

Elpidio del Campo Cañizares
Universidad Miguel Hernández de Elche (Hiszpania)

Aproximación al fotoperiodismo digital contemporáneo/ Wprowadzenie do współczesnego cyfrowego dziennikarstwa fotograficznego

Pojawienie się mediów cyfrowych i Internetu wywołało zasadnicze zmiany w dziennikarstwie zarówno w zakresie produkcji, jak i konsumpcji. Po okresie wątpliwości, mass media skupiły się na sieci, tworząc dziennikarstwo cyfrowe, wyraźnie odróżniające się od „papierowego”. W tym kontekście współczesne dziennikarstwo fotograficzne wykorzystuje nowe formaty audiowizualne, a sam termin staje się zbyt wąski i nie pozwala ująć wielu przykładów dziennikarstwa wizualnego, które można zaobserwować w ostatnim czasie. Współcześni reporterzy-graficy korzystają ze wszystkich dostępnych środków: tekstu, fotografii i video, aby tworzyć złożone narracje na potrzeby komunikacji dziennikarskiej.

Pojawienie się Internetu wpłynęło bezpośrednio na rozwój mediów. Kryzys ekonomiczny wywołany, między innymi, przez spadek wpływów z reklam zmusił dziennikarzy zajmujących się informacjami graficznymi do pracy w charakterze „wolnych strzelców”. Ta, niewątpliwie trudna, pod względem finansowym, sytuacja wzmacnia ich kreatywność i pozwala na większą swobodę w wyborze projektów, które najbardziej ich interesują. Tak więc dzisiaj dziennikarze fotograficzni poszerzają granice swojego zawodu – nie tylko pod względem technicznym, ale również artystycznym, tworząc hybrydy łączące sztukę z dokumentem.

Los medios digitales e Internet han dado lugar a cambios fundamentales en el periodismo, desde la producción hasta el consumo. Tras un comienzo dubitativo, los medios de comunicación se han centrado en la red para ofrecer un periodismo digital claramente diferenciado del que se realizaba en papel. En este contexto, el fotoperiodismo contemporáneo está desarrollando nuevos formatos audiovisuales y el propio término *fotoperiodismo* es demasiado estrecho para enmarcar las múltiples piezas de periodismo

visual que se publican actualmente. Los reporteros gráficos contemporáneos están utilizando todos los recursos disponibles: texto, audio, fotografía y video, para crear narrativas complejas al servicio de la comunicación periodística.

Al mismo tiempo, la llegada de Internet también ha afectado directamente a la industria de los medios de comunicación. La crisis económica, causada por la caída de los ingresos publicitarios entre otras razones, ha obligado a los profesionales de la información gráfica a iniciar carreras como freelance. Esta situación, sin duda precaria hablando en términos económicos, potencia su creatividad y les ofrece libertad para elegir los proyectos que más les interesan. Así, hoy los fotoperiodistas están ampliando los límites de su profesión, no sólo desde un punto de vista técnico, sino también artístico, hibridando su trabajo con el documental y el arte.

Summary

Digital media and Internet have led fundamental changes in journalism, from production to consumption. After a slow start, the media have focused on the network to offer a clearly differentiated digital journalism that it was in paper before. In this context, contemporary photojournalism is developing new audiovisual formats.

The term photojournalism itself is too narrow to frame visual journalism pieces that are being published today. Nowadays, photojournalists use all available languages: text, audio, photography and video, to create complex narratives serving the journalistic communication.

At the same time, the advent of Internet has also affected directly the industry of media. The economic crisis, due to the fall in advertising revenue between other reasons, has forced professionals of graphic information to start careers as freelance. This situation, undoubtedly precarious talking in economic terms, it also offers freedom to choose projects that interest them and bring out their creativity.

So today photojournalists are expanding the boundaries of their profession, not only from a technical point of view but also artistic, hybridizing their work with the documentary and art.

1. Nuevos formatos en el periodismo digital

Los soportes digitales e Internet han provocado cambios esenciales en el periodismo, desde la producción hasta el consumo. Esta pequeña revolución ha traído consigo la experimentación y la multiplicación de formatos que exploran todas las posibilidades de la interacción entre imagen, sonido y texto. Asistimos al surgimiento de novedosas narrativas que aún tienen que consolidarse y que son el mejor aliado de los nuevos dispositivos móviles, ayudando al surgimiento de una nueva edad de oro en el periodismo (Ramírez, 2014). El periodismo inmersivo puede ser un buen ejemplo de la continua ampliación en la paleta de recursos, desde la tecnología de los videojuegos hasta los distintos modos de reproducir panorámicas de 360 grados (Domínguez, 2010; Pavlik, 2013). En este nuevo periodismo digital surgen medios como Acuerdo.us sin ideas preconcebidas de lo que debe ser el periodismo: “Queremos volver a lo básico. Estamos gestando un medio capaz de destilar información y ofrecerla al lector en el formato más comprensible: visualizaciones, infografías animadas, textos, vídeos, docuwebs o incluso, por qué no, videojuegos. No vamos a ponernos límites. Buscamos historias. Historias de las que importan” (de Zabaleta, 2013). Si el ilustrador Olivier Kugler trabaja contando historias para *The Guardian* con sus dibujos y la herramienta de presentaciones Prezi, en Acuerdo.us publican el que califican como el primer cómic interactivo periodístico: *Srbrenica*, de Joe Sacco¹.

Tal vez el Data Driven Journalism sea la estrella en periodismo contemporáneo. La filtración de más de 90.000 documentos sobre la guerra de Afganistán, entre 2004 y 2009 y el fenómeno WikiLeaks ponen de relieve la necesidad de crear departamentos polivalentes especializados en la gestión de enormes cantidades de información. En 2014 el trabajo del *Washington Post* y *The Guardian*, a partir de los documentos filtrados por Snowden sobre el espionaje de la NSA (Agencia de Seguridad Nacional estadounidense), les valió un premio Pulitzer. El periodismo de datos junto con el documental web son las dos especialidades que mejor están haciendo uso de las herramientas digitales en el periodismo. Internet, además de la instantaneidad, favorece la interacción con el usuario y, en apenas unos años, las redacciones han creado unidades especializadas en nuevos formatos multimedia e interactivos. Una característica destacada de estos departamentos es su configuración

¹ Hay que distinguir este formato del clásico *comic journalism*. Joe Sacco ya había creado comics encuadrados en el género de la crónica periodística, como las obras pioneras: *Palestine: A Nation Occupied* (1993) y *Palestine: In the Gaza Strip* (1996). Otro ejemplo clásico es *Fax from Sarajevo* (1996) de Joe Kubert, ganador con esa obra del premio Eisner en 1997.

heterogénea, con profesionales procedentes de las disciplinas más variadas. Esto se debe a que estos nuevos formatos requieren de especialistas no solo en la redacción, sino también en el diseño, la filmación, el sonido, en la programación o la estadística que colaboren estrechamente en la creación de piezas netamente periodísticas.

Por su parte, el documental web es un formato que contiene todos los recursos de texto, audio y vídeo para crear piezas sin narrativa lineal y donde es el usuario quien elige y, al mismo tiempo, construye su propio recorrido en la historia. Este macro-formato hace un uso intensivo y variado de imágenes, desde múltiples usos de la foto fija hasta el vídeo, pasando por la infografía interactiva. Sin embargo, a pesar de que la plataforma digital permite incluir todo tipo de archivos, llama la atención la escasa implementación de formatos que aprovechan sus posibilidades. La televisión pública en España ha creado un Laboratorio de Innovación donde tienen cabida las formas interactivas y los documentales web: <http://lab.rtve.es/>. Al igual que en el periodismo de datos, los trabajos de documental web son creados por grandes equipos interdisciplinarios, todos sus miembros están al servicio de la comunicación periodística y deben trabajar desde esa perspectiva: “Este proceso de producción colaborativa exige un cambio de actitud: cada miembro del equipo debe verse a sí mismo como un periodista, porque todos ellos están involucrados en la realización de un producto periodístico” (Weber & Rall, 2012, p. 351).

2. El periodismo visual

Con respecto al término *periodismo visual* se da una curiosa paradoja: parece que haga referencia a aquel que utiliza la imagen, en cualquiera de sus formas, como parte fundamental de su narrativa. No obstante, desde el ámbito anglosajón se ha reservado a aquel periodismo que emplea ilustración e infografía en el periodismo de datos (Garner, 2008; Lankow, Ritchie, & Crooks, 2012). Es decir, no incluiría aquellas piezas formadas por imagen fotográfica o vídeo, como pudiera ser el clásico fotorreportaje. Los magazines norteamericanos, *Life* o *Time*, recogieron la tradición de las revistas alemanas de entreguerras, y más tarde la revista francesa *Vu*, para llevar el fotorreportaje a su edad dorada. Sin embargo, incorporaron el término *ensayo visual* para estas piezas narrativas basadas en la imagen, como el clásico *A Country Doctor*, de W. Eugene Smith para *Life*. Así, en el ámbito norteamericano y en el soporte digital, el término más utilizado para las historias narradas con imagen fija o imagen en movimiento ha sido multimedia o multimedia *storytelling*. Como recoge Achterman

(2012), el término siempre ha sido problemático en periodismo y se ha empleado de modo muy distinto, teniendo habitualmente solo en común el hecho de referirse a la posibilidad del medio online para presentar las historias mediante una suma de recursos: secuencias de vídeo, de audio, pases de imágenes (*slideshows*) o combinaciones de todo ello (Dimitrova & Neznanski, 2006; Quandt, 2008). En Europa, por ejemplo, el término multimedia también ha tenido otra definición surgida a raíz de la originaria separación de las redacciones en los medios: impresa y online. Como recoge Deuze (2004), además de hacer referencia a su formato, también se ha aplicado a la distribución o publicación de cualquier formato periodístico en diferentes soportes, desde los medios impresos hasta los medios online, pasando por la radio, la televisión y cualquier otra forma de distribución de la noticia.

Puede decirse, por tanto, que desde sus orígenes el término multimedia en periodismo ha sido una especie de cajón de sastre que ha servido para englobar prácticamente cualquier forma audiovisual: "...cualquier intento de definir estrictamente 'multimedia' excluiría más de lo que incluye" (Campbell, 2013, p. 12). En este sentido, la organización de World Press Photo, cuando en su concurso crea las categorías de multimedia, incluye formas tan distintas como el vídeo online y los web-docs interactivos. Desde World Press Photo no consideraron oportuno acotarlo o redefinirlo, sino más bien al contrario ampliarlo: "'Multimedia' no puede ni debe ser definido como un único género. Se trata de una combinación de imágenes, sonido, gráficos y texto para generar una historia, y se presenta en varias formas que van desde galerías de fotos online, donde las imágenes se combinan con los pie de foto, hasta presentaciones de imágenes con audio, vídeo lineal (tanto en extensión corta como larga), infografías con animación, interactivos no lineales, documentales web a gran escala y reportajes televisivos" (Campbell, 2013, p. 7). Es lógico pensar que el novedoso, variado y complejo género del documental web poco tiene que ver con un reportaje clásico de vídeo, como así expone Nancy Donaldson, productora en el departamento de multimedia del *New York Times*: "El equipo multimedia del *New York Times* está formado por productores de narraciones visuales, animaciones, diseñadores y programadores. Técnicamente todos somos productores multimedia; pero el conjunto de habilidades es muy variado. El concurso del WPP rompió la barrera entre los interactivos y las categorías lineales. Yo creo que con seguridad hay, y debería haber, una mayor diferenciación entre los formatos que tienen un desarrollo con mayor profundidad y las narrativas únicas" (Diaz, 2011, p. 16).

Hoy día, el fotoperiodismo ya no es una ortodoxia con rígidas normas —como la no alteración del encuadre original o no retocar las copias en el laboratorio—, sino que los profesionales se sienten libres para buscar nuevos caminos: “No estoy interesado en las técnicas tradicionales... en poner un recuadro negro alrededor de la foto como modo de decir que es auténtica [Tim Hetherington]” (Kamber, 2010). Del mismo modo, los fotoperiodistas hoy trabajan con procedimientos y cámaras que antes hubieran sido calificados como profesionales. Algo que, por otra parte, ha ocurrido a lo largo de toda la historia del fotoperiodismo cuando se han introducido novedades técnicas: el propio Robert Capa tuvo que mentir sobre la cámara que utilizaba en sus reportajes antes de que aceptaran la Leica de 35mm como una cámara *seria* en los medios. Del mismo modo, dio lugar a una viva polémica el tercer premio de Pictures of the Year otorgado al fotoperiodista del *New York Times* en 2011 por el reportaje *A Grunt's Life*, realizado con un iPhone y la aplicación Hipstamatic. Hoy en día, los móviles y las redes sociales como *Instagram* se emplean con asiduidad en todo tipo de situaciones y géneros fotoperiodísticos. Uno de los hitos más significativos llegó en 31 de marzo de 2013 cuando el *New York Times* publicó en portada una foto hecha por Nick Laham con un iPhone y retocada en Instagram. Ya antes se habían publicado fotos hechas con móviles; pero esta fue la primera vez que se aceptaba como foto de portada, con una función claramente editorial, una realizada con medios más propios de aficionados. Así, ya hay un importante número de fotoperiodistas trabajando en las redes sociales y dentro de las nuevas corrientes de fotoperiodismo tangenciales con el documental. El portal Digital Trends en octubre de 2013 seleccionó a siete fotoperiodistas de prestigio internacional que utilizan Instagram de forma exhaustiva: David Guttenfelder, Michael Christopher Brown, Ben Lowy, Phil Moore, Marcus Bleasdale, Ed Kashi y Randy Olson². Sin embargo, desde 2012 la fotografía móvil y las redes sociales ya habían demostrado todo su potencial. La propia revista *Time* en octubre de 2012, decidió cubrir las consecuencias del huracán Sandy a través de su cuenta de Instagram. Dio acceso directo a la misma a cinco fotoperiodistas que enviaban imágenes en tiempo real y, simultáneamente, se publicaban la galería online de la revista lightbox.time.com (Marshall, 2013).

2.1. El audio slideshow y el multimedia

² <http://www.digitaltrends.com/social-media/5-most-interesting-photojournalists-on-instagram/>

En los últimos cinco años se ha producido una importante renovación de los recursos audiovisuales en los medios. Sin embargo, a pesar de que las innovaciones tienen ya una historia consolidada, todavía no hemos alcanzado el momento en que sean empleadas masivamente. Un ejemplo arquetípico es el uso del *audioslide*. En 2009 tiene un enorme éxito el proyecto del *New York Times* *One in 8 Million*³; pero el formato ya era empleado anteriormente: “El análisis de contenido de Bergland et al.’s (2008) de 360 webs de medios estadounidenses encontró que alojaban tanto gran número de vídeos (65%) como de *audioslides* (47%)” (Lillie, 2013: 353). Al igual que sucede con la mayoría de los términos asociados a formatos o géneros audiovisuales, el *audioslide* engloba una gran variedad formal. La mayoría de los fotógrafos que los realizan coinciden en que los tres componentes fundamentales de este formato son una sucesión de fotografías fijas enlazadas, la pista de audio que recoge la voz del protagonista y el sonido ambiente (Lillie, 2011). Sin embargo, el *audioslide* recoge muchas otras variaciones, por ejemplo, en ocasiones se incluye imagen en movimiento o las pistas de audio son más variadas, admitiendo la voz del entrevistador o narrador y también música ajena a la acción. En definitiva, el formato no es cerrado y a veces el tema o el argumento dictan el formato, como sugieren también algunos profesionales (Campell, 2013).

Las razones de esta rápida ampliación en la paleta de formatos y recursos audiovisuales en el fotoperiodismo contemporáneo son tanto técnicas como conceptuales:

- la innovación tecnológica en las cámaras digitales, aumentando su calidad de imagen, conexión a internet, grabación de audio y vídeo.
- la facilidad de edición tanto de imagen fija como de vídeo, ya no solo en los ordenadores personales, sino en los mismos dispositivos móviles, smartphones y tablets.
- la ampliación de las posibilidades online que el fotógrafo tiene para crear piezas periodísticas en las redes sociales y plataformas web.
- Una sensibilidad documental compartida por los fotoperiodistas que buscan sus referentes no solo en el territorio del fotorreporterismo sino en el de la fotografía documental y artística.

Este último punto se revela fundamental porque es el que lleva a replantear en nuestros días la esencia del lenguaje fotográfico. Tanto el *audioslide* como el multimedia contemporáneo

³ <http://www.nytimes.com/packages/html/nyregion/1-in-8-million/>

eliminan la frontera entre imagen estática e imagen en movimiento. Es cierto que dichos márgenes han sido cuestionados a lo largo de la historia de la fotografía y el cine por artistas como Man Ray, Paul Strand o Gordon Parks. Las hibridaciones entre foto fija y cine documental han sido numerosas y, como señala Corrighan (2008), se puede considerar al ensayo fotográfico —desde sus fuentes más clásicas con Jacob Riis y Lewis Hine hasta la culminación del género antes de la II Guerra Mundial con la colaboración entre James Agee y Walker Evans en *Let Us Now Praise Famous Men*—, como origen del ensayo cinematográfico: “Como demuestra Chris Marker en su trabajo justo después de la guerra, el foto-ensayo proporciona un modelo de transición que permite al cine descubrir su capacidad para explorar los espacios conceptuales e intelectuales entre las imágenes” (Corrighan, 2008, p. 47). Por tanto, cuando World Press Photo presentó en 2011 una nueva categoría denominada multimedia tuvo presente que los profesionales en ese momento estaban trabajando en esa delgada línea que separa la fotografía del documental audiovisual. Al analizar lo que estaban haciendo, vieron que sus trabajos tenían características que no se podían encuadrar en el reportaje tradicional.

El académico, productor y realizador de documentos audiovisuales David Campbell desarrolló entre julio de 2012 y abril de 2013 un proyecto de investigación para elaborar un informe que explicara qué estaba pasando en la nueva narrativa audiovisual de no-ficción. La principal conclusión que se dedujo del mismo fue que los profesionales huían de las fronteras y etiquetas para incluirse dentro del amplio territorio conocido como *visual storytelling*. “En los nuevos medios estamos viendo ahora un espacio en el cual los profesionales se unen en torno al concepto de *visual storytelling*. El fotoperiodismo, el periodismo en video, el cine documental y la narrativa interactiva se cruzan, no para crear un nuevo género visual, sino para combinar sus respectivos puntos fuertes en el reportaje orientado hacia la imagen, en muchas formas y a través de múltiples plataformas” (Campbell, 2013, p. 7). Las piezas multimedia actuales están utilizando los códigos audiovisuales de un modo inteligente y creativo; pero también demandan del público una mirada nueva, capaz de unir a la tradicional perspectiva periodística valores cercanos al ámbito artístico. Fueron los propios fotoperiodistas quienes desde la práctica de su profesión percibieron que el medio fotográfico era demasiado limitado para lo que querían hacer: “Si te interesan los medios de comunicación de masas, entonces debes dejar de pensar en ti mismo como fotógrafo. Vivimos en un mundo post-fotográfico. Si estás interesado en la fotografía, entonces te interesa algo —

en términos de comunicación de masas— que es pasado. Yo estoy interesado en llegar a tantas personas como sea posible [Tim Hetherington]” (Kamber, 2010).

Tal vez el principal cambio en la práctica contemporánea no sea tanto técnico o formal como de concepción. El fotoperiodista no se ve únicamente como fotógrafo, sino como narrador audiovisual que registra imagen y sonido para comunicar su mirada personal del mundo al público. Una razón fundamental de esta evolución procede del propio cambio en la economía del periodismo con la llegada de Internet. Los medios de comunicación han adelgazado sus plantillas y recurren principalmente a freelance. En este contexto de fuerte competencia entre profesionales, estos deben no solo ser especialistas en fotografía sino que tienen que prestar atención al *personal branding*, crear asociaciones para aunar esfuerzos en la búsqueda de recursos económicos y rentabilizar esfuerzos de marketing.

2.2. La práctica del fotoperiodismo entendida como narración

La sensibilidad documental, la intención de relatar, es parte fundamental de la mirada contemporánea del fotoperiodista. Esta sensibilidad es la que lleva al fotógrafo a alejarse del centro de la noticia, del foco de atención: “esta actitud parece conectada a una sensibilidad ‘documental’ y a un deseo de distinguir la forma de otros formatos de noticias audiovisuales, especialmente las noticias locales” (Lillie, 2013: 357). Tampoco hay que desdeñar la carga emotiva que gana el relato cuando son los propios protagonistas los que construyen y cuentan su historia. El espectador empatiza de modo directo con los protagonistas en el ritmo pausado del audioslide. Este ritmo, sin duda, crea una mayor atención y tensión en la audiencia, en gran medida por contraste con la velocidad del vídeoreportaje al que la audiencia ha estado acostumbrada: “las historias con muchos movimientos rápidos como ‘un accidente de coche’ o ‘un fuego’ son mejores en vídeo, mientras que los *audioslide* son mejores para historias ‘personales’, ‘emotivas’ y ‘tranquilas’” (Lillie, 2013: 359). Tal vez por esto habitualmente las historias recogidas en las piezas multimedia se refieren a personas alejadas de la popularidad. El periodista se acerca con respeto y humildad para reflejar aspectos de su vida y su situación social, marcando una distancia que aleja su trabajo del sensacionalismo.

Las piezas de *audioslide* y multimedia podrían inscribirse en la esfera narrativa de lo que se conoce como reportaje literario en los países de latinoamericanos o *feature story* en el periodismo anglosajón, ambos enraizados en el Nuevo Periodismo nacido en los años 60 en

Estados Unidos. Escritores y periodistas como Truman Capote, Norman Mailer y Tom Wolfe volcaron su atención sobre personajes alejados de los focos de los grandes medios de comunicación: “las historias de cada día que nos sumergen en la vida de nuestros vecinos solían encontrarse en el realismo del escritor de ficción, mientras que los reporteros de la no ficción, nos traían las noticias de los lejanos centros de poder que difícilmente conectaban con nuestras vidas” (Sims, 1984, p. 3). Así, las historias tienen un fuerte componente emocional: “A diferencia de las narraciones netamente periodístico-informativas de actualidad coyuntural, inmediata y fugaz, los relatos periodístico-literarios adquieren una manifiesta permanencia histórica. Empiezan contando un acontecimiento concreto en un tiempo y un espacio (una experiencia individual o un drama colectivo), pero, debido a la profundidad de la mirada y de la excepcional descripción lograda por el narrador, trasponen la dimensión particular y se convierten en paradigmas de la condición humana” (Rodríguez & Irala, 2009, p. 5).

Esta sensibilidad del fotoperiodista contemporáneo es capaz de crear nuevos relatos alejados de las imágenes tópicas incluso en ámbitos como el periodismo de guerra. Uno de los profesionales que ha creado tendencias en los formatos e hibridación de géneros en el fotoperiodismo contemporáneo ha sido Tim Hetherington, asesinado mientras cubría la rebelión social de Libia en 2011. Su largometraje *Restrepo* (Hetherington, Sebastian Junger, 2010), ganador del gran premio del jurado en el Festival de Sundance, refleja la vida de los soldados norteamericanos destinados en Afganistán a lo largo de varios años. En sus palabras es posible rastrear esa búsqueda de las emociones individuales en un conflicto bélico: “Lo que realmente me interesó fueron las relaciones interpersonales entre los hombres... Es una gran parte de la lucha y el combate, tal y como la conocemos, aunque apenas es representada” (Kamber, 2010). Del mismo modo, esta mirada pausada es consecuencia del tiempo que se dedica a elaborar estas piezas en el nuevo periodismo multimedia. No obedecen la premura y rapidez que exigen las noticias de actualidad, sino que se elaboran con el tiempo necesario para conocer y entrar en la vida de los personajes. Nancy Donaldson: “Una narrativa más larga te permite dar más, comprobar de nuevo y actualizar la situación de las personas. También te permite profundizar en ciertos temas y personajes” (Diaz, 2011, p. 16). Es entonces cuando el fotoperiodista aporta su propia mirada que forma parte consustancial del documento audiovisual. Las fronteras se desdibujan, la objetividad es un componente más que se combina con lo documental pero también con la ficción. El narrador no duda en afrontar el reto de redescubrir su profesión porque, como afirma Fred Richin (2013), se encuentra en una

situación de naufragio. Los problemas de fondo que Ritchin ha expuesto no están causados por el cambio tecnológico, la llegada de Internet o la crisis de los medios, sino que tienen su raíz en la misma esencia del acto fotográfico y la ética del fotoperiodista: la simulación, el sensacionalismo o la falsa objetividad, son algunos de los principales problemas que el fotoperiodista debe afrontar para construir una nueva narrativa que puede y debe ser personal.

3. El fotoperiodista en busca de la independencia profesional

Es necesario recordar que, a pesar del indudable valor periodístico y estético que tienen los nuevos formatos de periodismo visual, su uso está lejos de ser habitual en los medios de comunicación online: “El consenso es que las organizaciones de noticias mayoritarias no están explotando las ventajas de la capacidad de la narración multimedia de la web” (Jacobson, 2012, p. 868). Es el vídeo el formato que está creciendo en presencia en Internet y el que va a tener un mayor crecimiento en los próximos años. Los medios, mediante sus analíticas instantáneas, tienen acceso a lo que el público visiona mayoritariamente para vender espacio a los anunciantes. “El vídeo ha superado a los *audio slideshows*, porque se hacen populares más rápidamente e hinchan los números de la web. Todo esto es una cuestión de número de visitas” (Lillie, 2011, p. 360). Por otra parte, los vídeos se viralizan rápidamente, compartiéndose en las redes sociales y consiguiendo más tráfico para la web como puerta de entrada hacia las noticias: “El número de estadounidenses, no solo jóvenes, que acceden a las noticias a través de las redes sociales, se incrementó del 9% en 2010 al 19% en 2012. En el Reino Unido [...] el Reuters Institute señala que las redes sociales son el acceso a las noticias para el 20% de los usuarios” (Campbell, 2013, p. 20). La presión por producir vídeos para la web, porque aumentan el número de visitas, lleva emparejado el riesgo de una merma en la calidad de los mismos como señala Lillie: “Tristemente creo que el modelo Youtube ha ganado. La calidad de la producción y narración no importa tanto como el entretenimiento rápido” (Lillie, 2011, p. 360).

Salvo los grandes medios internacionales, con capacidad para invertir recursos económicos y tiempo en trabajar con los mejores profesionales, el resto están reduciendo plantillas y bajando la calidad de su producción. Esta situación está llevando a los fotoperiodistas a buscar opciones laborales como la de ser profesionales independientes. Uno de los modelos de financiación que está dando buenos resultados es el micromecenazgo o crowdfunding —a pesar de la desaparición de Emphas.is, una prometedora plataforma especializada en financiar

reportajes de fotoperiodismo creada en 2011 que cerró en 2013—. No obstante, la idea de Emphas.is sido retomada por Indievoic.es⁴, nacida en 2013 y la productora y plataforma de publicación de piezas audiovisuales en Internet MediaStorm está marcando tendencias en innovación. Al mismo tiempo, surgen pequeñas agencias y colectivos de fotoperiodistas que están produciendo trabajos de excelente calidad y que se están convirtiendo en vanguardia por sus planteamientos éticos y estéticos en la comunidad de profesionales: Upian, Chewbahat, Bombay Flying Club, Panos Pictures, Napo Image, VII Photo.

Es evidente que la calidad del trabajo de los fotoperiodistas no depende ni mucho menos de su vinculación contractual con los medios, al contrario, como afirma Sandra Balsells, la libertad del freelance supone un refuerzo para su actitud y compromiso personal: “Los trabajos más sólidos de fotoperiodismo están hechos por freelance. Un ejemplo, en el año 2007 comisarié un proyecto que se llama ‘Latidos de un mundo convulso’, es una exposición y un libro en el que participan diez autores españoles y que radiografía un poco los últimos 20 años del fotoperiodismo en España. Te diré que de los diez autores, 7 son freelance” (González, 2012). Con la libertad que proporciona no depender de los medios para desarrollar sus proyectos, los autores contemporáneos borran las fronteras entre periodismo y el arte para crear narraciones audiovisuales con una profunda huella personal: “Los narradores pueden tener un fuerte sentido de autoría, las historias pueden tener un contexto mayor y los personajes una voz” (Campbell, 2013, p. 49). Esta actitud personal y creativa aproxima el trabajo de los fotoperiodistas al ámbito artístico, entroncando su trabajo directamente con los valores de la creación artística contemporánea. La otra cara de la moneda es que sus piezas de fotografía, *audio slideshow* o multimedia pueden resultar más difíciles de conectar con la sensibilidad del gran público, convirtiéndose en piezas para iniciados en los lenguajes del arte.

4. Fotoperiodismo en Polonia, pequeños apuntes

Tanto los fotoperiodistas como los medios en Polonia comparten la misma evolución que han tenido los profesionales y los medios de comunicación internacionales. La fuerte crisis económica causada por la llegada de Internet, el posterior proceso de convergencia entre las redacciones en papel y online y el descenso de los ingresos publicitarios, provocaron una reducción en el número de fotógrafos empleados en plantilla. No obstante, este contexto de

⁴ The Island of Widows by Ed Kashi. <https://www.indievoic.es/#!/project/2/story>

crisis en los medios significó un impulso para que los fotógrafos iniciasen itinerarios personales con mayor libertad creativa. Fotógrafos como Tomasz Wiech o Rafał Milach han pasado por la redacción del principal medio en Polonia *Gazeta Wyborcza*, o colaborado con el magazine semanal *Polityka*. Actualmente trabajan como freelance. Para Milach la crisis en los medios ha traído como consecuencia un renacimiento de la fotografía como expresión artística. Los fotógrafos han iniciado itinerarios personales de enorme calidad. Wiech obtuvo un premio World Press Photo en 2008 con un reportaje para la edición de Cracovia del mencionado diario. Sin embargo, actualmente la libertad de trabajar en proyectos personales le ha posibilitado explorar caminos que no hubieran sido posibles dentro de los márgenes restrictivos de la fotografía editorial o el fotoperiodismo rutinario en plantilla⁵. En cualquier caso, no hay que olvidar que la historia del fotoperiodismo también es la historia del freelance. Esta situación, lejos de verse como anómala o esporádica, es intrínseca a la profesión. Prácticamente todos los grandes fotoperiodistas (Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, Robert Frank, Eugene Smith, James Nachtwey, Alex Webb...), han sido freelance en algún momento de sus carreras. El fotógrafo estadounidense Alex Soth llegó a la agencia Magnum después de iniciar su carrera autoeditándose sus libros fotográficos. Wiech con su proyecto personal *Poland, in Search of Diamonds* (fotolibro editado gracias a la obtención de una beca), comparte la aproximación estética y la percepción de Alex Soth sobre sus protagonistas y espacios y las traslada a su propio contexto social y geográfico.

El ejemplo de Rafał Milach puede ser paradigmático para comprender la rápida transformación que ha tenido el fotoperiodismo en los últimos años. Por una parte, la necesidad de formar un colectivo con otros profesionales que compartan las mismas inquietudes artísticas para unir y rentabilizar esfuerzos. Junto a los fotógrafos procedentes de Europa Central y del Este: Andrej Balco, Jan Brykczynski, Manca Juvan, Andrei Liankevich, Michal Luczak, Justyna Mielnikiewicz, Adam Panczuk y Agnieszka Rayss, Milach funda en 2006 Sputnik Photos. El colectivo inscribe sus objetivos en la tradición del fotoperiodismo y el documental: “estamos unidos por el deseo de observar y describir lo que nos rodea, así como por nuestra experiencia común de vivir en Europa Central y Oriental en el período posterior a la transformación”⁶. Significativa, por mostrar conexiones temáticas y estéticas, ha sido su última exposición en Photo España 2014, en la que han compartido espacio y diálogo

⁵ Las opiniones y comentarios de Tomasz Wiech, Rafał Milach y Piotr Małcki fueron recogidas en entrevistas personales por el autor del artículo en septiembre y octubre de 2013.

⁶ Sputnik Photos <http://www.sputnikphotos.com/about/>

artístico con el colectivo de fotógrafos documentalistas españoles NoPhoto. Además, el proyecto de Rafał Milach *7 Rooms* ejemplifica a la perfección cómo la fotografía documental en la actualidad se adapta a distintos formatos y contextos complementarios entre sí. En su web observamos el conjunto de 42 fotografías con una breve introducción del autor. El visionado una a una se apoya en un breve pie de foto que las contextualiza (en lo que bien pudiera ser un reportaje en formato fotogalería en un medio de comunicación). Además, Milach expuso estas obras en galerías de Berlín y Varsovia en 2012 y publicó un libro en la tradición del libro artístico de fotografía que incluye unos relatos breves. Finalmente, podemos ver un pequeño vídeo editado por el propio autor que es una pieza de multimedia inmersa en el fotoperiodismo contemporáneo. La hibridación entre lo periodístico, lo documental y lo artístico es una característica fundamental del fotoperiodismo en nuestros días.

Aunque fueron importantes las recientes exposiciones de las figuras más relevantes de la fotografía contemporánea en el Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski de Varsovia (Mazur, 2012, p. 10), Internet ha multiplicado exponencialmente la posibilidad de que los autores y trabajos punteros sean rápidamente conocidos por los profesionales en cualquier parte del mundo. Internet hace posible que un formato como el multimedia (Fotokast en Polonia) tenga una rápida expansión en Polonia, generando piezas inmersas en la producción contemporánea. El formato Fotokast ha sido incluido como categoría dentro de los premios del fotoperiodismo polaco que se otorgan en el festival Grand Press Photo, aunque, como señala Piotr Małecki, al igual que sucede en el panorama internacional, es un formato con escasa repercusión dentro los medios. Małecki es uno de los fotoperiodistas que más reconocimiento ha obtenido con sus trabajos multimedia, siendo ganador del primer premio en la categoría Photokast en 2011 y 2013 con sus trabajos *Miejskie Konie* y *Jodie*, respectivamente. Małecki trabaja habitualmente para medios como el magazine *Polytika*; pero tomó la decisión de desvincularse de un contrato en plantilla para mantener su independencia como freelance y trabajar en los proyectos que realmente le interesen. Es miembro de la prestigiosa agencia de fotoperiodistas Panos Pictures y, a pesar de trabajar regularmente para los medios percibió, al igual que Milach, la necesidad de fundar junto con un pequeño grupo de fotógrafos un colectivo en el que apoyarse para desarrollar y comercializar sus proyectos personales. Napo Images se fundó en 2008 reuniendo a los fotógrafos: Filip Cwik, Maciej Jeziorek, Adam Lach, Wojciech Grzedzinski, Piotr Małecki, Ewa Meissner y Monika Szewczyk. Małecki ha impartido cursos de realización de trabajos multimedia para la

productora MediaStorm y señala la dificultad para conseguir que estas pequeñas piezas de documental tengan calidad: “Una historia bien filmada y editada necesita tiempo, recursos y una cuidadosa planificación. El poder de la pieza terminada puede ser enorme; el documental corto [...] puede ser una gran obra, no solo comunicando el mensaje, sino transmitiendo emociones, provocando reflexiones y elevando la conciencia”⁷. Por otra parte, el tiempo y la preparación que requiere el trabajo en vídeo es el que dificulta la realización simultánea de fotografía y vídeo. Aun cuando la mayoría de los profesionales hoy día dominan ambos lenguajes, prefieren centrarse en un medio en función de cada proyecto.

El fotoperiodismo ha sido extraordinariamente fuerte en Polonia en los últimos años; así lo demuestra el hecho de que los fotógrafos polacos, desde 1999, han obtenido habitualmente premios en los principales certámenes internacionales, como Picture of the Year o World Press Photo. Tomasz Gudzowaty puede ser el ejemplo paradigmático (Mazur, 2012, p. 9). El profesor y crítico Tomasz Ferenc también cree que el reportaje fotográfico, presente en Polonia durante muchos años, está floreciendo de nuevo. Destaca a Łukasz Trzeciński y a Rafał Milach, como autores ya consolidados y en Milach reconoce la inquietud por centrarse en los individuos: “los problemas aparentemente normales de la gente común que presenta [...] forman una compleja historia del mundo moderno” (Ferenc, en prensa). Esta mirada documental y profundamente personal es la que los fotoperiodistas de vanguardia están aportando con sus trabajos, añadiendo fuertes connotaciones narrativas a la esencia fundamentalmente descriptiva del medio fotográfico. Los autores persiguen contar historias, de ahí que incluso en sus proyectos más alejados de la función fotoperiodística todavía permanezca un aliento narrativo. Es el caso, por ejemplo, de Tomasz Wiech con su proyecto *Paraguay* o su pieza multimedia *17 sounds from the highway*⁸.

Hoy los fotógrafos transitan desde la sala de exposiciones hasta las páginas del magazine, desde la foto fija al vídeo, desde el encargo hasta el proyecto personal, utilizando todos los recursos técnicos, formales y narrativos a su disposición, sin prejuicios acerca de lo que debiera ser *profesional* o *artístico*: “La cultura contemporánea, incluyendo la fotografía, cuenta ahora con menos artificiosidad y más autenticidad, espontaneidad y creatividad. Y en ninguna parte trazar una línea de separación entre el arte y no-arte parece tan absurdo como

⁷ Piotr Małecki (2011) <http://mediastorm.com/contributor/piotr-malecki/622>

⁸ *Paraguay* https://www.lensculture.com/tomasz-wiech?modal=true&modal_type=project&modal_project_id=4014
17 sounds from the highway <http://vimeo.com/81184665>

en la fotografía” (Mazur, 2012, p. 10). Es precisamente en este territorio fronterizo donde los fotoperiodistas contemporáneos están redefiniendo y ampliando la concepción del fotoperiodismo y la fotografía documental.

Bibliografía

Achterman, M. E. (2012). *Multimedia in the Mainstream. Analyzing Legacy News Traditions in Online Journalism*. University of Washington. Retrieved from <https://digital.lib.washington.edu/researchworks/handle/1773/20663> [consultado 17/09/2014]

Campbell, D. (2013). *Visual Storytelling in the Age of Post-Industrialist Journalism*. Retrieved from <http://www.david-campbell.org/multimedia/world-press-photo-multimedia-research/> [consultado 17/09/2014]

De Zabaleta, M. (2013, July 15). Acuerdo, una nueva publicación digital que nace a través de un experimento. <http://233grados.lainformacion.com/>. Retrieved September 14, 2014, from <http://233grados.lainformacion.com/blog/2013/07/acuerdo-una-nueva-publicación-digital-que-nace-a-través-de-un-experimento.html> [consultado 17/09/2014]

Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, 5(2), 139–152.

Diaz, C. (2011). Pushing for sophistication and polish. *Rhodes Journalism Review*, 31, 16.

Dimitrova, D. V., & Neznanski, M. (2006). Online Journalism and the War in Cyberspace: A Comparison Between U.S. and International Newspapers. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(1), 248–263.

Domínguez, E. (2010). Los nuevos formatos inmersivos y su aplicación en el periodismo. In *Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*. Bilbao.

Ferenc, T. (n.d.). *The multitude of looks in beautiful circumstances of freedom*. Łódź.

Garner, S. (2008). *Writing on Drawing: Essays on Drawing Practice and Research*. Bristol: Intellect Books.

- González, A. (2012). El mejor fotoperiodismo en España lo hacen los freelance. *1001 medios*. Retrieved September 18, 2014, from <http://1001medios.es/sandra-balsells-los-trabajos-mas-solidos-de-fotoperiodismo-estan-hechos-por-freelance-todos/> [consultado 17/09/2014]
- Gunning, T., Corrighan, T., Suárez, J. A., Egoyan, A., Ma, J., Baron, R., ... Beckman, K. (2008). *Still Moving: Between Cinema and Photography*. Durham: Duke University Press.
- Jacobson, S. (2012). Transcoding the news: An investigation into multimedia journalism published on nytimes.com 2000-2008. *New Media & Society*, 14(5), 867–885.
- Kamber, M. (2010, June 22). “Restrepo” and the Imagery of War. *Lens Blog. The New York Times*. Retrieved September 14, 2014, from http://lens.blogs.nytimes.com/2010/06/22/behind-44/?_php=true&_type=blogs&_php=true&_type=blogs&_r=1 [consultado 17/09/2014]
- Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). *Infographics: The Power of Visual Storytelling*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Lillie, J. (2011). How and Why Journalists Create Audio Slideshows. *Journalism Practice*, 5(3), 350–365.
- Marshall, T. (2013, April 3). Photojournalists Move To Instagram, From Syria to Sandy | American Photo. *American Photo*. Retrieved September 17, 2014, from <http://www.americanphotomag.com/photo-gallery/2013/03/iphoneonly> [consultado 17/09/2014]
- Mazur, A. (2012). *Decisive moment: new phenomena in Polish photography since 2000*. Kraków: Karakter Publishers.
- Pavlik, J. V. (2013). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Quandt, T. (2008). (No) News on the World Wide Web? *Journalism Studies*, 9(5), 717–738.
- Ramírez, P. J. (2014, September 27). Hacia una nueva Edad de Oro de los periódicos. *El Mundo*. Retrieved September 14, 2014, from

<http://www.elmundo.es/elmundo/2012/09/26/comunicacion/1348685616.html>

[consultado 17/09/2014]

Rodríguez Rodríguez, J. M., & Irala Hortal, P. (2009). Periodismo literario y fotografía humanista. Rasgos esenciales y confluencias. Hacia un fotoperiodismo literario. In *I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Tenerife: Universidad de La Laguna. Retrieved from <http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/actas/87jorge.pdf> [consultado 17/09/2014]

Sims, N. (1984). *The Literary journalists*. Nueva York: Ballantine Books.

Weber, W., & Rall, H. (2012). Data Visualization in Online Journalism and Its Implications for the Production Process. In *2012 16th International Conference on Information Visualisation* (pp. 349–356). IEEE.

Summary

Digital media and Internet have led essential changes in journalism, from production to consumption. After a slow start, the media have focused on the network to offer a clearly differentiated digital journalism than it was in paper before. In this context, contemporary photojournalism is developing new audiovisual formats.

The term photojournalism itself is too narrow to frame visual journalism pieces that are being published today. Nowadays, photojournalists use all available languages, text, audio, photography and video, to create complex narratives to serve the journalistic communication.

At the same time, the advent of Internet has also affected directly the industry of media. The economic crisis, due to the fall in advertising revenue between other reasons, has forced professionals of graphical information to start careers as freelance. This situation, undoubtedly precarious talking in economic terms, it also offers a lot of freedom to choose projects that interest them and bring out their creativity.

In this rapidly changing situation, photojournalists are expanding the boundaries of their profession, not only from a technical point of view but also specially in an artistic way, hybridizing their work with the documentary and art.