



Ayúdame
A MIRAR

5^a
EDICIÓN

La biblia del reportaje gráfico

Tino Foriano

photo
CLUB

Premio Nacional Confederación Española de Fotografía (CEF)
Mejor Libro de Fotografía 2020

Índice

19 **Introducción. Las claves de una profesión que se desvanece**

PRIMERA PARTE. EL COLECCIONISTA DE EMOCIONES

23 **Capítulo I. Bienvenido al club de los sufridores.** Una descripción realista de lo que puede ser el futuro para los que anhelan obtener un buen reportaje gráfico.

27 Reflexiones básicas sobre el acto de fotografiar

31 **Capítulo II. ¿De verdad quiere ser reportero?** Requisitos y dificultades para los aspirantes a fotoperiodistas.

33 La opinión de algunos fotógrafos de Magnum

35 ¿Por qué no otra profesión más estable?

38 Motivaciones y desafíos si aspiras a profesionalizarte

40 Las cualidades para ser reportero

43 Fotografiar a Brigitte Bardot

45 Los requisitos esenciales según Mark Twain

47 El espíritu del reportero

48 Anécdotas de una casta singular

51 Descendientes de Frankenstein

53 Otras cualidades imprescindibles para documentar el mundo

54 Las ocho recomendaciones de Steve McCurry

56 Solo cuentan los resultados

57 Fotografiando en la cocina

59 Prototipos de fotógrafo según Frilet y Morvan

60 Argumentos para no ser fotoperiodista

63 Varias razones para amar esta profesión en palabras de los grandes maestros

67 ¿Cuánto tiempo hace falta para ser buen fotógrafo?

70 Mujeres reporteras

73 El trabajo personal

77 Un respetuoso aviso a navegantes

79 Capítulo III. ¿En plantilla o por libre? Diferentes opciones para trabajar asalariado o como fotógrafo independiente.

- 79 Agencias de archivo
- 83 Agencias de reportaje gráfico
- 85 Agencias cooperativas
- 88 Agencias de noticias
- 93 Fotógrafo de prensa diaria
- 95 Reportero autónomo
- 98 Sobrevivir como *free lance*
- 100 Relacionarse con los medios
- 102 La organización del *free lance*

105 Capítulo IV. ¿Fotoperiodista o ilustrador? La importancia de superar los condicionantes técnicos para lograr un nivel superior.

- 106 Tipología de los fotoperiodistas
- 107 Pero, exactamente, ¿quiénes somos?
- 109 ¿Fotógrafo o ilustrador de textos?
- 112 ¿Fotoperiodismo o fotoilustración?
- 114 ¿Fotografiar informando o informar fotografiando?
- 115 ¿Qué debería aportar una foto documental?
- 118 Técnica, comunicación y lenguaje personal
- 121 El poder de las fotos
- 124 Manipulaciones y símbolos
- 127 La importancia de conseguir una exclusiva
- 129 La cualidad más importante de un reportero

131 Capítulo V. ¿Documentalista o artista? Se describen de manera genérica las características más relevantes de la fotografía documental, ahondando en las razones por las que solo unas pocas imágenes trascienden la representación de lo real y alcanzan una cota superior.

- 133 El lenguaje de la fotografía
- 135 Tipos de imágenes
- 137 El cerebro fotográfico
- 139 ¿Es arte la fotografía?
- 142 ¿Son arte los registros documentales?
- 144 Veredictos polémicos, lenguajes rejuvenecidos
- 146 Suerte versus talento
- 147 Las fotografías y el paso del tiempo
- 149 Receta para una imagen valiosa
- 150 Estrategias para fotodocumentalistas

153 Capítulo VI. La elección del tema. Consideraciones importantes para hallar una historia que sea atractiva y resolverla.

- 154 Una idea brillante y tiempo por delante
- 156 Radiografía de un tema ganador
- 158 Las fotografías apropiadas
- 160 A la búsqueda de una historia insólita
- 161 El ensayo fotográfico
- 165 ¿Ensayo fotográfico o fotografía documental?
- 167 La filosofía del ensayo fotográfico
- 168 La presentación del reportaje
- 169 Objetivo: sorprender a la audiencia
- 171 ¿Qué imágenes gustan a los lectores?
- 173 El reconocimiento de lo cotidiano

175 Capítulo VII. Vamos a explicar historias. Cualidades que ha de tener un buen reportaje y las características para difundirlo con efectividad.

- 176 Fotografías que dejaron huella
- 178 El arte de explicar un evento
- 180 Características de un reportaje
- 182 ¿Es preciso ceder a la comercialidad?
- 183 La dificultad de publicar
- 186 La tiranía de la publicidad
- 188 Algunas sugerencias para reportajes
- 189 ¿Ambiguo o preciso?

SEGUNDA PARTE. EL COMPROMISO FOTOGRAFICO

195 Capítulo VIII. El acto fotográfico. Consideraciones técnicas y conceptuales antes de oprimir el disparador.

- 197 Explorando el mundo con una cámara
- 201 Documentarse antes de fotografiar
- 202 La aproximación a las personas
- 205 Fotografía y espontaneidad
- 207 Las primeras fotos robadas
- 208 ¿Cazar o pescar fotografías?
- 210 El instinto para prever los acontecimientos
- 213 El reconocimiento de la representación
- 214 La distancia de trabajo
- 216 La complicidad con el motivo
- 218 La elección del punto de vista

220	La capacidad de concentrarse
222	La foto ideal
223	Anatomía del acto fotográfico
227	¿Interpretar o describir?
229	Experiencia, contenido y un pequeño segundo de eternidad
231	¿Cuántas tomas hacen falta para una buena foto?
233	Fotografía callejera
235	Capítulo IX. El fotoperiodismo como religión. ¿Una fotografía es la respuesta a las inquietudes de su autor? ¿Cómo reaccionan los modelos? Un repaso a los derechos de imagen de las personas.
237	La responsabilidad de oprimir el disparador
241	Fotografiar en la tragedia
244	¿Informar vulnerando el derecho de intimidad?
246	Tu vida no vale nada, reportero
247	El derecho a informar versus los derechos sobre la propia imagen
251	Fotografía y objetividad
253	Cuando la picaresca se ceba en el fotógrafo
257	Los límites al derecho de la propia imagen
261	Cláusulas que restringen responsabilidades
263	Fotografías de reportaje en los medios publicitarios
265	El derecho a la imagen en la legislación española
268	Sentencias conflictivas
270	Derechos y límites del periodismo gráfico
274	¿Los edificios poseen derechos de imagen?
277	Qué se puede fotografiar y qué no, según las leyes españolas
283	Capítulo X. La ética y sus consecuencias. A pesar de que se sumerja ocasionalmente en los aspectos más oscuros de la conducta humana, el proceder del reportero debería prevalecer por encima de cualquier interés.
285	La ética como necesidad
287	Las adversidades sociales, ¿un filón para el fotoperiodismo?
290	¿Arte, condecoraciones o información?
295	¿Son efectivas las fotografías catastrofistas?
297	Sensacionalismo, capital y violencia
300	El impacto de las fotografías en la opinión pública
302	Nuevas miradas para viejas historias
304	Fotógrafos que aportan ideas
308	¿Testimonios comprometidos o coleccionistas de distinciones?
310	La mala prensa
312	El compromiso de captar la historia

316	Posar para la posteridad
317	Manipulación de las imágenes
320	Sobre la ética
324	¿Es lícito alterar una situación?
327	¿Ejemplo de manipulación la <i>Muerte de un miliciano</i> ?
333	Cuando el fotógrafo organiza

TERCERA PARTE. EL CAMINO A LA PROFESIONALIZACIÓN

337	Capítulo XI. Editar: la elección sin sentimentalismos. Es tan complicado conseguir buenas fotos como escoger las imágenes apropiadas.
338	Criterios para seleccionar las imágenes
341	Consejos prácticos para editar
345	La mirada de los expertos
346	Cómo seleccionar las mejores fotos
349	Las decisiones de los editores
351	Qué aportan el editor y el fotógrafo
353	La propuesta perfecta
354	La presentación del porfolio
358	¿Y por qué no un libro?
361	Capítulo XII. El arte de inventarse uno mismo. El reportero independiente tiene que recordar constantemente al mundo que continúa en activo.
363	Fabriquemos el fotógrafo perfecto, el mito de Robert Capa
366	Las claves del éxito
367	Las cualidades de un triunfador
369	El imprescindible autobombo
371	El posicionamiento en internet
377	Alternativas para generar nuevas ganancias en una profesión en declive
382	Búsqueda de becas y otras ayudas
384	¿Por qué construir una marca?
387	Generar ingresos económicos desde la web
388	El impacto de la web
391	Fotógrafo con experiencia
393	Capítulo XIII. Nuestro buen amigo el cliente. Ventajas y desventajas cuando se vende un reportaje, así como posibles recetas para paliar el desamparo del fotógrafo freelance.
394	No todos los clientes son buenos
395	Las revistas, a examen

- 397 Una buena reputación
- 399 ¿Quién es el propietario del material publicado?
- 401 Concursos y cláusulas abusivas
- 403 Fotografía y derechos de autor
- 404 Obra fotográfica y mera fotografía
- 406 Registro y reclamación de las fotografías robadas
- 410 Impedimentos con las fotografías que se toman en la calle
- 411 Albaranes, contratos y autorizaciones del modelo

- 415 Capítulo XIV. Vender el reportaje.** Cuando no se vive del aire hace falta mantener un saldo positivo en la cuenta corriente para afrontar los gastos de futuras producciones.

- 416 Carta de Robert Capa a George Rodger
- 418 «Vendo, luego existo...»
- 422 ¿Intermediarios o trato directo?
- 424 Ventas por agencias de archivo
- 426 Los circuitos artísticos
- 430 El precio de tu trabajo

- 433 Capítulo XV. El futuro del fotoperiodismo.** ¿Cómo evolucionará el fotoperiodismo? Analizamos las opiniones y las reflexiones de los profesionales para ver qué nos espera.

- 437 Una profesión con fecha de caducidad
- 439 ¿Un declive anunciado?
- 443 Vivir de la fotografía hoy
- 446 ¿Qué pasará con las agencias?
- 449 El estado de la fotografía según la Fundación WPP y la Universidad de Stirling
- 450 Las predicciones de los expertos

CUARTA PARTE. ANEXOS

- 461 Anexo I.** Becas y ayudas para fotógrafos
- 465 Ayudas alternativas para proyectos personales
- 465 Seguros de cámara

- 467 Anexo II.** Posicionar la marca en internet
- 469 Anexo III.** Acciones disuasorias cuando alguien se ha apropiado de material intelectual

- 473 Anexo IV.** Abogados especializados en derechos de autor y protección de la propiedad intelectual

- 475 Anexo V.** Modelos de albaranes y de autorización de los derechos de imagen
- 479 Anexo VI.** Ejemplo de cálculo para determinar los costes laborales
- 481 Anexo VII.** Cómo revisar un contrato
- 483 Anexo VIII.** Facturas sin cotizar como autónomo
- 485 Anexo IX.** Derechos y obligaciones de los clientes y de los fotógrafos

- 489 Bibliografía**
- 493 Fotografías**
- 541 Créditos**
- 545 Sobre el autor**

Motivaciones y desafíos si aspiras a profesionalizarte

«La fotografía es una posibilidad de satisfacer una curiosidad insaciable».

Gillhausen

Más que talento, la originalidad de su mirada podría ser la clave para entender la obra de diferentes fotógrafos. Aunque todos tengan en común que usan una cámara para realizar su trabajo; los que destacan la entienden como una mera herramienta de expresión personal: «Hemos pasado del fotógrafo que se hace a sí mismo, y que necesita que suceda algo delante de la cámara para hacer fotos, a un fotógrafo con formación sólida. Los fotógrafos van a ser una élite que combinan técnica y discurso intelectual», auguraba **Miguel González**, director de las agencias Cover y Contacto en España y antiguo profesional que, por su experiencia, conoce bien los entresijos del reportaje.

En todo caso la fotografía es una excusa para descubrir el mundo, si bien a menudo aporta nulas posibilidades de enriquecimiento. Mientras que los aficionados disfrutan con la práctica, la obligación de obtener beneficios exige al profesional estar pendiente de una mínima oportunidad de negocio o desarrollar una acertada visión comercial para materializar cualquier proyecto. El fotógrafo autónomo tiene que ser, además de hábil en su oficio, un buen empresario. Y puesto que hay miles de millones de imágenes accesibles por cuatro chavos o incluso gratis en la red, si lo contratan es porque se espera de él una propuesta original.

Para los que opten por arrojarse al ruedo y abandonar su actual ocupación, a menudo alejada de la fotografía, el matrimonio **Purcell**, una pareja norteamericana que vivía del siempre atractivo trabajo de tomar imágenes en destinos turísticos, proponía una fórmula para determinar el momento más idóneo de iniciar una aventura profesional: «No deje su trabajo hasta que sea capaz de ingresar por lo menos la mitad de lo que necesita haciendo tareas esporádicas como fotógrafo». Es preciso estar seguro de que a cambio de sus servicios, el profesional en ciernes obtendrá el dinero indispensable para vivir, para producir nuevos reportajes y para costearse un equipo fotográfico y otros accesorios que caducan con facilidad.

Empezar una singladura siempre es complicado, sobre todo cuando se trata de una profesión poco reconocida socialmente,² sin grandes planes de estudios universitarios y un aprendizaje limitado a la oferta de unas pocas y a menudo caras instituciones privadas. Además es fácil que cualquiera se autoproclame fotógrafo convencido de que, como afirmaba Kodak en los tiempos del *Far West*, tan solo tienes que apretar un botón para ganar dinero, adulado por los múltiples «me gusta» de las redes. Y es que la vanidad, aparte de que es el enemigo más terrible del buen hacer, es fácil cultivarla en un oficio que consiste en mostrar tu universo creativo a los demás.

Paco Elvira, pionero del fotoperiodismo en España, al recordar sus primeros años de trabajo en la década de los setenta del siglo pasado, corroboraba esa percepción generalizada de que vivir del reportaje es una tarea fácil:

El escritor Xavier Vinader y yo estuvimos un mes viajando por Asia, trabajando para la revista *Interviú*. En aquella época no existía el turismo masivo a lugares como Mongolia; de manera que nos sorprendió encontrar un grupo de norteamericanos por allí. Eran todos multimillonarios que realizaban un viaje «exótico» que, por descontado, les había costado un ojo de la cara. Cuando se enteraron de mi profesión y me vieron con la cámara, uno de ellos no pudo evitar el comentario: «¡Y encima te pagan para que estés aquí tomando fotos...!».

Además, hace falta mucho más que estudios especiales para ejercer con acierto la fotografía profesional. **Kosti Ruohomaa**, un colaborador de *LIFE* afincado en Maine y célebre por su obra inspirada en la cotidianidad de la isla de Monhegan, describía con estos términos, hace innumerables décadas,³ la preparación que se necesita para ser un reportero profesional: «Los jóvenes fotógrafos deberían saber que es preciso educarse en las artes, en las ciencias y en las humanidades, de manera que puedan aportar entendimiento e inteligencia a cada propuesta. Cada encargo es un nuevo reto y un relato para nueva gente. Nunca lo podrán contar a menos que tengan una mente abierta, receptiva, indagadora y bien entrenada. Este es el secreto para ser reportero».

A los jóvenes les induce estudiar fotografía una cierta aureola aventurera, fácilmente atribuible a los fotoperiodistas. Pero hay pocos **Javier Bauluz**, **Manu Brabo**, **Gervasio Sánchez**, **Guillem Valle**, **Ricard García Vilanova**, **Walter Astrada**, **Álvaro Ybarra Zavala**, **Sergi Cámara**, **Rafael Fabrés**, **Bernad Armangué**, **Jordi Pizarro**, **Ana Palacios**, **Javier Arcenillas**, **Anna Surinyach**, **Rafael Trobat**, **Daniel Ochoa de Olza**, **Pedro Armestre**, **Enric Martí**, **Santi Palacios**, **David Airop**, **José Cendón**, **Arturo Rodríguez**, **Moises Saman**, **Carlos de Andrés**, **Maysun Abu Khdeir**, **Jordi Borràs**, **Antonio Aragón Renuncio**, **Diego Ibarra**, **Jordi Busqué**, **Luis Tato**, **Núria López Torres**, **Sebastián Liste**, **Andrés Martínez Casares**, **Clemente Bernad**, **Jordi Oliver**, **Carlos Spottorno**, **Antonio González Caro**, **Kim Manresa**, **José Colón**, **Javier Corso**, **Álvaro Leiva**, **Ofelia de Pablo**, **Javier Zurita**, **Judith Prat**, **Andoni Lubaki**, **Matías Costa**, **Sergio Caro**, **Lurdes Basolí**, **Alfons Rodríguez**, **Olmo Calvo**, **Ricky Dávila**, **Xurxo Lobato**, **Lorena Ros**, **Cristina de Middel**, **Alberto Prieto**, **Francisco Ontañón**, **Pepe Ortega**, **Emilio Morenatti**, **Fernando Molerés**, **Pep Bonet**, **Tomàs Abella**, **Samuel Aranda**, **Susana Vera** o **Rodrigo Abd** por citar a bote pronto recientes fotógrafos españoles laureados, cuyos nombres acuden a mi cabeza mientras trabajo en estas líneas.

² Recuerda que ostentaba el 189 sobre 200, según el *Wall Street Journal*.

³ Murió en 1961.

Si te aproximas a uno de ellos, solo varía tu conducta y ensaya una aproximación diferente. Los autores destacados aportan, habitualmente, un punto de vista original: «Como fotógrafo no es posible estar cerca de los demás fotógrafos —su-gería **Tom Stoddart**—. Lo mejor es pensar: ellos van hacia allí, pues yo voy hacia acá». Es fácil distinguir cuando alguien tiene madera. No es complicado. Si ves que un fotógrafo tiene las rodillas sucias, es bueno.

Argumentos para no ser fotoperiodista

«Peor sería tener que trabajar».

Ben Bradlee, *The Washington Post*

Cualquier aspirante a vivir del reportaje gráfico debería prepararse con meticulosidad si está verdaderamente dispuesto a quemar las naves. Fotografar es como conducir. Primero hay que aprender a manejar el vehículo con soltura y luego automatizar la conducción y concentrarse en el destino. Como los pintores, conviene adquirir una sólida base antes de experimentar con aproximaciones más arriesgadas. Las biografías de Picasso, Dalí o Miró, entre tantos artistas que ya pintaban con maestría cuando eran niños y dedicaron una parte importante de su vida a profundizar en su propio estilo, son excelentes referencias para cualquiera que desee aventurarse en el reportaje gráfico. Y por descontado cualquier biografía de un fotógrafo de referencia.

La principal carencia para ser fotorreportero es la falta de iniciativa. Sin ella, las posibilidades de prosperar son nulas. No tener madera no significa que carezcas de las cualidades para desarrollar una buena carrera como fotógrafo en otras especialidades; pero para progresar en el reportaje gráfico es indispensable que las ideas y los proyectos fluyan sin parar. Los fotoperiodistas transforman en imágenes los pensamientos que surgen de su imaginación; una palabra que, por cierto, posee la misma raíz que «imagen». Si a un aspirante a reportero le cuesta encontrar buenos temas, si no aprende a distinguir las situaciones promisorias o si es incapaz de tomar una foto a menos que le propongan una idea, el fotoperiodismo no es una buena elección.

El aprendizaje dura toda la vida, puesto que te nutres todos los días de nuevas experiencias. Desde el tumulto de la calle hasta eventuales descubrimientos partiendo de búsquedas en internet, todo ayuda. El concepto de formación continua adquiere en la fotografía documental su máximo sentido. Aunque para llegar lejos es preciso nacer con determinadas cualidades especiales que algunos denominan talento, por encima de todo lo que puntúa es que el fotógrafo sea un superviviente nato. Si no es capaz de tomar decisiones y su espíritu es poco independiente, es desaconsejable esta profesión.

La impaciencia tampoco es buena compañera de viaje. Muchos pretendientes a reportero no valoran que su experiencia fotográfica es incipiente y se lanzan sin tapujos al ruedo olvidando que los pocos buenos clientes que quedan no admiten cualquier cosa. Los registros excepcionales contienen dos ingredientes importantes en consonancia con las cualidades de su autor: su visión del mundo y su experiencia. «Tus fotografías son espejos de ti mismo», solía decir **Minor White**, el maestro que inspiró a clásicos como **Paul Caponigro**, **Jerry Uelsmann** o **Eugene Richards**. Madurar, institucionalizar una mirada, es un reto que requiere paciencia y años. «No fotografiamos solamente con la cámara, llevamos al acto de la fotografía todos los libros que hemos leído, todas las películas que hemos visto, toda la música que hemos escuchado, toda la gente que hemos querido», escribió **Ansel Adams**.

Un aprendiz de fotoperiodista debería valorar también su relación con los medios, aceptar todo tipo de encargos. No siempre estará de humor para sumergirse en temas a menudo mal pagados y comprobará por experiencia que la profesión no era lo que soñaba. Aspirantes deslumbrados por la obra de figuras mundialmente reconocidas como **Helmunt Newton** o **Annie Leibovitz**, galardonada con el Príncipe de Asturias en el año 2013, se vieron abocados a sobrevivir tomando retratos menos glamorosos en bodas, comuniones y bautizos en sus comienzos. Siendo una especialidad tan digna como cualquier otra, en la que muchos fotógrafos con talento aplican su creatividad,¹⁴ la denominada fotografía social dista mucho del sueño de tener delante a las grandes estrellas del celuloide o de la canción posando encantadas para la próxima portada de *Vogue* o de *Vanity Fair*. Pero existen personas desconocidas infinitamente más encantadoras y fotogénicas que la mayoría de los famosos.

La fotografía como medio de vida no es un camino de rosas. La obra de anónimos aficionados es en ocasiones más valiosa e interesante que la de profesionales que acabaron detestando la cotidianidad de lo que en una época lejana fue su gran afición. Hacer fotos de carné o trabajar tras un mostrador vendiendo equipos fotográficos, o imprimiendo ampliaciones, no es viajar con una cámara en ristre por países exóticos. Las fotos que muchos clientes necesitan son aburridas. Un *marrrón*, como se conocen en el argot de la profesión. El cliente paga para que el fotógrafo muestre, con el mejor aspecto posible, productos a la venta. Lámparas, muebles, electrodomésticos, bodegones de todo género, suelen ser encargos habituales para un fotógrafo que debuta.

En la práctica, la función del fotógrafo-artesano —según la clasificación que sugería **Manel Úbeda** al principio de este capítulo, limitarse a aplicar determinadas técnicas para resolver los encargos más básicos— es lo más frecuente en el ámbito profesional. Nadie envía a un reportero a viajar por el mundo si no ha demostrado su valía frente a quien tiene la prerrogativa de materializar tan bellas perspectivas.

¹⁴ Como por ejemplo **Morgan Lynn Razy**, **Matt Miller** o **Victor Lax**.

¿Documentalista o artista?

*«Soy un periodista que usa su cámara como un lápiz,
más que un fotógrafo que hace cosas en el nombre del arte».*

Bruno Stevens

Siempre ha habido una cierta polémica sobre el valor artístico de las imágenes que se limitan a representar la realidad. Mientras que existen pocos reparos para otorgar la categoría de arte a cualquier fotografía conceptual, los expertos e incluso los propios fotógrafos, no están todavía de acuerdo si su labor es artesana, más propia de un oficio, o artística. En la práctica, a la inmensa mayoría no les importa. «¿Crees que la fotografía es arte?», solía preguntar el fotógrafo **John Loengard** a sus antiguos compañeros, en su libro *LIFE Photographers. What They Saw*.

«No —le contestó **George Silk**—, creo que es una diversión».

Para justificar su opinión, **Horace Bristol**, otro de los profesionales encuestados por **Loengard**, relataba la conversación de **Ansel Adams**, **Edward Weston**, **Imogen Cunningham** y **Dorothea Lange** en una cena de un restaurante del Barrio Chino de San Francisco:

Les explicaba que cuando hacía un reportaje enviaba la película a Nueva York y allí procesaban y positivaban las fotografías. Si decidían publicarlo, reencuadraban las imágenes y maquetaban como querían. **Weston** me preguntó: «¿Quieres decir que dejas que los editores reencuadren tus fotografías?». Y yo le respondí: «Claro. Así es mi trabajo». Entonces me respondió: «Tú no eres un artista. Eres un artesano». Y eso me describe exactamente, quiero decir, creo que lo que soy es un artesano.

Tanto **Adams** como **Weston** defendieron toda su vida que sus fotos, formalistas y alejadas del reportaje, pertenecían al universo del arte. Los planteamientos de los documentalistas son diferentes, como apuntaba **Hansel Mieth**:

lectores de prensa diaria preferían las fotos de incendios, desastres e interés humano antes que otras categorías como deporte, arte o temas clásicos familiares. De hecho, cuando acaece una tragedia, las ventas aumentan considerablemente.

Associated Press, la agencia telegráfica internacional de fotografías más importante del mundo, también expuso los resultados de una encuesta promovida por su departamento de *marketing* y llegaron a la conclusión de que las imágenes de temas de interés humano y, en general, las fotografías ingenuas o desenfocadas (niños, escenas de vacaciones, mascotas en situaciones divertidas, etc.) se valoraban más que las propias de una agencia de noticias, actualidad política o deportes.

Estos resultados los corroboraría el Instituto Gallup valiéndose de técnicas avanzadas: situaron un dispositivo a base de dos cámaras microscópicas de televisión adaptadas sobre la cabeza del lector y registraron cuánto tiempo y en qué orden las personas miraban las fotografías. De hecho, solamente hay que observar el número de «Me gusta» que tienen las fotografías de diferentes temáticas colgadas en las redes para llegar a conclusiones similares: un paisaje plácido, una puesta de sol espectacular o un inocente cachorro tienen una aceptación mayor que otras imágenes muy elaboradas de temáticas diferentes. Más adelante, otro estudio de **Randall Harrison** publicado por la revista *Search* reveló que los varones prefieren las fotografías de acontecimientos, mientras que a las mujeres les gustan más las imágenes de gente. El informe no aclaraba cuál de los sexos compra más revistas, pero sí especificaba que ambos tenían tendencia a mirar con detenimiento las fotografías que mostraban retratos femeninos.¹⁵

En la actualidad, y analizando un amplio espectro de medios que incluyen todo tipo de imágenes, parece claro que los reportajes sobre famosos acaparan la predilección del público. Los lectores, bombardeados con información e imágenes en tiempo real que muestran todo lo que sucede en el mundo, se decantan por los rostros de las estrellas y por los detalles de su propia vida y la de sus conocidos para compartirlas en las redes sociales. Incluso *Paris Match* publicó una serie de *selfies* de personajes famosos en sus informaciones. En las redes los buenos retratos, por lo general, arrasan.

Por eso no es extraño que la primera fotografía que llamó la atención por el elevado número de «likes» en Instagram fuera el *selfie* de la modelo Kendall Jenner en mayo de 2015. Según un artículo en *The Guardian*, en solo cinco semanas obtuvo 2,6 millones de impactos; casi uno cada segundo. Desde entonces, y en la medida en que Instagram ha ampliado seguidores, la foto fue largamente superada por los 18 millones de su hermana Kylie Jenner (6 de febrero de 2018), los 11 millones

y medio (12 de noviembre de 2017) de Cristiano Ronaldo y Georgina Rodríguez con su hija recién nacida Alana Martina y por otra cifra un poco más baja para una imagen que mostraba a Beyoncé embarazada en febrero de 2017. En las dos primeras aparecían recién nacidos y en la última la cantante aparecía cercana al parto. Sin duda, famosos y bebés lideran las preferencias del gran público.

El reconocimiento de lo cotidiano

«La máquina de fotografiar es una lupa; una lupa grandísima».

Raymond Depardon

A pesar de la difusión que puede tener en el siglo XXI una foto afortunada, apabullante si se compara con los parámetros de hace solo una década, sus posibilidades de longevidad en un mundo amartillado por millones de imágenes a cada momento es remota. Pocas fotografías aguantan el declive inevitable tras el impacto inicial y merecen un destino más honroso que envolver con ellas el desayuno, como se estilaba cuando el papel era un bien escaso¹⁶ en los tiempos del gran **Weegee**. Este peculiar personaje era el único fotógrafo que a finales de los años treinta del siglo pasado poseía un permiso para llevar una radio portátil de onda corta con la frecuencia de la policía y tenía instalado un cuarto oscuro en el maletero de su coche para aligerar el proceso de entrega de sus imágenes a los periódicos.

Las imágenes que gustan suelen ser simples. Por un lado, le supone menos trabajo al cerebro descifrarlas, y por el otro, es la fórmula que utilizan los grandes maestros porque fotografiar con sencillez es difícil. Un nivel más elevado de excelencia consiste en obtener registros excepcionales en situaciones en las que en apariencia no ocurre nada, lo contrario de captar una escena cuando hay acción. Fotografiar la cotidianidad es complicado y también un reto interesante para cualquier autor que aspire a mejorar sus registros. «La fotografía refleja la variedad infinita de temas que ofrece el universo natural, pero el campo de visión de los grandes fotógrafos es extremadamente estrecho. Deben confinarse a sus propias y peculiares obsesiones y a los tipos de imágenes que expresan su carácter y sentimiento», comentaba **Brassaï** en una entrevista concedida en abril de 1974, una década antes de su muerte.

Fotografiar la vida cotidiana imprimiéndole espíritu, congelar el instante como lo conseguía **Cartier-Bresson**, el sentido del humor de **Elliot Erwitt**, la tremenda humanidad de **Robert Doisneau**, la poesía de **Larry Towell**, la invisibilidad de **Eugene Richards**, la creatividad de **John Stanmeyer**, la habilidad de **Paolo Pellegrin**, la trascendencia de **Sebastião Salgado** o los relatos sociológicos de **Cristina García**

¹⁵ Más recientemente, la compañía Nikon y la Universidad de Berkeley concluyeron en un estudio realizado en el año 2013 que las imágenes que tienen mayor aceptación en las redes muestran paisajes, animales o comida; un apunte interesante si un fotógrafo busca conseguir seguidores. Según los datos obtenidos, los retratos, los grupos y las imágenes demasiado retocadas consiguen menos «me gusta», aunque, indica el doctor **Paul Piff**, que estaba al mando del equipo investigador: «Según nuestro estudio, la emoción y la calidad son lo que realmente cuentan». Cambian los tiempos, pero no los gustos.

¹⁶ «Las fotografías en los periódicos solo sirven para que, al cabo de seis horas, la gente se haga bocadillos con ellas», comenta en la película *The Public Eye* el fotógrafo **Leon Bernzy Bernstein** interpretando al reportero de las noches neoyorkinas **Weegee**.

Rodero son tan efectivos, aún tomados en el entorno de los autores, como buscar temáticas espectaculares en los confines más remotos del planeta. Es el fotógrafo quien consigue que un sujeto adquiera otra dimensión. Las vicisitudes de lo cotidiano son el terreno por excelencia para practicar y aprender, para concretar y para encandilar. «Muchas fotografías de mis libros son imágenes tomadas entre encargos, o después de un encargo, o bien ocasionalmente durante algún encargo, pero no para los encargos», se sinceraba **Elliot Erwitt** en el periódico *US News*.

Para que un buen reportero consiga dominar el lenguaje nada debería serle extraño. «Cuando ríes y lloras con ellos, entonces te das cuenta de que estás en el buen camino», aconsejaba **Weegee**. Los fotógrafos resolutivos, tras un largo periodo de práctica, adiestran su mirada creando nuevas sinapsis y localizan con facilidad las claves que impactan en la amígdala del cerebro (es decir, en el corazón). «Nuestros ojos ven lo que se les ha enseñado a mirar o a vigilar. Lo que no se ve apenas se piensa, apenas se categoriza», escribió el catedrático de Sociología Visual Jesús María de Miguel. Los pequeños registros de la cotidianidad son esenciales para contar grandes historias. Solo hace falta la voluntad de hacerlo.

Capítulo VII

Vamos a explicar historias

«El texto es la mente de las revistas y las fotografías son su alma».

Wolfgang Behnken

De la misma manera que tras el descubrimiento de la fotografía los pintores renunciaron a copiar la realidad para explorar nuevos caminos más intuitivos y así surgió el cubismo, el impresionismo y otras tendencias estéticas que pocos habrían imaginado antes de **Niépce**, el advenimiento de la televisión obligó a los fotógrafos a buscar lenguajes más evolucionados, alejados de la simple descripción: «El asunto no consiste en recolectar los hechos, puesto que los hechos, en sí mismos, no tienen apenas interés. Lo importante es elegir entre ellos, captar el hecho verdadero en relación a la realidad profunda», opinaba **Henri Cartier-Bresson**.

Un acontecimiento se puede narrar, desde el punto de vista fotográfico, de dos maneras: mediante una sola imagen que, como propugnaba **Doisneau**, explique una historia sin contar el final, o mediante un conjunto de fotos que se complementen. En los reportajes fotoperiodísticos es esencial que una a una, o en su totalidad, cumplan por encima de todo la tarea de informar. Con frecuencia, se consideran los grandes registros de la historia como un capricho de la fortuna cuando la mayoría, en realidad, es el resultado de una exhaustiva labor organizativa. O como apuntaba **Gjon Mili**: «Una buena fotografía es una breve colisión entre la previsión y la suerte», la recompensa por el arresto de estar situado en el lugar oportuno, en el momento adecuado.

Una imagen efectiva sobre un hecho negativo no es solo la que muestra contenidos tristes, sino la que pone triste al que la contempla. De ahí el tópico de la imagen que vale más que mil palabras, aunque sea realmente muy difícil obtener una foto que de verdad sustituya a un discurso escrito y bien vertebrado. La mirada del fotoperiodista con estilo consigue que una historia vulgar se transforme en un ensordecedor latido porque transmite ideas reforzadas por sentimientos.

Desde este punto de vista, el fotoperiodismo está más emparentado con la literatura que con la pintura.¹ En el siglo XXI es fundamental comprender el poder de la imagen y no menospreciar su influencia, sobre todo en Occidente, donde se valoran más las palabras que las imágenes, al contrario que algunas culturas asiáticas, donde todo es más visual. En Japón, la escritura *kanji* es gráfica, como la china. Las dos representan la realidad con caracteres estilizados, pero como autor hay que aspirar a la universalidad. «La foto es una escritura tan poderosa que puede leerse en todo el mundo sin traducción» comentaba **Sebastião Salgado** en su biografía *De mi tierra a la Tierra*. De hecho es incomprensible que en las escuelas, tal como se estudia gramática, no profundicen en el infinito universo de la imagen como una asignatura.

Fotografías que dejaron huella

*«No pretendo que mis fotos puedan cambiar el mundo.
Es un concepto obsoleto».*

Martin Parr

Existen en la historia del fotoperiodismo numerosos ejemplos que corroboran cómo una imagen bien hecha cambió el giro de los acontecimientos o, cuando menos, generó polémicas importantes porque expuso a la luz hechos anómalos. En noviembre de 2014, la foto de Carmen Martínez, una anciana que lloraba momentos antes de ser desahuciada,² tomada por el fotógrafo de Associated Press **Andrés Kudacki**, obtuvo una movilización tal en las redes que consiguió la ayuda del equipo de fútbol Rayo Vallecano.

En la década de los ochenta del siglo XX, el catálogo y una exposición denominada «Sahel», en la que un hasta entonces desconocido **Sebastião Salgado** mostraba sin artificios los efectos devastadores de la sequía,³ despertó la conciencia de una sociedad que comprobó atónita, a través de los documentos del brasileño, la tragedia que asolaba África. Con el dinero obtenido de la venta de las fotos del atentado a Ronald Reagan y con la asistencia de Médicos sin Fronteras, el brasileño dedicó un año y medio de su vida a documentar con maestría la tragedia y contribuyó con imágenes demoledoras a que las sociedades avanzadas incrementaran su colaboración para paliar en la medida de lo posible las consecuencias.

¹ Lo corroboraba **Francesc Català-Roca** cuando escribía en sus memorias: «Hay que convenir que el resultado de una fotografía ha de ser el mismo que el de la narración escrita, es decir, de la literatura, ya que la situación que explica o puede explicar un fotógrafo son también imágenes de la vida real, cotidiana o de la ficción. El escritor lo hace a través de la escritura, de la letra impresa. Un fotógrafo, a través de la imagen».

² Su hijo había solicitado 70.000 euros a un prestamista particular con el aval de la vivienda de su madre. Como no pudo devolver esta cantidad, el prestamista se quedó con la casa y la subastó.

³ Aunque sus detractores denunciarían el ensalzamiento del dramatismo en el positivado de las fotografías y lo acusarían de enriquecerse a costa de las catástrofes de los demás.

Varios años más tarde, en 1994, una sociedad más habituada con las imágenes que **Salgado** y otros fotógrafos habían producido para documentar los desastres de la guerra y las calamidades naturales se escandalizó con una foto en la que aparecía un buitre al lado de una niña que agonizaba, captada por el sudafricano **Kevin Carter** en otra de las severas hambrunas que asolan Sudán.

Enseguida surgieron detractores que le reprocharon que no rescatara a la niña (que en realidad era un niño) en lugar de tomar una fotografía que ganó la relativamente buena dotación económica del Pulitzer. Sus críticos dieron por hecho que apartando la cámara la habría salvado del cruel destino que la imagen sugiere. El fotógrafo sudafricano alegó que estuvo algo más de media hora en el lugar, aprovechando una parada de un avión de Naciones Unidas que transportaba medicamentos y comida, y que su labor era documentar la hambruna en su condición de fotoperiodista. Véase FOTOGRAFÍA 12 del apartado *Fotografías*.

Kevin Carter no era un médico cuya misión habría sido recuperar a la pequeña y no dudó en justificarse en estos términos «Después de fotografiar al bebé me limité a ahuyentar a los buitres». **João Silva**, un fotógrafo que estaba a su lado y que en octubre de 2010 perdería las dos piernas en Afganistán, explicaba como **Carter** «estaba bastante sorprendido, puesto que era la primera vez que veía una situación real de hambruna, por lo que hizo muchas fotos de niños hambrientos». El fotógrafo se suicidó un año después de obtener el Pulitzer, si bien otros factores influyeron en su decisión.⁴ El caso es que nuevas aportaciones económicas llegaron hasta el Cuerno de África a consecuencia del impacto de esta fotografía.

Otra polémica de connotaciones éticas importantes tuvo lugar cuando la multinacional Benetton difundió imágenes con un alto contenido emotivo para promover la venta de ropa informal en sus campañas publicitarias. La foto de un enfermo terminal de sida o el uniforme ensangrentado de un soldado de la antigua Yugoslavia, entre otras, generó una unánime controversia a pesar de que Luciano Benetton alegara que estaba utilizando su extraordinaria capacidad de difusión publicitaria para concienciar a la sociedad contra los males del siglo. En el año 1992, sus paneles publicitarios fueron una de las máximas atracciones de la Bienal de Venecia. Después de nuevas campañas en las que perseveró en otros contenidos para el debate como, por ejemplo, los problemas interraciales, sorprendió una vez más en los albores del siglo XXI con una serie de retratos de presos condenados a muerte. Véase FOTOGRAFÍA 13 del apartado *Fotografías*.

En las protestas que surgieron desde las sociedades más prósperas, las únicas que están en condiciones de escandalizarse y de opinar, persiste todavía el debate propuesto por Benetton sobre si los anuncios deben mostrar agraciados modelos

⁴ En «Las adversidades sociales, ¿un filón para el periodismo?» (capítulo X) volveremos con detalle a esa dramática historia.

A veces, la denuncia puede venir por diferentes caminos. En los inicios de los años noventa, en una España que ni siquiera se planteaba qué eran los derechos de imagen, la desaparecida Caixa de Girona preparaba una campaña para promover sus planes de jubilación y decidió incluir en sus paneles publicitarios el retrato de una adorable campesina entrada en la vejez. Una vez obtenida la imagen que ilustraría la campaña, el fotógrafo se despidió de la abuelita con un «No le importará que usemos su retrato ¿verdad?», a lo que la señora respondió con un «Claro que no, hijo mío». A casi nadie le pasaba por la imaginación solicitar una autorización para publicar una fotografía en aquella época.

Pero a quien no le hizo ninguna gracia que la adorable abuelita promoviera un plan de ahorro sin percibir ninguna remuneración a cambio, tratándose de un banco, fue a su hija, que interpuso una demanda pocas horas después de que el cartel apareciera en las oficinas. Un acuerdo millonario para los estándares económicos de la época frenó el proceso y, de paso, la difusión del cartel con la viejecita que no había firmado ningún permiso. Fue el pistoletazo de salida que promulgó una nueva etapa en lo que concernía a los derechos de imagen.

Un segundo caso relevante saltó a la palestra por aquel entonces, cuando un banco de imágenes facilitó para usos publicitarios, extraído del archivo gráfico de un colaborador y con una autorización firmada, el retrato de un simpático cocinero que mostraba un apetitoso manjar. El protagonista consideró vulnerados sus derechos de imagen porque la foto había aparecido en un medio diferente de aquel para el que había otorgado su consentimiento con anterioridad. Por suerte para la agencia fotográfica, en el albarán de entrega estaba especificado que en caso de una eventual demanda, la responsabilidad sería del cliente. Esa providencial cláusula, que hoy sería impensable, derivó la demanda del cocinero hacia el anunciante, al que le tocó pagar los platos rotos. Y entre todos el que sostenía amablemente el cocinero.

Otro tema muy delicado son las fotografías en entornos hospitalarios; imágenes que a menudo resultan idóneas para campañas de prevención sanitaria, anuncios solidarios o para publicidad de productos farmacéuticos. En estas circunstancias, conviene sin excepciones una autorización escrita. No se puede fotografiar sin permiso en un centro médico o en cualquier otro lugar donde una imagen tomada sin consentimiento escrito se podría considerar un atentado contra la intimidad de las personas.³⁰

³⁰ Los reportajes y la publicidad se mezclan cuando una empresa decide contratar los servicios de un fotoperiodista para que produzca un banco de imágenes a medida. Como a veces el presupuesto no permite contratar modelos profesionales, se solía reclutar para que posaran en estas fotos al propio personal, a lo que algunos accedían con buena voluntad. Pero también en estos casos es imprescindible ligar los cabos. La Fundación Puigvert de Barcelona organizó en el año 2000 un archivo gráfico de estas características, al cabo de unos meses efectuó una reducción de plantilla y a las 24 horas una de las despedidas interpuso una demanda reclamando 120.000 euros por sus derechos de imagen, alegando que la entidad hospitalaria los había vulnerado al utilizar su fotografía en un prospecto con fines promocionales. Por descontento que se llegó a un acuerdo.

Precedentes como estos aconsejan la firma, siempre que sea posible, de un contrato que especifique las condiciones, derechos, obligaciones y circunstancias que en el futuro se deriven de cualquier conflicto imprevisto o susceptible de una doble interpretación, incluyendo una cláusula que blinde al fotógrafo de posibles demandas por los derechos de imagen de las personas reconocibles. Siempre hay que dejar bien ligados estos aspectos cuando las imágenes de un encargo pueden derivar en promociones publicitarias. Trataremos este tema en el capítulo XIII: «Albaranes, contratos y autorizaciones del modelo» y en el anexo III.

El derecho a la imagen en la legislación española

«El derecho a la imagen no es otra cosa que el derecho de las personas a que no se capte ni se publique su imagen».

Josep Cruañas, abogado

En España, los derechos a la propia imagen están regulados por la llamada Ley del Honor, la Imagen y la Intimidad de las Personas que se publicó en el Boletín Oficial del Estado el 5 de mayo de 1982. Esta disposición otorga a cualquier individuo a decidir, con libertad y garantías constitucionales, si consiente que le fotografien o si se opone a que su imagen se reproduzca o se publique. Es importante recalcar que estas tres acciones no están ligadas entre sí. Alguien que en un momento determinado pudo acceder a que se le tomara un retrato, puede negar el permiso para que se exponga o se publique si lo considera conveniente.

Fotografiada de espaldas o de manera que no sea posible su reconocimiento nadie puede alegar, en teoría, una vulneración de sus derechos. Si bien es verdad que habiendo normativas legales, todo se puede interpretar con diversos criterios, las prerrogativas de la Agencia Española de Protección de Datos y numerosas sentencias del Tribunal Constitucional³¹ confirman que, en todos los casos, una persona fotografiada tiene la libertad de prohibir la difusión de su aspecto físico. No lo hizo la artista Pepa Flores, Marisol, cuando apareció desnuda el 2 de septiembre de 1976 en la portada de la revista *Interviú*, pero la fiscalía denunció de oficio al fotógrafo **César Lucas** por un presunto delito de escándalo público.

La sección primera de la Audiencia Provincial de Barcelona lo absolvió el 26 de marzo de 1980 con todos los pronunciamientos favorables. La sentencia matizaba que la cantante estaba «en posturas de serena y estática naturalidad, sin actitudes provocativas ni insinuantes, y sin que en las mismas aparezca el sexo, apreciándose en dichas fotografías una notable calidad artística, tanto en el aspecto plástico de la composición fotográfica, como en su ejecución». Los magistrados consideraron que los hechos no eran legamente constitutivos de un delito de escándalo

³¹ 231/88; 99/94; 81/2001 y otras.

El arte de inventarse uno mismo

«Sí, por supuesto, el talento es necesario [...], agudeza visual, sensibilidad, conciencia espacial, tiempo, equilibrio [...], pero dados dos talentos iguales, el que sea capaz de completar un cuerpo de trabajo es el que ascenderá [...]. Parece fácil, pero es el ingrediente más complejo de todas las adversidades a las que se enfrenta cualquier persona creativa [...], lo veo una y otra vez con los fotógrafos que he tutorizado».

David Alan Harvey

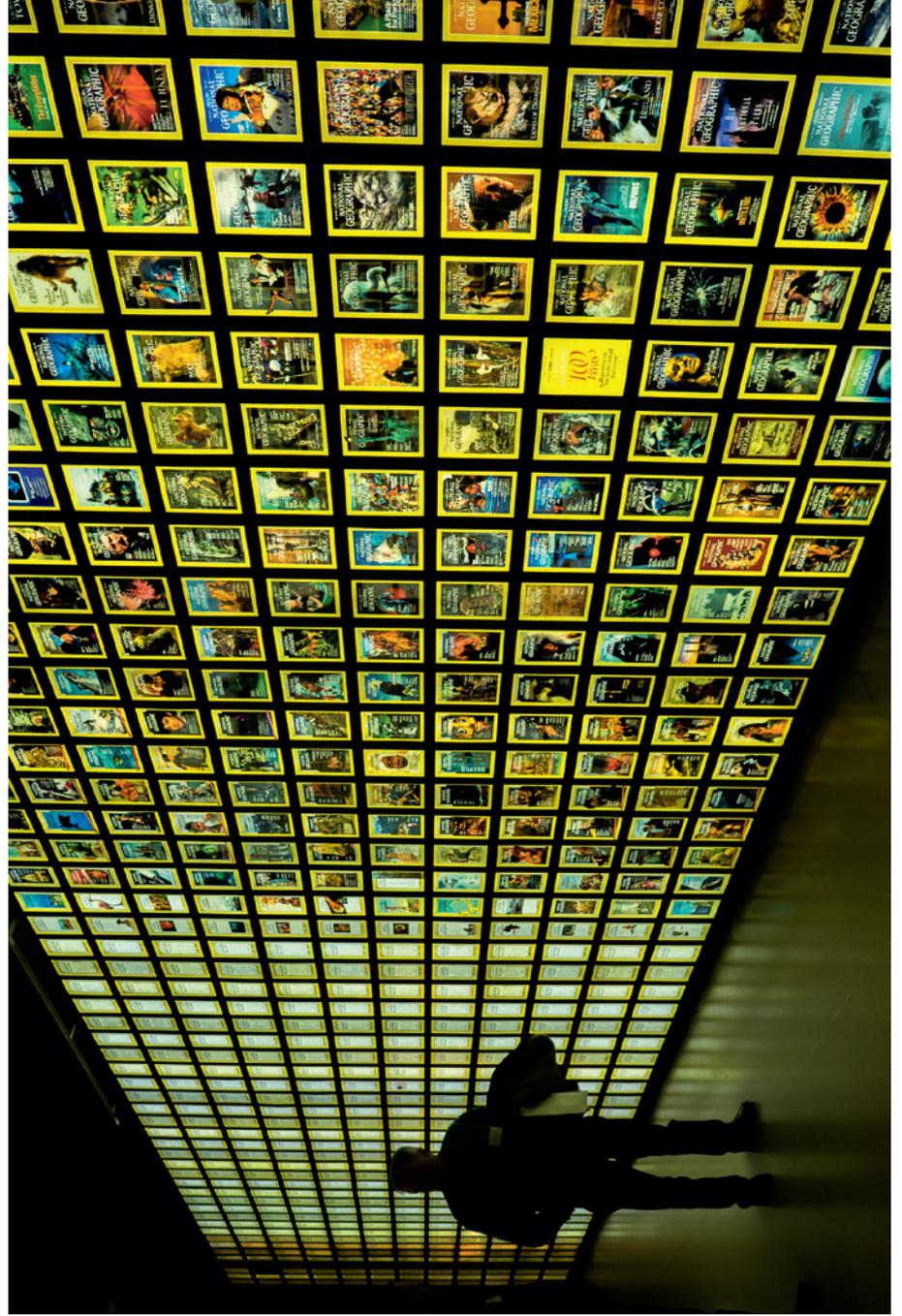
«Si quieres ser un egoísta, al menos procura ser un egoísta inteligente» recomendaba con sentido del humor Tenzin Gyatso, el dalái lama que fue uno de los protagonistas del libro *Siete años en el Tíbet*, de Heinrich Harrer. El auge de las redes sociales ha dado paso a un nuevo tipo de personaje que alardea de sus triunfos, sus vicisitudes, sus pensamientos y sus aspiraciones a los cuatro vientos. Tras un fulminante renacimiento digital, la sociedad se adaptó, unos con más acierto que otros y en poco menos de una década, a una manera diferente de concebir las relaciones con los demás y de manejar la información.

Se ha especulado mucho sobre las consecuencias de esos nuevos hábitos de vida, pero no hay duda de que los fotógrafos disponen de unas posibilidades de promoción impensables el siglo pasado. En la actualidad se toma en un solo día, como mínimo, el mismo número de imágenes que se obtuvieron en toda la historia de la fotografía química, una circunstancia que comporta cambios sustanciales en la manera de presentarse como fotógrafo ante los demás. El reto, sobre todo, es conseguir imágenes que destaquen y que sorprendan entre cientos de millones colgadas en el ciberespacio.

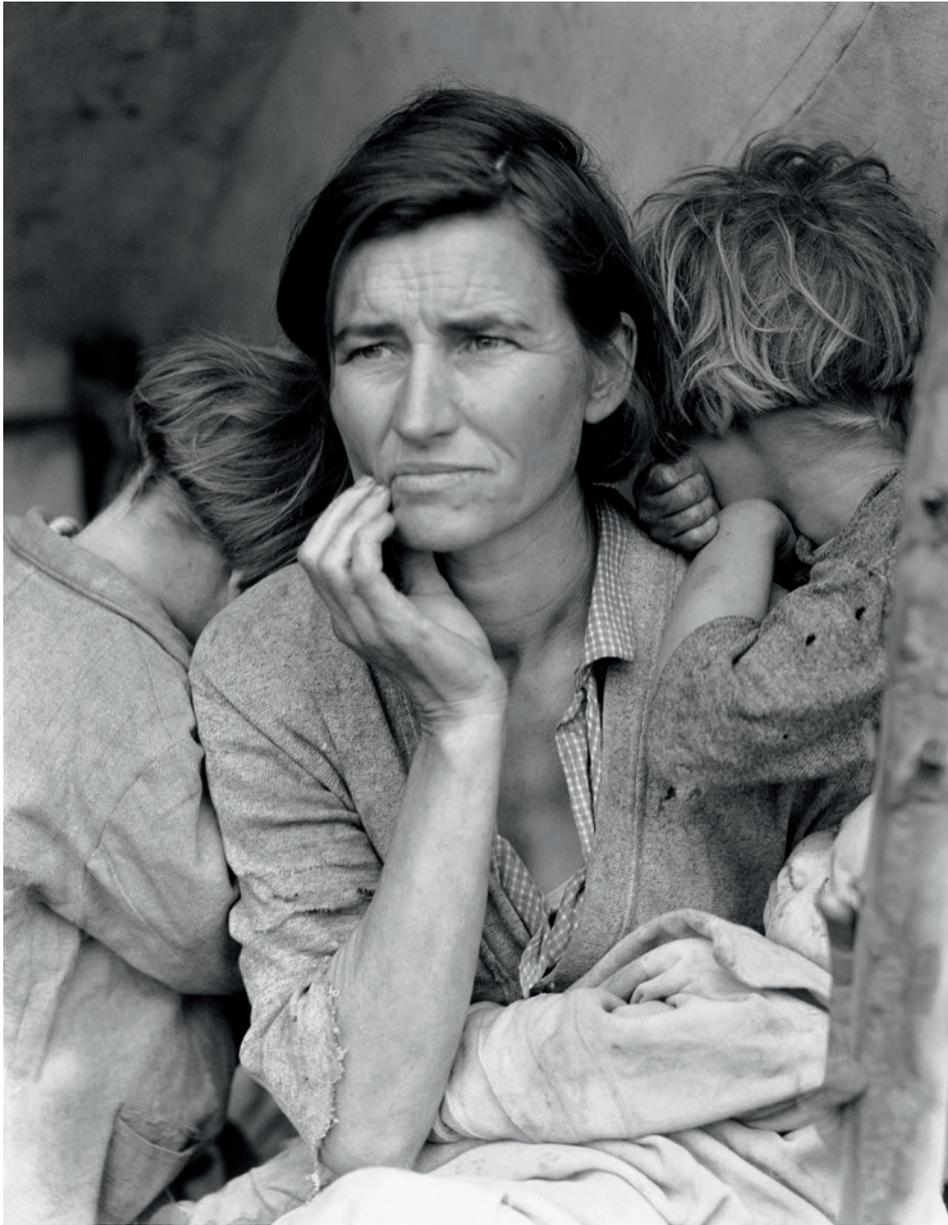
Lo que diferencia a un fotógrafo poseedor de sólidos conocimientos de alguien que se limita a utilizar la capacidad de tomar imágenes que poseen determinados dispositivos electrónicos es que los primeros saben que un equipo caro sirve de



FOTOGRAFÍA 10. Jóvenes libaneses ricos conducen en el barrio de Haret Sbreik y comprueban el estado de sus casas tras un bombardeo israelí. Beirut, 2006. Foto de **Spencer Platt** - World Press Photo 2006. © **Spencer Platt** / Getty Images.



FOTOGRAFÍA 11. Exposición de las mejores portadas de National Geographic. © **Timo Soriano**.



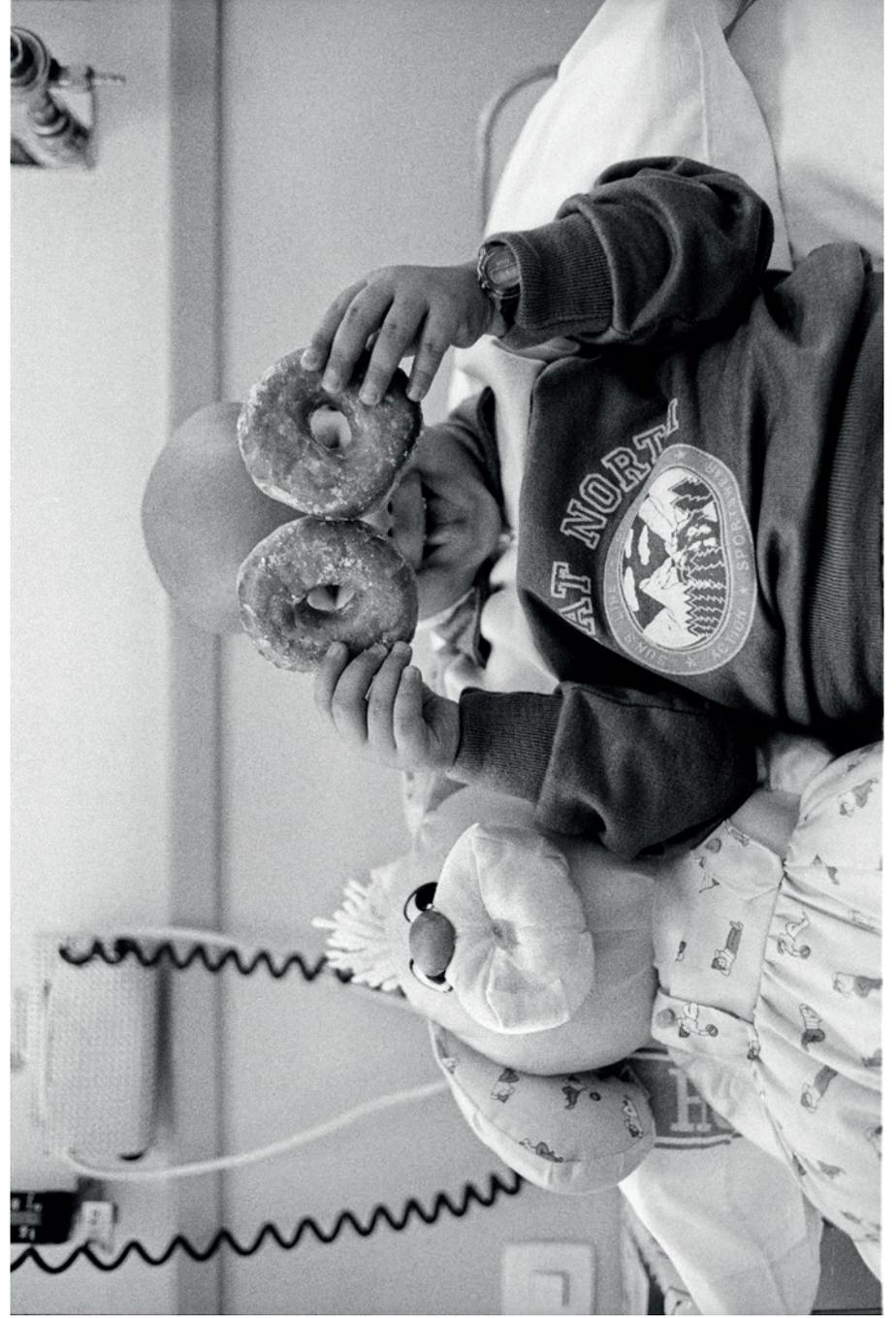
FOTOGRAFÍA 18. *Madre migrante*, 1936. Foto de *Dorothea Lange*. © *GraphicaArtis / Getty Images*.



FOTOGRAFÍA 19. *Soldados americanos izan la bandera norteamericana en Iwo Jima. II Guerra Mundial. 1945.*
Fotografía de *Joe Rosenthal*. © *Retrographic/mediadrumworld.com via ZUMA Press / Cordon Press*.



FOTOGRAFÍA 28. Beso frente al ayuntamiento de París, 1950. Fotografía de Robert Doisneau. © picture-alliance/ spa / Cordon Press.



FOTOGRAFÍA 29. Hora de merendar para Vanessa. © Tino Soriano.

Michel Piccoli, la voz de un mito del cine y el teatro. El lago de los mil colores en **Cachemira**. El viaje que cambió la mirada de **Sekina**. 'Historia de una novela', un texto de **Rosa Montero** sobre su nuevo libro. **Cathy Claret**, 'chill out' en el cortijo de la "gitana rubia". El marqués de **Sade**, por Vicente Molina Foix. Y las ideas de **Maitena**.



EL ROBOT EN CASA
LOS PROTOTIPOS QUE PUEDEN LLEGAR A NUESTRAS VIDAS

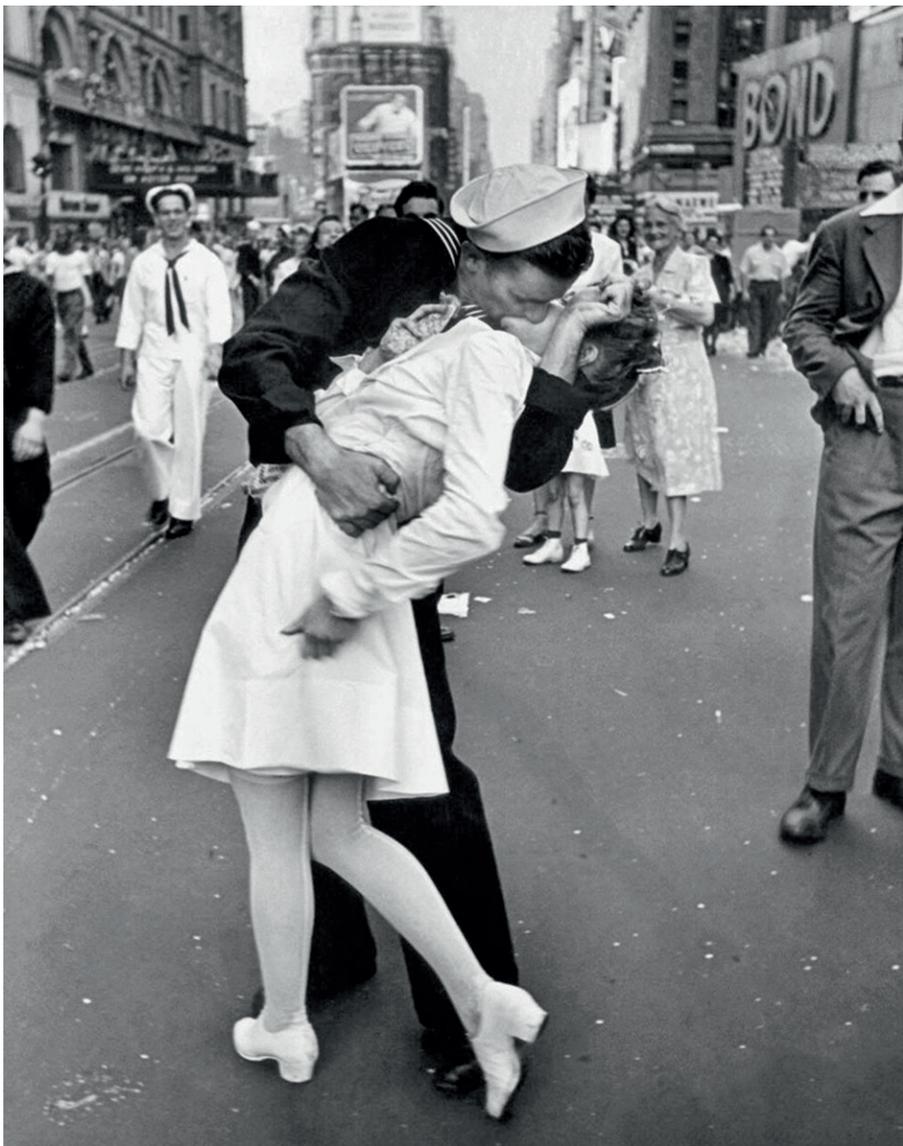
LA VUELTA AL COLE
TODO LO NECESARIO PARA PONER AL DÍA A LOS MÁS PEQUEÑOS

SEÑORA PROSTITUTA
UNAS HORAS EN LA HISTORIA DE MARGA
Por Juan José Millás

FOTOGRAFÍA 30. Portada de El País Semanal. © Tino Soriano.



FOTOGRAFÍA 31. Gervasio Sánchez posa frente a su exposición «Desaparecidos». © Tino Soriano.



FOTOGRAFÍA 36. La enfermera Greta Friedman y el marinero George Mendonsa fotografiados por *Albert Eisenstaedt* el 14 de agosto de 1945. © *Retrographic/mediadrumworld.com* via *ZUMA Press / Cordon Press*.



FOTOGRAFÍA 36 BIS. *Victor Jorgensen* tomó una fotografía en el mismo instante que *Albert Eisenstaedt* desde una posición diferente. © U. S. National Archives and Records Administration.



De la mano del mítico Robert Capa, cuya obra y milagros brotan como un hilo conductor a lo largo de este ensayo que ha estado veinticinco años concibiéndose, *Ayúdame a mirar* repasa los requisitos que hacen falta para aprender a construir y a compartir historias visuales.

Con un estilo fluido y ameno, salpicado de innumerables anécdotas poco conocidas de los mejores reporteros del mundo, algunas referidas de primera mano a Tino Soriano, y también un análisis de fotografías históricas como «la muerte de un miliciano» de Robert Capa, cuya autoría se cuestiona a pesar de la gran admiración expresada a lo largo de todo el libro hacia el archiconocido reportero húngaro, inspirador de la mítica agencia Magnum.

Como fotógrafo con todos los honores de la National Geographic Society ha trabajado codo a codo y ha gozado de un acceso envidiable a muchos de los mejores autores del siglo XX, sus colegas, lo que enriquece aún más el contenido de esta obra conjugando la teoría con innumerables experiencias prácticas.

Consejos, historias, inspiración, análisis, estrategia y conocimientos fácilmente aplicables hacen de esta biblia del reportaje gráfico «un libro de consulta amable, práctico y entretenido para los profesionales, los aprendices y los curiosos» en palabras de Mariano López, director de la revista *Viajar*.

Se trata, para definirlo en pocas palabras, de una historia reciente de la fotografía y a la vez un manual práctico repleto de innumerables anécdotas y basado en las lecciones de los grandes maestros. Un libro ideal para un público inteligente y ávido de mejorar en conceptos que difícilmente encontrará en otras publicaciones.

ANAYA | photo
MULTIMEDIA | CLUB

