

Ya en 1888 George Eastman, el fundador de Kodak, defendía la idea de que hacer una fotografía era algo absolutamente simple. Cuando a finales del siglo XIX inventó la Kodak, una cámara pequeña y fácil de utilizar que contenía cien fotografías en un rollo de gelatina seca, el eslogan publicitario decía: << **Usted pulsa el botón, y nosotros hacemos el resto**>>. Eastman sentó así las bases para que todo el mundo pudiera acceder a la fotografía.

La revolución digital ha supuesto que las cámaras sean cada vez más pequeñas y más sencillas de utilizar, por lo que parece imposible que hacer una foto pueda exigir menos esfuerzo.

La inmediatez del medio y las posibilidades de automatizarlo han provocado que el elemento más importante de la fotografía - la luz - haya quedado en buena medida olvidado.

De ahí que ahora tengamos ya asumido, aunque no seamos conscientes de ello, el mensaje del eslogan de Kodak. Además, en una época en la que los medios de reproducción son infinitos, en la que todo el mundo tiene televisor y teléfono móvil con cámara fotográfica, en las que las campañas publicitarias se hacen a la medida del individuo, nuestros ojos están tan acostumbrados al bombardeo diario de imágenes, que ya no somos capaces de observarlas con mirada crítica. Dicho esto, podemos preguntarnos: ¿Qué se necesita, además de pulsar un botón, para hacer una buena foto? ¿Cómo podemos mirar a través del objetivo con algo más que los ojos? ¿Cómo podemos aprender a observar realmente una imagen cuando la tenemos ante nosotros?.

Aunque se suele pasar por alto, en fotografía < **mirar** > exige deliberación. Implica la voluntad consciente de ir más allá de la mera reproducción de un objeto.



El ojo - tanto el del fotógrafo como el del espectador - debe entrenarse, como cualquier otro músculo. El proceso de pensamiento - << **¿Qué siento? ¿Qué me dice esa imagen? ¿Qué me sugiere?** >> - ha quedado a un lado. Lo mismo sucede cuando hojearmos periódicos y revistas. ¿Cuántas veces damos tiempo a que una imagen nos deje huella? ¿No es mucho más frecuente que la hayamos olvidado en cuanto pasamos la página?.

Si eso es lo que hacemos al mirar fotografías, no será muy diferente cuando las hacemos. Seguramente no es

tan descabellado decir que la mayoría de nosotros <<hacemos>> fotografías, pero no las <<creamos>> ¿Por qué?. Quizá porque, como observó André Kertesz: **<<Todo el mundo puede mirar, pero no necesariamente todos ven>>**. En los mejores casos la fotografía va mucho más allá de ser una imagen bonita.



“Para mí la fotografía es el arte de la observación”, dijo Elliott Erwitt. <<Consiste en buscar algo interesante en un lugar normal y corriente... Creo que tiene poco que ver con las cosas que ves, y todo que ver con la manera de verlas.>>

A la pregunta << Qué buscas en una imagen >>, Kathy Ryan, editora fotográfica de **The New York Times Magazine**, contesta: *“Tiene que ver con la mirada amplia y la autoridad... las fotos que se recuerdan impactan instintivamente. Una imagen tiene que exigirte atención y ofrecerte algo cuando la miras detenidamente. Debe proporcionarte una mayor comprensión de un tema o permitirte percibirlo de una forma totalmente nueva, ver el mundo de un modo distinto”*.

Así pues, para << **crear** >> una fotografía es preciso mucho más que pulsar un botón.



Todo parece indicar que para los fotógrafos también tiene importancia poseer cierto sexto sentido. Quizá Henri Cartier-Bresson lo expresó mejor cuando dijo: *“En lo que a mí respecta, hacer fotos... es una forma de gritar, de liberarme, no de demostrar ni de afirmar lo original que soy. Es una forma de vivir.”* En el ámbito de la fotografía sin duda no está de más cierta dosis de obsesión. Edward Steichen pasó todo un verano fotografiando peras. Esta perseverancia indica el deseo o la necesidad de resolver un problema de tipo estético, conceptual o estructural, o acaso los tres a la vez. Cuando es tanta la entrega y la curiosidad, el verbo **<<ver>>** adquiere una nueva dimensión. Se convierte en un sentido sensible que va más allá del mero hecho de dejar huella de determinado tema en la retina, o en nuestro caso en el dispositivo de captura.

El resultado es el mismo ya se trate de fotógrafos documentalistas, conceptuales, de retratos o de moda: cuando pulsen el botón, no estarán <<haciendo>> una foto; la estarán <<creando>>.

La fotografía y la forma de verla han evolucionado enormemente desde su nacimiento, en el siglo XIX. No obstante, la idea de imagen instantánea parece haberse adherido a nuestra consciencia colectiva. Por mucho que creamos saber de fotografía, por mucho talento que tengamos, siempre debemos aspirar a un nivel de comprensión más profundo.

El propio Miguel Ángel recurrió a la frase <<**Ancora imparo**>> (“Todavía aprendo”) como lema en la cima de su carrera.





Porque a diferencia de lo que sugería el lema de Kodak en 1888, la gran fotografía es cualquier cosa menos sencilla. Quizá sería más adecuado un eslogan que dijera: <<**Lo que importa no es el cómo, sino el qué**>>.

