

El fotoperiodismo del siglo XX

Donan el fondo de la Agencia Magnum
a la Universidad de Texas

FERNANDO SÁNCHEZ PITA

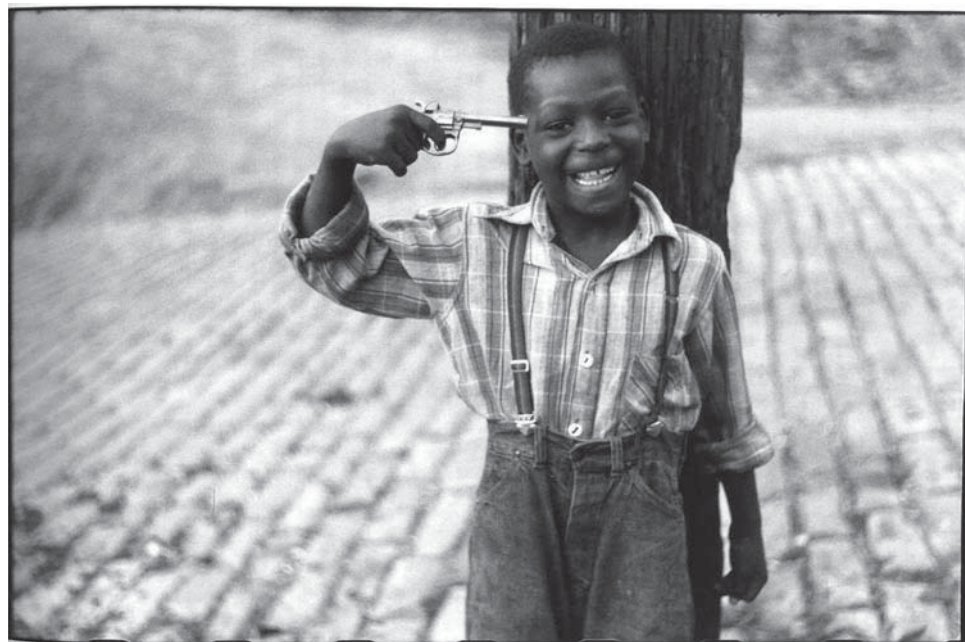


El siglo XX se caracterizó por la extensión de tecnologías, como la televisión o la radio, que cambiaron la forma de recepción de los contenidos informativos. De este modo, los grandes acontecimientos del s. XX se podían enfocar desde distintas perspectivas con variedad de tecnologías, abriendo nuevas vías de comunicación y facilitando el acceso a la

información a gran parte de la ciudadanía. Entre el grupo de nuevas vías para la comunicación destaca la fotografía, que, si bien es anterior al s. XX, fue durante este cuando se popularizó y, sobre todo, cuando sus técnicas permitieron al fotógrafo retratar el instante sin la necesidad de largos tiempos

de exposición. De este modo, el fotógrafo se convirtió en un nuevo observador de la realidad, pudiendo representarla con más facilidad, imprimiéndole su personalidad y permitiendo su llegada al gran público.

Con las mejoras tecnológicas, la fotografía comienza a crecer a distintos niveles, estableciéndose





un entramado económico a su alrededor, pasando a formar parte del tejido socio-económico generado en torno a la información. Se forman agencias, empresas del sector de la infor-

mación contratan los servicios de fotógrafos y la obra de estos se mercantiliza por completo, dando lugar a una actividad económica mayor. Sin embargo, en muchos casos dicha

mercantilización comienza a desvirtuar la personalidad del fotógrafo en beneficio de la empresarial, con pérdidas de derechos e incluso con enfoque hacia temáticas que originalmente no suscitaban el interés del fotógrafo.

Debido a esta evolución en el sector de la fotografía y por el pasado inquieto y activo de un grupo de reporteros de guerra, en 1947 se constituye la Agencia Magnum. Entre los socios fundadores se contaban fotógrafos de la talla de Robert Capa, David Seymour, George Rodger y Maria Eisner, entre otros, quienes dieron lugar a una de las primeras agencias en la que los fotógrafos tenían los derechos sobre sus propias fotografías. Además, entre otras novedades que introdujo en el sector, la Agencia Magnum permitía cierta autonomía en la elección de la temática a cubrir por



cada fotógrafo, en contra de lo que sucedía con la mayoría de los medios de comunicación de la época, así como en otras agencias o entidades similares. Con innovaciones en la profesión fotográfica y la vocación internacional de la agencia, esta comenzó a gozar de la buena reputación que llega hasta nuestros días, convirtiéndose en sinónimo de calidad y fotografía de referencia. Y como agencia fotográfica prolífica, comenzó a formar distintas colecciones desde su fundación hasta la actualidad, dando lugar a un nutrido archivo fotográfico de gran diversidad temática, destacando por sus reportajes con un alto compromiso social.

Recientemente los fondos generados por la Agencia Magnum volvieron a ocupar la actualidad, ya que han sido donados al Centro Harry Ransom en la Universidad de Texas. Los fondos se encontraban en el Centro Harry Ransom desde 2009, año en el que fueron adquiridos por Michael y Susan Dell, Glenn y Amanda Fuhrman y John y Amy Phelan. Sin embargo, no ha sido hasta septiembre de 2013 cuando estas tres familias han donado los fondos de la colección a la institución académica. De este modo, unas 1.300 cajas de material fotográfico, que aproximadamente son unas 200.000 imágenes, pasan a disposición de la entidad académica, que ya las ha incluido en su patrimonio, poniéndolas a disposición de los usuarios. En palabras de Stephen Ennis, director del Centro Harry Ransom, "la colección fotográfica se convertirá en un recurso de indudable valor para estudiantes y académicos, así como para todos aquellos que deseen comprender momentos históricos recientes".

Entre otras actividades relacionadas, la donación de los fondos fotográficos ha propiciado la realización de la expo-



sición "Transformación Radical: Las fotos de Magnum en la era digital", basada en una selección de más de 300 piezas a modo de recorrido por la historia de la agencia, donde es posible observar hojas de contacto, películas, libros y contenidos multimedia entre otros materiales. Además, como complemento de la exposición se celebró durante el mes de octubre un simposio bajo el título "Las fotos de Magnum en la era digital", donde se reunieron fotógrafos e historiadores para debatir sobre la evolu-

ción de la Agencia Magnum y como esta se había reinventado a lo largo de su recorrido, ahondando en los efectos de la era digital sobre la fotografía.

Así, la iniciativa de un grupo de fotógrafos de guerra que quisieron cambiar la fotografía del s. XX, ha dado lugar a un archivo fotográfico de inestimable valor, pudiéndose considerar un recorrido a través del s. XX bajo un grupo de miradas particulares y que ahora se encuentra abierto a la mirada del gran público bajo el amparo de la academia. ■