



El TAMAÑO importa *(y otras cosas relacionadas)*

por Diego Goldberg

Esto es lo que más o menos sabemos:

Se está produciendo un lento (?) pero inexorable éxodo hacia los medios electrónicos. Y aún cuando el papel de pulpa de árbol se transmute en papel de tinta electrónica y se quiera seguir llamando papel, el hecho es que será una de las nuevas formas que adoptarán las pantallas. Porque de eso se trata: e-ink, iphone, tableta, computadora, TV, pantalla plana o de proyección, vayamos haciéndonos a la idea que este será el soporte de difusión de la información y estos los lugares donde la fotografía seguirá expandiéndose.

La explosión exponencial en el número de fotografías tomadas por la gente en todas sus formas desde la revolución digital - cámaras digitales, teléfonos celulares, etc - hace que ésta haya invadido todos los rincones del planeta y ayudado a la continua evolución de la capacidad de mirar, crear y juzgar y a revalorizar el uso e importancia de la fotografía fija.



2007 © Perceptive Pixel

A pesar de la aparición de nuevos medios de expresión visuales - cine, TV, internet - la fotografía sigue manteniendo su vigencia y a pesar de la persistencia de lamentos sobre la muerte del fotoperiodismo, cada vez se publican más fotografías.

El santo grial de la utilización de la fotografía en un contexto periodístico o documental ha sido la "historia fotográfica". Esto es, el intento de utilizar más de una imagen para construir un relato. W. Eugene Smith sigue siendo el referente y aunque no sea necesario copiar la estructura de sus historias hay algunos conceptos que se mantienen vigentes y que explican porqué los fotógrafos seguimos tratando de publicarlas.

Es demasiado obvio y no necesita explicación: una sola imagen no alcanza para explicar un tema complejo. No todas las fotos tienen el mismo "valor", sea por su forma como por su contenido. Y como dice el título, el tamaño importa y mucho. Cada imagen necesita de un tamaño ideal para expresarse. "99 centavos" de Gursky debe verse en la pared de un museo, una imagen de Nachtwey vive muy bien en una revista, una foto de identidad se ve bien en un pasaporte.



"99 centavos" Andreas Gursky.

Una historia, sea en el medio que sea - texto, cine, TV, música - tiene una estructura dramática. Tiene principio y fin, desarrollo, énfasis, elementos importantes y otros no tan, temas centrales y temas laterales, personajes, climas, etc. Son todas herramientas que quien relata utiliza para transmitir mejor y de manera más efectiva lo que quiere decir.

Además, en los medios gráficos, la puesta en página (layout), el diseño juega un rol determinante: doble página de apertura, fotos de tamaños diferentes, más de una foto por página y la relación entre títulos, bajadas, epígrafes, el texto principal y las imágenes. Todos estos elementos, bien utilizados, se potencian entre sí.

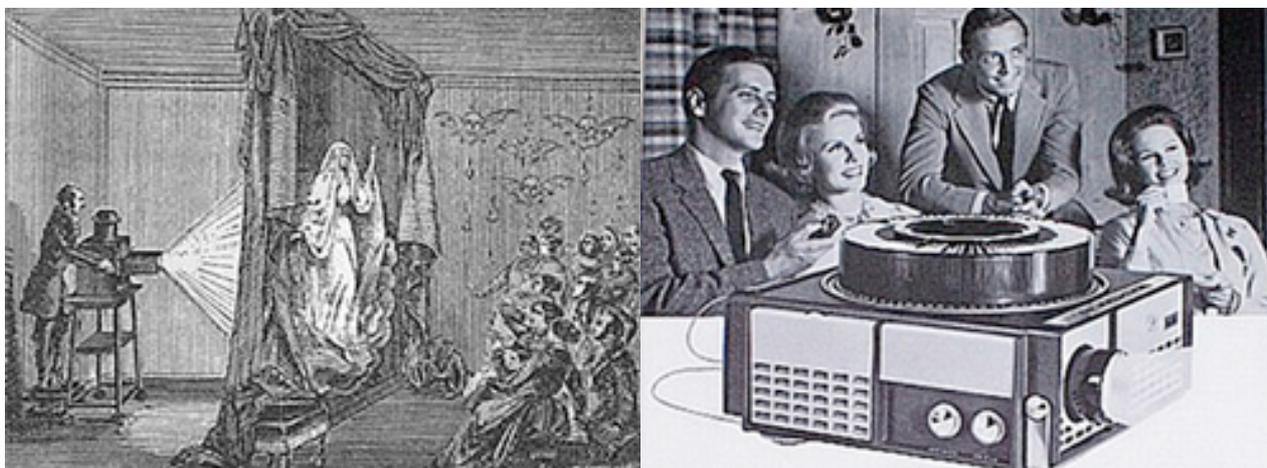
En el soporte actual de papel, sea en revistas como en periódicos, la lucha por el espacio es vital. No hay mucho, es costoso y debe compartirse con el texto para complementarse, además está la publicidad, con la que frecuentemente choca. Así estaban las cosas

cuando llegó internet. De pronto se abrió un espacio no previsto, un lugar virtual que nadie había imaginado, un soporte nuevo para mostrar nuestras imágenes, pleno de posibilidades.

Las fotos en las pantallas se ven muy bien. Las otras alternativas, como la tinta electrónica, todavía están dando sus primeros pasos, pero no hay duda que llegarán a reproducir las imágenes con altísima calidad. Por otra parte el costo de poner una o varias fotografías es exactamente igual.

Las imágenes no tienen que competir con la publicidad, viven en su propio espacio. Verdaderamente el único límite (fuera de la velocidad de las conexiones, otra cosa que irá en aumento) es la creatividad.

Y sin embargo....



Hasta ahora la experiencia es casi desalentadora. Se ve más cantidad, pero no necesariamente mejor. No se ha logrado superar la estética de la proyección de diapositivas. Estamos como cuando un miembro de nuestra familia vuelve de vacaciones y tenemos que sentarnos a sufrir el "slideshow": todas las fotos tienen el mismo tamaño, el mismo valor y el mismo tiempo de pantalla.

Mirar una fotografía es un acto "voluntario" y el tiempo que uno elige pasar en cada una es decisivo. Uno se detiene, penetra en ella, trata de leer, de entender, de descubrir. Hay que descifrar la información. Esto dispara ideas y sentimientos y a su vez esto hace que se graben en la memoria. Aquí está sintetizado el poder de la imagen fija. En internet, se ha intentado enriquecer el relato agregando audio y video. Si bien esto es a veces útil, a veces también parece que se estuviera reinventando la televisión. Pero además, al estar estructurado como relato lineal automatizado, la posibilidad de detenerse a ver una imagen que nos

interese más que otra es casi nula. Se puede hacer, claro, pero a costa de interrumpir el desarrollo, cosa que seguramente el lector no hace.

Y hablando de reinventar la televisión, me resulta incomprensible la idea de que los fotógrafos deben reconvertirse en camarógrafos de televisión para contar sus historias en un nuevo medio: el periódico interactivo. No es que esté mal explorar nuevos medios de expresión, lo que no se siente es el por qué abandonar la fotografía! Y esto viniendo de fotógrafos suena doblemente extraño.

Por último, la utilización de las imágenes ya no se hace en relación a un texto sino, como decíamos al audio y al video, lo cual puede ser interesante, pero en definitiva más efímero.

En la práctica se ha abandonado la enriquecedora interacción entre texto e imagen: la comprensión de ciertos temas hace necesario el texto y si además éste interactúa con imágenes interesantes, poderosas y esclarecedoras, las historias que es necesario contar se verán potenciadas.

Esta es tarea de los programadores, diseñadores, editores, fotógrafos y escritores. Hay que repensar la utilización de la fotografía en este nuevo medio. Debemos encontrar otras maneras de contar nuestras historias que vayan más allá de la secuencia de imágenes. Hay que trabajar en la edición, saber donde poner el acento, construir un relato, darle participación al lector.

La fotografía está pasando por un momento de expansión extraordinaria pero si no jerarquizamos su utilización en los medios quedará en meras ilustraciones para adornar las páginas web o en una versión castrada de un programa de televisión.

Diego Goldberg
diegold@fibertel.com.ar
Diciembre, 2007

**



Diego Goldberg. Fotógrafo argentino. Desde 1974, es representado en todo el mundo por la Agencia Corbis. Residió varios años en París y en New York. Dentro del periodismo gráfico ha cubierto innumerables temas tanto de estricta actualidad como trabajos de ilustración y de fotografía industrial.