

Ética e imágenes de la ayuda humanitaria

por Gilbert Holleufer

Está llegando la sociedad de la información que antaño nos prometían y, en esta sociedad del predominio mediático, los cambios que nos ha traído el auge de las tecnologías de la imagen, incluidas todas las categorías, obligan al conjunto de lo que se solía llamar «la prensa» a redefinirse, a reinventar su deontología y sus métodos de trabajo. Solo volviendo a colocar la imagen en el movimiento global de la información, y especialmente en su relación con los medios escritos, se puede medir lo que está en juego. Nuestra visión del mundo está cada vez más moldeada por las imágenes televisivas y fotográficas que señorean el espacio público. Es tan grande la influencia de la imagen que se puede afirmar, como señalan muchos analistas, que está reemplazando a la realidad: hoy existe únicamente lo que está autenticado, certificado y valorizado por la cámara y la pantalla de televisión. Por lo tanto, en el desfile de imágenes, todo lo que no haya sido filmado, fotografiado y difundido queda al punto aniquilado, reducido a la inexistencia social. ¿Cuál es, pues, el secreto de la irresistible fuerza de las imágenes?

La imagen crea valores. La imagen engendra simpatía o rechazo. La imagen se dirige a la imaginación, apela a la emotividad y estimula la conciencia; en resumen, la imagen *moviliza* la conciencia, porque se jacta de dar testimonio sin afeites de la cruda realidad, de la indiscutible realidad de lo vivido. Ahí reside toda la ambición de la televisión, de ahí saca su misión; y eso es lo que hace decir a Régis Debray que «la televisión tiene predilección por la ayuda humanitaria porque une lo edificante al episodio de la vida real». En efecto, con el correr de los años,

las imágenes de la acción humanitaria han conquistado el espacio mediático y la imaginación colectiva. Está en el programa de todos los telediaristas, y se ha asegurado un lugar destacado en el mundo del reportaje fotográfico. La acción humanitaria es, sin duda, el ámbito que permite combinar óptimamente dos elementos que son la fuerza de las imágenes: la realidad de los hechos y la causa moral que implican; el drama y la acción bienhechora; el mal y el bien.

Pero, en este grado de interacción entre los hechos y la moral, quienes proporcionan imágenes de la ayuda humanitaria tienen una gran responsabilidad ética, una responsabilidad que comparten los intermediarios profesionales y las organizaciones humanitarias. Porque, en el fondo, ¿qué justificación moral se tiene para exhibir en la pantalla, noche tras noche, noticias de «última hora» expeditivas, donde se agolpan multitudes hambrientas, cadáveres y escenas de horror, renovadas diariamente? ¿Qué justificación se aduce para difundir unas escenas y no otras? Además, ¿se explica verdaderamente lo que se muestra? Muy a menudo, las legítimas cuestiones morales que el telespectador, o el lector, se plantea al ver esas imágenes de tragedias humanas reciben, por lo que se ve, una respuesta insatisfactoria. Cada vez con mayor frecuencia, los medios informativos se limitan a una «cobertura» —nunca mejor dicho— demasiado superficial de los problemas humanitarios y de las situaciones de conflicto armado: ya que poniendo de relieve las imágenes que chocan, solo se resalta la superficie de los problemas reseñados. Por lo que respecta a los organismos caritativos, la competencia que reina en el «mercado humanitario» favorece una lamentable tendencia a apelar a los buenos sentimientos, a impulsar la publicidad institucional y a promover las propias acciones. Y a considerar la imagen de las víctimas y de las atrocidades como el instrumento de la promoción de las organizaciones humanitarias. Obcecados por los intereses perseguidos, quienes así se comportan olvidan que difunden imágenes de seres humanos y que, al componerlas, es imperativo respetar la dignidad del «motivo».

Yendo de lo general a lo particular, se pueden, pues, identificar tres tipos de desvíos que reflejan el desafío ético que nos plantea la explotación de las imágenes humanitarias en el mundo de la información:

- *La selectividad de las informaciones.* ¿Con qué derecho se destaca tal situación en vez de otra? ¿Por qué Bosnia está omnipresente, en detrimento de los conflictos que asolan Afganistán, Angola o Camboya? ¿Por qué las agencias informativas, que se quejan de presupuestos insuficientes para cubrir todo el mundo, invirtieron fortunas, incluso todos sus recursos, para cubrir solo la guerra del

Golfo? Todo esto manifiesta los efectos nefastos de la competencia en el ámbito de la información, donde los más fuertes deciden las opciones por todos los demás.

- *La aceleración de la información.* La tiranía del tiempo real, las hazañas técnicas de la retransmisión en directo dan lugar a un efecto de aceleración, que ha conducido a lo que se llama la *sobreinformación*: una ingente cantidad de imágenes en directo inunda las pantallas de televisión, de tal modo que satura las conciencias y termina por dejarnos indiferentes. De hecho, el tiempo real tiene el efecto perverso de imposibilitar toda interpretación: el acontecimiento está ahí, sea demasiado pronto sea demasiado tarde, pero, en todo caso, desaparecen la distancia crítica y el análisis. ¿Cómo hacerse así una idea racional de las cosas? ¿Cómo puede un político tomar una decisión en esa ubicuidad inmediata? Se ha abolido el tiempo de reflexión por esta sobrepuja de imágenes en directo que acaba con el comentario, con la investigación que dio gloria a los periodistas de Watergate. ¿Qué beneficio sacaron los millones de telespectadores de CNN de los estados de ánimo, en tiempo real, de Peter Arnett, que filmaba y comentaba lo que veía desde la habitación de su hotel en Bagdad, durante la guerra del Golfo? ¿Cuántas imágenes en directo! Pero, ¿dónde estaba la información? ¿Es realmente todo esto «demasiado complicado para el público», como se dice a veces? Lo esencial parece ser presentar, visualizar, ofrecer imágenes, y ya no hacer comprender. El medio se convierte en fin. Tal ausencia de interpretación, de matices, terminará por *disecar* un estereotipo aterrador: la división de la humanidad en dos partes desiguales ante el destino: los que sufren, que, fatalmente, son víctimas de «salvajes», y los que no lo son. A estos últimos les tranquilizan las imágenes de un mal que solo afecta a los demás y cuya solución providencial es la ayuda humanitaria, que acalla la conciencia. Una visión del mundo fatalista y estereotipada de la asistencia humanitaria que da lugar a todas las abdicaciones; ¿cuántas veces no se ha oído comentar, acerca de Somalia o de Yugoslavia, que son «pueblos que, de todas maneras, siempre se han peleado y que seguirán haciéndolo»?
- *El voyeurismo de la información.* ¿Se deben mostrar todas las imágenes y se puede mostrar todo mediante imágenes? El proceso de la imagen de choque no es reciente, y el malestar adquirió una amplitud sin precedentes con la retransmisión de la agonía de la niña Omayra Sánchez, en el lodo, el año 1985, de la que todos nos acordamos. El testimonio de la televisión y del reportaje gráfico, incitado por la lógica del tiempo real y de lo espectacular, cae con demasiada faci-

lidad en una escalada en la representación de las atrocidades que sufren los seres humanos. ¿Dónde está el respeto de la dignidad de la persona cuando se muestra a las víctimas sufriendo, sin explicar las causas de su sufrimiento? ¿O cuando se muestra como fantasmas errantes, condenados a la suciedad, perdidos por adelantado y enteramente dependientes de la ayuda humanitaria, a seres que luchan denodadamente por su supervivencia en complejas situaciones de crisis? Y el arte fotográfico estetiza este sufrimiento, sabe escenificarlo mediante efectos de «composición». Recientemente, un editor neoyorquino alababa a un fotógrafo cuyas fotografías de Ruanda se basaban en una estética de la correlación de la muerte, del sufrimiento y de la suciedad. En el horizonte de esos clichés, de ese culto de la visibilidad en sí, se cierne el peligro de una *obscuridad* que ya no tiene en cuenta la dignidad humana.

El reto es considerable. Los tres riesgos de desvío antes mencionados exigen una reacción organizada en el plano ético.

A la selectividad de la información debe contraponerse una *ética de la visión*; es decir, una actitud basada en el análisis global del estado del mundo humanitario que permite determinar prioridades en función de otros criterios que no sean los intereses de los índices de audiencia ni de los intereses políticos y de promoción tradicionales. Una actitud que redefine la misión de los proveedores de imágenes, y que no se contenta con mostrar, en desorden, los fragmentos de una realidad, sino que, en esta época de comunicación planetaria, se esfuerce por mantener un equilibrio cuando da testimonio de los acontecimientos. Bosnia, pero también Kurdistán, Sudán, Sierra Leona, Afganistán y Angola.

A la tiranía del tiempo real hay que contraponerle una *ética del entretencimiento*, que restaure el tiempo de la reflexión: hay que tomarse el tiempo para explicar, mucho más que emitir imágenes. Hay que tomarse el tiempo para diversificar y equilibrar los puntos de vista mediante las propias imágenes, y restablecer la información del ciudadano, y no la economía de medios, como objetivo final de la producción de imágenes.

Y, hay que contraponer una *ética de la dignidad humana* al desvío hacia la obscenidad de las imágenes de las víctimas de esas crisis. Atrapadas en una situación compleja y cruel, las víctimas son seres humanos: se puede, claro está, mostrar su sufrimiento, pero no de manera indecente, sino respetando al ser humano. Esos hombres y esas mujeres no son los «iconos del dolor», sino que tienen ideas, emociones, esperanzas, vivencias, y son a menudo los primeros *copartícipes* de la ayuda humanitaria. Hay que darles la palabra, revelar los esfuerzos, a veces denodados, de

los afectados para valerse por sí mismos; su alegría de vivir en los momentos de respiro que logra procurarse; su valentía y su nobleza ante el sufrimiento y los peligros que los amenazan.

Es un amplio programa, que exige, ante todo, un diálogo intensivo entre los intermediarios profesionales y las organizaciones humanitarias. Estas elaboran, cada vez más, códigos de imagen y de mensaje basados en la experiencia y que son esenciales para afrontar los desafíos éticos que se plantean.

Ante la violencia arbitraria y los atropellos, no hay nada peor que la ausencia de examen, de testimonio y de imágenes movilizadoras. Pero, cabe preguntarse si más vale cualquier imagen que ninguna. Hay que restablecer una noble tradición de la imagen, que no podría, sin duda, existir sin el arte del comentario, del análisis, del relato. La imagen sola ciega la inteligencia. En el fondo, intentar disociar la imagen de la palabra, la imaginación del raciocinio, es jugar a aprendiz de brujo: para *actuar*, el ser humano siempre ha necesitado ambas.

Gilbert Holleufer es encargado de Investigación, Desarrollo y Asesoramiento en Comunicación de la Dirección General del CICR.