dins els mitjans. Les bones imatges interpel·len l'espectador. Està estudiat que els lectors el primer que veuen són les fotografies, en segon lloc el titular i, finalment, el text. Primer observem i després llegim.

Tot i així, és difícil publicar bones imatges en les condicions actuals. La signatura del fotògraf ha de ser garantia de professionalitat i veracitat. En canvi, les seccions de fotografia cada cop tenen menys poder de decisió. Prova d'això és la quasi desaparició dels editors gràfics –bàsics per filtrar en la sobreabundància d'imatges i mantenir-ne la qualitat–, la precarietat crònica i els constants acomiadaments de professionals, substituïts per imatges de procedència dubtosa (per no dir malintencionada) i cedides amb intencions publicitàries.

Una situació que no és exclusiva del nostre país. El fotògraf Ryan Kelly, recentment guardonat amb el premi Pulitzer, ha deixat la professió, cansat de l'estrès, els horaris extenuants i uns salaris a la baixa. Kelly és la punta de l'iceberg, perquè hi ha un munt de companys que també ho estan deixant.

Davant els importants problemes financers, uns desorientats editors i directors prenen decisions sense recorregut que afecten la qualitat periodística. S'està potenciant un periodisme sense investigació, alineat amb els poders econòmics i que s'ha acostumat a les rodes de premsa sense preguntes.

Les empreses, preocupades només per omplir el rectangle en blanc d'una maquetació, estan acostumant el lector a una informació de baixa qualitat amb una profusió d'imatges planes, sense lectures profundes ni qualitat estètica, sense intenció ni valor

periodístic, que atempten contra el dret a la informació. Som, doncs, enmig d'un empobriment informatiu que, a la llarga, es paga. Perquè el futur del periodisme depèn de la credibilitat dels continguts, que va de la mà de la qualitat. *Credibilitat i qualitat*, dues paraules clau.

El camí a seguir el trobem als mitjans de referència que han apostat pels reportatges en profunditat, pel periodisme d'investigació i pel bon fotoperiodisme. Empreses que són conscients del compromís amb els lectors, i aquests els corresponen amb la seva confiança. És la lliçó apresada els darrers anys: no serveix qualsevol cosa.

Molts editors de casa nostra, però, semblen que no ho han entès, segueixen pensant només en el compte de resultats a curt termini i, de passada, vulneren la seva responsabilitat social i sovint, també, el codi deontològic. Dissent anys enrere, Pepe Baeza, –qui fou editor gràfic d'*El Periódico de Catalunya* i redactor en cap de Fotografia de *La Vanguardia*– finalitzava el llibre *Por una función crítica de la fotografía de prensa* amb una reflexió plenament vigent en què deia que sense intel·ligència, risc, debat professional o sense enfrontaments amb els poderosos, “la premsa, tal com encara podem imaginar-la, morirà lentament, engolida per l'interès, la banalitat i la indiferència. El que li ocorrerà a la imatge serà el primer símptoma del que vindrà després”.

Davant del pensament únic i del bombardeig d'imatges trivials, cal apostar per la visió diferenciada, crítica, innovadora i creativa del fotògraf, amb editors valents que publiquin imatges compromeses. El present i el futur de la professió passen per propostes visuals que ens convidin a reflexionar sobre el món on vivim.

Per això, alcem la veu abans que un dia els lectors s'adonin que els mitjans ja no tenen fotografies, sinó simples taques de color que no els aporten res. Perquè, llavors, la nostra feina ja no serà una prova palpable de la realitat i el lector haurà perdut el dret a la informació de qualitat.

Perquè la fotografia no és tan sols un reflex del periodisme, sinó també de la societat. No reivindicuem un col·lectiu professional més, sinó la importància d'una premsa responsable. Per tot plegat, us convidem a apostar per un periodisme independent, rigorós i que permeti recuperar la credibilitat que han perdut els mitjans. Nosaltres ho tenim clar: o qualitat o res.