

La figura del reportero gráfico (según algunos relatos de la historia del fotoperiodismo y los aportes de la sociología).

Ulanovsky, Lucía.

Cita: Ulanovsky, Lucía (2010). La figura del reportero gráfico (según algunos relatos de la historia del fotoperiodismo y los aportes de la sociología). *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-027/718>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/ar>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. *Acta Académica* fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <http://www.aacademica.org>.

Lucía Ulanovsky

Doctoranda, FFyL-UBA/Conicet/EHESS (Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales, París)

luciaula@gmail.com

Título de la ponencia: La figura del reportero gráfico (según algunos relatos de la historia del fotoperiodismo y los aportes de la sociología)

Resumen

Pese a que existe una rica bibliografía sobre el fotoperiodismo desde sus inicios, y su desarrollo durante el siglo XX hasta la actualidad, la gran parte de los libros propone una misma y clásica historia, en la cual los reporteros gráficos afamados ocupan un lugar central. El abordaje de esos relatos se acerca al modelo clásico de la historia del arte y limita otras cuestiones, en tanto excluye un análisis sociológico sobre las condiciones de producción y post-producción, sobre los procesos del aprendizaje del oficio y de su profesionalización, y sobre las trayectorias de los fotógrafos. Sin embargo, resulta notable que los estudios sociológicos que han trabajado sobre el fotoperiodismo se remontan a los años setenta, y desde ese entonces pocas investigaciones se han agregado a la lista.

En esta ponencia, presentaremos ciertas reflexiones acerca de la manera en que la imagen del reportero gráfico se ha constituido en algunos relatos de la historia del fotoperiodismo, para luego proponer los enfoques planteados por autores provenientes de la sociología (Barbara Rosenblum, 1978; Luc Boltanski, 1965 y Jean-Claude Chamboredon, 1965).

El reportero gráfico, según algunos relatos de la historia del fotoperiodismo

Pese a que existe una rica bibliografía sobre el fotoperiodismo desde sus inicios, y su desarrollo durante el siglo XX hasta la actualidad, la gran parte de los libros propone una misma y clásica historia, en la cual el reportero gráfico ocupa un lugar central; se lo elogia como un “*aventurero*” que se expone a circunstancias complicadas para ponerse al servicio de la información, se lo valora como una “*personalidad*” que reflexiona sobre su estilo estético o sobre su relación con la realidad social¹.

El listado es numeroso y conocido, e incluye desde los pioneros en los campos de batalla: como Roger Fenton, que fue enviado a la guerra de Crimea (1853-1856) por un comerciante de

imágenes de Manchester y por el secretario de Estado; y Mathew Brady, que financió él mismo su proyecto de la cobertura la guerra de Secesión (1861-1865) esperando obtener a su regreso beneficios vendiendo sus imágenes al gobierno; como Erich Salomon, quien equipado con su Ermanox supo fotografiar lugares prohibidos y personalidades en situaciones inesperadas, durante los años del florecimiento del fotoperiodismo alemán (República de Weimar); como el famosísimo Robert Capa y su participación al lado de los republicanos españoles; como Henri Cartier-Bresson y el instante decisivo, hasta los fotógrafos de Vietnam como Don McCullin.

Indudablemente, estas personalidades despiertan un gran interés porque marcaron hitos en la historia del fotoperiodismo, tan es así que cuando se habla de reporteros gráficos y del fotoperiodismo en general, pensamos en esas grandes figuras.

Del mismo modo, los textos de la historia del fotoperiodismo ofrecen episodios en los cuales algunos fotógrafos -Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, Eugène Smtih, entre otros- tuvieron suficiente valor, o eran lo suficientemente independientes y prestigiosos, como para lograr posicionarse ante las limitaciones, y las manipulaciones impuestas por las necesidades del mercado de la información gráfica (Becker, 2001). Veamos algunos ejemplos.

Cuando la revista francesa *Vu* cambió de dueños, la línea política del periódico se volcó mucho más a la derecha. En el número 14 de octubre de 1936, *Vu* publicó en su portada una fotografía que Robert Capa que había tomado en Alsacia durante una reunión comunista: una joven alsaciana vestida con la ropa tradicional del lugar haciendo el saludo del Frente Popular. Pero la revista publicó la fotografía recuadrándola y suprimiendo el saludo y colocaron el siguiente epígrafe: “El auténtico rostro de Alsacia”. *Vu* hizo entender así que el verdadero rostro de Alsacia era de derecha (Amar, 2000). Al crear Magnum en 1947, fotógrafos como Capa quisieron controlar ese tipo de disfunción, de alteración que podían conocer sus imágenes. Aun trabajando según las pautas de Magnum, H. Cartier-Bresson encargó un tampón con el anuncio “please, do not crop this photograph” (“no reencuadrar”) que se debía sellar en el dorso de sus fotografías, para que las revistas respetaran la composición completa; tiempo después, exigió que sus fotografías se publicaran con el borde negro -que corresponde en el negativo a la parte que no fue afectada por la luz-. Si ese borde no subsistía a la publicación significaba que la fotografía había sido reencuadrada. Chéroux señala que ese margen negro se convirtió en la marca distintiva de H-C-B y en cierta exigencia profesional (Chéroux, 2008).

Eugene Smith, por otra parte, trabajó durante ocho años casi exclusivamente para *Life* donde publicó sus foto-ensayos muy conocidos como *El médico rural* en 1948, *La mujer casta* en 1951; en 1954, cuando ya había obtenido un alto nivel de celebridad y *Life* se oponía a otorgarle el tiempo necesario para preparar y tratar las notas como él deseaba, E. Smith renunció a la revista americana y se incorporó en la agencia Magnum (Amar, 2000; Panzer, 2005).

En contraste con estas historias, la realidad de la mayoría de los reporteros gráficos suele ser más frustrante. Y esto también figura en la historia del fotoperiodismo. Gisèle Freund describe, por ejemplo, toda una serie de modalidades de trabajo que esos fotógrafos y otros desarrollaron para ganar libertad y control en los procesos de producción y postproducción de sus imágenes, y al finalizar ese pasaje, dice “no obstante pocos son los fotógrafos que tuvieron la posibilidad de imponer su punto de vista” (Freund, 2006: p.142)².

El sociólogo americano Howard S. Becker ahonda un poco más al respecto y piensa que esas historias son leyendas heroicas que sólo sirven para dar valor a aquellos fotógrafos que en sus trabajos siguen siendo dependientes de las normas y limitaciones de las empresas periodísticas. Si ampliamos el enfoque de Becker, podríamos sugerir que esas leyendas se recuerdan para romper la idealización y la nostalgia, y así mantener latente la idea de que las relaciones entre fotógrafos y medios de prensa siempre han sido conflictivas (Becker, 2001).

Lo sorprendente es, y esto para ambas interpretaciones, que esas anécdotas sobre la práctica del fotoperiodismo así como los lugares comunes sobre la identidad excepcional del reportero gráfico alimentan un mito³: el mito del fotoperiodismo, la representación mítica del reportero gráfico.

Esos mitos son relatos de identificación colectiva para los agentes involucrados en el fotoperiodismo: fotógrafos, directores de agencias, críticos -los que de hecho son autores de gran parte de los textos de la historia del fotoperiodismo⁴-.

Sin duda, al igual que otros oficios o profesiones el fotoperiodismo precisa de sus leyendas, de sus padres míticos, y de las iniciativas que introdujeron nuevos lenguajes en el campo. Pero también cabe señalar que fuera de ese mito han quedado relegados los fotógrafos comunes, aquellos que pueblan la mayoría de los medios de prensa. Y nuestro trabajo se interesa sobre estos otros fotógrafos, lo que implica un distinto posicionamiento teórico y metodológico.

Si bien hemos reconocido, que la historia del fotoperiodismo fue escrita de un modo cercano a los procedimientos de la historia del arte; eso no implica que carezca de complejidades y que solo se trate de un conjunto fragmentado de relatos⁵. Por lo pronto, ofrece datos contextualizados que

fueron incorporados en nuestro estudio. Pero creemos que este modo cercano a la historia del arte limita la investigación, en tanto excluye un análisis sociológico sobre las condiciones de producción y post-producción, sobre los procesos del aprendizaje del oficio y de su profesionalización, y sobre las trayectorias de los fotógrafos.

En este sentido, a continuación señalaremos dos estudios pioneros del enfoque sociológico que indagaron sobre los condicionamientos que juegan en la actividad fotográfica. Consideramos, en particular, el aporte de la socióloga americana Barbara Rosenblum a partir del libro *Photographers at Work, A sociology of photographic styles* (1978) y del libro *La Fotografía, un arte medio. Los usos sociales de la fotografía*, dirigido por Pierre Bourdieu (1965).

Miradas sociológicas sobre la fotografía: los condicionantes en la práctica fotográfica

La difusión masiva de la cámara fotográfica dio lugar a numerosos fenómenos nuevos, e hizo creer que el medio fotográfico era ilimitado y accesible a todos. Contrastando con esa vaga idea, un equipo de investigadores dirigidos por Pierre Bourdieu a fines de 1960, señaló la importancia del concepto del uso social de la fotografía para estudiar las limitaciones que impone ese medio. Los textos de ese estudio figuran en el clásico libro *La Fotografía, un arte medio. Los usos sociales de la fotografía*.

Las pautas de la reflexión fueron pensar la fotografía como un espacio más en el cual se pueden observar y analizar los procesos de modernización y diferenciación social y cultural, y por otro lado, que cada persona produce fotografías respetando ciertas normas que corresponden a su espacio social y cultural.

La fotografía de aficionado inspira las primeras reflexiones de esa perspectiva sociológica; allí se observa que en la fotografía de los aficionados no hay lugar al imaginario, ya que fotografían en función de una necesidad del grupo de pertenencia. El acto fotográfico se relaciona con un ritual social, y no corresponde a una búsqueda de estéticas o de estilos⁶. Del mismo modo, la manera en que se saca fotografías no corresponde a una elección individual sino que reproduce aquellas normas que impone la industria fotográfica (cámaras, rollos, procesos de revelado). Si los aficionados hacen fotografías determinados por su posición social y cultural y por la economía del mercado, podríamos pensar que los fotógrafos profesionales buscan romper con los cánones de la estética popular.

Sin embargo, la segunda parte del libro dirigido por Bourdieu muestra que los profesionales -de prensa, de publicidad, artísticos- no están menos condicionados ya que producen sus imágenes en función de las normas de la estructura o ámbito para el cual trabajan. De ahí que la regla social elaborada a partir del caso de los aficionados, se pueda aplicar para el resto de los creadores de imágenes.

En la segunda parte del libro, Luc Boltanski se centra en los medios de prensa para considerar un sistema de relaciones que afectan al oficio del reportero gráfico y al estilo de fotografía de prensa; asimismo Boltanski y Chamboredon se preguntan sobre las determinaciones sociales que juegan en las distintas trayectorias de los fotógrafos -de prensa, publicidad, artísticos, fotógrafos de fiestas-⁷.

En este último artículo, los autores plantean la posibilidad de definir sociológicamente la actividad de los fotógrafos como una profesión unificada. Inclusive, los mismos fotógrafos tienen una visión fragmentada de la actividad, recorren experiencias disímiles y expresan diferentes expectativas profesionales. A diferencia de otras profesiones ninguna legislación rige el ingreso en la profesión de fotógrafo, tampoco existe un diploma o una formación específica que determine institucionalmente el acceso al oficio. Se trata, por lo tanto, de una profesión muy heterogénea, que resulta muy atractiva en distintos sectores sociales.

Pese a esa diversidad y falta de una preparación profesional homogénea, Boltanski y Chamboredon establecen una marcada diferencia entre los fotógrafos que se consideran profesionales guiados por una vocación y los otros que se conforman con la práctica de un oficio que les permite obtener un salario. El método utilizado para entender esa diferencia es la articulación de distintas variables como el origen social, el nivel de instrucción de educación general, la formación en una escuela, el tipo de ingreso en la profesión y los itinerarios profesionales de los fotógrafos consultados (mediante entrevistas y encuestas). Veamos algunos ejemplos para contextualizar esas variables.

En líneas generales, los fotógrafos de los sectores medios y altos son los que tuvieron una formación más general y prolongada, y son los que intentan alcanzar una carrera exitosa. Para ello, buscan ingresar en los ámbitos profesionales más prestigiosos, lo que requiere de un conocimiento más profundo de los fotógrafos célebres, las editoriales, la prensa especializada, los estudios fotográficos destacados, los lugares de exhibiciones. Los sociólogos constatan que la mayoría de esos fotógrafos se inclinaron hacia la fotografía, luego de cierto fracaso escolar y en

ruptura con los anhelos profesionales determinados por el entorno familiar. Sin embargo, la herencia social y cultural es un elemento no contingente en sus recorridos profesionales, dado que los favorece para abrir posibilidades. Por el contrario, las aspiraciones profesionales son menos frecuentes entre los fotógrafos de los sectores más bajos. Para ellos, la fotografía les permitió acceder a cierta movilidad social, y encontrar un oficio, buscando una inserción laboral en talleres pequeños, como los estudios de barrio, o en estructuras más grandes, como las empresas industriales de insumos fotográficos.

A partir de las trayectorias de los fotógrafos se despliegan interesantes conclusiones sobre los factores que inciden en tal u otro recorrido, y a la vez, el análisis expone los resortes de la sociedad.

Por su lado, Boltanski considera que según el sentido común, la fotografía está adherida a una definición social: es la verdad y procura pruebas. Por ello, la fotografía se impuso en la prensa, pero no sin limitaciones: “Condenada a utilizar la fotografía y sólo a ella, la prensa únicamente puede hacerlo forzándola, imponiéndole una ley que no es la suya y que la contradice” (Boltanski, 2003: p.223).

En su estudio, este sociólogo compara dos medios gráficos: un diario *France Soir* y una revista ilustrada de salida semanal *Paris Match*; a partir de ellos explora las normas y las reglas que esos medios establecieron para enfrentar a esa predeterminación social.

De esta manera, Boltanski usa ciertas variables que le permiten cuestionar cuatro aspectos de esas publicaciones: el estilo de fotografía predominante; la diagramación; la capacidad de los fotógrafos para responder a las normas de las editoriales y para reflexionar sobre el tratamiento de sus fotos en el proceso de postproducción.

En ese análisis comparativo, obtiene las siguientes conclusiones. El diario no busca romper con la idea de la fotografía como verdad: se somete a ella. En ese ámbito de trabajo, se espera que los fotógrafos realicen imágenes directas y sencillas, porque son las que reflejan mejor la realidad, por lo que las reglas que se imponen a los fotógrafos son simples. La revista, por el contrario, debe superar esa verdad, por lo que se pide a los fotógrafos imágenes curiosas, impactantes, capaces de relatar el episodio, mediante una única o varias fotografías articuladas en serie. Así, los fotógrafos están sometidos a reglas complejas y coercitivas, y deben satisfacer a sus editores gráficos y a los redactores.

Sin embargo, en ambos casos los fotógrafos actúan de forma pautada con mayor o menor rigor respecto de su grado de libertad. La ecuación sería cuanto más simples son las reglas, los reporteros gráficos se sienten menos desdichados. El fotógrafo de *France Soir* no prioriza sus logros estéticos en el trabajo, tampoco se interesa en tomar otras decisiones, como por ejemplo sobre los temas de las notas; sabe que el diario no espera eso de ellos. En cambio, en ese sentido el fotógrafo de *Paris-Match*, “aparece afligido por un sentimiento perpetuo de culpa, que se traduce en un cinismo agresivo, en una denigración sistemática del medio donde trabaja. A los fotógrafos que ve a diario opone, en una mezcla de respeto, de envidia y, a veces, de desprecio, los “puros”, los fotógrafos de *Mágnam*, por ejemplo, aquellos que, no estando ligados a ningún diario en particular, pueden trabajar en paz consigo mismo...” (Boltanski, 2003: p.225).

Este enfoque de Boltanski en el que busca las condiciones de producción de las fotografías de prensa y reconstruye las tareas de los fotógrafos en los órganos de prensa, coincide en mucho con el de Barbara Rosenblum. Su libro sobre los reporteros gráficos y las fotografías de los grandes diarios neoyorkinos ha contribuido significativamente en la definición de un estudio sociológico, pensado por fuera de las monografías de las grandes figuras del fotoperiodismo.

La socióloga americana realizó un trabajo de campo entre 1971 y 1973, partiendo de una primera pauta “(...) hay que entender los acuerdos sociales en el seno de los cuales se hacen las fotografías para comprender por qué éstas tienen el aspecto que tienen” (Rosenblum, 1978:p.1).

Su método implicó realizar observaciones etnográficas -inmersión en el medio del grupo estudiado- sobre un tipo de actividad en particular “making photographs”, para pasar luego a una comparación entre la fotografía de prensa, de publicidad y de arte. Para el caso del oficio de los reporteros gráficos exploró las modalidades que se daban para su ingreso y aprendizaje en los medios de prensa, y luego las maneras en que la actividad se practicaba. A continuación, resumimos algunas de sus observaciones.

Aún en la década del setenta las mismas estructuras periodísticas se ocupaban de formar a sus futuros reporteros, tendencia iniciada con anterioridad. El esquema del aprendizaje era el siguiente. Los aprendices pasaban más de un año tomando conocimiento de las reglas técnicas y laborales de la empresa. La primera etapa se realizaba en las oficinas; luego, salían a la calle como acompañantes de fotógrafos ya experimentados. En esas salidas el joven aprendía “la cultura de los trabajadores de prensa”. Al término de ese período de aprendizaje, el joven dejaba

el grado inicial y poco valorizado de “muchacho de oficina” por el de “reportero gráfico debutante”, que le permitía inscribirse en la Guía Americana de Prensa y obtener la credencial.

Los reporteros gráficos se insertaban entonces en una determinada organización de trabajo. La cadena de producción estaba completamente sistematizada como para que las fotografías llegaran a un tiempo determinado a las rotativas, por lo que los fotógrafos trabajaban sujetos al ritmo de los cierres de las ediciones.

En ese marco, el papel que desempeñaba el reportero gráfico estaba limitado. Organizaba la nota que le asignaba su editor; la cubría y de regreso entregaba los rollos al laboratorio, al tiempo que escribía los epígrafes para completar las informaciones. Luego, el editor gráfico se ocupaba de la edición, que realizaba a través de la hoja de contactos, y escogía las fotografías que se ampliarían. Las fotografías se elegían según su capacidad de ilustrar el texto, y en directa adhesión a la línea editorial del medio. Por último, el editor indicaba al diagramador los elementos esenciales, por enfatizar en la fotografía mediante el retoque; dicho retoque podía consistir en oscurecer o aclarar ciertas partes, o excluir ciertos elementos mediante el recorte. La división de tareas consistía, por lo tanto, en una secuencia muy fragmentada, en la cual el reportero gráfico no participaba en varias tareas (como en el laboratorio, en la edición, en la selección y en el mejoramiento de la imagen), y gran parte de su jornada -ocho horas que se ampliaban en función de la eventualidad del día- las utilizaba para informarse y preparar las notas.

El segundo aspecto que afectaba al trabajo del fotógrafo era la calidad de la fotografía producida en el diario. El nivel de calidad tenía que ver con el trabajo producido en el laboratorio, con el proceso de fotograbado y con el tipo de papel empleado. Durante cada una de estas etapas la fotografía perdía un alto porcentaje de detalles. El tratamiento del original no recibía una mayor atención en el laboratorio; la copia tenía que ser lo suficientemente óptima para que fuera legible en el papel del diario. Asimismo, el papel de diario era de mala calidad, y como era muy poroso absorbía mucha tinta, y esto resultaba antieconómico si la fotografía a reproducir poseía altos contrastes. Por eso, ya en el laboratorio se obtenían copias claras, pocos sutiles que eran más aptas que las fotos oscuras.

La calidad de la fotografía impresa en los diarios fue, entonces, durante mucho tiempo mediocre. Ese aspecto no suponía una desvalorización mayor para la función testimonial de la foto; al contrario, ayudaba a alimentar la creencia de que la fotografía de prensa era una reproducción de la realidad, según una ecuación de que a menor calidad corresponde mayor veracidad.

Si bien los fotógrafos cuestionaban ese nivel de calidad (fruto del trabajo de los laboratoristas o máquinas automáticas), en los hechos mostraban un gran desentendimiento respecto del tema. La actitud más generalizada era: “si uno trabaja en un diario ¿qué importancia tiene la calidad de reproducción?”. En ese mismo sentido, siendo el nivel de impresión tan mediocre, los periódicos de esa época atrajeron mayoritariamente a fotógrafos que no priorizaban su trabajo por sus logros estéticos, sino que rescataban el valor de la imagen como un documento⁸.

Las categorías de análisis aplicadas en ese estudio fueron: la apropiación de la cultura de prensa por los fotógrafos; la división del trabajo; las decisiones técnicas de los fotógrafos, la autonomía y la subordinación ante las normas impuestas por la empresa. La socióloga incluyó, especialmente, la interpretación subjetiva de las convenciones por los fotógrafos; lo que resulta interesante porque devela las discordancias que suelen existir entre lo que dice y piensa el fotógrafo y lo que realiza. El hecho de que en su abordaje falten el registro de las trayectorias personales de los fotógrafos y las diferencias entre los distintos medios de prensa, constituye una ausencia significativa en el aporte de su obra.

Por otro lado, si bien Rosenblum considera los temas de gestión económica y de poder en los ámbitos de trabajo, su preocupación no se articula con un momento histórico determinado o con ambientes de trabajo cargados de tensiones ideológicas, tensiones que podrían ser reveladoras de conflictos sociales y de luchas simbólicas significativas. Tampoco da explicaciones acerca del auge del fotoperiodismo americano en los años 1970, y la manera en que eso incidía en los medios de prensa. Eso podría sugerir que su punto de vista está bastante sesgado por preocupaciones descriptivas del ámbito laboral, por lo que su método resulta más útil para explicar períodos “normales” más que períodos “anormales”.

Aunque en los últimos pasajes de su libro, Rosenblum busca superar estas limitaciones y enuncia su preocupación por la relación existente entre la creatividad en los medios laborales y las condiciones sociopolíticas. Este último tramo de su trabajo nos llevó a formular ciertos interrogantes: ¿Los fotógrafos interesados en expresar su creatividad se acercan al oficio en los medios de prensa? ¿Cuáles son los medios de trabajo y los contextos socio-históricos que alientan o dan lugar a la creatividad?

Conclusión

A lo largo de estos pasajes, nos interesó presentar algunos relatos existentes acerca de la figura del reportero gráfico. En ese sentido, observamos que la historia del fotoperiodismo –al menos ciertos textos muy representativos- dio lugar a la imagen del fotógrafo aventurero, comprometido personalmente con su tarea y con gran capacidad de persuasión. Así explicamos que esos fotógrafos, gracias a sus trayectorias prestigiosas, gozaron de suficiente libertad para desempeñar el oficio, y también han contribuido a crear un gran valor mítico en torno del fotoperiodismo; convirtiéndose en modelos que sirvieron para muchas generaciones, en distintos contextos y países.

Señalamos que esos relatos sobre los hitos del fotoperiodismo ocupan un lugar definitivamente mayor frente a otros abordajes, más centrados en el oficio del reportero gráfico, entendido como un trabajador de los medios gráficos.

Lo que nos llevó a destacar los enfoques planteados por los pocos sociólogos que se interesaron en otras cuestiones, que aquí reiteramos: el uso de las trayectorias de los fotógrafos para entender las características y conflictos de una profesión; el estudio del aprendizaje del oficio; la observación de los modos de producción de las fotografías de prensa, así como la relación de los reporteros gráficos con las empresas periodísticas.

Creemos que las propuestas de esos sociólogos implican métodos coherentes y prometen la obtención de nuevos e interesantes datos, para abordar un oficio como el de los reporteros gráficos desde las ciencias sociales.

¹ Hay muchos libros sobre la historia del fotoperiodismo, algunos de ellos son: *Histoire de la Photo de reportage* de Jacques Borgé y Nicolas Viasnoff (1982), *El fotoperiodismo* del historiador Jean Pierre-Amar (2000). *Profesion photoreporter*, del columnista sobre la fotografía del diario *Le Monde* Michel Guerrin (1988) -describe en detalle la economía de las agencias y la feroz competencia del mercado de la imagen-. En términos generales, el interés de estos libros consiste en rescatar la historia del fotoperiodismo mediando una sucesión de movimientos en el mercado de la prensa, en las variaciones de estilo y en la evolución técnica. Lo que hace que esta historia se organice a la manera de la historia del arte y como ya hemos señalado, los reporteros gráficos son los protagonistas.

Entre esos libros, uno muy citado es *La fotografía como documento social* de Gisèle Freund -reportera gráfica durante muchos años e historiadora- (1974). La autora traza un panorama sobre la historia de la fotografía, y en particular sobre el fotoperiodismo, haciendo hincapié en el oficio, episodios, técnicas y personas que considera importantes. Impresionada por el papel que desempeñó la inclusión de la fotografía en la prensa, Freund escribió su célebre frase “con la fotografía una ventana se abre al mundo”. Según la autora, la fotografía es un reflejo concreto del mundo donde cada uno vive, y su difusión en los medios masivos acortó las distancias entre las personas, aunque Freund llama la atención sobre la manipulación del significado original de la imagen, especialmente cuando la

fotografía es vehiculada por la prensa. Los dos primeros argumentos han suscitado debates en la historia cultural de la fotografía de prensa y en los estudios semiológicos, dado que la creencia de la verdad fotográfica está lejos de verificarse.

No obstante, el libro se destacó fuertemente, ya que Freund estudió las relaciones entre fotografía y sociedad a lo largo de la historia de la fotografía, lo que contrastó con los modelos que se preocuparon exclusivamente por los aspectos técnicos y estéticos.

También queremos señalar la propuesta del libro *Things as they are, photojournalism in context since 1955* con textos de la historiadora Mary Panzer, y del profesional de la fotografía Christian Caujolle (2005). El catálogo fue realizado para la exposición del 50 aniversario de la Word Press. El libro presenta la historia del fotoperiodismo en imágenes, en su llamada época de oro (1950-1960). Las fotografías fueron compiladas a partir de diversas publicaciones, especialmente de revistas americanas y europeas. Esa selección resulta interesante, porque muestra como las fotografías de fotógrafos afamados fueron utilizadas por la prensa ilustrada. Por otro lado, los autores sostienen que una fotografía publicada responde a una cadena de trabajo entre varios profesionales (fotógrafos, editores, diagramadores, jefes de redacción), y que probablemente en esa colaboración hay intereses divergentes. Con lo cual los autores relativizan, en cierta medida, el lugar central del reportero gráfico en la cadena de producción, y afirman que la fotografía, en su esquema de prensa, vehiculiza un punto de vista del medio que la publica.

Por otra parte, el sociólogo Sylvain Maresca propone una lectura diferente y original acerca de las grandes figuras del fotoperiodismo. En su texto, encontramos una reflexión que aborda la historia del fotoperiodismo (correspondiente al período 1930 hasta las consecuencias inducidas por la televisión) haciendo hincapié en tres versiones del oficio, en tres ideologías profesionales, según tres épocas diferentes del fotoperiodismo.

² Aun así, muchos fotógrafos se volcaron hacia la profesión manteniendo el sueño que ellos también conocerían esa fama, inclusive aprendices en los estudios de barrios, optaban por la fotografía tras haber hojeando las *magazines*, donde veían los grandes reportajes de esos fotógrafos (Maresca, 2010).

³ Tomamos el concepto de mito, escrito por Malinowski, “el mito no es una explicación que venga a satisfacer un interés científico, sino una resurrección, en el relato, de lo que fue una realidad primordial que se narra para satisfacer profundas necesidades religiosas, anhelos morales, sumisiones sociales, reivindicaciones e incluso requerimientos prácticos” (Citado por Beatriz Sarlo, 1997: p.186).

⁴ En búsqueda de apartarse de estos mitos es notable la posición del fotógrafo francés Raymond Depardon, que ha publicado varios libros con sus fotografías y sus textos. Nacido en 1942, de origen campesino se formó en el fotoperiodismo desde la misma práctica, sin poseer ninguna formación universitaria ni académica se fue convirtiendo en un intelectual que actualmente reflexiona sobre su oficio, a partir de una experiencia directa y de su larga trayectoria (aprendiz, asistente, freelance, asalariado, reportero gráfico, cineasta, director de agencia, miembro de una cooperativa de fotógrafos prestigiosos...). Por ejemplo, su libro sobre la granja familiar de Garet -es allí donde tomó sus primeras fotografías cuando tenía doce años-, es una obra autobiográfica en donde combina un texto escrito con imágenes, Depardon relata la historia de su espacio familiar, su itinerario personal y profesional. También en otros libros se encuentran varios pasajes en los cuales describe, con cierto detalle sociológico, los perfiles sociales que reclutaba el oficio, hacia los inicios de los años 60. Sin embargo, nos preguntamos si en esa búsqueda no surge un nuevo mito, estamos pensando si su historia no apuntala a la vez al mito del “fotógrafo de autor”.

⁵ Consideramos el aporte de Mirta Varela, quien en su artículo “Medios de comunicación e Historia: apuntes para una historiografía en construcción” señaló diferencias entre las pautas propias de la historia del arte y las de la historia de la comunicación.

⁶ Una perspectiva atenuante de este enfoque lo representa la investigación de Marin Dacos, quien en el artículo “Le regard oblique. Diffusion et appropriation de la photographie amateur dans les campagnes (1900-1950)” estudió la práctica fotográfica en las zonas rurales de Francia. Según sus conclusiones, la fotografía amateur del primer cuarto de siglo representaba una actividad propia de la burguesía local. Allí, los amateurs respetaban las normas técnicas de los manuales, y recuperaban los temas simbólicos propios de la sociedad urbana. En cambio, después de la segunda guerra mundial, a la par de una serie de cambios de distinta índole, los pueblerinos se desplazaron de esa estética y temática, para apropiarse de la composición y del uso de la fotografía, atendiendo a sus necesidades culturales. Este rasgo donde aparece un lugar a las sensibilidades estéticas y a la resignificación de la actividad fotográfica por parte de pueblerinos, había sido ignorado en los trabajos de Pierre Bourdieu.

⁷ Luc Boltanski “La retórica de la figura”; Luc Boltanski y Jean-Claude Chamboredon “Hombres de oficio, hombres de calidad”.

⁸ Un fenómeno similar se observa en el ámbito local. En ese sentido, esas observaciones nos remiten al testimonio de un fotógrafo que oportunamente entrevistamos. El fotógrafo Eduardo Grosman -quien trabajó en el diario *Noticias* (1973), y fue co-fundador de la agencia *SIGLA* (1975)- destaca que dada la calidad de la imagen en los diarios muchos fotógrafos buscaron otras alternativas: “Si hubiesen quedado negativos de esa época no servirían porque en general estaban mal fijados, rallados, hasta los copiaban húmedos. En *Clarín*, como en los otros diarios, había pocos fotógrafos que tenían respeto por lo que hacían y que trabajaban con más cuidado, pero era la minoría. La mayoría era un desastre, eran muy malos. Eso se ve en los archivos. Entre los años 50 y 70, el fotoperiodismo era... había muchas fotos muy malas, muy mal impresas. *Clarín* y *La Razón* eran desastrosos, a tal punto que para enterarte de lo que era la foto había que leer el epígrafe (...) Para nadie era una gran aspiración entrar a trabajar en un diario -hablo en plural pero estoy diciendo lo que yo pienso-. Por ahí en una revista porque tenían mejor impresión. Si entrabas a trabajar en un diario era para ganarte los garbanzos. ¡A quién le importaba que tus fotos salieran en *Clarín*!

Bibliografía

- Amar, Jean-Pierre, 2005. *El Fotoperiodismo*. Buenos Aires: Editorial La Marca.
- Borgé, Jacques; Viasnoff, Nicolas. 1982. *Histoire de la photographie de reportage*, París: Fernand Nathan.
- Becker, Howard S. (2001). “Sociologie visuelle, photographie documentaire et photojournalisme”, en *Communications* n°71, París.
- Bourdieu, Pierre (comp). 2003. *Un Arte medio, ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gil.
- Chéroux, Clément. 2008. *Henri Cartier-Bresson. Le tir photographique*. París: Gallimard.
- Dacos, Marin. 2002. « Le regard oblique. Diffusion et appropriation de la photographie amateur dans les campagnes (1900-1950) », en *Études photographiques* n°11, París.
- Depardon, Raymond. 1997. *La ferme du Garet*. France: Actes Sud.
- Freund, Gisèle. 2006. *La fotografía como documento social*. Barcelona: Editorial Gustavo Gil.
- Guerrin Michel. 1988. *Profession photoreporter*. París: Centre Georges Pompidou-Gallimard.
- Maresca, Sylvain. “Les grandes heures et figures du photoreportage”, *La vie sociale des images*, 22 mars 2010, (<http://culturevisuelle.org/viesociale/778>)
- Maresca, Sylvain. “Photographes: sociologie d’une profession mal connue”, *La vie sociale des images*, 30 mars 2010 (<http://culturevisuelle.org/viesociale/783>)
- Panzer, Mary. 2005. *Things as they are. Photojournalism in context since 1955*. Amsterdam, Londres: World Press Photo.
- Rosenblum, Barbara. 1978. *Photographers at work. A sociology of photographic styles*. New York: Editorial Holmes and Meyer.