

Manipulación fotográfica y credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía

Recibido: 13 de junio de 2018

Aceptado: 14 de enero de 2019

Publicado: 24 de junio de 2019

Geraldine Martínez García

kmartinezg@usmp.pe

Universidad de San Martín de Porres (Perú)

Resumen: El presente estudio tiene como objetivo conocer de qué manera la manipulación fotográfica se relaciona con la credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía publicada en el diario *Los Angeles Times*, referida a la Segunda Guerra del Golfo en el 2003. El diseño de investigación es no experimental, con corte trasversal; tipo de investigación aplicada; nivel de investigación descriptivo, correlacional y comparativo; método de investigación inductivo, deductivo, analítico, estadístico y hermenéutico. Con unidades de análisis y muestras de población de estudiantes de Lima y Nueva York, se confirma la hipótesis general que hace referencia a la relación significativa entre la manipulación fotográfica y la credibilidad del medio periodístico, al tomarse en consideración el material fotográfico publicado en el diario *Los Angeles Times* durante la Segunda Guerra del Golfo en el 2003.

Palabras clave: Fotoperiodismo, manipulación, medios de comunicación, credibilidad, fotointervención, *Los Angeles Times*, retoque, prensa gráfica.

Abstract: *This paper aims to determine how photographic manipulation relates to the credibility of journalistic media through the photograph published in Los Angeles Times referred to the Second Gulf War, 2003. This research has a non-experimental crosscutting design, applicative type with descriptive, correlational and comparative levels, as well as inductive, deductive, analytical, statistical, and hermeneutic method. By units of analysis and population samples (taken from students in Lima and New York City) the general hypothesis, where photographic manipulation is significantly related to the credibility of journalistic media through the photograph published in Los Angeles Times referred to the Second Gulf War in 2003, was confirmed.*

Key words: *Photojournalism, Manipulation, Media, Credibility, Photointervention, Los Angeles Times, Retouching, Graphic Press.*

1. Introducción

La función del fotoperiodismo reside en ser testimonio visual de la noticia, sin espacio para crear artificialmente lo que se muestra. En ese sentido, el fotoperiodismo es el equivalente en imágenes a lo que el género informativo es en palabras. Los primeros registros de esta rama de la fotografía datan desde la Primera Guerra Mundial. Desde entonces, y cada vez con más fuerza, las fotonoticias han formado parte del contenido informativo de los medios en el mundo entero.

Al ser la fotografía un campo tan amplio y variado, es necesario indicar que los principios que se señalan líneas abajo no pueden ser aplicados a otros géneros que no sean referentes a la prensa gráfica. Las fotografías publicitarias, artísticas o paisajísticas se desarrollan bajo parámetros que escapan de los alcances de esta investigación.

“Si pudiera expresarlo con palabras no me sería necesario cargar una cámara” decía Lewis Hine, sociólogo y fotógrafo cuyos retratos sobre la explotación infantil a principios del siglo XX pusieron en agenda la lucha contra esta práctica (Mariani, 2012). Hine reconoce a la fotografía como instrumento revelador de la realidad. Además, señala que esta naturaleza documental iguala, por decirlo menos, al impacto que pueden generar las palabras.

Si reconocemos al fotoperiodismo como una herramienta que nos permite revelar aspectos de la realidad, ¿esta último no debería estar sujeta a alteraciones por el fotógrafo?, ¿es difícil para el fotógrafo mantenerse al margen?, ¿qué es lo que está permitido y qué no?

El artículo se centra en cómo el fotoperiodismo obedece a los códigos de ética, el sentido de objetividad y responsabilidad, pero sobre todo a la honestidad que asegure el mínimo nivel de subjetividad en la composición de la fotonoticia, puesto que cualquier contenido publicado en un medio puede impactar a los lectores, de tal manera que decidan cambiar su postura frente a una guerra, un personaje público, un marco legal, entre otros.

Esta premisa se ejemplifica con Kevin Carter, quien en 1994 ganó el premio Pulitzer con una fotografía captada en Sudán del Sur (figura 1). Dicha pieza logró tal impacto social que la crisis del hambre en el continente africano se instaló en la agenda global, impulsando el accionar de diversas organizaciones supranacionales para contrarrestar esta situación.

Figura 1: “The vulture and the little girl” (1993), de Kevin Carter.



Fuente: *The New York Times* (26/III/1993).

Si la imagen hubiese sido trucada, ¿las reacciones hubieran sido las mismas? Si se sigue poniendo en tela de juicio la autenticidad de las fotografías periodísticas, ¿seguiremos actuando o simplemente voltaremos la página porque la duda nos exime de cualquier reacción? Preservar los lineamientos éticos es también contribuir con una sociedad más humana y menos ajena a los problemas globales.

En estos cien años de fotoperiodismo se han detectado muchos casos de manipulación, los mismos que obedecen a distintas motivaciones políticas, subrayándose la importancia de un determinado personaje a través de la fotografía; como lo hizo en su momento el diario egipcio *Al-Ahram*, que intervino digitalmente una imagen para colocar a Barack Obama secundando la marcha del entonces presidente egipcio Hosni Mubarak, cuando en la foto original aparecía el estadounidense encabezando al grupo de mandatarios (figura 2)

Figura 2: Manipulación fotográfica: foto original (izq.) y producto alterado (der.).



Fuente: Elaboración propia, basada en diario *Al-Ahram* (1/IX/2010).

Otro caso emblemático ocurrió con la revista *Time*, cuya portada exhibió una fotografía de O. J. Simpson, un ex jugador de fútbol americano acusado de asesinar a su ex esposa: la imagen publicada aparece retocada con la finalidad de hacerla más oscura y siniestra (figura 3).

Figura 3: Manipulación fotográfica: foto-retrato de O. J. Simpson.



Fuente: Revista *Time* (27/VI/1994).

Antes de la era digital se eliminaban o agregaban elementos en el laboratorio fotográfico. En la actualidad, Photoshop es la herramienta más usada para realizar procedimientos similares y muchos otros más. Así, el creciente desarrollo tecnológico y el acceso a los programas de edición fotográfica parecen menguar la percepción ética del fotoperiodismo. Creemos que todo medio de comunicación no puede ignorar la responsabilidad inherente a su labor: informar los hechos tal como suceden, recoger todas las versiones de la noticia y transmitirlos con honestidad. Sobre la base de las directrices éticas y el rigor con el cual se ejerza la profesión, se cultivará uno de sus valores más importantes, la credibilidad.

Figura 4: Fotografía de portada de Brian Walski.



Fuente: Los Angeles Times (31/III/2003).

El presente artículo analiza el caso de manipulación publicado el 31 de marzo del 2003 en *Los Angeles Times*, donde el fotoperiodista Brian Walski fusionó dos fotografías para generar una nueva donde un soldado británico apunta con su arma a un hombre con un niño en brazos (ambos refugiados en Basora, Irak) durante la Segunda Guerra del Golfo (figura 4). La imagen fue enviada a la redacción de *Los Angeles Times* y posteriormente publicada en el diario. Uno de los lectores del medio prestó especial atención a la imagen, ya que notó que el rostro de uno de los refugiados había sido duplicado, evidenciándose así que la imagen había sido trucada.

Dos días después, el editorial del mencionado periódico ofreció disculpas públicas y anunció el fin de la relación laboral con Walski:

El día lunes 31 de marzo, *Los Angeles Times* publicó en su portada una fotografía que había sido alterada, violando la política del Times [...] El fotógrafo, Brian Walski, fue contactado por teléfono y reconoció que había usado su computadora para combinar elementos de dos fotografías, tomadas en momentos separados, a fin de mejorar la composición.

Las políticas del Times prohíben alterar el contenido de las fotografías de noticias. A causa de esta transgresión, Walski, un fotógrafo del Times desde 1998, ha sido separado del staff. La foto alterada, junto con las dos fotos que se utilizaron para producirla, se publica hoy en la página A6 (*Los Angeles Times*, 2003).

El fotógrafo, quien para entonces llevaba más de treinta años de experiencia y se perfilaba como un reconocido fotoperiodista por sus amplias coberturas en zonas de conflicto, expresó en un breve correo electrónico sus disculpas:

[La foto fue producto] de un día extremadamente largo, caluroso y estresante, pero no ofrezco excusas aquí. Lamento profundamente haber empañado la reputación de *Los Angeles Times*, un periódico con los más altos estándares de periodismo, de la Tribune Company, de toda la gente en el Times y especialmente de los fotógrafos talentosos y extremadamente dedicados, así como de los editores de imágenes y amigos que han hecho de mis 4 años y medio en el Times una verdadera experiencia de calidad (Irby, 2003).

Lo realizado por Walski es un acto que no tiene lugar en el periodismo, puesto que desestima el principio de veracidad, mancilla el prestigio del fotoperiodismo y atenta contra el derecho universal a la libertad de información. Dicho esto, en los siguientes apartados se busca determinar la relación entre la manipulación fotográfica y la credibilidad del medio periodístico, tomándose en consideración la fotografía de Walski publicada en *Los Angeles Times*.

2. Objetivo

Conocer de qué manera la manipulación fotográfica se relaciona con la credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía publicada en el diario *Los Angeles Times* referida a la Segunda Guerra del Golfo (2003).

3. Metodología

3.1. Diseño de investigación

- *Diseño no experimental*: se realizó sin manipular deliberadamente alguna de las variables, ya que, los efectos generados entre ellas, existen. Es decir, se trató de observar el problema tal como se da en la realidad para después comprobarse.
- *Corte transversal*: se tomaron en una sola ocasión, datos registrados durante el año 2017.

3.2. Tipo de investigación

De carácter aplicativo, porque se hizo uso de conocimientos ya existentes como teorías, enfoques, principios en cada variable de estudio.

3.3. Nivel de investigación

- *Descriptivo*: se describió las características más relevantes de cada variable, como es el caso de la variable 1 (manipulación fotográfica) y la variable 2 (credibilidad del medio periodístico).
- *Correlacional*: se midió la correlación entre la variable 1 (manipulación fotográfica) y la variable 2 (credibilidad del medio periodístico).

3.4. Método de investigación

- *Inductivo*: de la verdad particular se obtiene la verdad general.
- *Deductivo*: de la verdad general se obtiene la verdad particular.
- *Analítico*: se desintegra la realidad estudiada en sus partes componentes para ser investigadas a profundidad y establecer la relación causa efecto entre las variables objeto de investigación.
- *Estadístico*: se utilizan herramientas estadísticas para arribar a conclusiones y recomendaciones.
- *Hermenéutico*: se emplea la interpretación.

3.5. Diseño muestral

3.5.1. Poblaciones

Las poblaciones correspondientes a esta investigación son finitas ya que la cantidad de unidades de análisis es conocida y menor a 100,000. El conjunto de elementos o sujetos a los cuales se les realizó las mediciones poseen características, propiedades, cualidades y atributos homogéneos, es decir, que dichas unidades de análisis son representativas.

Las poblaciones estuvieron conformadas por 50 unidades de análisis, entre estos, 25 alumnos de la carrera profesional de fotografía del Instituto Centro de la Imagen (Lima, Perú) y 25 estudiantes de la carrera de Dirección de Arte de la Miami Ad School (Nueva York, Estados Unidos).

3.5.2. Muestras

Las cantidades de unidades de análisis correspondientes a las muestras fueron equitativas a las poblaciones por criterio o conveniencia del investigador. Para la selección de las unidades de análisis se utilizó la técnica de muestreo no probabilístico.

3.6. Técnicas de recolección de datos

Se aplicó la técnica de la encuesta, entendida como conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas a partir de la identificación de indicadores para ser dirigidas a una muestra de población. El instrumento empleado fue el cuestionario, que comprende un conjunto de preguntas cuyo objetivo es obtener información concreta en función a la investigación.

4. Hipótesis

Al examinarse el caso de la fotografía de Brian Walski, publicada en el diario *Los Angeles Times* durante la Segunda Guerra del Golfo (2003), la manipulación fotográfica afecta significativamente la credibilidad del medio periodístico.

5. Mensaje fotográfico

Hace referencia al contenido que transmite cada imagen. Si bien la interpretación de la misma puede variar, existen ciertos indicadores (signos, objetos, señales) que crean un mensaje determinado. La construcción del mismo, como en cualquier rama del periodismo, debe obedecer a un fuerte compromiso con la verdad. Como explica Miranda (2008),

la imagen fotográfica es susceptible de ser interpretada desde numerosos puntos de vista, pero existen en ella algunos elementos que, independientemente del fin último de esta, están siempre presentes y corresponden a un lenguaje específico: el fotográfico (p. 37).

Interpretar una imagen periodística se vuelve un proceso casi automático, justamente por la naturaleza de la imagen de prensa, que se centra en brindar información de la forma más directa posible. Asimismo, su lectura no exige un proceso reflexivo tan amplio como el que exige la fotografía conceptual. En ese sentido, el propósito de la fotografía de prensa es colocar al lector en la posición del fotógrafo cuando este capturó la imagen, es decir, trasladar lo que el fotógrafo vio y ponerlo en los ojos del mundo.

El mensaje fotográfico (enmarcado dentro del fotoperiodismo) tiene un carácter de denuncia. Plasmar en una fotografía los problemas del mundo debe responder a develar las injusticias y poner en agenda las políticas para combatirlas, dejándose de lado el morbo y el sensacionalismo.

5.1. Recorrido visual

Este concepto se refiere a la ruta que seguimos al mirar una fotografía. Existen elementos (que por su ubicación, color, enfoque o tamaño) atraen la vista del espectador. Este orden

direcciona la construcción del mensaje y la narrativa fotográfica. Por ese motivo, el fotógrafo tiene que delinear un recorrido que potencie la interpretación de la imagen lo más cercana a la realidad.

Como señalan Sabés & Verón (2008), “las fotografías se convirtieron en partes fundamentales de los diarios y las revistas y llegaron a contar historias por sí mismas” (p. 137). Si bien una imagen puede contar una historia, es preciso que la construcción de esta mantenga una coherencia en el plano del discurso gráfico.

Al informar con imágenes es importante cada detalle, tal como sucede en el texto informativo, donde cada adjetivo o verbo debe ser seleccionado con especial cuidado para transmitir con precisión. Al trasladar esta metodología a la fotografía nos centramos en los aspectos técnicos como el diafragma, la velocidad, el exposímetro; así como en las decisiones del fotógrafo, como el ángulo y la distancia. Según De Ferrari (2017), “en el lenguaje la organización de las palabras crea una sintaxis. Con las fotografías ocurre algo similar: la selección de imágenes y el orden en que se presentan contribuyen a la creación de un significado” (p. 206).

5.2. Lectura fotográfica

Hace referencia a la interpretación que genera una fotografía. En prensa, esta interpretación busca aproximarse a lo que está sucediendo. El acto de leer una imagen resulta ser una actividad dual. Por una parte, el fotógrafo direcciona esfuerzos para comunicar con precisión. Por el otro lado, el lector interpreta las imágenes, contextualizándolas y poniendo en perspectiva aquello que está observando.

Lo que marca la diferencia entre un fotoperiodista y un ciudadano (quien realiza un reportaje circunstancial o empírico) es justamente la capacidad impregnar (en una o más imágenes) la más completa información. El contexto puede ser muy amplio, pero depende del periodista gráfico captar no solo una fracción de la realidad, sino esforzarse para que cuando la imagen sea leída finalmente pueda transmitir lo que el profesional experimentó. Al respecto, Barthes (2009) arguye que

Por una parte, una fotografía de prensa es un objeto trabajado, escogido, compuesto, elaborado, tratado de acuerdo con unas normas profesionales, estéticas o ideológicas que constituyen otros tantos factores de connotación; por otra parte, esa misma fotografía no solamente se percibe, se recibe, sino que se lee (p. 16).

Podemos considerar la fotografía de prensa como una pieza meditada y pensada para transmitir un mensaje. A través de una imagen periodística no solo estamos conociendo los elementos que presenta, sino que estos son presentados como la parte de un todo que comunica una noticia. De este modo, el reto del fotoperiodismo, recae precisamente en generar una lectura que informe sobre la noticia con escenas reales.

La libertad en la que se desarrolla la fotografía artística o conceptual, por ejemplo, permite una amplia gama de posibilidades para crear un mensaje determinado y además, deja la interpretación del mismo a la subjetividad del espectador. En cambio, con la fotografía de prensa sucede algo distinto, ya que el fotógrafo está exento de intervenir la imagen. Debe comunicar con lo que tiene frente al lente. Si no logra una fotografía coherente con lo que realmente está pasando, la imagen (periodísticamente hablando) no sirve.

6. Objetividad fotográfica

Si bien la fotografía está impregnada de subjetividad (desde la selección del tema hasta la decisión de qué fotografías publicar), el fotoperiodismo debe regirse por una serie de parámetros que persigan la objetividad, buscando mostrar las noticias tal como sucedieron. En esa línea, Eugene Smith, citado por Alcoba (1988), sostiene que “el fotógrafo periodista no puede tener más que un enfoque personal: le es imposible ser totalmente objetivo. Honesto, sí, objetivo, no” (p. 213).

Una cámara nos muestra una fracción del contexto, pero ese fragmento (tomado bajo las normas periodísticas) es un elemento de evidencia sobre lo que viene sucediendo. Entendida así la objetividad, el periodismo no debe renunciar a la ética y a la rigurosidad en el tratamiento noticioso. Al contrario, busca la verdad a través de la honestidad y el respeto por el contenido informativo.

6.1. Realidad

La imagen periodística captura la realidad que se sitúa frente al lente del fotógrafo. Sobre este último recae la responsabilidad de componer un testimonio visual honesto del contexto. Tal como sostiene Sontag (2003), “una fotografía o secuencia de película pretende representar con exactitud lo que estaba frente a la lente de la cámara. Se supone que una fotografía no evoca sino muestra” (p. 25).

Mathew Brody, citado por Sontag (2003), revaloriza las escenas que el fotógrafo captura, porque “la cámara es el ojo de la historia” (p. 63). De esta forma, una fotografía es una herramienta idónea para demostrar lo que pasó y viene pasando. Creemos que una foto periodística no busca reconstruir la realidad, sino que plantea el enorme reto de capturarla, sin recurrir a herramientas digitales que agreguen o quiten aquello que no se captó.

6.2. Documento social

La cámara permite convertir lo fugaz en permanente, capturar una fracción de tiempo que al siguiente segundo deja de existir como tal, pero que salvaguardamos en un soporte físico o digital. Ese momento rescatado muestra a cualquier persona (en cualquier parte del mundo) que aquello que está viendo en la fotografía no es un invento, es historia. Como expresó Santana (2007):

En su calidad testimonial, la fotografía conserva lo perecedero a la memoria colectiva. Al referirse a algo que pasó en la realidad concreta, con una temporalidad y un espacio determinado, pone de manifiesto su valor documental, de ahí que pueda ser usada como fuente histórica, de conocimiento (p. 824).

Uno de los aspectos fascinantes de la fotografía es su potente naturaleza de registro. A partir de esta, se gestan pruebas y testimonios visuales con gran nivel de fidelidad que repercuten en la construcción de opinión, de identidades y de memorias sociales. La historia también se difunde a través de las imágenes. Así, contar con archivos visuales nos remite a la reflexión sobre cuán importantes son las imágenes en la actualidad para las futuras generaciones.

7. Credibilidad del medio periodístico

Es la capacidad que posee una información o un medio de comunicación para ser creíble. Naturalmente se espera que un medio de comunicación mantenga, de forma casi inherente, esta cualidad, pero alcanzarla puede llevar varios años de esfuerzo y el cumplimiento de otros factores que trabajen en pro de la verdad. Al respecto, Villanueva (2002) indica que

la credibilidad no es una concesión graciosa ni que se obtiene para siempre. Se construye diariamente cuando la sociedad sabe qué periódicos y periodistas tienen reglas claras y exigibles (así sea moralmente) para procesar la información y opinión. En suma, que hay método y compromiso profesional para materializar el derecho del público a saber (p. 8).

Líneas arriba se hace referencia al esfuerzo diario que supone consolidar la credibilidad de un medio. No se trata de un bien que nace inherente al medio y mantenerse intacto permanentemente. La credibilidad es fruto de varios años de trabajo, puede llegar a su fin a causa de cualquier información que la desvirtúe.

Al cometer faltas a la verdad, a la ética o a la transparencia, el medio informativo pierde su estatus de confiabilidad. Todas estas vulneraciones y errores resultan incompatibles con el ejercicio periodístico y afectan el nivel de veracidad que el medio pueda proyectar. Diezhandino (2008) agrega que “la credibilidad de los medios es una cuestión directamente relacionada con la calidad del producto informativo-comunicativo” (p. 176).

La credibilidad no se puede construir sobre la base de informaciones que carezcan de rigor periodístico. Rius (2016) reafirma lo anterior al señalar que “la credibilidad y la información verificada y de calidad deben ser los pilares para la reconstrucción del periodismo” (p. 229).

7.1. Ética

Los comunicadores deben actuar con ética, ser responsables e ir en busca de la verdad. Esto no debe entenderse como un mandato forzoso o engorroso, sino más bien, el profesional probo se regocija en la honestidad y asume lo mencionado como un accionar natural de una profesión como el periodismo.

Por lo tanto, es imprescindible que cada medio de comunicación reconozca y obre a partir de sus códigos de ética. Ir en contra de estos no solo daña al autor del engaño, sino también al medio donde fue publicado. En ese sentido, Soria (1997) advierte que “probablemente la tacha ética más grave en la comunicación del mensaje informativo sea la mentira, decir, hablar o escribir contra lo que se ha conocido o no reflejar lo que se sabe verdadero” (p. 140).

No existe código de ética que avale la manipulación u omisión de información. La prensa tiene una función fiscalizadora del poder. Al defender la veracidad, los periodistas deben despertar en los lectores el interés por mantener una postura crítica frente a los contenidos que se transmiten.

7.2. Rigor periodístico

El término suele asociarse a precisión y exactitud, así como a la diligencia y responsabilidad con la que se deben procesar las noticias. Su aplicación genera contenidos más completos y ambiciosos. Como lo manifestó Rius (2016), “el rigor y la calidad son la premisa sobre la que deben establecerse nuevos puentes entre el periodismo y la ciudadanía” (p. 229). El rigor periodístico resulta en nuestros días tan imprescindible como desestimado. El lector está sujeto al riesgo latente de hallar todo tipo de información al alcance de un click.

Es vital construir islas de rigor, veracidad y calidad en medio de los océanos de información sin verificar. Nunca como ahora había sido tan importante el papel de garante de la veracidad por parte del periodista ante la sobreabundancia de información en la red (Rius, 2016, p. 229).

Muchos periodistas, subestiman la importancia de la rigurosidad en el tratamiento y contraste de las fuentes, bajo la excusa de la información diseminada en la Internet y que todos esos contenidos son “efímeros”. Sin la diligencia debida, tanto los reporteros como los fotoperiodistas incurren en un grave error.

7.3. Libertad de la información

Este término es uno de los más importantes en el ámbito periodístico, avalado por numerosos organismos globales. Hace referencia al derecho inherente de cada ciudadano a recibir información y que esta sea tratada con indiscutible responsabilidad y honestidad. Lopera (1990) argumenta sobre la legitimización de este derecho

El hombre, como ser social, necesita informarse. Requiere de la información como medio indispensable para su existencia y desarrollo dentro de la comunidad [...] Si la información responde, pues, a una fundamental necesidad humana, constituye por lo mismo un indiscutible derecho humano (p. 31).

De esta manera, el periodismo adquiere un papel protagónico en el ejercicio de este derecho y contribuye en mantenerlo vigente. Así lo explica Novoa (1979):

Esto significa que todos los hombres necesitan recibir información acerca de lo que sucede en su propia comunidad, en su nación y en el mundo entero y contar con los demás elementos de juicio que les permitan formarse una opinión personal sobre los acontecimientos. Es la única manera como pueden alcanzar su más pleno desarrollo, especialmente en lo intelectual, lo cultural y lo moral. En estos planos, la información resulta tan indispensable para los hombres, como puede serlo la alimentación en lo relativo a su conservación y desarrollo físicos (p. 148).

Sin información no existe comunicación y, por ende, el desarrollo social se estanca. En estos términos, la actividad periodística tiene la enorme responsabilidad de informar con dignidad, sin caer en la manipulación o tergiversación: los contenidos colaboran en la construcción de una opinión y esta última debe basarse en hechos reales y comunicados con honestidad. Lopera (1990) amplía esta afirmación de la siguiente manera: “toda persona tiene derecho a una información veraz y objetiva, a acceder al conocimiento, a formarse opiniones y a poder expresar sus ideas y opiniones” (p. 32).

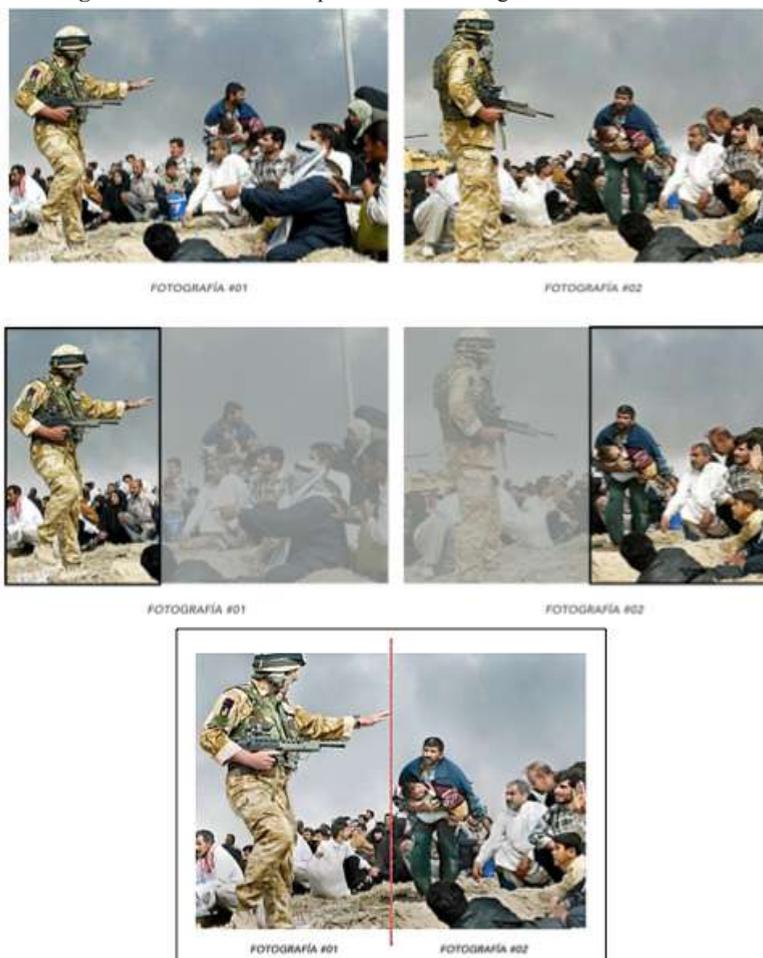
Las acciones de recibir y difundir información se deben conjugar en una saludable interacción que debe ser promovida por los medios de comunicación. Con esto, se generan nuevos puentes de comunicación, lo que contribuye positivamente en la creación de una sociedad más globalizada y con brechas informativas cada vez más reducidas.

8. Manipulación fotográfica

El concepto hace referencia a la alteración de la imagen fotográfica, es decir, migrar de su resultado inicial a uno nuevo mediante técnicas análogas o digitales, cuya motivación oscila entre potenciar el mensaje o cambiarlo por completo. En el fotoperiodismo, como en cualquier rama periodística, el acto de manipular no es aceptable.

Como se observa a continuación (figura 5), Brian Walski envía al diario *Los Angeles Times* una fotografía cuya estructura y lectura no es el resultado inicial del disparo de la cámara, sino es consecuencia de la fusión de dos instantes independientes que, a pesar de graficar el mismo escenario, no es real.

Figura 5: Proceso de manipulación de la fotografía de Brian Walski.



Fuente: Elaboración propia, basada en *Los Angeles Times* (31/III/2003).

Soria (1997) indica que “no es noticia la historia inventada por un redactor. Tampoco es una noticia gráfica la foto inventada por un periodista. Y la forma habitual de inventar una noticia gráfica es manipular en todo o en parte la foto original hasta llegar a una imagen falsa, es decir, a una imagen que nunca existió” (p. 212). El autor realiza una justa comparación entre el redactor y periodista gráfico, ambos a pesar de comunicar a través de herramientas distintas, comparten la función dar a conocer una noticia. Como tal, comparten también el deber ético de asegurar que lo comunicado es cierto. Restrepo (2016) asegura que “cuando el periodista hace mentir a la foto, se trata de un acto que puede ser delictual y que se debe tratar con un juez penal” (p. 218).

La información periodística tiene el fascinante poder de llegar a grandes audiencias, de sumergirlas en diferentes contextos, situándolas muchas veces como parte de la noticia. Es

increíble lo que la profesión periodística puede lograr a través de palabras o imágenes. Por ese motivo, resulta terrible la idea de sucumbir ante la desinformación. Una imagen puede conmover, exaltar y llamar a la acción. No es ético jugar con la reacción de la ciudadanía que deposita su confianza en los medios.

La fotografía publicada en los medios de comunicación adquiere la naturaleza de un espejo que refleja lo que está pasando. El lector reconoce en ese reflejo una escena real de lo que viene sucediendo. Lamentablemente se explota negativamente esta cualidad para desvirtuar la profesión, volviéndola una herramienta para persuadir, según intereses de terceros o el propio, hacia otros propósitos alejados del interés público. Agrega Burgueño (2009): “un caso particular de manipulación en el que la técnica del engaño en sí cabe más comprometida es el de la fotografía. El peligro puede ser mayor que en los textos precisamente porque el punto de partida es diferente: inicialmente la fotografía es, por definición, fiel a la realidad” (p. 139).

Más adelante, el autor resalta una línea de Nicéforo Niepce, a quien se le atribuye haber tomado la primera fotografía de la historia. Respecto a la cámara, Niepce expresa: “es un aparato mecánico para reproducir lo real” (Burgueño, 2009, p. 139). La cámara puede haber sido desarrollada con la función de reproducir lo real, pero los resultados no siempre han hecho honor a dicha afirmación, como se detalla en los siguientes apartados.

8.1. Fotointervención

Es la acción de hacer uso de diferentes herramientas (físicas o digitales) que trasladan una fotografía desde su punto inicial (asumido como real) hacia un plano con mayor nivel de subjetividad. Se manipula y transmuta una foto precisamente interviniéndola, mediante programas de edición y retoque.

Tal como enfatiza Cartier-Bresson (2003), “nuestra tarea consiste en observar la realidad con la ayuda de ese cuaderno de croquis que es nuestra cámara; fijar la realidad pero no manipularla ni durante la toma, ni en el laboratorio jugando a las cocinitas. Quien tiene ojo repara fácilmente en esos trucajes” (p. 19). Cuando se interviene una fotografía, se busca migrar esa realidad hacia otra: si trasladamos esta acción al texto, equivaldría a narrar una noticia de forma distinta a cómo sucedió. Así, se inventa un escenario y la noticia se convierte en una recreación.

En el objetivo de estudio de esta investigación, Walski incurre en tres acciones precisas de fotointervención: *a)* la eliminación del tanque azul; *b)* la supresión del tanque de guerra y *c)* la duplicación de uno de los refugiados (figura 6).

Figura 6: Comparativa entre la foto original y la editada por Brian Walski.



Fuente: Elaboración propia, basada en *Los Angeles Times* (31/III/2003).

Las modificaciones efectuadas aparentemente obedecen a un deseo del fotógrafo de lograr una imagen final mejor compuesta y visualmente mucho más potente. Sin embargo, la profesión periodística debe mantenerse siempre firme en la búsqueda del actuar ético frente al estético. Una fotografía de prensa cobra valor por su capacidad de contar historias, no por crearlas de manera artificial.

8.2. Programas de edición

La digitalización de la fotografía y la masificación del uso de las cámaras (sobre todo los implementados en los smartphones) han contribuido a democratizar la imagen, colocando a los fotógrafos de profesión y a los aficionados en un nuevo escenario. “Las imágenes con las que trabaja el programa Adobe Photoshop son imágenes digitalizadas, es decir, sufren un proceso mediante el cual dejan de existir en el mundo real para convertirse en una representación digital manipulable con un ordenador” (Equipo Vértice, 2008, p. 15).

El cambio de soporte que experimenta la fotografía (de ser una pieza física a ser una concebida digitalmente) trajo consigo modificaciones en portabilidad, así como en tratamiento de la imagen, convirtiéndose en un elemento virtual con posibilidades infinitas de intervención. De esta manera, se potenció la implementación de herramientas para tratar una imagen. A la fecha es difícil mantener la cuenta total de instrumentos que existen de este tipo, lo que hace suponer que el tratamiento de la fotografía es un fenómeno que no se va a detener: las nuevas formas de trastocarla convierten las imágenes en conceptos digitales cuya alteración es parte de la cotidianeidad.

A raíz de esta proximidad, los límites sobre lo permitido (o no) en la fotografía se comienzan a cuestionar. Muchos usuarios decidieron intervenir las imágenes, al verse seducidos por la maleabilidad de una foto digital. Sobre esto, Perea, Castelo & Munárriz (2007) señalan que

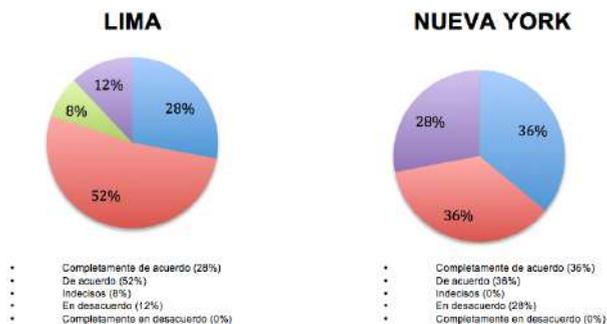
la naturaleza de una fotografía digital es de este modo diferente a la de las demás imágenes [...] Esta característica del medio digital, su capacidad de integración de distintos tipos de imágenes en un mismo formato es única, nueva y sorprendente. Permite mezclas, manipulaciones e hibridaciones que antes no eran posibles, como consecuencia de los límites físicos del soporte de las imágenes no digitales (p. 261).

Con la revolución digital se desvanecen los límites propios del formato análogo, ofreciendo al profesional y al aficionado un sinnúmero de posibilidades. En ese punto, el fotoperiodismo debe plantearse la interrogante: ¿este cambio de formatos implica también un cambio en la profesión? Creemos que el fotoperiodismo (al igual que cualquier actividad periodística) debe mantener firmes sus cimientos sobre la ética y el rigor. Las plataformas pueden evolucionar, pero su fin informativo y honesto se mantiene inalterable. Asimismo, la intencionalidad de manipular una fotografía no depende de la plataforma donde se capture la imagen: la fotointervención se ejecuta por el deseo de hacerlo, siendo indiferente el formato de la pieza.

9. Resultados

El 80% de estudiantes de fotografía consultados en Lima sostiene estar de acuerdo o completamente de acuerdo con la premisa que sostiene que los programas de edición contribuyen a que la manipulación fotográfica sea cada vez más aceptada (figura 7). Esta cifra se asemeja con el 72% de estudiantes consultados de la ciudad de Nueva York, quienes respondieron de manera similar. Dichos porcentajes permiten entender que las diferentes herramientas tecnológicas juegan un papel determinante en la percepción de los límites de intervención en una fotografía periodística.

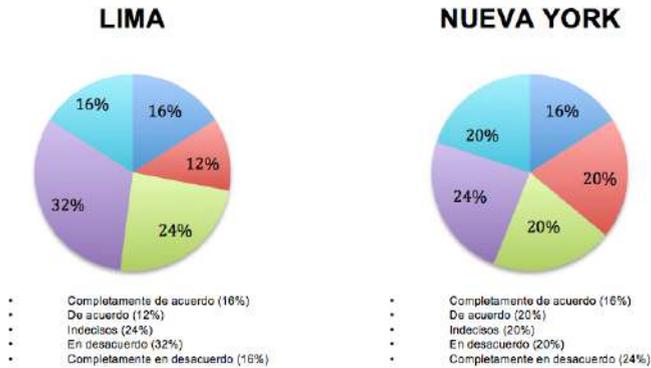
Figura 7: ¿Cree usted que la manipulación fotográfica se vuelve cada vez más aceptada frente al creciente acceso a programas de edición?



Fuente: Elaboración propia.

Al plantearse la interrogante acerca de la fotografía publicada por el diario *Los Angeles Times*, el 28% de muestra limeña y un 36% de la muestra neoyorkina sostienen que una fotografía fusionada detalla la realidad observada (figura 8).

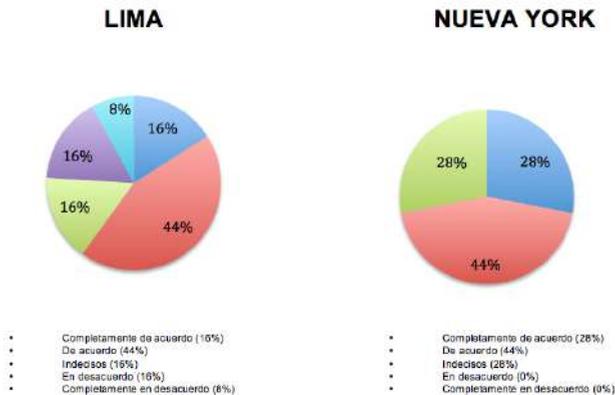
Figura 8: ¿Considera usted que la fusión de dos imágenes tomadas con segundos de diferencia detalla la realidad observada?



Fuente: Elaboración propia.

El 24% de la muestra local señala que la eliminación digital de algunos refugiados no transforma el testimonio del documento social (figura 9). Sin embargo, creemos que eliminar personajes de una imagen periodística modifica el carácter de documento, variándose así el testimonio. La alta cifra de estudiantes extranjeros indecisos (28%) llama a la reflexión acerca de la incertidumbre en torno al tratamiento de una imagen de prensa.

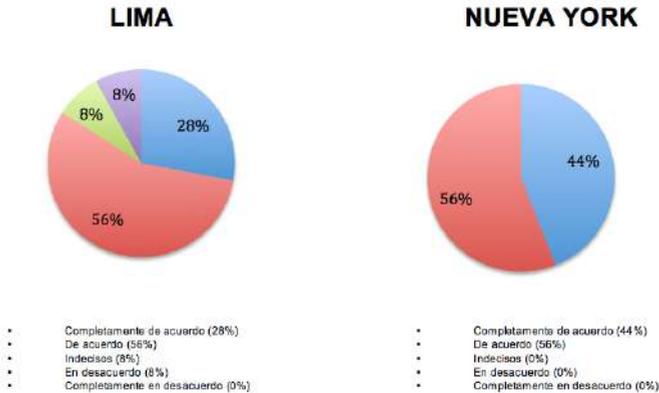
Figura 9: ¿La eliminación digital de algunos refugiados, en la fotografía investigada, transforma el testimonio del documento social?



Fuente: Elaboración propia.

Casi el 100% de los estudiantes consultados identifican una variación en la lectura fotográfica luego de la intervención a la que fue sometida (figura 10). El retoque fotográfico, por más inocuo que parezca, es capaz de cambiar el mensaje inicial de la imagen.

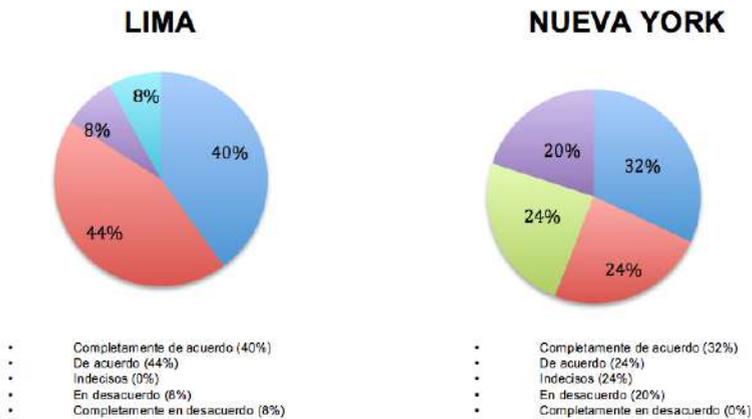
Figura 10: ¿Se modifica la lectura fotográfica al generar la interacción visual entre el soldado y el padre con el niño en brazos?



Fuente: Elaboración propia.

El 84% de los estudiantes locales están de acuerdo y completamente de acuerdo que se priorizó la estética a la hora de publicar la fotografía objeto de investigación (figura 11). Paralelamente, el 56% de los estudiantes extranjeros sostuvieron lo mismo.

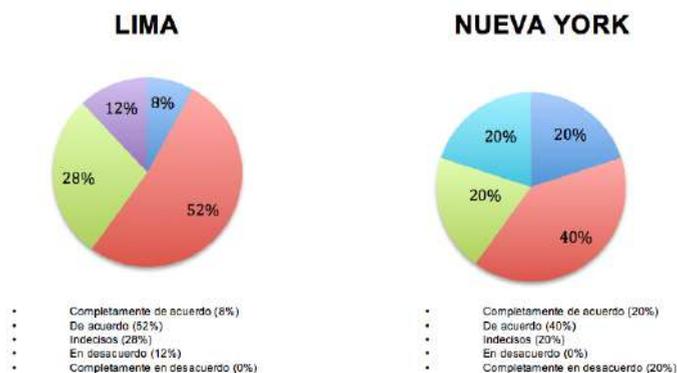
Figura 11: ¿Cree usted que al evidenciarse la manipulación en la imagen publicada, el autor de la misma priorizó la estética sobre la ética?



Fuente: Elaboración propia.

El 28% de los estudiantes limeños y el 20% de la muestra extranjera se muestran indecisos ante los alcances de la libertad de información sobre el caso de la fotografía publicada (figura 12), lo que denota una vez más lo confuso que resulta debatir sobre este campo.

Figura 12: ¿El diario actúo de acuerdo con los lineamientos de la libertad de información cuando, una vez descubierto el retoque, publicó las fotografías originales?



Fuente: Elaboración propia.

10. Conclusiones

Se determina que la manipulación fotográfica se relaciona de manera significativa con la credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía publicada en el diario *Los Angeles Times*, referida a la Segunda Guerra del Golfo (2003), según las afirmaciones dadas por parte de los alumnos de la carrera de fotografía del Instituto Centro de la Imagen (Lima, Perú) y de los alumnos de Dirección de Arte del Miami Ad School (Nueva York, Estados Unidos).

La práctica fotográfica se ha convertido en un accionar tan cotidiano como responder un correo. A pesar de la familiaridad de profesionales y aficionados con las imágenes, el análisis científico de la misma continúa limitado. Ergo, esta investigación se ha enfocado en direccionar esfuerzos para comprobar el poder, casi desapercibido, de la imagen fotográfica de prensa con respecto a la construcción y permanencia de la credibilidad del medio periodístico.

Al validarse que el fotoperiodismo (por regirse a las normas éticas de la prensa) resulta más afín a la profesión periodística que a la fotográfica, es de vital importancia que todas las escuelas de periodismo incluyan (en su plan de formación profesional) un curso exclusivo de fotografía periodística, entendiendo que las nociones básicas de un curso de fotografía general no otorgan la visión informativa, ni de documento social que una imagen de prensa debe poseer.

Se ha comprobado que alumnos de fotografía no están familiarizados con conceptos claves de la fotografía de prensa, tales como “integridad moral periodística”, “libertad de información”, “verdad informativa”, entre otros. Dicho escenario da pie a ambigüedades en la interpretación de la labor periodística y, en consecuencia, fomenta la generación de faltas éticas a causa del desconocimiento de las mismas.

La imagen de prensa es una herramienta única en su clase, con una carga informativa y un poder de representación incomparable. Al ejercer profesionalmente el periodismo a través de un lente, es necesario que su esfuerzo no solo se oriente a mejorar su destreza (con la cual manejan la cámara), sino también a imprimir (en cada imagen) la carga humanitaria que caracteriza a la profesión y a contribuir positivamente con la sociedad.

Fuentes consultadas

- Alcoba, A. (1988).** *Periodismo gráfico (fotoperiodismo)*. Madrid: Fragua.
- Barthes, R. (2009).** *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.
- Burgueño, J. (2009).** *Los renglones torcidos del periodismo: Mentiras, errores y engaños en el oficio de informar*. Barcelona: UOC.
- Cartier-Bresson, H. (2003).** *Fotografiar del natural*. Barcelona: Gustavo Gili.
- De Ferrari, G. (2017).** *Comunidad y cultura en la Cuba postsoviética*. Madrid: Verbum.
- Diezhandino P. (2008).** *Periodismo en la era de Internet*. Barcelona: Fundación Telefónica, Ariel.
- Equipo Vértice (2008).** *Tratamiento de la fotografía digital*. Buenos Aires: Vértice.
- Irby, K. (2 de abril de 2003).** *L.A. Times Photographer Fired Over Altered Image*. Recuperado de <https://www.poynter.org/reporting-editing/2003/1-a-times-photographer-fired-over-altered-image/>
- Lopera, A. (1990).** *Ética del Periodismo y la comunicación*. Medellín: Universidad de Antioquía.
- Los Angeles Times (2 de abril de 2003).** Editor's Note. Recuperado de <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2003-apr-02-war-1-walski2-story.html>
- Mariani, N. (24 de abril de 2012).** *La fotografía social de Lewis Hine*. Recuperado de <http://nicolamariani.es/2012/04/24/la-fotografia-social-de-lewis-hine/>
- Miranda, E. (2008).** *Memoria cero*. México, DF: UNAM.
- Novoa, E. (1979).** *El derecho a la vida privada y la libertad de información: un conflicto de derechos*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Perea, J., Castelo, L. & Munárriz, J. (2007).** *La imagen fotográfica*. Barcelona: Akal.

- Real Academia Española (2001).** Diccionario de la lengua española (22.a ed.). Recuperado de <http://www.rae.es/rae.html>
- Restrepo, J. (2016).** *El zumbido y el moscardón: consultorio de ética periodística* (Vol. II). Cartagena: Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- Rius, J. (2016).** *Periodismo en reconstrucción. De la crisis de la prensa al reto de un oficio más independiente y libre*. Barcelona: Ediciones Universidad de Barcelona.
- Sabés, T. & Verón, J. (2008).** *La eficacia de lo sencillo: Introducción a la práctica del periodismo*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Santana, A. (2007).** *Nosotros, los más infieles: narraciones críticas sobre el arte cubano (1993-2005)*. Murcia: CENDEAC.
- Sontag, S. (2003).** *Ante el dolor de los demás*. Buenos Aires: Alfaguara. Recuperado de https://archive.org/stream/pdfy-CESk-OjLA6TEbP_X/Sontag_Ante_el_dolor_de_los_demas_djvu.txt
- Soria, C. (1997).** *El laberinto informativo. Una salida ética*. Navarra: Universidad de Navarra.
- Valenzuela, M., Terrazas, M. & Ríos, W. (2003)** *Los abusos de la libertad de prensa y la agonía de la intimidad*. La Paz: Fundación PIEB.
- Villanueva, E. (Ed.). (2002).** *Deontología informativa*. México, DF: Universidad Iberoamericana.