

16è Congrès Internacional de la

INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR MASS COMMUNICATION RESEARCH (IAMCR)

ASSOCIATION INTERNATIONALE DES ÉTUDES ET RECHERCHES SUR L'INFORMATION (AIERI)

COMUNICACIÓ SOCIAL I IDENTITAT CULTURAL

WORKING-GROUP

COMUNICACIÓ SOCIAL
I IDENTITAT CULTURAL



ORGANITZACIÓ: *Facultat de Ciències de la Informació.*
Universitat Autònoma de Barcelona. 08193 Bellaterra (Barcelona).

Comunicació Social i Identitat Cultural / AIERI'88

(14)

Foto-reportaxe: a disfunción no tempo para ollar

Margarita Ledo Andión

Aproximación ós usos da Foto nos Media, usos determinados polo específico da linguaxe da imaxe e da súa funcionalidade como información visualizada, como símbolo, como recurso gráfico; usos en dependencia crecente dos criterios de noticiabilidade imperantes (news values), das fontes que controlan a oferta ou vértices distribuidores (sexan institucións, sexan axencias transnacionais), da mecánica productiva e da práctica profesional; usos involucrados nese universo dogmático que adoita anomearse Rotinas e que son quen programa a foto como "material de interés".

A Foto, "material de interés" que, contradictoriamente, esváese na mistura de xéneros, na prepotencia ad hoc, na homoxeneización, no empobrecemento expresivo e de contidos, no culto ás tecnoloxías de transmisión, tratamento e reproducción, na simulación e na reducción radical do real, dende o auxe dunha sorte de neo-costumismo (semellante ós albumes de selos de entre-séculos) que se traduz nun sobexo de "vida cotián" ou human factor, e ata a especialización estricta por soportes que podería conducirnos á división de Servan-Schreiber entre prensa informativo-interpretativa para cadros, Tv para as masas ou, acolléndonos a Eco, demostración de habilidade para o público culto e violencia para o público inxénuo.

Entre o 1975 e o 1985, a década fotográfica do post-vietnam, asistimos, no espacio europeo, á consolidación das novas axencias de foto -Gamma (1967), Sygma (1973), Sipa (1973)-, ó nacemento de

fórmulas como Kyrnee Press que se xustifica na concepción do Mediterráneo como área cultural que precisa das súas organizacións informativas propias, ó cámbio das políticas comunicativas das tradicionais AFP ou Reuter no ámbito da foto e, na prensa diaria, asistimos á estabilización e normalización dos redactores gráficos como fotógrafos orgánicos.

No Estado español, a consideración da foto como elemento informativo maior -tal e como dixen no texto que me encarregou a Associació de Fotògrafs de Catalunya para o seu 10 aniversario-, como necesidade nos Medios e como signo de contemporaneidade tén unha historia recén e controvertida que se inicia coa trasnformación dun réxime dictatorial no actual sistema político democrático-parlamentario. Cámbios na práctica da fotoxornalismo coa irrupción do documento gráfico directo, a ampliación de tratamentos verbo do que se anomea "información en imaxes" a traveso da diversificación en xéneros, dende a reportaxe á foto-persoa; novos medios diarios, semanais ou especializados; variacións no recoñecemento social do fotógrafo de prensa, coinciden cun debate arredor da foto como factor de intervención na cultura do cotián e con custións de dignificación profesional. Mais este cadro de referencia serao por poucos anos e a seguida a prepotencia das organizacións informativas sobre do colectivo profesional traenos a desaparición do free-lance, o estabelecimento de plantillas de fotógrafos como pezas de recambio para manter as rotinas productivas que se van fixando e que se amosa sen recato na cobertura caseque esclusiva de previstos locais, feito complexo e puxa da incerteza, instalación da actitude pasiva ente o profesional.

A nivel xeral, o incremento cuantitativo no uso da foto, o seu espallamento nos Medios sobre soporte papel, non trouxo, porén,

avanzos cualitativos; trouxo, iso si, transformación (poderíase dicir crebas) na lectura da foto, nos códigos de recepción sen que se amplase a súa comunicabilidade. E esta fenda entre cantidade|aplicabilidade|calidade apómosllo á importancia da mímese dos Audiovisuais para o uso da foto nos Media.

Quizaves o fotógrafo -e mais o editor de prensa, o publisher- interiorizou con candura a sentencia de Szarkowski de que o importante non pode ser fotografado mentres, e pola contra, os responsables da información na Tv seguiron de perto a Evans cando di que, mesmo na imaxe en movemento, cando compre seleciona-lo decesivo, a imaxe conxélase, hai que fixa-la imaxe, ten de se usar imaxe-fixa.

A xeralización da foto domesticouna -advertíranos Barthes-; a consolidación de estereotipos e o seguemento das regras do xogo convirte en realidade a máxima de Serge Le Peron (Cahiers,76) "la police pour la civilisation et les Medias pour l'image". A especialización das axencias dos 70' na Liña Magazine segundo o idearium do mercado afianzou a rúbrica People (show business, foto de charme, novo WASP) secundarizando, agás coxunturalmente, a foto-actualidade, e someténdoa ás leis productivas como "lóxica do concreto, orientación cara o tempo presente, énfase do acontecemento continxente".(Tuchman)

Se extrpolásemos, como síntomas da década, o empobrecemento de contidos (que observara Pierre de Fenoyl, dende o catálodo da mostra do 77, no Festival de Outono parisino), o profesional sen memoria (inmediatista, rotinario) que se alarga deica o fotógrafo funcionario (que denuncia Photo-reporter(xunio,83), laiándose de estarmos condeados a vermos sempre a mesma foto dos acontecementos), o repertorio de imaxes (repertorio reconverso en stiling)

e o culto á velocidade, como refrexo performático de puxantes mecanismos de autorregulamento, teríamos a seguida xustificación para descalificar o uso denotativo-descriptivo da fotopress (grande escola de foto-live, de documental, de fotografía social); o uso prescriptivo, xusto/inxusto, da xeración de foto-reporters que se inicia coa guerra do 36 e continúa ata o efecto Vietnam; o uso simbólico e connotador na destrucción do símbolo polo signo (en pós do traumático, do xoc, dos efectos de dramatización que se apuran en contrastes, planos, temas, fragmentaridade), para preferir o xogo técnico, eficaz/ineficaz, o xogo do Poder.

Asi, nunha clasificación útil, hoxe abondaría con estabelecer a opción foto-única/foto-reportaxe para sabermos que a primeira é a representativa para o uso nos Media diarios e que mesmo nos magazines as secuencias artéllanse coma un continuum de foto-identica a sí mesma; e abondaría cunha tipoloxía simplificada no previsto social/institucional e na simulación como acontecemento, como é simulación o simbólico sen entorno.

Foto institucional ou foto-carnet, grande dominio do criterio de audiencia, da persoaxe recoñecibel, do persoeiro ou o revival do star system agora identificándose coma people. Foto institucional como inventario, como paisaxe, como decor.
Foto-única como universo segmentado, sen outro referente que as categorías proclamadas como de "rendemento" (acción, sintetic'idade, interés xeral, natural, universal, idéntico; nin cultural, nin social) ou a radicalización da morte accidental e da inseguranza, do anormal coma pathos, activando o encubrimento da morte organizada (goberno de Israel, goberno racista de Sudáfrica) que só estoura cando ten que enarbolar a proibición, o ocultamento da imaxe dos feitos, ou os encaixa coma espectáculo de circo para as

news 7p.m.: razzia do goberno Reagan sobre Tripoli e Bengasí. Simplificación temática (sangue na Un), simplificación formal (histrionismo, actante sen fondo), simplificación no discurso, no feito que engule o proceso, simplificación no tempo de lectura. Simplificación que se dilúe na publicística da crise económica, da sobrevivencia dunha cousa chamada prensa, ó se singularizar como criterio central dos Mass Media, da producción de información, a razón financieira frente á razón redaccional, co alibí da revolta tecnolóxica e a súa determinación sobre dos protocolos de realización e sobre da actividade profesional. Paradigmas da razón financieira ou a velocidade ó coste máis cativo.

Velocidade para producir-receber unha mensaxe (en expresión icónica ou textual), destempo para ollar unha imaxe. Destinatario idéntico e universal, coma nos di Delord ou cómo lle dar resposta a preguntas coma esta: The picture that made news?. Nun repaso de 25 anos de historia da World Press Photo o incansabel Harold Evans selecciona, como áreas de debate, os efectos da foto-violenta (exemplificada coa imaxe dun monxe budista queimándose nas ruas de Saigon no 1965, que o NYT decideu non publicar), a capacidade da imaxe-única para sustituir emoción por análise, a chamada á concencia dos profesionais en prol de que o importante só pode, a vegadas, ser fotografado; posición enfrentada coa devandita de Szarkowski e que espalla a práctica dos audiovisuais, ó freeze dentro da secuencia da imaxe-imaxe, da imaxe decisiva. O Evans, puxando polo debate encol da linguaxe da foto -na que intervén usos e códigos de recepción- e a revista Aperture alertando sobre da desaparición da foto como eido de autor, como material acaído para, a partires da denotación, involucrarse en procesos

de lectura diversa a traveso da súa connotación; desaparición da foto como real, frente ó auxe do seu uso artificioso porque os star dos magazines son ilustradores que poden atopar mañas, entretidos modos de realizar imaxes segundo convencións estilísticas, que todo o poden convertir en "interesante", que poden transformar o abraio en sensacional, que se expresan nos tratamentos electrónicos e planean a xeración artificial de imaxes como simulacro da outrora fotopress. Auxe da simulación frente ó idearium liberal do being there, imaxe como acontecemento técnico mentres devala a súa capacidade informativo-comunicativa; retorno á imaxe como adorno; os efectos como territorio mimado da foto-design engulindo á fotopress.

En algures, a disfunción. Nas preexistentes, como Magnum, en novas axencias, como VU, a axencia de fotógrafos, non de fotos, e a decraración expresa de Caujolle,o seu director, denantes cinco anos como responsable do Service Photo de Libération: "Il y a en tout cas un genre que je ne supporte pas, c'est le mec qui 'bidonne'. Que ce soit dans ce qu'il dit ou dans ce qu'il a fait (trucages, effets spéciaux sur les photos, etc."

Mais á razón competitiva (financieira) tampouco lle abonda cos estereotipos cando o incerto non lle deixa tempo para o dereito a erro. E cando as disfuncións vanse manifestando sen ambigüidades: disfuncións dos que defenden, como proposta, a imaxe-imaxe, sen pretexto informativo, deica o Clip (Zoulou). Disfunción do fotógrafo-autor que quere, outravolta, se responsabilizar do suxeito informativo (Depardon). Disfuncións no retorno ó lecer de ollar (que proclamara LIFE no 1936, no seu número 1) como humanización (os nenos vénos, ós anxos, amósanos Wenders). Memoria persistente dos

devanceiros, dende a Photostory de Felix H. Man, Man dicindo "o que liga o homem àquilo que o rodeia"; dende Dorothy Lange: "o que eu fotografo procuro representalo como parte do seu ambente, como arraizado nel", e ata a xeración dos 70', aqués anos que François Hers lembra na súa acción crítica: "j'ai utilisé le système de production du reportage pour situer mon corps, mon comportement, dans une culture, dans une histoire", xeración que de novo chama pola importancia dos códigos culturais, mesmo cando esta reivindicación implique escoller a independencia, sairse do cadro das organizacións informativas tal e como fixo, por exemplo, Marie Laure De Decker. Influencias das disfuncións e outras necesidades, como a da Gamma, creando a sua escola de Fotoxornalismo e tentando definir, na actualidade, que é un foto-reporter, que é a foto "material de interés", ulo a súa linguaxe como fotopress.

Cando o real-complexo se impón ó esteretipo a aposta medra. E cando este real son temas. moito tempo no candeeiro e polo mesmo están mortos para os Media, que choutan acusando o sobexo de fragmentaridade, de clixés rápidos que se transcreben en ruidos, do horror, da imaxe do horror que agora escomenza a precisar e a se precisar con denantes e despois. E así, os xornais diversifícanse en novos productos, un dos que, o Colour-magazine, os dominicais -no noso ritual de rosario en familia- e naqués contextos máis dinámicos -como o caso de Italia- centra o seu esforzo intersticial no elemento Foto. Estamos a nos referir a Sete (Corriere), a Il Venerdi (Repubblica), do seu empeñamento en multiplicar o uso da foto e en facer do texto un espacio para a apoloxía da imaxe, que nos relata da dificultade de conseguer certa imaxe, do seu valor icónico en conxunción coa nosa reserva de signos (a foto-arquetipo do Che, por exemplo), que apura a mise en pâge -coma nos tempos da Müncher e de Stefan Lorant- activándoa para as figuras da retórica; esta-

mos a referir,como imposición, para a Cover, unha reportaxe en exclusiva que aune esixencia de identidade no suxeito, no autor, nas convencións de recepción e que traen para o real a comunicación en imaxes, porque o real é a creación cultural.

Non lles abonda, ós Medios, competir na imitatio audiovisual e na súa deconstrucción dos acontecementos entrementres pasiviza o ollar, nen lles abonda con termar do espíritu de curiosidade dos primeiros tira-placas e no senso decorativista da época das Illustration, tal e como arrastran os Color-magazine da prensa española e as súas reportaxes do neo-cotián empoleirado, feito "interesante" na compaxinación rechamante ou chocalleira ou na imposición violenta.

Porque agora, amósannolo os italianos como competitividade, compre pasar pola imaxe-foto, pensar a reportaxe como feliz para os novos productos dos diarios e non deixalo nos magazines de grupo ou de news. Como influe, tamén, a bela foto, a das City,Passion ou Emois, no dia a dia, o mundo dos suplementos. Creación cultural como real que convirte o material Foto nun espacio para a inversión de estereotipos, pra renovación de códigos, para a interacción expresiva, para o efecto multiplicador que supón, sempre, a sensación como inherente á acción comunicativa.

Se entendemos identidade como aqués sinais, aquelas cousas, áqués procesos que contribuen á definición das sociedades na historia, e que son non somente feitos de sucedo -coma a casa xaponesa ou o Pórtico da Groria-,que son,tamén, expresións de desexo, tendencias en devalo, pensaremos na Foto de Prensa coma identidade, non como reproducción ou reconstrucción.

E se entendemo-la comunicación como elemento da historia que no seu percurso pode aunar o millor e o peor, e a entendemos unida a culturas, épocas, intereses obxectivo-suxeitivos, cavilaremos

nos Medios como nun universo complexo que cobre necesidades de información, de opinión, pero tamén de afectos (Maggiori); pensaremos nos Medios soerguendo -ou, modelando- o imaxinario colectivo e como parte da creación de convencións, do seu percurso, -formación, aceptación, estandarización- no que as expresións icónicas institúense xunto cunha práctica en vencello co grao de desenvolvemento técnico, coas relacións experencia/conscencia, actitude/opinión do receptor, do profesional e do editor; unindo, os usos, á sorte de real que se pretende transcreber e na sorte de real en que o receptor convirte a acción comunicativa, a mensaxe.

Se Baudelaire abraiou diante da foto como sinónima de "o transitorio, o fuxidío, o continxente", e Jean Clair lée, nesas características, a aportación do foto-reporter, de Cartier-Bresson; se este fuxidío, este efímero, é un dos rasgos do noso tempo, o noso tempo poderemos definilo, outravolta, como tempo da imaxe se recuperamolo tempo de as ollar, igoal que os inmateriais nos traen o lecer do tactil.

Imaxe-fixa, imaxe que se fixa, man do condeado negro que lúe no pescozo seu xusto denantes de que Pier Botha -e nel identifico a complicidade occidental- o convirta en aforcado. Tic no pescozo que se nos tería de pegar como se lle pega a Jean Seberg o tic de Belmondo en A bout de souffle, pasando o dedo polo labre de embaixo.

Imaxe moral que Godard reclama, que reclama Maggiori -unha star da linguaxe visual na prensa-, que quere Wenders-fotógrafo, que se expresa en todas as disfuncións, como o é a foto-reportaxe, mentres Enzernsberger recorda sempre que a opción é unha aposta individual, que é posible.

Referencias bibliográficas

Aperture,núm.100. AUTUMN, 1985

Borgé,A.J./Viasnoff,N.- Histoire de la Photo de Reportage,Nathan,82.

Caujolle, Christian in Photo-reporter,nov. 86.

Delord, Jean in Canal, hiver 84/85.

Eco, Umberto.- Viagem na irrealidade quotidiana, Difel,Lisboa,86.

Evans, Harold.- Eyewitness.25 years through World Press Photos, Morrow and Co.Inc.,NY,81.

Enzensberger, H.M.- Elementos para una teoría de los Medios de Comunicación, Anagrama, Barcelona,74.

Hers, François in Canal, hiver 84/85.

Maggiori, Claude in Creation d'images, autrement, nov.86.

Servan-Shreiber in L'Expansión, avril,79.

Szarkowski, John in Mirrors and Windows. The Museum of Modern Art, NY, 78.

Tuchman, Gaye.- La producción de la noticia,GG, Barcelona,84.
