

07

Aspectos psicosociales en la ética del informador gráfico

Psychologic-social aspects in the ethics of the graphical journalist

Dr. Ángel Sánchez-Anguita Muñoz

Facultad de Comunicación

Universidad Pontificia de Salamanca

Resumen / Abstract

Este artículo pretende ser un análisis de los aspectos psico-sociales que afectan e intervienen en la ética del informador gráfico. Para ello he tomado como referencia el código deontológico del informador gráfico acordado por la Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa y Televisión (ANIGP-TV) en su congreso anual. En el trabajo se abordan los compromisos éticos de los aspectos psico-sociales referidos a transmitir la verdad, el punto de vista del profesional gráfico, buscar la calidad de su trabajo, la defensa de la originalidad y los derechos de autor y por otro lado el derecho a la intimidad y al honor como derechos ciudadanos constitucionales. En la tarea de respetar y hacer cumplir el código ético estamos implicados: reporteros gráficos, medios de comunicación y universidades.

This article seeks to be an analysis of the psychologic-social aspects that affect and they intervene in the graphic journalist's ethics. For I have taken as reference the graphic journalist's Code deontology agreed by the National Association of Graphic Informants of Press and Television (ANIGP-TV) in their annual congress. In the work the ethical commitments of the psychologic-social aspects are approached referred to to transmit the truth, the graphic professional's point of view, to look for the quality of their work, the defence of the originality and the royalties and on the other hand the right to the intimacy and the honour like civic constitutional rights. In the task of to respect and to make complete the ethical code are implied: graphic reporters, media and universities.

Palabras clave / Key words

Código deontológico. Informadores gráficos. Derechos de autor.

Code deontology. Graphic journalist's. Author's copyright.

Introducción

Desde su aparición, la fotografía ha revolucionado nuestra comprensión de la comunicación visual. Quizá el funcionamiento similar de la cámara al ojo humano y la percepción realista ocupó un lugar que fue ampliándose con el tiempo hasta llegar a considerarse un lenguaje visual que constituye un complejo sistema de representación (Wright, 2001).

El 4 de marzo de 1880 aparece la primera fotografía de prensa en Estados Unidos en el *Daily Herald* de Nueva York con un procedimiento similar al tipográfico. Las revistas y los semanarios, por tener más tiempo que los periódicos para preparar las ediciones, comienzan a publicar fotografías desde 1885, mientras que los periódicos comienzan a ilustrar sus páginas desde 1904, en el *Daily Mirror* de Inglaterra, y desde 1919 en el *Daily News* de Nueva York.

La fotografía incorporada a la prensa constituye una “ventana al mundo” que permite conocer otros países, personas y noticias de otras partes del mundo (Freund, 1980).

En el XXIII Congreso de la Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa y Televisión (ANIGP-TV), se presentó el Código Ético del Informador gráfico de prensa y televisión, una herramienta para mejorar la calidad profesional y de trabajo de los informadores gráficos.

El código pretende recopilar los compromisos éticos básicos que asume la asociación y por ello todos los informadores gráficos que la integran, comprometiéndose con él a dignificar la profesión y de alguna manera a ejercer un cierto control sobre estos aspectos éticos. El Código consta de cuatro capítulos divididos en 23 artículos, una exposición de motivos y unas disposiciones finales.

La búsqueda de la verdad

La primera premisa que se aborda en este Código es la de buscar la verdad propia del acto periodístico y que el informador gráfico, como profesional de la fotografía o la televisión, debe reproducir los hechos de los que ha sido testigo de forma rigurosa. Nada más y nada menos que la búsqueda de la verdad es y debe seguir siendo la primera y más importante premisa ética de cualquier informador. No exenta de dificultad, puesto que la subjetividad inherente al ser humano hace que cada informador pueda interpretar la realidad de forma diferente, y devolverla a la sociedad con el sesgo de su interpretación, aunque al fin y al cabo con “su verdad”.

Sin embargo, captar más que interpretar el fragmento del mundo que sucede delante de la cámara, intentando que la imagen tomada se parezca más a la realidad representada, es el punto de vista del "realismo fotográfico", desde esta corriente fotográfica se hace referencia a la importancia de retratar la realidad sin sesgo ni distorsiones, porque se entiende que la cámara es una prolongación del ojo humano y que sus distintos componentes tienen una relación equiparable con diferentes partes y funcionamiento de la propia visión humana.

Reproducir los hechos tal y como han ocurrido desde una visión de testigo "no interviniente" en el suceso es un paso más cercano a la "verdad", pero no la verdad en sí misma. Ya que una imagen de la realidad puede ser tomada desde distintos ángulos, puntos de vista o perspectiva, y por ello cambiará en la fotografía el fondo, la sensación de tamaño o el contexto. Incluso la utilización de teleobjetivos que aplanan la perspectiva y seleccionan de la imagen parte de esa realidad, descontextualizando el motivo y aislando de la toma distintos elementos reales, lo que puede dar otro sentido y significado a la imagen captada.

En todo caso, el realismo ha sido no sólo una forma de expresión de la noticia con un alto grado de "pureza", sino una forma de expresión artística para la fotografía y la TV, pero también para otras manifestaciones artísticas como la pintura o la escultura. Man Ray hizo una serie de fotos para experimentar el realismo y las denominó "fotografías indiferentes". La iniciativa consistió en fotografiar al azar, con poco o ningún interés por el sujeto, las escena o la composición. Esta fórmula de trabajo dejaba que la cámara documentase todo lo que estuviese frente al objetivo en el momento de hacer el disparo, aunque la elección de ese momento puede significar una parte de la intencionalidad subjetiva del fotógrafo.

Por otro lado, desde el "expresionismo fotográfico" se entiende que el fotógrafo escoge un sujeto o un fragmento de la realidad no por sus méritos informativos, sino porque tiene cualidades que expresan los sentimientos personales, opiniones y puntos de vista del fotógrafo. El valor y significado de la imagen está mediado por la propia forma de ver del fotógrafo, que selecciona aquello que le parece trascendente, noticiable, etc., incluso llegando a marcar su trabajo con el sello de su estilo o marca propia. En todo caso, si no se manipula la realidad y sólo se selecciona, pienso, no estaremos lejos de las premisas del código ético.

En la práctica fotográfica y de TV encontramos profesionales que han utilizado conscientemente la cámara no para reflejar el mundo o la realidad tal como es, sino para conseguir imágenes que lo cambien, basado en el poder de la imagen y los medios de comunicación para cambiar o influir en la moral, la conciencia o los puntos de vista y opiniones de la gente. Es este un aspecto de la toma de imágenes

que cumple con una utilidad social para hacer llegar al público la evidencia de condiciones extremas e injusticias sociales. Casos como los de los fotógrafos Thomas Annan, que fotografiaba barrios bajos en Glasgow como denuncia de la pobreza y malas condiciones de vida o Lewis Hine, que fotografiaba niños obreros, han servido para erradicar el trabajo de menores en USA durante el primer tercio del siglo XX.

Otro punto de vista y corriente fotográfica sobre la que debemos reflexionar es la que mantiene que después de realizada una toma de imágenes, ésta se convierte en un medio expresivo con vida propia, que a veces trasciende la voluntariedad del cámara o fotógrafo. Es una ventana al mundo, pero en sentido figurado. Similar significado se ha atribuido a obras de creación artística como libros, pinturas, esculturas, etc. Recordaremos el famoso cuadro de Magritte en el que se reproducía una pipa de fumador con un texto que decía: "Ce n'est pas une pipe". Este formalismo fotográfico es el que destaca la diferencia entre una foto y la realidad fotografiada. Es una visión que no debemos interpretarla como que nos aleja de la ética periodística, sino como que añade un valor nuevo a la fotografía realizada. Un valor de la obra creada que, por un lado, nos ayuda a superarnos en la calidad y credibilidad del mensaje, que ayudará al reconocimiento de los derechos de autor por ser algo más que un mero documento de la realidad; y que, por otro lado, representará una obra en sí misma con significados que trascienden la intencionalidad del autor y a la propia realidad representada.

El profesional de la información gráfica

Para convertir una escena en una buena fotografía de prensa, necesitamos ejercitar no sólo nuestros conocimientos técnicos sobre la máquina y los materiales, sino que también debemos aprender otras estrategias y tener en cuenta otros conceptos.

Una escena o un suceso puede ser una imagen visual plana e inmóvil separada de contexto o puede ser una fotografía. La diferencia está en que el fotógrafo ve o anticipa lo que otros no hacen, relaciona contextualmente la escena y "ve fotográficamente" aquello que es de interés o tiene significado. Para ello anticipa en su mente aquello que con las herramientas y la técnica que tiene podrán ayudarle a "contar algo". Esto marcará la diferencia entre una foto final con sentido y otra que no lo tiene. Es el caso de profesionales como el inglés Roger Fenton, que ya en 1855 ejerció de reportero en la guerra de Crimea y que tomaba fotografías con muchas dificultades (debidas al pesado equipo que debía utilizar, a las condiciones climatológicas adversas, el material delicado, y la larga duración de las exposiciones). Además de estas dificultades para fotografiar en el "frente", recibía di-

nero por no sacaba los horrores de la guerra, con lo que producía una visión triunfal del ejército desde retaguardia. Como consecuencia de todo esto daba una visión "excursionista" de la guerra, con retratos de militares, vehículos, armamentos, etc.

Matthew B. Brady en 1861, por otro lado, consiguió miles de daguerrotipos, y en este caso sí retrató los horrores de la guerra, durante y sobre todo después de los enfrentamientos con riesgo para su vida.

En la guerra franco-prusiana de 1870 fueron fotografiados los contendientes en intervenciones poco ortodoxas y estas imágenes sirvieron como prueba policial de delitos internacionales después de la guerra.

En 1870 Jacob A. Riis, de origen danés, desembarcó en Estados Unidos, llegando a ser más tarde periodista del *New York Tribune*. Fue uno de los pioneros en usar la fotografía como instrumento de crítica social sobre la vida de los inmigrantes en los barrios bajos de Nueva York, y escribe un libro en 1890 titulado *Cómo vive la otra mitad*, con el que conmovió a la opinión pública por el retrato social de las condiciones de vida de los inmigrantes.

Otro ejemplo es el de Lewis W. Hine, sociólogo que, entre 1908 y 1914, fotografió niños durante sus jornadas de trabajo de doce horas en campos o fábricas, y las condiciones insalubres de sus viviendas. Estas instantáneas provocaron en Estados Unidos un cambio de legislación en cuanto al trabajo de los niños.

La finalidad del periodismo fotográfico es conseguir fotografías de calidad que se conviertan en el principal medio para contar una historia o retratar un acontecimiento. Por ello el propósito del periodista gráfico debe ser hacer llegar de forma clara, directa y rápida la información al público. Su profesionalidad será medida y dependerá de la capacidad para reconocer la noticia y saber mostrarla con detalles y aspectos novedosos. Su trabajo debe tener poder de convicción, y debe llegar a manejar la técnica de forma automática para concentrarse en el acto de fotografiar el mensaje. Saber extraer lo mejor en el mejor momento. Ser capaz de anticipar lo que va a ocurrir; saber extraer información crucial previa al acto o suceso será la prueba de su intuición profesional.

El fotógrafo de prensa debe relatar de la manera más gráfica posible aquello que está sucediendo en espacios de tiempo más dilatados que el instante de la toma y debe representar de forma general aquello que se indica en todo el texto de la noticia. Este es el sentido mágico y la dificultad de la fotografía, porque debe contar una historia en un solo fotograma.

Los fotógrafos pueden pertenecer a la plantilla de medios de comunicación o ser colaboradores que son contratados de forma más o menos regular por uno o varios medios. Por otro lado, están los que trabajan de forma libre y ofrecen su trabajo a distintos medios que pueden estar interesados por el material. También existen fotógrafos que escriben la noticia o el reportaje junto con las instantáneas, o a la inversa.

Cada una de las fórmulas de vinculación con el medio indicadas tiene ventajas e inconvenientes, seguridad frente a libertad, pero seguirán coexistiendo según las distintas necesidades del mercado del fotoperiodismo en estos momentos. El fotógrafo de prensa tiene diferentes premisas para la realización, elección de equipo, material o metodología de su trabajo, y se diferencia del fotógrafo de reportaje, en que en el segundo caso, la planificación, la durabilidad de la noticia y la no inmediatez hacen que la elaboración técnica sea mayor que en el caso de la fotografía periodística.

En el Código Ético de la ANIGP-TV se hace referencia también a que el informador gráfico debe defender la calidad informativa y la credibilidad profesional, entiendo que como forma de superación y búsqueda de un mejor desempeño de su trabajo. No sólo hay que ser sincero y buen profesional, sino parecerlo, y esto se logra mediante un dominio de la técnica y del oficio, y una serie de comportamientos éticos tendentes a prestigiar la profesión y a uno mismo. Actitudes que representan un objetivo a conseguir y también un elemento motivador para marcar nuevas metas profesionales.

Definir al profesional de la información gráfica es muy sencillo si nos centramos en la labor profesional que realiza, algo más complicado cuando se habla de perfiles académico-profesionales o de la formación necesaria para llegar a serlo. Afortunadamente los redactores del Código Ético se han centrado en el primer concepto y en el primer artículo se determina lo que se reconoce como informador gráfico, es decir, "el profesional que trabaja captando imágenes fotográficas o de TV, destinadas a la publicación en medios de difusión y comunicación social en cualquier formato". Pero debemos añadir que la formación necesaria deberá ser la que les provea de conocimientos periodísticos y fotográficos, además de los clásicos contenidos transversales y comunes al ejercicio profesional, que se promueven en los nuevos planes que promueve el Espacio Europeo de Educación Superior.

El compromiso de respetar la verdad y demostrar honestidad, integridad, credibilidad y servicio al público, aparece impreso como rasgo compartido del profesional que pertenezca a la ANIGP-TV.

Defensa de la originalidad-veracidad de la imagen y derechos de autor

En los primeros momentos de la invención de la fotografía, su exceso de realismo en los retratos de personajes para la alta sociedad o la realeza, que servían para ilustrar entrevistas o artículos en periódicos y revistas con una cierta difusión, tropezó con el problema de que no quedaban a gusto del cliente, bien por las dificultades de iluminación -por ejemplo el uso de material inflamable como luz de flash-, bien por lo poco habituados a esta tecnología, bien por otros motivos. Podemos apuntar que los pintores debían retocar la imagen de los retratados siguiendo sus gustos o para embellecerles. Por eso algunos fotógrafos dedicados a retratar la alta sociedad cayeron en el desprestigio y tuvieron enfrentamientos con los personajes famosos. Quizá hoy en día ese requisito del personaje retratado par salir "bien" en la foto sea un argumento para que desde el arte, la publicidad, la moda, la ilustración, el documentalismo y el fotoperiodismo se utilice el retoque fotográfico. De hecho, en ocasiones se pasa del uso del retoque o del arreglo de errores por necesidades técnicas o expresivas a la "cirugía fotográfica". Ésta pretende cambiar la imagen distorsionando la realidad de los modelos y los objetos, sobre la base de unos gustos personales y los cánones de belleza impuestos a través de la moda. Algunas personas se dejan influir negativamente por los conceptos de belleza y estética humana transmitidos, lo que afecta al concepto de imagen corporal ideal, y afecta en la salud mental a causa de los trastornos alimentarios.

Respecto a los derechos de autor, actualmente se vive una lucha silenciosa y poco colectiva en defensa de los derechos de los fotógrafos de prensa. Por ejemplo, no hay una ley internacional que proteja el flujo y el uso de la obras por todo mundo. En unos países la protección dura cincuenta años desde la muerte del autor; en otros, veintiocho desde su publicación; y en otros veintiocho años desde la toma y veinticinco desde su publicación, o durante la vida del autor más veintiocho años desde su muerte. Esta situación se complica porque no existe una legislación internacional y cada país tiene diferente formas de interpretar la propiedad intelectual de las imágenes, a lo que se debe sumar que estas leyes sufren un continuo desprecio por quienes hacen uso de las fotografías y limitan el derecho a ser respetado profesionalmente como fotógrafos en "nombre, calidad y obra", sobre todo a los colaboradores esporádicos de los medios (Freund, 1993).

Los casos en que se olvida citar al autor quedan en un segundo plano cuando la fotografía publicada para ilustrar una determinada noticia es cedida a otro medio o vendida a una agencia. En estos casos, entonces el uso a que es destinada, la noticia que se ilustra o el significado que se da a las imágenes puede superar la ima-

ginación del propio autor; poniéndole, en muchos casos, en aprietos legales por la vulneración del derecho de los fotografiados respecto de los fotógrafos, el medio y la agencia.

El artículo 21 invita a no recibir ofertas a cambio de imágenes artificiales o interpretaciones manipuladas para conseguir un determinado efecto o fin. Fabricar una noticia o manipular imágenes ha servido en muchos casos como fórmula rápida de venta del medio o fama profesional. Desde que Orson Welles hiciera su “experimento” radiofónico lanzando la falsa noticia de una invasión de extraterrestres, ha habido numerosos casos que representan el ejemplo real de que hay que generar normas que al menos intenten regular la conducta ética de los informadores. Y la defensa de la imagen “tal y como fue tomada exigiendo la no manipulación o la ocultación total o parcial...” (Art. 5) son premisas sin duda relevantes para la ética profesional. Sobre todo en la actualidad, ya que los medios digitales permiten la distorsión de la imagen original de forma sencilla y rápida para fines distintos a la expresión veraz de la realidad o la intencionalidad del autor. La facilidad de acceso y manipulación de imágenes por medios digitales en cualquier fase de la cadena por las que el documento gráfico debe pasar para su publicación, o incluso el acceso que tienen muchas personas a los archivos que se contienen en las páginas web de fotógrafos, medios de comunicación, agencias de información o bases de datos gráficos a través de internet, hace muy difícil ese control y sencilla su manipulación.

El ordenador tiene un papel secundario en la fotografía, ya que permanece inalterable la técnica y el fundamento de los instrumentos para la toma, pero puede hacer mucho daño a la autoría y veracidad de la imagen por las posibilidades de manipulación que ofrece a través de programas informáticos de postproducción.

En el formato analógico tradicional, la posibilidad de reproducir parte de la imagen, cambiar o quitar el fondo, siluetear o quitar parte de la imagen del original en el laboratorio permitía que algunos desaprensivos pudiesen utilizar una misma imagen sin necesidad de pagar los derechos al autor. Además, la denuncia de estos comportamientos era muy difícil. También permitía la manipulación, con determinados fines poco lícitos por parte del propio autor.

Recientemente los productores y realizadores musicales y del cine han reivindicado al Gobierno español la protección de sus derechos de autor para sus trabajos, mediante un canon de los soportes de copia (CD y DVD), porque a través de las nuevas tecnologías e internet han visto cómo descendían sus ventas, representando para ellos una reducción de sus beneficios respecto a los derechos de autor; y viendo reducidos los beneficios de la distribución por la facilidad de co-

pia o descarga. Quizá la protección de las imágenes de vídeo se ha visto beneficiada de estas medidas, con legislación penal para los que no cumplan, aunque sigan siendo difíciles de controlar y hacer cumplir. Sin embargo, pocos hasta ahora se habían preocupado de los derechos de autor de los fotógrafos o cámaras de TV, sobre todo en el ámbito de la noticia. Ciertamente han estado a merced del medio, la valoración de la imagen que hace el editor o el director y su consideración hacia el propio profesional. Esta consideración ha sido muy dispar dependiendo del medio, según mi propia experiencia. Valoraciones unilaterales sobre estos derechos, confundiendo en muchos casos el coste del trabajo con los derechos de autor o de distribución para el mismo u otro medio de su grupo editorial. La obligación de citar la autoría se ha entendido en algunos casos como una obligación a medias, citando sólo la primera vez de publicación de la fotografía y en las siguientes ocasiones citando a pie de foto el nombre del medio, como si fueran de archivo.

La propia capacidad del proceso fotográfico de realizar copias del mismo original ha sido algo bueno y malo para el fotógrafo ya que permite mucha más versatilidad y conservación del original en manos del fotógrafo, con posibilidades de reproducción que han aumentado en la actualidad con el escáner y con la foto digital. Lo malo es que esa capacidad le ha restado valor "artístico" para galeristas y coleccionistas de arte. Además, ha dejado desprotegidos, desde un primer momento, los derechos del fotógrafo sobre su obra. Ni siquiera el registro de propiedad intelectual ha hecho posible el control de la copia, debido a que las posibilidades, antes con técnicas de laboratorio y aerógrafo y ahora con técnicas mucho mejores como el photoshop, hacen muy fácil el cambio y difícil el control sobre el original y su plagio.

En el capítulo 3º (art. 14, 15 y 16) se habla de los derechos de autor y del respeto a la autoría y de la obligatoriedad de citar todos los autores de la obra. El reportero gráfico tiene derecho a reivindicar la autoría y firma de sus imágenes, exigiendo incluso la rectificación o inclusión en las mismas, y deberá ejercer este derecho siempre que pueda sentirlo vulnerado. Cuanto más se denuncien las irregularidades, más conciencia social se creará y más cerca se estará de su cumplimiento, sin que quepa apelar a la ignorancia.

Sobre el reconocimiento de los derechos de autor, cabría añadir que éstos constituyen la base de una información gráfica profesional, que debe conservar el atributo de la calidad. Puede recibir la aprobación artística o creativa y conseguir separar la foto de la propia difusión mediática, como único recurso divulgativo, para que tenga un significado mayor y más relevante que facilite la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Someter al fotógrafo a las normas de estilo y opinión de un determinado medio puede ser inevitable, pero restringe la capacidad testimonial de la fotografía. El documentalismo subjetivo se convierte en un producto de mercado y opinión lejos de esa función testimonial.

En todo caso, el valor de la fotografía y baluarte para los derechos de autor debe estar en esa doble utilidad: por un lado, que los hechos representados expresen o tengan un significado, y por otro lado que, como sucede en otras disciplinas, la imagen representada tenga los atributos de cualquier arte, a saber: belleza, originalidad, creatividad y estilo.

En el capítulo cuarto, artículo 17, se pretende proteger la decisión final del informador gráfico, cuando moralmente la toma de imágenes o la actividad para un medio signifique la vulneración de su dignidad profesional. En el artículo 19 se indica la exigencia al medio de comunicación de una correcta coordinación entre texto e imágenes, a fin de no originar información equívoca o engañosa. Debe existir una coherencia para lograr una mayor credibilidad. Es una labor del editor gráfico la de velar por la calidad y profesionalidad de las imágenes, teniendo en cuenta que la selección de material gráfico para publicar significa un filtro ético sobre el tratamiento de la noticia. Quizás se ha desatendido este trabajo porque, como dice Baena (2001), no se ha valorado como instrumento de análisis y deleite estético la propia imagen. En el manifiesto realizado por un gran número de editores gráficos en 1995 se indica que "el encargo, selección y puesta en páginas de imágenes requiere una formación y una responsabilidad aplicada a la enorme variedad de usos en que la imagen de prensa viene desdoblándose". Es en la edición donde se puede estropear un buen trabajo fotográfico y es donde se puede salvar un tema mediocre. Pero se debería evitar seguir con el encargo a profesionales del mundo de la imagen, más preocupados de otros aspectos. De lo contrario se conseguirá unos contenidos similares en todos ellos, con fotografías procedentes de bancos de imágenes o de agencias.

El artículo 22 procura la exigencia de regular contractualmente el uso de las imágenes en otros ámbitos que no sean los divulgativos del propio medio, es decir exposiciones, libros, catálogos, etc. Esto representará un aumento de valor de la obra y una protección de los derechos de autor.

Ahora bien, el cuidado sobre el uso de imágenes informativas depende de los medios y profesionales que manejan una base de datos e imágenes y representan la esencia del documentalismo gráfico. La función documentalista puede ser teórica y/o práctica. La primera vinculada a la investigación y docencia, donde debe procurarse la transmisión de valores éticos; y la segunda, más práctica, ligada a las ta-

reas habituales de adquisición, selección, análisis, clasificación y difusión de documentos. Por tanto, en el tratamiento profesional del documento se verá involucrado el documentalista fotográfico, que también tiene referencia en este Código Ético.

No olvidemos que el documentalista es la persona encargada de reunir, analizar y difundir información documental sobre cualquier sector de la actividad humana, nacido de la necesidad de ofrecer al usuario o investigador la mayor información posible sobre cualquier tema.

La parte de la fotografía que no cumple una función estrictamente periodística, pero que sirve para ilustrar un texto, también debe someterse a un control ético. El documentalista gráfico también se ha dado en llamar ilustrador. Su función es la de localización y análisis de la imagen complementaria al texto, y aunque ha sido una labor menos vigilada en cuanto al cumplimiento de la deontología periodística, hay que recordar que la elección de formato, diseño, tipografía, número de páginas y tipo de ilustración influye en el mensaje final.

La intimidad y el honor. Igualdad y privacidad

No sólo por cortesía es aconsejable no fotografiar de cerca de personas extrañas sin su consentimiento, ya que son documentos que serán reproducidos y que verán otras muchas personas. La religión musulmana impide utilizar la imagen humana en sus adornos arquitectónicos y según su creencia "Sólo Alá puede dar y tomar la cara de un hombre". El artículo 6 del Código Ético hace referencia al derecho del ciudadano a la intimidad, al honor y a la propia imagen, incluyendo apartados referidos a la privacidad de los menores y a temas relacionados con actividades delictivas. Y el artículo 9 habla del uso de los teleobjetivos y de la toma de imágenes en el ámbito privado.

Señalaba el *New York Times* (1992) sobre imágenes captadas de menores, e incluso de sus propios hijos, del fotógrafo Man Ray que las fotografías parecían acelerar su madurez en lugar de preservar su inocencia infantil. La actual preocupación por el abuso a menores o la invasión a la intimidad ha incrementado las demandas en los juzgados para defender la infancia ante explotación a esas imágenes inmorales.

Este tema sigue candente tanto en la "prensa amarilla" como en la práctica profesional de muchos reporteros o "paparazzi" que tienen muchas dificultades para encontrar la instantánea más cotizada por el descrédito que sufren. En primer lugar, a causa del uso de métodos indiscretos, uso de teleobjetivos, tomas en pro-

piedad privada o en intimidad; y, en segundo lugar, por la crítica de los famosos, fotografiados sin su consentimiento o privándoles de obtener beneficio económico con esas imágenes en forma de exclusiva. El equilibrio entre una imagen que representa un testimonio, la expresión libre del profesional y los derechos individuales de los fotografiados es complicada y ha llevado a largos debates entre el colectivo afectado y las autoridades. Debemos seguir defendiendo el derecho a realizar fotografías y a publicarlas, pero con un refuerzo en nuestras formas y criterios éticos.

En este Código también se hace referencia a las imágenes indecorosas o de dolor como consecuencia de atentados terroristas, conflictos bélicos, etc., para evitar la intromisión en los sentimientos más dolorosos. Se hace excepción cuando la finalidad es la denuncia o despertar conciencias sobre la situación extrema de personas que padecen hambruna, sufrimiento, miseria, etc.

El caso de Benetton es un ejemplo de cómo la fotografía publicitaria está utilizando la estética de la imagen documental como recurso para diferenciarse de otros mensajes visuales publicitarios y acceder a la veracidad y credibilidad que dan este tipo de estética, procedente del fotoperiodismo, como dice Baeza (2001). Para ello los recursos utilizados son el uso del blanco y negro, el grano de película, las gamas tonales pobres, los altos contrastes, los encuadres imperfectos en un interés por la representación ficticia de "instantaneidad". Oliverio Toscani consideraba que la trasgresión de las normas publicitarias superficiales se conseguiría mediante la "foto denuncia", traspasando los estereotipos y convulsionando los valores morales establecidos.

Se recuerda la necesaria sensibilidad respecto a las imágenes de los niños, excepto las que representen una forma de denuncia. Estas circunstancias han protagonizado fotos premiadas en el ámbito internacional como "foto denuncia" (recordemos la foto de la niña en Vietnam).

El artículo 7 representa la defensa de los valores universales de igualdad y respeto a la consideración de raza, religión, sexualidad, discapacidad o estatus social. Por lo tanto habla de la consideración y el respeto como valores a tener en cuenta para las imágenes de los más débiles, protegiendo que las imágenes cuiden de no sobrepasar la frontera de su dignidad como persona. Desde este artículo se rechaza la utilización de las imágenes como fuente de discriminación, para no alentar el prejuicio entre razas, religiones, sexo, etc.

El artículo 10 habla de la obtención ilícita de imágenes mediante la persecución, hostigamiento o intimidación. Quizás debemos recordar que el fin no justifica los

medios y que la manipulación, presión o engaño aportan una artificialidad a la imagen que desprestigia al profesional y al medio de difusión, además de implicar repercusiones legales derivadas de los aspectos ilícitos utilizados para obtener la información.

En el Código Ético se habla de garantizar el anonimato de las fuentes informativas (art. 12) que proporcionan al fotógrafo el conocimiento del suceso, para poder realizar su trabajo y transmitir la imagen al público. Esto representa las bases del derecho a la información que tenemos todos y el control y transparencia a la que deben someterse gobiernos, instituciones y organizaciones.

Para un mejor cumplimiento de este Código Ético debemos tener en cuenta tres partes implicadas: en primer lugar, los profesionales de la imagen deberán cumplir y hacer cumplir su contenido; en segundo lugar, los medios de comunicación, documentalistas y redactores gráficos, deben cumplir y fomentar su cumplimiento; y por último, la formación impartida en las facultades de Comunicación debe estar impregnada de la deontología periodística profesional necesaria, por lo que quienes deseen elegir la especialidad de periodismo gráfico o audiovisual, deben recibir la formación técnica y los valores contenidos en este Código específico. Sin olvidar que otro especialista del periodismo es el documentalista que también debe completar varios aspectos formativos: formación artística y técnica en fotografía, diseño, imprenta y ediciones, además del conocimiento de las fuentes documentales como fototecas, agencias de prensa, etc.; la responsabilidad en la conservación; el control del documento y registro; y la difusión-publicación final.

Finalmente, y coincidiendo con Baeza (2001), es conveniente subrayar que para dar más calidad a la imagen documental, se debería beber de las fuentes de la publicidad y ésta a su vez, como ya viene haciendo, rompa los moldes de la estética clásica publicitaria utilizando técnicas periodísticas. Ahora bien, podemos ir más lejos y ambicionar que un fotógrafo publicitario pueda documentar un conflicto social y enriquecerlo con un punto de vista estético, manteniendo un carácter expresivo independiente. Así como que los fotoperiodistas puedan abrir su trabajo a otros campos de la imagen y puedan presentar sus trabajos en otros formatos y medios de difusión como libros, galerías, publicidad, documentación para prestigiar sus trabajos de autor; y que su obra no muera con las imágenes del diario del día siguiente. De esta manera, podrá enriquecerse ambas especialidades y seguro dará un valor añadido a la obra final.

Referencias

ANIGP-TV (2008). *Código Ético del informador gráfico de prensa y televisión*. Madrid: ANIGP-TV.

Baeza, J. (2001). *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona: Gustavo Gili.

Freund, G. (1980). *Photography and Society*. Boston: Godine.

Freund, G. (1993). *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gill.

Wright, T.V. (2001). *Manual de Fotografía*. Madrid: Akal.