

LA GUERRA DE UCRANIA
A TRAVÉS DE IMÁGENES.
INSTAGRAM COMO HERRAMIENTA DE
DIFUSIÓN DE LOS FOTOPERIODISTAS

MANUEL J. CARTES-BARROSO
Universidad de Sevilla

1. INTRODUCCIÓN

La invasión rusa de Ucrania, acontecida a partir del 24 de febrero de 2022, no es más que un nuevo episodio de la guerra ruso-ucraniana iniciada en 2014. No obstante, el actual conflicto tiene unos orígenes históricos previos que se retrotraen centurias antes, pero que sin duda son más decisivos a finales de 1991, con el colapso de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS). El 1 de diciembre de dicho año se celebraron las primeras elecciones presidenciales de Ucrania tras su independencia de la Unión Soviética, firmándose una semana más tarde el Tratado de Belavezha, por el que se disolvía la URSS y se creaba la Comunidad de Estados Independientes (CEI). Años después se firman entre Rusia y Ucrania otros acuerdos en materia de seguridad —en 1994 el Memorándum de Budapest y en 1997 el Tratado de Amistad, Cooperación y Asociación—. En este nuevo contexto y con una fluctuante política exterior a caballo entre Occidente y Rusia, Ucrania iniciaba un acercamiento para estrechar sus lazos con Europa, pero Rusia la quería mantener bajo su área de influencia (Morales, 2016). Se habla de un territorio dentro de la zona gris europea (Bernabé-Crespo, 2020); un espacio de transición entre los países de la UE y la OTAN (por occidente) y Rusia (por oriente). De ahí el interés ruso por el control de esta y otras exrepúblicas soviéticas consideradas de su autoridad, desestabilizándolas para evitar la expansión europeísta y la ampliación de la OTAN, al

ver a dichas instituciones como amenaza tanto para estas naciones como para ella misma.

Pero, además, hay que tener en cuenta la fracturación interna de Ucrania, consecuencia de su historia y su ciudadanía, con diferencias étnicas, lingüísticas, económicas y culturales. Así puede verse en el estudio de Bernabé-Crespo (2020: 281), que comprobó la segmentación del país “en población ucraniana vs. rusa; lengua ucraniana vs. lengua rusa; economía agraria vs. economía industrial; salarios bajos vs. salarios más altos; voto a partidos proeuropeos vs. voto a partidos prorrusos”. Por tanto, una nación dividida con zonas y ciudadanos pro-occidentales, frente a otras regiones y habitantes eslavófilos.

Tras un periodo de crisis económica y una posterior estabilización a finales de los 90, en los inicios de la nueva centuria comienzan una serie de protestas ciudadanas en las denominadas Revolución Naranja (2004-2005) y revolución del Maidán (2013-2014). Esta última desemboca en la destitución del presidente Víktor Yanukóvich y su huída a Rusia en febrero de 2014, desencadenándose seguidamente varios conflictos en la región del Donbás y Odesa, tomando las fuerzas especiales rusas el control de Crimea, que se adhirió a este país el 18 de marzo de ese año (López Canorea, 2022).

Los diálogos de paz por distintas autoridades internacionales no impidieron que la situación fuera a peor —especialmente en las regiones ucranianas próximas a Rusia (Donestk y Lugansk, que se autoproclaman independientes)— ya bajo el mandato del presidente interino Turchínov y de los mandatarios electos Poroshenko y Zelenski. Y así se llega hasta fechas más cercanas en el tiempo. Entre otros sucesos, el 3 de abril de 2021 las tropas rusas se despliegan por la frontera ucraniana. El 23 de agosto de ese año la OTAN exige la devolución de Crimea y el 16 de diciembre la UE amenazaba ya con sanciones a Rusia ante el riesgo de invasión. La posición al comienzo del siguiente año no hizo más que agravarse y el 18 de enero las tropas rusas se desplazaron a Bielorrusia, aumentando la tensión semanas más tarde. El 21 de febrero el presidente ruso, Vladímir Putin, reconocía la independencia de las regiones separatistas prorrusas del Donbás (Donetsk y Lugansk) como repúblicas y estados independientes y ordenaba el despliegue de tropas en sus

territorios. Y, finalmente, el 24 de febrero Putin anunciaba a través de la televisión una “operación militar especial” en Ucrania; para muchas naciones un ataque e invasión (Rodríguez, 2022).

A partir de esta jornada las tropas rusas comenzaron a adentrarse en Ucrania por tres frentes: central, oriental y sur, con algunas victorias y otras derrotas. Las reacciones de organismos internacionales y líderes políticos mundiales fueron contundentes desde el principio, condenando estos hechos e imponiendo sanciones a Rusia, por ejemplo, desde Estados Unidos y la propia UE. Cuando se escriben estas líneas —mayo de 2022— este conflicto bélico continúa aún activo, por lo que seguramente tendrán lugar nuevos sucesos y vicisitudes hasta el momento de su fin. Durante estos meses el enfrentamiento ha tenido importantes consecuencias tanto para los países directamente implicados como para naciones próximas y alejadas. Más allá de cuestiones económicas, armamentísticas y energéticas derivadas de esta invasión y los castigos contra Rusia, sin duda es la crisis humanitaria causada el factor más relevante a tener en cuenta en esta guerra, como en tantas otras. Y es que según datos de la Oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH), desde el inicio de la invasión hasta el 26 de mayo de 2022 se han registrado 8.766 víctimas civiles en Ucrania, de las que 4.031 son muertos y 4.735 heridos, si bien las cifras deben ser más altas (ACNUDH, 2022). Además, más de 6,5 millones de personas han tenido que abandonar el país y más de 8 millones de ucranianos se encuentran desplazados internamente (OIM, 2022).

A los ataques a la población civil hay que sumar numerosos problemas de desabastecimiento alimentario y la destrucción de hospitales, infraestructuras sanitarias y centros educativos, etc. Esta compleja situación ha vuelto a poner en escena los peligrosos efectos de los conflictos bélicos para la ciudadanía, que en el caso de Ucrania se refleja, además, en un gran número de violaciones y abusos graves de los derechos humanos por parte de las tropas rusas desplegadas en el país. Muchos de estos hechos son immortalizados gracias a las cámaras de los fotoperiodistas, los auténticos ojos que captan parte de lo que sucede en la guerra, como contemplamos en esta investigación.

1.1. FOTOPERIODISMO DE GUERRA Y REDES SOCIALES

En conflictos como el ucraniano adquiere un extraordinario protagonismo el trabajo llevado a cabo por los medios de comunicación y todos los profesionales como periodistas, enviados especiales y corresponsales de guerra, quienes en aras de informar se juegan literalmente la vida para que otros ciudadanos conozcan los matices y perspectivas de la guerra. Mención aparte supone la labor de los periodistas gráficos, que captan a través de sus cámaras estos sucesos, informando de manera visual sobre la realidad de Ucrania.

Pero este enfrentamiento no es ni ha sido el único ejemplo de cobertura fotoperiodística de una guerra. Si se analiza la historia del fotoperiodismo bélico, es curiosamente en Ucrania donde se usa la fotografía por primera vez de forma sistemática. Se trata de la Guerra de Crimea (1853-1856) en la que, entre otros, estuvieron presentes y capturaron imágenes entre 1853 y 1855 los fotógrafos Carol Popp de Szathmary y Roger Fenton (Sánchez Vigil, 1999). Empero, en honor a la verdad, algunos años antes se habían registrado daguerrotipos de la guerra entre México y Estados Unidos (1846-1848) (Rodríguez Merchán, 1992). Luego llegarían otros importantes conflictos con amplia proyección informativa: las dos grandes guerras mundiales, Vietnam, Yugoslavia, Irak... Y es que, según este autor, “las guerras han constituido siempre un candente foco de noticias e informaciones; con la aparición de la fotografía pasarían a ser también un acontecimiento fotografiable” (Rodríguez Merchán, 1992: 190).

Así, la fotografía de guerra se ha constituido en “paradigma de la fotografía documental por su impacto en la sociedad” (Sánchez Vigil, 1999: 46), debiendo en este momento distinguir entre el fotoperiodismo —más ligado a la actualidad y a las directrices de las empresas informativas— y el documentalismo —con mayor libertad temporal y temática—. Todo ello en una época donde parece existir una profunda crisis del fotoperiodismo (Baeza Gallur, 2007).

Estas fotografías de guerra han sido ampliamente expandidas gracias a su publicación en los medios de comunicación. Pero su viralización también llega a través de las redes sociales de Internet. Su potencial para la

difusión y propagación de imágenes, merced a dispositivos electrónicos como los teléfonos inteligentes, ha sido ya estudiado con perspectiva crítica (Marcos Molano y Tagarro, 2019) y en base a nuevas funciones y usos (Benedito Martínez, 2016). El auge de plataformas web como Twitter, Facebook, Instagram o YouTube, entre otras muchas, ha cambiado en parte el modo de informar, constituyéndose estas redes sociales en poderosas fuentes de información.

La evolución tecnológica de los últimos años, además de facilitar la transmisión del trabajo para los fotoperiodistas y su autopromoción, hace que su difusión sea inmediata, gracias en parte a plataformas de lanzamiento para subir imágenes como los blogs y las redes sociales, con el objetivo de llegar directamente a los ciudadanos. El mero hecho de dar interactividad a las fotografías y que estos puedan participar, así como poder añadir recursos gráficos, multimedia y textuales, entre otros aspectos, confiere nuevas posibilidades para los periodistas gráficos, que incluso pueden pensar en estas opciones antes de llevar a cabo su trabajo (Lavín de las Heras y Römer Pieretti, 2015).

Sin duda, una de las redes sociales más importantes para el fotoperiodismo es Instagram, con una gran penetración en la población; “una red que construye un repositorio del usuario e infinitas colecciones visuales en base a las búsquedas y etiquetas permite la interacción y la edición” (Vázquez-Herrero, 2019: 285). Canales de contenido efímero como las *stories* o audiovisuales como Instagram TV (IGTV) o los Reels ayudan aún más a su difusión. Pero también deben tenerse en cuenta las posibilidades para la producción y edición de estas imágenes y vídeos, mediante el uso de filtros, galerías, etiquetas, menciones, apoyo textual, geolocalización, etc. Sin embargo, también está envuelta en crítica —por ejemplo, en lo concerniente a la guerra—, al usarse filtros fotográficos en Instagram y en aplicaciones como Hipstamatic con objeto de maquillar la realidad en las imágenes (Alper, 2014). Una amenaza que coloca a las redes sociales en el centro del debate en base a su rol como aliado o enemigo para el fotoperiodismo.

2. OBJETIVOS

El objetivo principal de esta investigación es conocer cómo los fotoperiodistas usan la red social Instagram para difundir su trabajo, partiendo de la idea de que es una plataforma enfocada en el plano visual y, por tanto, debe resultar de interés para estos periodistas gráficos.

Otros objetivos secundarios son el análisis del proceder de estos profesionales a la hora de publicar sus imágenes, examinando, en líneas generales, cómo es la naturaleza de los contenidos difundidos en sus perfiles. Igualmente, pretendemos conocer cuáles son los temas principales de su interés, en referencia a la guerra de Ucrania.

La hipótesis principal de este trabajo es que los fotoperiodistas dan un desigual empleo a Instagram a la hora de promocionar sus imágenes, mediante los recursos más básicos para complementar las publicaciones en las que se incluyen.

Otra hipótesis que sostenemos es que al difundir su trabajo de forma duradera y no con carácter efímero, los periodistas gráficos apuestan claramente por la publicación de fotografías, relegando los vídeos a un uso minoritario. Y, por último, creemos que en sus imágenes los fotoperiodistas plasman en mayor medida al ser humano sobre otros posibles temas y, además, desde un enfoque en relación con el país invadido y lejano del invasor.

3. METODOLOGÍA

La presente investigación examina las cuentas de Instagram de 7 fotoperiodistas que han trabajado y/o trabajan como periodistas gráficos en Ucrania, tanto con base fija como trasladados o enviados especiales para cubrir el conflicto bélico. La elección de Instagram se debe a que es una plataforma centrada en la imagen, en mayor medida que otras redes sociales, por lo que consideramos que los periodistas gráficos hacen un mayor uso de ella para la difusión de su trabajo que en otras. Así, entendemos que es una red social ideal para la publicación de imágenes y vídeos que pueden llegar a los seguidores. Y, además, es un trampolín para viralizar este trabajo y que alcance a miles de personas. Una labor

que, en el caso de coberturas como la invasión de Ucrania, tiene aún más sentido.

En concreto, se han seleccionado 7 profesionales, tanto españoles como internacionales, mediante la técnica del muestreo no probabilístico, con la intención de que estuvieran representados periodistas gráficos de variada trayectoria, aunque en su mayoría con un amplio bagaje y, en algunas ocasiones, incluso galardonados con prestigiosos premios fotográficos. Estos fotoperiodistas, ordenados por apellidos de forma alfabética, son los siguientes:

- Lynsey Addario (@lynseyaddario). Fotoperiodista estadounidense que regularmente trabaja para el diario The New York Times y las revistas National Geographic y Time. En 2009 ganó el Premio Pulitzer en la categoría “International Reporting” (reportajes internacionales) por la serie Talibanistan.
- Diego Herrera (@diegoherrera-photojournalist). Fotoperiodista y videógrafo español, especializado en conflictos sociales mundiales. Trabaja como freelance y en la actualidad colabora con la agencia Anadolu.
- Vadim Ghirda (@vadimghirda). Fotógrafo rumano de The Associated Press, con una amplia experiencia cubriendo conflictos bélicos y disturbios en Europa.
- Emilio Morenatti (@emilio_morenatti). Fotoperiodista español centrado en la fotografía documental de guerra, desastres y conflictos bélicos. Es fotógrafo jefe de The Associated Press. En 2021 ganó el Premio Pulitzer en la categoría “Feature Photography” (fotografía destacada).
- Wolfgang Schwan (@wolfgang_schwan). Fotógrafo documental americano. Es miembro de The National Press Photographers Association. Cubre el conflicto de Ucrania para la agencia Anadolu.

- Anatolii Stepanov (@stepanovanatolii). Fotógrafo ucraniano, freelance. Trabaja como fotoperiodista cubriendo la guerra en el este de Ucrania para la agencia de noticias AFP.
- Marcus Yam (@yamphoto). Fotoperiodista malayo. Corresponsal extranjero para Los Angeles Times. En 2022 ganó el Premio Pulitzer en la categoría “Breaking News Photography” (fotografía de noticia de última hora).

La metodología utilizada ha consistido en el análisis de contenido de las publicaciones registradas por estos fotoperiodistas en el espacio de un mes. En concreto, se tuvieron en cuenta todos los *posts* difundidos desde el día 24 de febrero al 24 de marzo de 2022, es decir, desde la misma jornada de inicio de la invasión rusa de Ucrania. Un amplio periodo a tenor de la muestra hallada, con más de 100 publicaciones y casi 800 fotografías y vídeos.

La recopilación del material objeto de estudio se realizó manualmente en los perfiles de cada uno de los periodistas gráficos. En primer lugar, con el objetivo de conocer qué número de publicaciones existen en el periodo examinado, así como sus características, se llevó a cabo un análisis cuantitativo sobre las mismas, en base a estos parámetros:

- Número de publicaciones total.
- Número de publicaciones diarias.
- Tipología de las publicaciones. Se indica si son simples o en galerías. En ambos casos, además, se precisa los recursos gráficos empleados y su número.
- Uso de texto.
- Uso de etiquetas o *hashtags*.
- Uso de menciones.
- Uso de la opción de etiquetado.
- Uso de emojis.
- Uso de la opción de geolocalización.

Y luego se realizó un análisis cualitativo de estas publicaciones, con el fin de averiguar cómo es la naturaleza temática de las imágenes contenidas dentro de ellas, para intentar comprender cómo los

fotoperiodistas las difunden a través de Instagram. Para ello, en un intento de aglutinar todas esas imágenes, los ejes temáticos contemplados son los referidos a las personas en su acontecer diario, las ciudades y su vida durante la guerra, la destrucción de edificios y casas, y, por último, una categoría donde se incluyen objetos, animales y otras cosas.

4. RESULTADOS

4.1. NÚMERO Y TIPOLOGÍA DE PUBLICACIONES

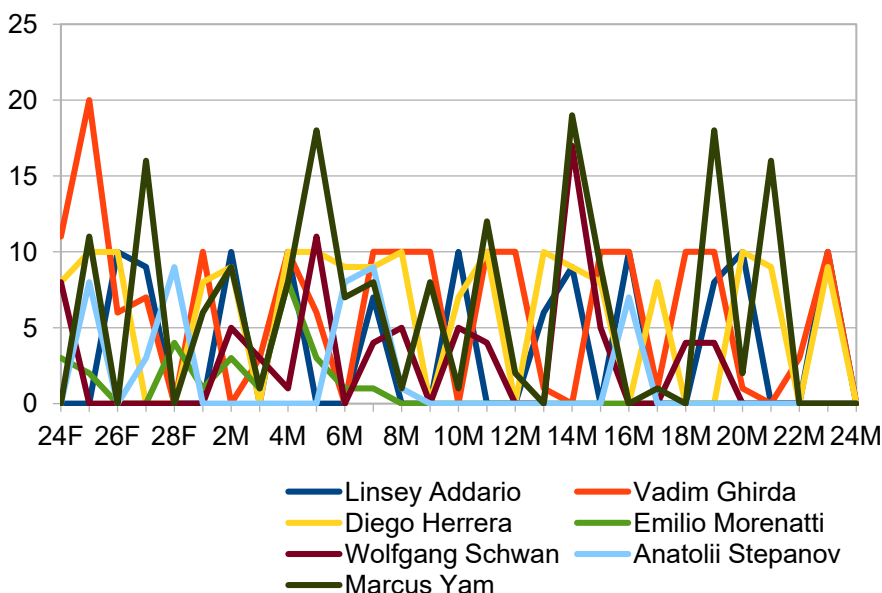
Durante el periodo de estudio seleccionado se examinaron un total de 128 publicaciones en los perfiles de Instagram de los fotoperiodistas. Marcus Yam es el autor del mayor número de entradas en esta red social (28), seguido de Vadim Ghirda (25), Diego Herrera (19), Emilio Morenatti (19), Wolfgang Schwan (16), Lynsey Addario (12) y Anatolii Stepanov (9).

De estas publicaciones, 34 son simples —una única foto o vídeo—, mientras que los 94 restantes son galerías que pueden contener fotografías o vídeos, mayoritariamente las primeras. Así, el 73,4% de las publicaciones contienen más de una imagen como recurso gráfico, mientras que en el 26,6% restante lo hace de forma individual. Si exploramos con más detalle la composición de todas estas publicaciones, pormenorizadamente, se aprecia que, a excepción de Addario y Herrera, el resto de fotoperiodistas alternan las publicaciones simples con las galerías de imágenes, mientras que ellos solo usan las galerías. De las 25 publicaciones de Ghirda, 20 son de más de una imagen y en 5 casos solo se publica una; Marcus Yam publica 22 *posts* a modo de galería y 6 con una única imagen; Wolfgang Schwan registra 13 publicaciones como galerías de imágenes y 3 simples; Anatolii Stepanov publica 6 entradas con varias imágenes y vídeos y solo 3 de un único recurso visual. Y, por el contrario, Emilio Morenatti da más protagonismo a las imágenes en un solo ejemplar (17 casos) frente a 2 publicaciones que contienen más de una.

Pero registrar tales cifras de entradas en Instagram a título individual no implica un similar número de fotografías o vídeos, pues no siempre coincide en mayor número con quien más publica en la red social. El análisis de estas publicaciones muestra que el número total de recursos gráficos contabilizados es de 782. Vadim Ghirda es el fotoperiodista con un mayor número de recursos registrados (179), que suponen el 22,9% del total. Tras él, Diego Herrera y Marcus Yam registran 173 recursos gráficos (22,1% cada uno), seguido de Lynsey Addario (109 imágenes y 13,9%), Wolfgang Schwan (76 imágenes y 9,7%), Anatolii Stepanov (45 recursos gráficos y 5,8%) y, finalmente, Emilio Morenatti (27 imágenes y 3,5%).

De todos estos recursos gráficos, 777 son fotografías (99,4%), mientras que el 0,6% restante son vídeos, localizados tan solo en 5 casos —lo emplean Ghirda (un vídeo) y Stepanov (4 vídeos)—. Así, a simple vista comprobamos la importancia que tiene la imagen fija frente a la de movimiento para estos fotoperiodistas, al menos en el periodo examinado.

GRÁFICO 1. Número de recursos gráficos por día.



Fuente: elaboración propia.

A la hora de publicar estas imágenes cada fotoperiodista establece cuándo realizarlo, con una periodicidad que es variable y diferente en cada uno de ellos. Así, Ghirda es quien lo hace de una forma más habitual, en 22 días —en 3 de ellos en dos ocasiones—; Yam en 20, realizándolo en 7 días en dos o tres ocasiones; Herrera en 19 días; Schwan en 13 jornadas —en 3 días en dos ocasiones—; Addario en 12 días; Morenatti en solo 10 jornadas —el 7 de marzo culmina sus publicaciones sobre la guerra de Ucrania durante el periodo estudiado, aunque luego hay una entrada posterior de otra temática diferente— cinco de las cuales lo hace en dos o tres ocasiones; y, finalmente, en última posición se encuentra Stepanov, que tiene publicaciones en 7 días —en dos de ellos en dos ocasiones—, registrando su último *post* el 16 de marzo.

Como se puede apreciar en el gráfico 1, el número de recursos gráficos va directamente relacionado con lo anterior. Existen publicaciones en todas las jornadas, a excepción de la del 24 de marzo, donde los periodistas gráficos no subieron ninguna imagen a sus perfiles de la red social Instagram. Durante el análisis de esa cronología observamos picos con jornadas de muchas fotografías y vídeos, como el 14 de marzo (54 imágenes) o el 25 de febrero (51 imágenes); por el contrario, el 22 de marzo solo se contabilizan 3 imágenes. Además, solo en un día coinciden todos los fotoperiodistas para publicar, en concreto el 7 de marzo, mientras que el 22 de ese mismo mes lo hace solo uno, Vadim Ghirda.

4.2. RECURSOS EMPLEADOS

Las publicaciones de Instagram de los 7 periodistas analizados no consisten únicamente en subir fotografías o vídeos, sino que están editadas por ellos mismos y pueden aparecer con diversas herramientas y funcionalidades que ofrece esta red social para complementar la fuerza visual de la imagen, bien sea fija o en movimiento. De tal forma que dichas opciones ayudan a entender mejor y contextualizar las publicaciones, por lo que hemos tenido en cuenta su utilización.

De todos los recursos examinados, que se muestran en la tabla 1, el texto es el más empleado por todos los fotoperiodistas, en el 99,2% de las publicaciones. Este puede ser breve o de unas pocas líneas (en los casos de Addario, Ghirda, Morenatti o Stepanov) hasta un texto más

desarrollado (por ejemplo, en Herrera, Schwan y Yam), y que está escrito en inglés —a excepción de Diego Herrera, que también lo hace en español—. Unas palabras, líneas o párrafos que sirven para dar una información más completa a los seguidores de los periodistas gráficos en Instagram.

TABLA 1. Número de recursos gráficos por día.

	SÍ	NO
Texto	127	1
Etiquetas (#)	108	20
Menciones	58	70
Personas / instituciones etiquetadas	35	93
Emojis	1	127
Geolocalización	58	70
Sin nada	1	127

Fuente: elaboración propia.

Otro recurso muy importante es la etiqueta, que ayuda a encuadrar temáticamente los hechos contados en fotografías y vídeos a través de palabras clave. Se pueden encontrar en el 84,4% de la muestra y lo emplean todos los fotoperiodistas en todas las publicaciones excepto Emilio Morenatti, que no lo usa, y Lynsey Addario en una ocasión. Su número también varía en los casos examinados, destacando por su uso Vadim Ghirda, Diego Herrera, Anatolii Stepanov y Marcus Yam.

Las menciones están presentes en el 45,3% de las publicaciones; un recurso que tampoco utilizan todos los periodistas gráficos. Así, los españoles Herrera y Morenatti, junto al ucraniano Stepanov, son los únicos que no lo emplean. Por el contrario, Addario, Ghirda, Schwan y Yam sí lo hacen, sobre todo para añadir el medio o agencia donde trabajan. De ellos, Addario y Ghirda lo usan en todas sus publicaciones, Schwan en 12 de 16 y Yam en 6 de 28.

Una herramienta interesante es la de geolocalización, que permite ubicar el lugar en el que se ha realizado la fotografía; algo muy útil en este caso

para conocer dónde han ocurrido los hechos. Sin embargo, no es demasiado utilizada, toda vez que se encuentra presente en menos de la mitad de las publicaciones, 58 en concreto, que suponen el 45,3% de la muestra. Su empleo por los fotoperiodistas es dispar y solo lo usan 3 personas: Marcus Yam (28 publicaciones), Emilio Morenatti (18 publicaciones) y Diego Herrera (12 publicaciones).

Por otro lado, etiquetar a personas o instituciones en las fotografías es algo menos frecuente, pues se da únicamente en el 27,3% de la muestra (35 publicaciones). Y tampoco lo hacen todos los fotoperiodistas contemplados en esta investigación. En concreto, solo usan esta opción Diego Herrera y Marcus Yam, este último en todas sus publicaciones. Como en las menciones, se etiqueta preferentemente el perfil de la agencia o medio para el que trabajan: andaluimages y @latimes, respectivamente.

Finalmente, se puede mencionar de forma testimonial el empleo de un emoji en una publicación por parte de Wolfgang Schwan. Y, además, la existencia de una publicación de Morenatti donde no se emplean ninguno de los anteriores recursos.

Con todo ello, observamos un buen uso de texto, etiquetas y menciones por Linsey Addario, Vadim Ghirda y Wolfgang Schwan; y de texto y etiquetas por Anatolii Stepanov y Diego Herrera, quien también a menudo marca a personas y emplea la geolocalización. Un recurso este que utiliza Morenatti en casi todas sus publicaciones, al igual que el texto. Pero, sin duda, quien más y mejor uso de estas opciones hace es Marcus Yam.

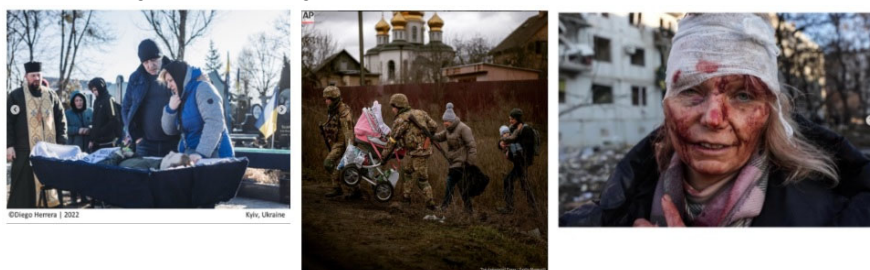
4.3. TEMÁTICAS REPRESENTADAS EN LAS PUBLICACIONES

El contenido temático de las imágenes y vídeos analizados permite conocer cómo han trabajado los fotoperiodistas en este conflicto bélico y a qué asuntos les han dado mayor protagonismo a la hora de publicar esas fotografías, teniendo en cuenta que la red social Instagram permite publicar un máximo de 10 fotos por publicación, aunque como hemos observado, en algunas ocasiones los periodistas gráficos Ghirda,

Morenatti, Schwan, Stepanov y Yam lo llegan a hacer en más de una ocasión al día.

De todas las materias, la más repetida por los fotoperiodistas son las personas (534 imágenes), en concreto en el 68,3% de los casos. Aparecen ciudadanos tanto vivos como muertos, en situaciones complicadas en la amplia mayoría de las ocasiones: aglomeraciones en estaciones de tren, despedidas de familias, huyendo de las tropas rusas, esperando en búnkeres, en entierros, etc. Además de la población civil, los soldados ucranianos también se muestran en diferentes momentos y escenarios bélicos. Posteriormente, otro tema muy usado en las publicaciones es el que se refiere a la destrucción de edificios y viviendas por impacto de misiles e incendios, donde en ocasiones se capta el drama de sus inquilinos y el trabajo de bomberos, ciudadanos y soldados ante estos hechos. Las 138 imágenes que hemos clasificado en este eje temático representan el 17,7% de la muestra analizada. La vida y/o soledad de pueblos y ciudades durante el conflicto es immortalizada en 73 imágenes (9,3% del total). Aquí se incluyen, por ejemplo, los atascos de coches por salir de las ciudades, los daños en carreteras y puentes, las calles vacías de personas, etc. Por último, en la categoría “Otros” (37 imágenes y 4,7% de la muestra) se incluyen objetos esparcidos por calles, paisajes, animales y aspectos varios.

FIGURA 1. Algunas de las imágenes analizadas.



Fuente: Diego Herrera, Emilio Morenatti y Wolfgang Schwan.

Todos los fotoperiodistas han dado más protagonismo a las personas en sus fotografías y vídeos con respecto al resto de temáticas, que casi siempre coinciden sucesivamente con las que hemos analizado arriba: destrucción de casas y edificios, vida y soledad en las ciudades y otro

tipo de imágenes. Las excepciones las encontramos en los casos de Emilio Morenatti y Wolfgang Schwan; en el primero por no registrar imágenes relativas a los destrozos ocasionados en viviendas, mientras que Schwan retrata más la pérdida de objetos y otros asuntos que lo que ocurre en las ciudades propiamente.

Al hilo de esto, apreciando la importancia que tienen las personas en estas fotografías —que además de en su categoría llegan a aparecer en otras, de fondo o sin gran protagonismo—, observamos que los periodistas gráficos cubren siempre la guerra con “perspectiva ucraniana”, esto es, con imágenes donde mayoritariamente aparecen civiles, militares y soldados de Ucrania, pero no así de Rusia. Como se contempla en algunas de las imágenes publicadas, los fotoperiodistas sí dan difusión al daño causado por los rusos, tanto a personas como a infraestructuras y edificios. Además de esto, Ghirda recoge 14 fotografías de vehículos y lanzacohetes rusos destruidos, Schwan plasma en una imagen la captura de un prisionero de guerra ruso; Stepanov —quien hace una mayor cobertura del ejército ucraniano, probablemente por ser ciudadano de este país— publica 2 fotos de un tanque ruso ardiendo, así como una fotografía y un vídeo donde aparecen soldados rusos muertos; y Yam, que también muestra 2 escenas con cuerpos muertos de soldados rusos y otra fotografía de un misil roto de este país.

5. DISCUSIÓN

Tras el análisis de las 128 publicaciones registradas en Instagram desde el 24 de febrero al 24 de marzo de 2022, con sus 782 fotografías y vídeos, se aprecia el desigual empleo que los 7 periodistas gráficos elegidos dan a esta red social, donde se prefiere la fotografía de forma clara antes que el vídeo. Todo ello a pesar del emergente consumo de material audiovisual que en los últimos tiempos caracteriza a Instagram.

El drama de la guerra, la cercanía de las tropas rusas, el miedo a ataques, las barreras idiomáticas o simplemente la problemática para acceder a Internet en tales circunstancias, entre otros posibles asuntos, pueden influir en las publicaciones registradas por cada uno de los fotoperiodistas, observando una evidente disparidad a la hora de difundir tales imágenes.

Interesante resulta el caso de Marcus Yam, que registra un mayor número de publicaciones y que lo hace a modo de diario, como un instablog, esto es, “la forma de usar la red social Instagram a modo de blog” (Cartes-Barroso, 2020: 25).

Igualmente ocurre cuando se trata de incorporar opciones que complementen o contextualicen mejor dichas publicaciones, siendo el texto y las etiquetas, por ese orden, las herramientas preferidas por los periodistas gráficos. Menos importancia parecen tener las menciones y las etiquetaciones a otras cuentas —preferentemente a los medios para los que trabajan los fotoperiodistas—, así como la geolocalización y los emojis.

Todos los fotoperiodistas, a excepción de Morenatti, hacen un buen uso de las principales opciones resaltadas para complementar las publicaciones: texto y etiquetas. Ya las menciones y la posibilidad de geolocalización se dan en menos periodistas gráficos. Particularmente, consideramos que un mayor empleo de etiquetas, con palabras clave más extensas, podría ayudar a difundir aún más el trabajo de los profesionales del periodismo gráfico. Lo mismo con menciones y la posibilidad de etiquetar a instituciones y colectivos, donde, si se usa, se pueden estrechar relaciones, agradecer y mejorar la autopromoción personal. En medio de una guerra, el tema de la geolocalización puede servir para dar una información extra a los seguidores de las cuentas de Instagram, además de ubicar el lugar de los hechos. Pero también, si esta es muy específica, puede ser contraproducente de cara a un posible ataque contra la población civil o militares. No obstante, aunque no se use todo lo que se debiera, en los textos los fotoperiodistas suelen incluir su posición.

Con respecto a las temáticas representadas en las imágenes, se abordan fundamentalmente escenas donde el ser humano es protagonista a la hora de inmortalizar la guerra de Ucrania en las cámaras, en ocasiones invadiendo incluso su intimidad personal, aunque desde un prisma periodístico llega a imperar su carácter documental e informacional, que es superior. Se da el caso, igualmente, de que la red social marca 13 fotografías como de “contenido delicado” por aparecer imágenes de personas muertas —Addario (3), Ghirda (3), Schwan (3), Yam (2), Herrera (1) y Stepanov (1)—. Y se hace mostrando la tristeza y desesperación de los ciudadanos, la larga espera y la resignación ante la situación

vivida y no deseada. Los efectos de los ataques en edificios y viviendas también resultan interesantes para la cámara de los periodistas gráficos, en muchas ocasiones mostrando el drama de sus moradores o el trabajo ciudadano. La devastación o la normalidad en la vida de las ciudades es otro de los temas estrella, junto con otros asuntos de variado tipo. Unas imágenes que han trascendido más allá de esta red social u otras donde los periodistas tengan presencia, al ser viralizadas y llegar a aparecer en las portadas de los principales diarios mundiales y también en cadenas televisivas internacionales.

Pero esta cobertura queda algo incompleta, pues ninguno de los fotoperiodistas contemplados —al menos durante el periodo analizado— muestra imágenes de las tropas rusas durante los enfrentamientos, bien por imposibilidad o por miedo, pues al redactar estas líneas habría que recordar que una decena de profesionales del periodismo habían muerto durante el conflicto, entre ellos el fotoperiodista ucraniano Maksim Levin. Marcus Yam, en una publicación registrada el 14 de marzo, expone una oportunidad perdida para inmortalizar este asunto:

Russian soldiers came from behind us. Caught us by surprise. Missed chance to photograph. Regrets. Sidestepped into a doorway. Homeowner ushered us to hide inside. Soldiers stroll past. We remain silent. Windows can reveal us. Searching for a signal. No luck.

6. CONCLUSIONES

La fotografía de guerra tiene un amplio recorrido histórico, desde mediados del siglo XIX hasta la actualidad, con notable presencia en la prensa durante todas estas décadas. Pero en los últimos años su difusión se ha visto impulsada por el uso de las redes sociales por parte de los fotoperiodistas. Un nuevo trampolín para que su trabajo sea conocido prácticamente en todo el mundo y con numerosas opciones en cuanto a producción y edición. Pero ¿realmente los periodistas gráficos usan Instagram de forma eficaz?

En esta investigación se ha observado la variedad y variabilidad en el empleo de opciones complementarias, algunas de ellas (textos, etiquetas y menciones) más empleadas que otras (geolocalización y emojis). Por

ello, confirmamos la primera de las hipótesis, toda vez que los fotoperiodistas disponen de herramientas para difundir y viralizar aún más su trabajo, pero no aprovechan todas las posibilidades de Instagram. Además, se verifica la segunda hipótesis al destacar la clara apuesta de los fotoperiodistas seleccionados por la fotografía, que suele aparecer preferentemente a modo de galerías, más que de forma individual. Algo lógico si se tiene en cuenta el recorrido de los periodistas gráficos, pero en plena era audiovisual llama la atención el escaso empleo del vídeo.

Y, finalmente, también comprobamos la tercera hipótesis, al constatar el protagonismo del ser humano en estas imágenes, mayoritariamente el pueblo ucraniano. Y es que estas fotografías de guerra son un buen aliado para visibilizar conflictos bélicos contemporáneos como el de nuestro objeto de estudio, informando y mostrando una realidad difícil y que, además, pueden ayudar a construir la paz. Los fotoperiodistas immortalizan con sus cámaras la ausencia y pérdida de derechos humanos de las personas, poniendo en primera fila mediática lo testimonial, lo que ocurre en esta zona del mundo. Con el apoyo de redes sociales como Instagram —ya sea para difundir el trabajo o como autopromoción— se constata una vez más la importancia que tienen estas fotografías como documentos del horror.

7. REFERENCIAS

- ACNUDH – Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (2022, 27 de mayo). Ucrania: actualización de las víctimas civiles 27 de mayo de 2022. <https://bit.ly/3wSVZ5R>
- Alper, M. (2014). War on Instagram: Framing conflict photojournalism with mobile photography apps. *New Media & Society*, 16(8), 1233-1248. <https://doi.org/10.1177/1461444813504265>
- Baeza Gallur, J. (2007). Por una función crítica de la fotografía de prensa. Gustavo Gili.
- Benedito Martínez, A. (2016). Fotoperiodismo en redes sociales: Tendencias, usos y funciones. [Trabajo Final de Grado, Universitat Jaume I]. Repositorio Universitat Jaume I. <https://bit.ly/3IPxXUi>
- Bernabé-Crespo, M. B. (2020). Fronteras ocultas en la zona gris europea. *Geopolítica(s). Revista de estudios sobre espacio y poder*, 11(2), 259-285. <https://doi.org/10.5209/geop.64580>

- Cartes-Barroso, M. J. (2020). Las posibilidades del instablog como recurso didáctico para la enseñanza en periodismo. En M. J. Cartes-Barroso, N. García-Estévez, J. M. Gómez-y-Méndez, A. Román-San-Miguel, M. Sobrados-León y M. C. Turón-Padial, *Dinámicas de Innovación Docente en Periodismo y Publicidad* (pp. 15-43). Fragua.
- Lavín de las Heras, E. y Römer Pieretti, M. (2015). Fotoperiodismo con el móvil: ¿el fin o reinención de los fotógrafos de prensa?. *Fotograma*, (11), 189-214. <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2015.v0i11.6080>
- López Canorea, A. (2022). *Ucrania: el camino hacia la guerra. Descifrando la guerra*. La Esfera de los Libros.
- Marcos Molano, M. y Tagarro, A. (2019). La mirada hipermétrope: el fotoperiodismo en la era de las redes sociales. *Fotocinema*, (19), 175-188. <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2019.v2i19.6651>
- Morales, J. (2016). Ucrania entre Occidente y Rusia: la dimensión internacional del conflicto. En R. Ruiz Ramas (Coord.), *Ucrania. De la Revolución del Maidán a la Guerra del Donbass* (pp. 265-293). Comunicación Social.
- OIM – Organización Internacional para las Migraciones (2022, 24 de mayo). La OIM intensifica el seguimiento del desplazamiento regional en respuesta a la guerra en Ucrania. <https://bit.ly/3wUzBcr>
- Rodríguez, V. (2022, 25 de febrero). *CRONOLOGÍA. Fechas clave del conflicto entre Rusia y Ucrania que ha acabado en guerra*. Eldiario.es. <https://bit.ly/3Gw3HYi>
- Rodríguez Merchán, E. (1992). *La realidad fragmentada. Una propuesta de estudio sobre la fotografía y la evolución de su uso informativo*. [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. E-Prints Complutense, Repositorio Universidad Complutense de Madrid. <https://bit.ly/3PGE378>
- Sánchez Vigil, J. M. (1999). *El universo de la fotografía*. Prensa, edición, documentación. Espasa Calve.
- Vázquez-Herrero, J. (2019). Redes, filtros y algoritmos: aproximación al fotoperiodismo en Instagram. *Razón y Palabra*, 23(106), 272-289. <https://bit.ly/38qp5RW>