

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

"FOTOGRAFÍA DIGITAL DE RETRATO"

Trabajo de monografía presentado por:

Elliot Igor Morales Moran

Previo a optar el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor de monografía

M. A. Walter Pérez

Guatemala, octubre de 2019

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Representantes Estudiantes

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretario

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

M.A. Walter Estuardo Pérez Rodríguez

M.A. Pablo Alexander Dávila Montenegro

Lic. Josué Othoniel Andrade de la Cruz



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 24 de octubre de 2019
Orden de impresión
Ref. CT-Akmg- No. 041-2019

Licenciado
Elliot Igor Morales Moran
Carne 2469 84171 0101
Registro académico 201318620
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado Licenciado

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "Fotografía digital de retrato", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

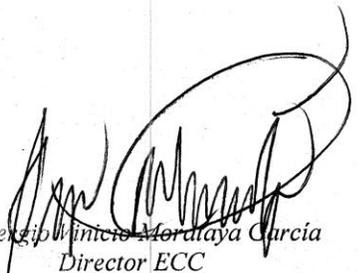
- Un ejemplar impreso, un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central
- Dos ejemplares impresos y dos discos compactos en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis


Dr. Sergio Wilfredo Morataya García
Director ECC



c.c. archive/AM/SVMG/ajjr



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt

Para efectos legales, el autor
es el único responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A DIOS por estar conmigo desde el inicio hasta siempre; por siempre protegerme, ayudarme y motivarme.

A MIS PADRES. A mamá, por poner la inquietud en mí de empezar esta aventura y por motivarme a ser agradecido; a mi papá, por siempre invitarme a ser independiente y a seguir construyéndome.

A MI HERMANO, porque siempre me invitó a que haga lo que me llena y a estar satisfecho con mis decisiones. Por protegerme como el buen hermano mayor que es.

A MI NOVIA, por ser el faro que alumbró los momentos de tormenta, por ser mi puerto seguro para poder disfrutar y por ser la mejor tripulación en todo momento. A ti, Berta María Abrego Lara, ¡gracias!

A MIS ABUELITAS. A la primera, por siempre motivarme a tener pensamiento crítico y sensibilizarme con mi país; a la segunda, por recordarme que tengo mucho por dar y que todo esfuerzo tiene su recompensa.

A MIS AMIGOS, por apoyarme en cada paso de mi carrera.

A LOS GENTACIOS, porque (casi) siempre se animaron a realizar actividades que salieron del común denominador... y por las pizzas en el carro.

A LA UNIVERSIDAD, por mostrarme un mundo nuevo (real) y contribuir a mi compromiso con prójimo.

A MÍ, por luchar todos los días dando todo mi esfuerzo, por hacer guías de estudio para mis compañeros y el salón entero; porque soy un genio y porque gracias a Dios, estoy escribiendo esto.

ÍNDICE

Contenido	Página
Resumen	i
Introducción	ii
CAPÍTULO I ANOTACIONES PRELIMINARES	1
1. 1. Antecedentes	1
1. 2. Justificación	2
1. 3. Descripción	3
1.4. Delimitación del tema	4
1.5. Objetivos	4
1. 5. 1. General	4
Describir el procedimiento para elaboración de fotografía digital de retrato.	4
1. 5. 2. Específicos	4
CAPÍTULO II ANOTACIONES TEÓRICAS	5
2.1. Fotografía	5
2. 2. Breve reseña histórica	5
2. 3. Captura digital	6
2. 4. Triángulo de exposición	8
2. 5. Encuadre y composición fotográfica	9
2. 5. 1. Reglas de composición	10
2. 5. 2. Características principales de las fotografías	11
2. 6. Balance de blancos	13
2. 7. Ángulos fotográficos	13
2. 7. 1. Ángulos en la iluminación	14
2. 8. Archivos digitales de imagen fotográfica	14
2. 8. 1. Modos y espacios de color	15
2. 9. Retrato digital	16
2. 10. Tipos de planos	16
2. 11. Modificadores de luz	17
2. 12. Introducción al arte comunicativo del retrato digital	18
2. 13. Características del retrato digital	19
2. 13. 1. Identidad de la persona	20

2. 13. 2. Hacer lo importante más importante	21
2. 13. 3. Contar una historia	21
2. 13. 4. Expresión	21
2. 14. Categorías del retrato fotográfico	21
2. 14. 1. Autorretrato	22
2. 14. 2. Retrato de glamur	22
2. 14. 3. Retrato de moda	22
2. 14. 4. Retrato publicitario	22
2. 14. 5. Retrato documental periodístico	23
2. 14. 6. Retrato <i>fine art</i> o de bellas artes	24
CAPÍTULO III DESARROLLO DEL TEMA: FOTOGRAFÍA DIGITAL DE RETRATO	26
3. 1. Retrato digital	26
3. 2. Introducción a su realización	27
3. 3. Preproducción	28
3. 3. 1. Estudio de caso, retrato <i>fine art</i> “Trascendencia” (parte I)	30
3. 4. Producción	32
3. 4. 1. Estudio de caso, retrato <i>fine art</i> “Trascendencia” (parte II)	35
3. 5. Posproducción	36
3. 5. 1. Estudio de caso, retrato <i>fine art</i> “Trascendencia” (parte III)	38
3. 6. El retrato final es un todo	39
3. 7. Ejemplos de fotografía comercial y periodística	40
CONCLUSIONES	45
RECOMENDACIONES	47
BIBLIOGRAFÍA	48
Libros	48
e-grafías	48
Entrevistas	52
ANEXOS	53
1. Instituciones para aprender fotografía en Guatemala	53
2. Triángulo de exposición	54
3. Regla de tercios	55
4. Balance de blancos	55
5. Ángulos fotográficos	56

6. Tipos de planos	56
7. Ejemplo de identidad de la persona	57
8. Ejemplo de contar una historia	58
9. Ejemplo de expresión	59
10. Ejemplo de retrato de glamur	60
11. Ejemplo de retrato de moda	61
12. Ejemplo de retrato publicitario	61
13. Ejemplo de retrato documental	62
14. Ejemplo de retrato <i>fine art</i>	63
15. Producción de maquillaje	64
17. Espejo	65
18. Fotografía seleccionada	66
19. El retrato final es un todo	67
20. Video de retoque digital elaborado por Elliot Morales	67
21. Ejemplo 2 de Coca-Cola	68
22. <i>United Colors of Benetton</i>	69
23. <i>Stop the Carnage</i>	69
24. Ejemplos Diesel	71
25. Ejemplo de Rodrigo Abd	72
26. <i>Lost Angels</i>	72
27. Fotografía de Udell Ramírez	74
28. Guía de observación	75
29. Cuestionario	76
30. Matriz del estado del arte (cuadros de registro)	77
31. Triangulación de entrevistas	78

Resumen

Título:	Fotografía digital de retrato
Autor:	Elliot Igor Morales Moran
Universidad:	Universidad de San Carlos de Guatemala
Unidad Académica:	Escuela de Ciencias de la Comunicación

El estudio se enfoca directamente en recopilar información de profesionales del área, por medio de entrevistas y observación; asimismo, de documentos (impresos y en línea) para sustentar la teoría y conceptos proporcionados al lector.

Se explica la fotografía digital de retrato partiendo de lo básico hasta las subramas de esta categoría de la imagen; el lector podrá conocer una breve reseña histórica de la fotografía, la cámara fotográfica, teoría general para realizar las tomas y conceptos clave sobre cómo llevar a cabo imágenes digitales de retrato teniendo como base la preproducción, producción y posproducción; asimismo, obtendrá el conocimiento para poder utilizar el retrato digital como herramienta para poder comunicar en otras áreas como la publicidad.

Palabras clave: digital, edición, fotografía, imagen, instantánea preproducción, producción, posproducción.

Introducción

El retrato, una de las ramas de la fotografía digital que más predominan, necesita de varias técnicas y conocimientos previos para que logre llevarse a cabo; no se trata únicamente de plasmar a una persona en una imagen, esta categoría de fotografía es vehículo para la transmisión de mensajes de todo tipo.

Desde la fotografía de modas, la conceptual, los retratos utilizan al ser humano como una herramienta semiótica para que los perceptores de las instantáneas reaccionen (y accionen) de cierta manera.

Además, el retrato fotográfico digital, es un resultado de la evolución en el arte, pues, es una técnica realizada desde épocas antiguas y siempre han cumplido con funciones estéticas, psicológicas, emocionales o comerciales.

Se partirá de lo simple a lo complejo, desde los lineamientos fotográficos básicos, hasta los fundamentos teóricos que trae consigo la fotografía de retrato digital; cómo cargar una imagen de signos comunicacionales y que estas sean efectivas para la persona encargada de realizar la instantánea y para quienes la difunden; asimismo, se expondrán teorías y recomendaciones de personas expertas en la materia, para que el lector interprete y aprehenda los conocimientos brindados en el presente documento; y, finalmente, ponga en práctica para la realización de retratos fotográficos digitales de su autoría

CAPÍTULO I

ANOTACIONES PRELIMINARES

1. 1. Antecedentes

En su tesis, (García, 2012, p. 1), el autor dio a conocer “las ventajas e importancia que representa la práctica o relación con el arte para la niñez y juventud”, de los/as jóvenes en Guatemala, a pesar de que según los resultados de su investigación, el arte es percibida como un actividad superflua. Asimismo, evidenció que la formación académica de Guatemala se enfoca en las asignaturas tradicionales y básicas como matemática, ciencias naturales, ciencias sociales y lenguaje, y se ha descartado la enseñanza de las artes como prioridad (García, 2012).

Con base en que las fotografías buscan contar historias, (Castillo, 2016, p. 10), en su tesis “Desarrollo y análisis de la semiótica utilizada en las series fotográficas” que tiene como objetivo específico: “Definir el desarrollo de una serie fotográfica y determinar las características que las hacen destacar”. La autora presenta una serie de pasos y elementos importantes para la interpretación de las imágenes en serie; conocimiento de gran utilidad para aplicar a la fotografía en general, incluyendo, por supuesto, a la de retrato y así, establecer parámetros que indiquen la cantidad de estética que posee una imagen (con su respectiva ambigüedad e hipercodificación).

Cualquiera puede captar imágenes, argumenta (Wannam, 2016, p. 23), hecho por el cual es fácil partir hacia la enseñanza de la fotografía de retrato; y, orientar la accesibilidad mencionada hacia la realización de retratos fotográficos cargados de signos interpretativos que logren transmitir lo que el emisor desea (es necesario tomar en cuenta que por ser producto estético, este adquiere independencia de quien la realiza).

Con lo antes mencionado, se obtiene un panorama más amplio de los estudios sobre imágenes y fotografía de retrato en Guatemala; y, se ha observado que estos abarcan a los campos mencionados como objetos de estudio y no de enseñanza, esto confirma la necesidad de que existan documentos académicamente amparados para transmitir dicho conocimiento.

1. 2. Justificación

Los motivos para realizar la investigación son para enriquecer la bibliografía académica y artística respecto a la fotografía digital de retrato en Guatemala; pues, son limitadas las obras nacionales publicadas que detallen cómo se elabora este tipo de imágenes durante la preproducción, producción y posproducción; asimismo, el impacto que estas pueden tener y la utilización que se les puede dar, según las subdivisiones que esta tiene.

Las personas estudiantes de comunicación que desean aprender fotografía de retrato actualizada, recurren a métodos de aprendizaje en línea por medio del contenido que tienen disponible en redes sociales, a pesar de que estos no demuestran tener un sustento académico comprobable.

Por lo tanto, es necesario crear un documento que tenga fuentes académicas legítimas; y, entrevistas a profesionales del área.

La enseñanza de fotografía de retrato digital en Guatemala requiere de numerosas inversiones; y, los/as estudiantes de ciencias de la comunicación pueden presentar recursos económicos limitados, por lo tanto, el documento contendrá métodos aplicables sin incurrir en gastos onerosos para lograrlo.

Además, es necesario esclarecer que el análisis del autor estará presente en la investigación, por lo que los/as lectores podrán formarse una perspectiva nacional y actualizada sobre la fotografía de retrato digital; y, esta monografía contiene esquemas explicativos y ejemplos reales que permitirán, al receptor de este documento, poder realizar pruebas de campo para comprobar su aprendizaje.

1. 3. Descripción

La fotografía digital tiene muchas subdivisiones como fotografía de paisajes, urbana, documental y de retrato; se hace énfasis en la última mencionada, que, se trata específicamente de fotografiar personas que están posando de una u otra forma, para quien está a cargo de realizar la instantánea.

Existen diferentes ramas del retrato: retrato de moda, conceptual, de bellas artes, entre otros; todas las subcategorías del retrato llevan una serie de pasos específicos para poder ser llevados a cabo; aunque, es imposible descartar el hecho de que existen numerosos retratos fotográficos elaborados con pocos procesos teóricos conscientes o con ninguno.

La fotografía de retrato posee distintos elementos que incrementan el nivel de significación de la imagen, no se trata únicamente de fotografiar a un ser humano; este debe estar contextualizado; y, la subjetividad (gustos) de la persona encargada de realizar el retrato digital, influyen en la posición de los elementos que construyen la imagen; asimismo, las posiciones, planos y encuadres a realizar del/a retratado/a.

La didáctica fotográfica en Guatemala es reducida y son pocas las instituciones y universidades que imparten estos cursos con información actualizada y prácticas competitivas (ver anexo 1, Instituciones para aprender fotografía en Guatemala); por lo tanto, en la monografía presente se mezclan dos formas principales de comunicación: la comunicación visual por medio de la fotografía de retrato y la comunicación interpersonal con objetivo didáctico, que enseñe en los/as lectores/as correctamente diferentes vías para llevar a cabo obras de arte comunicacionales de retrato.

1.4. Delimitación del tema

Esta monografía de compilación se enfoca específicamente en recopilar fundamentos teóricos y experiencias de profesionales en fotografía de retrato digital y producciones lucrativas que se basan en esta rama fotográfica.

Se documentará el proceso de varios fotógrafos profesionales durante la realización de fotografías de retrato, para poder analizar los procesos técnicos y creativos para luego ser expuestos en la presente monografía.

Asimismo, el análisis y síntesis de la teoría encontrada en medios escritos (impresos) y digitales, será el fundamento para presentar al lector cómo se debe elaborar la fotografía de retrato digital y cómo debe trabajarse en la etapa de edición digital.

1.5. Objetivos

1.5.1. General

Describir el procedimiento para elaboración de fotografía digital de retrato.

1.5.2. Específicos

- Explicar el uso de la técnica para realizar fotografía digital de retrato.
- Evidenciar el proceso de edición de fotografía digital de retrato.
- Ejemplificar el uso de fotografía digital de retrato en la publicidad.

CAPÍTULO II ANOTACIONES TEÓRICAS

2.1. Fotografía

En su tesis “Características de la fotografía análoga y digital” (González, 2007, p. 1) expone que la palabra “proviene del griego *Phos, photos*, que quiere decir luz y *graphein*, significa grabar o imagen representada”.

Sin embargo, (Munárriz, 1999, p. 5), presenta una definición menos literal y técnica; y, se dirige hacia un concepto más filosófico, el autor toma a la fotografía como un todo que se mezcla entre imagen y material que la sustenta; “es un todo indisoluble en el que la imagen y los componentes materiales que la sustentan funcionan como una unidad, en una compleja relación de influencias mutuas”.

Por lo tanto, se deduce que una foto es “imprimir” rayos luminosos en un material fotosensible, que, en el ámbito digital, es el sensor fotográfico (componente de la cámara que se explicará posteriormente); y, de este modo, obtener una imagen de lo que se presenta frente a la persona encargada de hacer la foto.

Es decir, una instantánea es un conjunto de imagen, plasmada (por medio de la luz) y el material que la recibe; mas, ninguno de los autores anteriormente mencionados establecen o afirman que la fotografía es una representación de la realidad.

2. 2. Breve reseña histórica

En 1290, en Florencia, Italia, el astrónomo Guillermo de Saint Cloud y varios de sus estudiantes, desearon observar un eclipse de sol. Cerraron una habitación herméticamente y en la pared donde estaba la ventana, abrieron un pequeño agujero; en la pared opuesta, se reflejó la imagen del sol ocultándose detrás de la luna. (González, 2007, p. 2).

Fue hasta 1826, con Joseph Nicéphore Niépce, que se oficializa la invención de la fotografía, esto se logra debido a que Niépce lo logró por medio de procesos químicos; y, en 1831, el

daguerrotipo, planchas sensibles a la luz, recubiertas con una capa de yoduro de plata, nació, con Louis Jacques Mandé Daguerre; sin embargo, los resultados terminaban por desaparecer con el paso del tiempo. (Tecniber-5, 2012).

En 1839, John William Herschel nombró a las imágenes fijadas con el nombre de “fotografías”, mismo año en que Henry Fox Talbot (quien inventó el proceso para que las imágenes no desaparecieran y los negativos) y Daguerre, publicaron sus estudios. (Tecniber-5, 2012, p. 3).

Desde la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad, la fotografía digital predomina sobre la análoga (la que revela sus imágenes por medio de procesos químicos); la cámara digital, junto con todos los programas informáticos para el procesamiento de fotos en computadoras, traen consigo un “cambio en la mirada, y una respuesta por parte del ser humano ante la aparición de una nueva forma de ver, capturar e inmortalizar aquello que nos rodea” (Martínez, 2008, p. 41).

El desarrollo de tecnología, por el ser humano, también incluye los avances en la fotografía; actualmente, la fotografía digital predomina frente a los métodos análogos de hacer imágenes; además del precio, el acceso a la manipulación de imágenes por medio de programas de edición, ha abierto las puertas a que las categorías fotográficas se innoven y surjan nuevas disciplinas del arte (o técnica) de hacer fotografías.

2. 3. Captura digital

El material fotosensible en las cámaras digitales es el sensor electrónico; este está compuesto de “células fotoeléctricas que registran la imagen” (Tecniber-5, 2012), es decir, la película fotográfica se descarta; sin embargo, los otros elementos para realizar instantáneas, son casi los mismos.

Con referencia a (Benchoam, 2012), (Sierra, 2017) expone en su tesis “Los *cinemagraphs* en la fotografía publicitaria” que para lograr culminar con éxito la etapa de la toma de la imagen, se necesitan tres elementos: luz, composición y la impresión subjetiva que transmite al espectador.

Por supuesto, para lograr la captura, se necesitan de elementos físicos, el principal, por obviedad, es la cámara fotográfica digital; estas se dividen en dos principales: cámara compacta (de bolsillo) y cámara *réflex* (de lentes intercambiables) (Sierra, 2017); en la categoría de las cámaras de bolsillo se encuentran también las que están en los móviles; además, existen otros tipos de dispositivos, como la *mirrorless* (sin espejo), utilizadas de igual forma que las *réflex* y las cámaras de formato medio; para producciones con más presupuesto. Generalmente todas, a excepción de la de bolsillo, puede fotografiar en formato *RAW* (crudo); útil para la edición (esto será explicado posteriormente).

A pesar de lo mencionado, todas las cámaras comparten un denominador común, es decir, los componentes básicos:

- Cuerpo: es la parte principal de la cámara, en este, se encuentra el sensor digital, espejo (si lo tiene), montura para el objetivo, menú digital de configuración.
- Objetivo (s): también conocido como “lente”, es un artefacto cilíndrico compuesto de numerosos vidrios; con este, se permite realizar el encuadre y composición fotográfica; existen los siguientes tipos de objetivos (Casas, 2017):
 - Ojo de pez: ángulo de visión de 180° o más.
 - Gran angular: ángulo de visión entre 63° y 180°. Produce distorsión en líneas verticales y horizontales.
 - Objetivo normal: ángulo de visión de 45°. No tiene distorsión.
 - Teleobjetivo: ángulo de visión de 30° o menos. Ideal para acercarse al objeto a quien realiza la imagen.
 - Macro: utilizado para fotografiar objetos pequeños; permite acercarse hasta 1 centímetro del objeto.
- Sensor: compuesto de numerosas celdas sensibles a la luz. Aquí se graba la imagen para ser almacenada posteriormente en una memoria digital.
- Diafragma: dentro del objetivo. Cavidad que puede ampliar su diámetro, para controlar la cantidad de luz que llegará hasta el sensor.
- Obturador: artefacto que deja pasar la luz por un período de tiempo.

Además, las cámaras poseen botón de disparo, dial que permite seleccionar el modo de fotografía, flash incorporado, cavidad para tarjetas de memoria y baterías; entre otros (Sierra, 2017); todos estos elementos son imprescindibles para realizar fotografías digitales.

2. 4. Triángulo de exposición

Antes de realizar una fotografía (en modo manual, donde la persona configura todos los mecanismos a utilizar), es necesario establecer que esta esté correctamente expuesta, es decir; que no predominen las altas luces (muy clara o sobreexpuesta) ni las sombras (muy oscura o subexpuesta); para lograrlo, es necesario conocer el triángulo de exposición. (Serrano, 2016).

El triángulo se compone de tres elementos básicos: el diafragma, la velocidad de obturación y la sensibilidad ISO (*International Organization for Standardization*, en inglés); del equilibrio de estos (o su manipulación), se obtiene la exposición deseada por el/la fotógrafo/a (ver anexo 2, Triángulo de exposición), (Sierra, 2017).

Es necesario mencionar que con el obturador, se mide el tiempo de exposición; con el diafragma, la apertura del objetivo; y, la sensibilidad ISO es cuán “permeable” es el sensor fotográfico a la luz; esto trae consigo un sinnúmero de consecuencias en la imagen. (Serrano, 2016).

Velocidad: su unidad de medida es el segundo; y, deja pasar la luz por fracciones de segundo o segundos completos; en fotografía digital, se pueden apreciar, entre todas las cifras, de la siguiente forma: 1/8000, 1/2000, 1/500, 1/50, leyéndose así: 1/8000 s., por ejemplo. Además, hay imágenes que necesitan segundos enteros para lograrse, como la fotografía nocturna. En este caso, las cifras se verán así: 1”, 15” o 30”, donde las comillas significan unidades de segundo. (Murga, 1994).

Apertura: la apertura es una “zona circular abierta de tamaño variable dentro del objetivo que sirve para moderar los niveles de luz con el fin de obtener una fotografía bien expuesta” (Daly, 2004) citado por (Sierra, 2017, p. 33).

Asimismo, (Sierra, 2017, p. 33) basada en (Benchoam, 2012), expresa que la apertura se mide en números y se identifican con una “f”, que representa “relación focal”. Estos se escriben de la siguiente manera (por mencionar algunos): f 1.4, f 2.8, f 16, f22.

El último elemento del triángulo de exposición, el ISO, se utiliza para medir la sensibilidad del sensor digital a la luz (Sierra, 2017); este, tiene valores estándar que pueden ir desde 80 hasta números más altos como 12,800.

La apertura, según sus valores, permitirá filtrar más o menos luz; si su valor es alto, el orificio será cerrado; y, si es bajo, el agujero será mayor; entre más grande sea la apertura del diafragma, se podrá fotografiar objetos con menor cantidad de luz; pero, todo lo que lo rodea estará desenfocado; sucederá a la inversa si el valor “f” es alto. Esto se llama profundidad de campo. (Sierra, 2017).

El ISO, es únicamente una especie de permeabilizante del sensor; entre más alto, con mayor luz saldrán las imágenes, pero se adquirirá ruido digital (grano en las cámaras de película), que son puntos de colores que están sobre la imagen; entre más ISO, más claridad pero menor nitidez; entre menos, más nitidez pero menor claridad. (Serrano, 2016).

La velocidad de obturación interfiere en el movimiento de la toma; por ejemplo, una velocidad baja (5”) dará como resultado fotografías con movimiento (ideal para fotos con poca luz); por medio de una velocidad alta (1/2000 s.) se podrá congelar el instante. Si se quiere fotografiar a un corredor profesional o a un ave en vuelo.

La correcta manipulación de estos tres factores, dará como resultado la imagen deseada por el fotógrafo.

2. 5. Encuadre y composición fotográfica

El encuadre, es la colocación de la cámara, esto, debido a que la construcción del aparato fotográfico solo permite tres tipos de encuadre: horizontal, vertical y aberrante (Peña, s. f.), este último, es un encuadre donde se inclina la cámara generalmente a un ángulo de 45° (en posición

vertical u horizontal); en cambio, al hacer referencia a “composición fotográfica” especifica a la colocación de elementos que están dentro de la imagen y que cumplen una función para quien realiza la toma y para quien la percibe. (Jösch, 2007).

Existen tres tipos de composición, la primera, es cuando la persona encargada de realizar la imagen tiene control absoluto de la colocación de los elementos, como en producciones cinematográficas, de moda, conceptuales, entre otros; la segunda, cuando el/la fotógrafo se debe adaptar al medio en el que se encuentra, como en situaciones de fotografía urbana o paisajes; y, la última, cuando esta se apoya de la superposición de otras fotografías para generar una nueva, es decir, montaje fotográfico (Jösch, 2007).

Antes de pensar en la composición adecuada, se debe seleccionar un punto focal para la fotografía, este es el objetivo (visible) principal de la fotografía (Johnson & Johnson, 2000); a pesar de que las fotografías pueden tener más de un punto focal, es recomendable dirigirse a uno solo, la saturación de elementos puede interferir en la correcta interpretación de la foto.

2. 5. 1. Reglas de composición

El autor (Johnson & Johnson, 2000) expone que existen varias normas para realizar composiciones que comuniquen efectivamente; estas pueden romperse y crear resultados diferentes y agradables al perceptor; sin embargo, son funcionales.

Regla de tercios: (Johnson & Johnson, 2000, p. 133) expone en su obra “Fotografía digital: ¡soluciones!” que se logra “si se trazan líneas en una fotografía para dividirla en tres partes, la imagen se dividirá en nueve 'zonas' con cuatro ángulos interiores completos.”; se recomienda colocar a los elementos importantes en los puntos de intersección de las líneas, pues, la mirada se dirigirá a esas zonas (ver anexo 3, Regla de tercios).

Llenar el cuadro: ocurre cuando los elementos fotografiados completan el encuadre al 100 %; este tipo de composición se utiliza cuando se hacen fotografías de semillas, tejidos, etc.

No colocar el horizonte al centro de la imagen: derivado de la regla de tercios, se recomienda colocar el horizonte en la línea superior o inferior, según el contexto; esto, para resaltar el punto focal deseado. Si este está al centro, no se distinguirá la prioridad; esto generalmente se aplica en paisajes.

También (Sierra, 2017), apoyada en (Benchoam, 2002) expone que existe el enmarque natural: que se trata de utilizar elementos que están en el entorno para colocar al punto focal dentro de un marco, sin intervención del fotógrafo.

Existen también las “flechas naturales” (Sierra, 2017, p. 39) o líneas conductoras, que consisten en elementos que dirijan la mirada del perceptor hacia el punto focal.

Por último, (Daly, 2004), sugiere la simetría, que se refiere a que ambos lados de la imagen (vertical u horizontal) tienen la misma impresión visual; y, la asimetría, cuando un elemento dentro de la imagen, rompe la igualdad de ambos lados o del cuadro entero.

Es importante establecer relación entre todos los elementos fotografiados, es decir, que cada objeto que está dentro de la imagen, cumpla una función específica respecto al punto focal de esta.

Las fotografías pueden tener elementos repetidos, esto genera ritmo dentro de esta y pueden transmitir ideas concretas del/la artista de la imagen hacia sus espectadores.

2. 5. 2. Características principales de las fotografías

En el apartado de “Los ocho elementos que constituyen la imagen” de (Jösch, 2007), expone que estos estarán presentes en todas las fotografías y deben ser tomados en cuenta al momento de realizar composiciones fotográficas; a continuación, los seis más importantes.

- Figura o forma: “comprende la estructura fundamental de la gráfica, la silueta general que se dibuja sobre el fondo” (Jösch, 2007, p. 20).

- **Perspectiva:** es la profundidad de espacio que se genera en la imagen, este puede verse reducido o amplio, según el ángulo fotográfico que elija la persona que hace la instantánea.
- **Equilibrio:** es la forma en que los elementos internos de la foto están colocados, estos pueden generar armonía visual si todos los objetos están distribuidos en el encuadre; u, ocasionar sensación de ligereza o derrumbe, si los objetos se colocan, en su mayoría, en una esquina. Esto se conoce “peso visual” (Jösch, 2007).
- **Volumen y textura:** el primero hace referencia a la tridimensionalidad que puede existir dentro de una fotografía; y, la segunda, a la rugosidad de los elementos. El volumen puede generar textura y la textura, volumen.
- **Tono, color y contraste:** (Jösch, 2007) hace referencia a que el tono es la cantidad de brillo en las imágenes con ausencia de color (escala de grises), el color, especifica a la intensidad y saturación de estos, en las fotos cromáticas; y, contraste es el equilibrio entre colores y brillos. Las fotografías a color también pueden presentar un tono predominante: estos pueden ser cálidos o fríos; y, un matiz verde o magenta.
- **Iluminación:** se refiere a la colocación de las fuentes de luz dentro de la imagen o a la posición de los elementos que la redirigen en situaciones donde esta no se puede modificar.

Por lo tanto, al momento de realizar composiciones fotográficas (especialmente si son conceptuales, de moda o con control total de la composición), es necesario tomar en cuenta estas características inherentes a los elementos de las fotografías, un descuido puede dar a entender una idea diferente a la que se planificó.

No existe una regla de composición específica para cada rama fotográfica; la regla de tercios puede utilizarse tanto en un paisaje como en un retrato fotográfico; asimismo, se puede llenar el cuadro con un retrato o una fotografía de alimentos.

2. 6. Balance de blancos

El balance de blancos es la función (digital) que permite que los elementos de color blanco, se vean 100 % de este color en la imagen; para evitar las tonalidades cálidas o frías (Sierra, 2007); sin embargo, es necesario mencionar que en el arte de la fotografía, es válido ajustar esta función al gusto de quien realiza la fotografía, para mostrar mensajes específicos, o estética personal.

El ajuste del color blanco, se alcanza con un equilibrio entre los colores rojo, verde y azul (RGB, de *red*, *green* y *blue*, en inglés) (León, 2017); esta función tiene como unidad de medida los grados Kelvin (K), y, afirma que en 5,300 K, el blanco será de un tono puro (ver anexo 4, Balance de blancos).

A pesar de que existan ajustes preestablecidos como tungsteno, fluorescente, luz de sol directa, flash, nublado, sombra en día soleado y automático; lo recomendable es ajustar manualmente el balance de blancos para obtener la temperatura de color deseada; si se cometen errores, estos podrán corregirse en programas de revelado digital y edición de imágenes.

2. 7. Ángulos fotográficos

La persona encargada de realizar la fotografía puede colocar la cámara en ciertas posiciones que brindan al espectador una intencionalidad de percepción diferente, estos ángulos, según (Liarte, 2010) son los siguientes (ver anexo 5, Ángulos fotográficos).

- Cenital o picado extremo: la cámara se coloca perpendicular al suelo o la superficie del sujeto a fotografiar y en dirección hacia abajo. Ideal para fotografía aérea y dar la impresión de vista de ave.
- Picado: la cámara es puesta arriba (en ángulo aberrante) del punto focal (en dirección hacia abajo), utilizada generalmente en fotografía gastronómica, fotografía urbana y algunos retratos.
- Normal o al nivel: se pone el aparato fotográfico al mismo nivel del objeto o sujeto a fotografiar; permite mayor intimidad hacia lo retratado.

- Contrapicado: opuesto al picado, la cámara se pone abajo del sujeto a fotografiar y en dirección hacia arriba, esto es utilizado para brindar autoridad a los sujetos fotografiados o para fotografía de deportes.
- Nadir o contrapicado extremo: contraria al cenital, la cámara se coloca perpendicular al suelo pero señalando hacia arriba, orienta la mirada hacia el centro de la imagen.

2. 7. 1. Ángulos en la iluminación

Estos ángulos de colocación de cámara, como se mencionó anteriormente, sirven para transmitir diversos mensajes al espectador de la obra; respecto a los ángulos de entrada de luz (sean artificiales o ambiente), comparten exactamente los mismos que los de colocación de cámara. Es necesario resaltar tanto en iluminación, como en posición del dispositivo fotográfico, estas pueden situarse a los laterales del sujeto, atrás y adelante.

2. 8. Archivos digitales de imagen fotográfica

Las personas que se dedican a la fotografía digital o que alguna vez han tenido contacto directo con una cámara moderna, podrán haberse percatado que esta tiene dos opciones de guardar los archivos, el primero, el JPG (*Joint Photographic Experts Group*) y el formato RAW (crudo); conocer las diferencias y ventajas de ambos es importante para la realización de fotografías. (Rodríguez, 2017).

El archivo JPG es imagen en sí mismo, trabaja a 8 bits por color (con base en que las imágenes fotográficas son mapas de bits, formadas por píxeles) (Sierra, 2017); posee menor rango dinámico, mayor nitidez, se procesa en la cámara y al momento de editarse, perderá información.

En cambio, el archivo RAW, trabaja entre 8 y 12 bits por color, tiene mayor rango dinámico, no tiene compresión y es necesario que pase por un proceso de revelado digital para que este sea aprovechado al máximo; este posee más información y no la pierde al ser editado. (Rodríguez, 2017).

Las personas que prioricen en la calidad de la imagen sobre la cantidad (los archivos RAW ocuparán más espacio en las tarjetas de memoria), que se dediquen a la fotografía profesionalmente o que necesiten realizar montajes de imagen, es recomendable que utilicen el formato RAW, pues, este fue creado para este tipo de trabajos.

Sin embargo, si la utilización que se les dará a las fotografías es únicamente de uso personal y no se prioriza en el revelado o edición de estas, es recomendable el uso del JPG, puesto que se presume que nunca necesitarán de programas informáticos para procesar las imágenes.

2. 8. 1. Modos y espacios de color

La fotografía digital trajo consigo una serie de temas a los cuales los/as profesionales del campo, deben poner atención.

Modos de color: es lo que determina la combinación de colores en función del número de canales de un modelo de color. Existen tres modos principales de color, escala de grises, Cian Magenta Amarillo y Negro (CMYK, del *cyan*, *magenta*, *yellow* y *key*, en inglés, siendo el color clave, el negro) y el ya mencionado RGB; el primero, posee únicamente un canal; el segundo, es el canal utilizado en la mayoría de casos, para imprimir; y, el tercero, posee tres canales y es mayormente utilizado para ser apreciado en monitores de ordenadores o teléfonos inteligentes (Sierra, 2017).

También existe el modo de color LAB (Luminosidad a y b), es el que más se acerca al ojo humano porque posee una variedad de colores independiente del aparato en que se visualice; este, se encuentra en un punto medio del RGB y CMYK, puesto que el primero es aditivo (se basa en la suma de los tres colores del canal) y el segundo es sustractivo (en la resta de los tres colores al color blanco). (Lucas, 2010).

Espacio de color: el espacio de color es una interpretación de color (Tatay, 2009); se dividen en tres principales y significa la cantidad de colores que abarca cada uno; entre ellos se encuentran el sRGB (*small*, pequeño, RGB), el Adobe RGB (1998) y el ProPhoto RGB); el primero, abarca una cantidad menor de colores y se utiliza generalmente para algunas impresiones y exportación

para sitios web; el segundo, para la edición de imágenes fotográficas, las cámaras que utilizan los profesionales tiene opción para fotografiar RAW en Adobe RGB (1998); y, el último, abarca colores incluso invisibles para el ojo humano; únicamente las cámaras de gama alta poseen esta característica y puede ocasionar problemas al momento de trabajar, pues no es perceptible para todas las personas.

Perfil de color: es el espacio de trabajo que depende totalmente de un dispositivo, generalmente para impresión; es decir, el espacio de color que se ajusta a una impresora para evitar la pérdida de tonos y saturación.

El mal uso de los modos, espacios y perfiles de color pueden generar consecuencias negativas para las personas que desean subir o imprimir fotografías, esto se refiere a que las impresiones pueden verse de otro color o en los dispositivos electrónicos; por esta razón, es necesario comprender para qué fue diseñado cada modo y espacio.

2. 9. Retrato digital

El retrato ha sido una de las categorías fotográficas más frecuentadas y más utilizadas para diversos fines, “el campo más explotado comercialmente por los por los daguerrotipistas fue el retrato” (Incorvaia, 2013, p. 28); sin embargo, es necesario conocer dos aspectos técnicos fundamentales que encierran a la producción de este tipo de imágenes.

2. 10. Tipos de planos

Según (Illescas, 2017), la mayoría de planos utilizados para la fotografía de retrato se originan del cine, pues son “disciplinas hermanas”, argumenta. Asimismo, expone siete tipos de plano para este tipo de imagen, aunque resalta que no son exclusivos para esta categoría (ver anexo 6, Tipos de planos).

- Plano entero o plano general: se caracteriza porque aparece todo el cuerpo de la persona fotografiada.

- Plano americano o tres cuartos: el encuadre encierra únicamente desde el muslo (parte de arriba de la rodilla) hasta la punta de la cabeza; el nombre surge porque era el tipo de composición fotográfica que se utilizaba en las películas tipo *western* (occidentales) o de “indios y vaqueros” (Illescas, 2017).
- Plano medio: este hace se cubre únicamente desde la cintura hacia la cabeza; en este tipo de encuadres se debe tener cuidado con el corte de las extremidades de los/as sujetos; puede dar impresión que están mutilados/as.
- Plano medio corto o plano busto: desde la mitad del pecho hasta el rostro.
- Primer plano o plano de retrato: se encuadra desde los hombros hacia la cabeza, es el plano frecuentemente utilizado porque la cercanía hacia la persona fotografiada genera intimidad entre el espectador y el sujeto.
- Primerísimo primer plano: el favorito para muchos fotógrafos de maquillaje; pues, abarca únicamente desde la frente hasta la barbilla.
- Plano detalle: es el plano con menor distancia de todos los anteriores; se encarga de fotografiar una parte del cuerpo de la persona (no precisamente los ojos), como los labios, las manos, nariz, entre otras.

2. 11. Modificadores de luz

Cuando se utilizan luces artificiales (ya sea flash o continuas) para la realización de fotografías de retrato, (Sierra, 2017, p. 45), basada en (Freeman, 2014) expone que se pueden utilizar “accesorios y modificadores para difuminar, enfocar, reflejar, rebotar, suavizar, endurecer, reducir o realzar la luz”. Los principales accesorios son:

- Reflector: redirige los rayos de luz hacia otro punto; este puede tener superficie plateada, blanca, dorada o de cualquier color; la luz caerá sobre el sujeto del color de la superficie del reflector.

- Paraguas: es económico y el favorito de muchos profesionales de fotografía por su fácil transportación; además, la luz (generalmente estroboscópica) se dispara hacia esta y se refleja en forma circular difuminada hacia el sujeto.
- Caja suave: también tienen forma de octágono, en algunas ocasiones. La luz sale difuminada desde adentro; esta se direcciona hacia el punto que la persona que hace fotografía desea.
- Cono: tiene forma cónica y dirige la luz hacia un punto específico, generalmente no pasa por filtros que la difuminan; entonces, esta cae con toda la potencia de origen. Ideal para resaltar detalles o como luz trasera.

2. 12. Introducción al arte comunicativo del retrato digital

Con orientación al retrato clásico, que parte desde el siglo XVI; (Bernal, 2007) argumenta que en este tipo de retrato, la prioridad es el rostro del sujeto y que más allá de comunicar un sentimiento (ya sea del autor o de la persona fotografiada), se busca realizar una relación entre el contexto social y el sujeto.

Esta relación se puede lograr “capturándolo espontáneamente o bien forzando su aparición” (Bernal, 2007, p. 3); el autor continúa describiendo la forma en que los retratos en pintura eran realizados; pero, argumenta que no es necesario seguir al pie de la letra estos factores en común, porque en la actualidad, se tiene más control sobre el escenario.

El autor se adentra en el rostro humano y hace referencia a que todo objeto posee seis aspectos inherentes: línea, volumen, textura, color, transparencia y brillo; y, la cara humana, solo es un objeto más y es necesario conocer esquemas de iluminación para poder resaltar (o no) estas características (Bernal, 2007, p. 6).

Sin embargo, la fotografía ha roto los estereotipos de retrato que han existido desde la pintura; antes, todas las cualidades de una persona debían estar presentes en una imagen; pero, (Salkeld,

2014, p. 96) relata en su obra “Cómo leer una fotografía” que el fotógrafo Aleksandr Rodchenko rompió con ese esquema histórico exponiendo que un retrato efectivo se logra por medio de “múltiples instantáneas tomadas en momentos y circunstancias distintos”.

Quien percibe una fotografía de retrato siempre buscará el rostro de la persona retratada; y, a pesar de que los ojos no son lo único que la hace ser quien es, seguirá siendo elemento importante para navegar hacia el conocimiento de la identidad de un ser humano (Salkeld, 2014).

Según (Hurter, 2008), una fotografía de retrato es una imagen donde aparezca una persona (consciente de estar siendo fotografiada); pero que esa es solo la definición técnica de un retrato fotográfico. Una verdadera imagen de esta categoría debe “comunicar algo acerca de la naturaleza de la persona”, asegura.

Además, (Hurter, 2008) coincide con el citado por (Salkeld, 2014), Aleksandr Rodchenko, al afirmar que no se puede comprender la complejidad de una persona por medio de una sola fotografía; sin embargo, expone que sí puede reflejar una profundidad de la persona que transporte hacia una historia o algo íntimo del sujeto en sí.

Por lo tanto, por medio de la fotografía de retrato se puede dar a conocer una parte (que puede ser íntima) de la persona plasmada; sin embargo, una sola imagen no podrá describir a un ser humano en totalidad, porque la gente es compleja y una sola imagen captará el reflejo de esta en ese momento.

Por medio de una serie de imágenes, el espectador podrá tener una noción más clara de cómo es la persona plasmada, a qué situación social pertenece y qué está sintiendo en ese momento; y, si el trabajo del profesional de fotografía tuvo la preparación necesaria, podrá contar una historia.

2. 13. Características del retrato digital

Los autores (Hurter, 2008) y (Salkeld, 2014) enumeran una serie de aspectos fundamentales que existen en la fotografía de retrato; se han tomado los que para el investigador son más importantes.

2. 13. 1. Identidad de la persona

La fotografía de retrato debe comunicar identidad, ya sea de la persona que aparece en la imagen o de algún concepto abstracto; en el caso específico de una persona, la identidad engloba el concepto de género, etnia, clase social, edad, entre otros datos sociales (Salkeld, 2014).

Entonces, en los seres humanos, la identidad se puede definir con lo que dice la primera ley de la lógica formal de Aristóteles, que afirma que una cosa solo puede ser igual a ella misma (Bustamante, 2008); la identidad es eso; pero para entenderla, se deben abarcar más aspectos.

Para (Salkeld, 2014, p. 99) identidad “es un proyecto constructivo en curso que dura toda la vida y la forma en que nos perciben depende de la interacción entre nuestra forma de actuar y el dominio de las convenciones de significantes de identidad y las habilidades con las que son leídas.”

Para fotografiar aquello tan complejo, los fotógrafos han recurrido a realizar retratos ambientados (Salkeld, 2014), es decir, colocar a los sujetos en contextos que coincidan con su estilo de vida, para mayor comodidad de estos y autenticidad. Es necesario recordar que para que una fotografía sea considerada de retrato, las personas deben tener consciencia de que están siendo fotografiadas; de lo contrario, sería una fotografía documental con elementos humanos.

Entonces, la identidad forma un todo complejo entre nuestra herencia y asimilación; nuestro actuar y forma de recibir los estímulos externos; aunque puede limitarse la definición a colocar a la persona en un círculo social (antes mencionado) como cultura, edad, clase social, entre otros; y, para fotografiar la identidad del ser humano (o por lo menos una parte de esta), el fotógrafo puede apoyarse del entorno físico o de elementos (accesorios) que acompañen a la persona durante las fotografías, que contextualice al espectador (y al sujeto) en su cultura (ver anexo 7, Ejemplo de identidad de la persona).

2. 13. 2. Hacer lo importante más importante

Asegura (Hurter, 2008) que es fundamental crear una relación (conexión) positiva con los sujetos a fotografiar y que los profesionales lo logran hacer en poco tiempo; el sentido del humor es de gran importancia, no parar de hablar y sobre todo, adular (con cautela) a la persona.

2. 13. 3. Contar una historia

Es importante que el espectador encuentre significados profundos (o por lo menos una narrativa) en la fotografía de retrato (Hurter, 2008); para esto, son colocados elementos de contexto en la imagen -tal y como mencionaba el citado (Salkeld, 2014), (ver anexo 8, Ejemplo de contar una historia).

Aunque, los elementos que sitúan a las personas dentro de las fotografías pueden generar una identidad creada por el autor, es decir, ficción, para que la narrativa visual sea funcional; y, en contextos no documentales siempre será permitido.

2. 13. 4. Expresión

“Siempre hay una fotografía que resalta sobre el resto” (Hurter, 2008, p. 14). Esto sucede por la expresión de la persona retratada; es “irresistible” y logra mostrarse tal cual es o según el contexto fotográfico, consigue transmitir la idea deseada por el artista de la fotografía.

Estas características intangibles pero sí perceptibles, en las fotografías de retrato, son características permanentes e inherentes en estas, tienen alta carga de significación y según la experiencia y conocimientos del artista, un retrato tendrá mayor efectividad comunicacional si sabe cómo explotar cada una de estas (ver anexo 9, Ejemplo de expresión).

2. 14. Categorías del retrato fotográfico

La autora, (Incorvaia, 2013), en su obra “La fotografía: un invento con historia”, expone subramas de esta categoría fotográfica que continúan existiendo; entre ellas menciona al ya aludido retrato ambiental, que especifica que es aquella rama (con auge en el siglo XX) donde

alrededor de la persona retratada se colocaban elementos que permitieran introducirla a un contexto específico.

2. 14. 1. Autorretrato

Según las ramas de (Incorvaia, 2013, p. 104), el autorretrato es utilizado para que el artista de la imagen “se muestre a sí mismo” o para transmitir un mensaje en particular.

2. 14. 2. Retrato de glamur

La citada (Incorvaia, 2013), menciona que tuvo su apogeo en el siglo XX, cuando las artistas de Hollywood buscaban al renombrado George Hurrell, para que hiciera fotografías de ellas con atuendos elegantes y gestos sensuales; algunas, comenta la autora, lo contactaron únicamente para salvar su carrera artística en decrecimiento (ver anexo 10, Ejemplo de retrato de glamur).

2. 14. 3. Retrato de moda

Su función es mostrar (para vender) ropa o accesorios. En la primera mitad del siglo XX tuvo también su origen la fotografía de moda, Cecil Beaton, uno de los fotógrafos más reconocidos de la época (ver anexo 11, Ejemplo de retrato de moda), por sus trabajos para la revista *Vogue* y *Harper's Bazar*, logró marcar un precedente de este tipo de imágenes hasta la actualidad. (Incorvaia, 2013). Hoy en día, el retrato conceptual, comercial, íntimo y de bellas artes, son las ramas más predominantes.

2. 14. 4. Retrato publicitario

En la revista en línea, *lifeder.com* (Matos, s. f.) afirma en su artículo “Retrato publicitario: historia, características, ejemplos”, que el retrato publicitario se apoya en representar a una persona manteniendo “cierto estilo de vida, con el fin de vender un producto o servicio”.

Este busca que el consumidor final se identifique con el ser humano expuesto en la imagen y se acerque al producto a comprar; sin embargo, como menciona (Matos, s. f.), la fotografía de retrato publicitario debe acompañarse de signos psicológicos y de mercadeo para que esta funcione; es decir, es un conjunto de varias artes gráficas (ver anexo 12, Ejemplo de retrato publicitario).

La autora, hace hincapié en los tres códigos de composición en el retrato publicitario, los mismos citados por (Toledano, 2019) en su sitio de Internet, estos códigos mencionados por Matos son:

- La mirada: su dirección depende de la intención de los creativos y de la intensidad que deseen generar; sin embargo, especifica que se logra “conexión directa con el espectador”.
- El cuerpo: Matos señala que las posiciones corporales pueden “denotar idealización, satisfacción y logro”, entre otras sensaciones.
- La sonrisa: no se aplica en todas las ocasiones; sin embargo, como las anteriores, busca generar atracción por medio de esta.

Asimismo, (Matos, s. f.) expone que algunas de las características del retrato publicitario son que tienen como fin principal la venta del producto, pueden utilizar rostros conocidos, buscan que el espectador haga realidad con lo retratado (identificación con el contexto).

2. 14. 5. Retrato documental periodístico

Es (Ibarra, s. f.) quien expone en su artículo “Retrato documental, características, tipos y ejemplos” que este tipo de retrato es una herramienta del fotoperiodismo que contribuye a la narración de eventos de gran importancia.

Afirma que “es importante que el fotógrafo logre establecer un vínculo afectivo con los sujetos”, esto, porque quien retrata, debe entender y comprender el contexto y contar una historia de forma objetiva sin caer en fantasía.

Es importante resaltar que, no precisamente debe mostrarse el rostro de los sujetos retratados, como asegura (Ibarra, s. f.), quien hace énfasis en que el plano detalle es una característica importante a resaltar de este tipo de retrato.

El retrato documental muestra el contexto diario de los sujetos (cotidianeidad), expone temas sociales de interés común o específico y la espontaneidad debe prevalecer, para que las personas

retratadas se muestren (y demuestren) tal y como son (ver anexo 13, Ejemplo de retrato documental).

Existen diferentes tipos de retrato documental según (Ibarra, s. f.), por ejemplo, el tradicional, donde se enfoca directamente en el rostro de la persona; el ambiental, donde esta es contextualizada en un escenario real y el sincero, donde el sujeto no tiene conocimiento de que está siendo fotografiado, en este caso, se trata de “fotografía de personas”, como se expuso anteriormente.

2. 14. 6. Retrato *fine art* o de bellas artes

Este tipo de retrato se describe de último en el capítulo debido a que tiene más características subjetivas, esto, debido a que está directamente relacionado con el arte y gustos personales de quien realiza la imagen, (Vidal, 2013), autora del artículo digital “El Retrato Fotográfico Creativo: Qué, Cómo Por qué”, expone que en este tipo de retrato, se utiliza la figura humana de “forma distinta, con el fin de conseguir distintos resultados”.

La autora, muestra una serie de características que acompañan a este tipo de realización de retratos, entre ellas se encuentra la abstractualización, que consiste en usar detalles del cuerpo humano como herramienta o puente para la generación de una imagen completa, afirma que los perceptores de la obra no siempre distinguen que se trata de una persona.

El personaje: (Vidal, 2013), asegura que “la figura humana lo es todo”; esto, porque una historia es creada por el autor de la imagen y la persona retratada la cuenta, la representa y protagoniza; este tipo de imágenes, como en el retrato documental, colocan al sujeto en un ambiente; pero, a diferencia del documental, este escenario es creado por el autor.

La persona puede cosificarse (en contexto artístico) cuando esta es utilizada únicamente como un elemento de un todo estético que comunica, es decir, como asegura (Vidal, 2013), se convierte en un objeto de la composición sin importancia protagónica para la transmisión de un mensaje, esta se puede utilizar como referente o para crear anclaje con quien observa la obra.

Por último, (Vidal, 2013) afirma que “el autorretrato es una opción”, este puede utilizarse en la ausencia de modelos a fotografiar o en proyectos individuales donde la persona que realiza el retrato, puede, estar en un proceso de introspección.

Asimismo, (Avila, 2018) expone en su sitio oficial, que una fotografía de bellas artes debe “contar con un tema, composición, momento único e historia” y, asegura que son imágenes que se hacen con la intención de expresar ideas, sensaciones, emociones y percepciones del artista.

El retrato *fine art* es la categoría más subjetiva del retrato; pero eso no conlleva a que no posea elementos colocados de forma intencional que comuniquen ideas íntimas o posturas sociales de quien realiza la imagen (ver anexo14, Ejemplo de retrato *fine art*).

CAPÍTULO III

DESARROLLO DEL TEMA: FOTOGRAFÍA DIGITAL DE RETRATO

3. 1. Retrato digital

Para profundizar en la práctica de la fotografía de retrato en Guatemala, se realizaron entrevistas a profesionales de la fotografía, publicidad y comunicación del país. Según las palabras de (Aguilar, 2018), el retrato surgió por la necesidad humana de inmortalizar su imagen; y, (continúa) esta postura se evidencia en la cantidad de pinturas rupestres que existen desde hace varias épocas; también en los diversos estilos (d. C.) de mostrar la figura humana.

La fotógrafa (Ovalle, 2018) asegura que su prioridad al momento de realizar un retrato digital, es resaltar “una acción o reacción que transmita algo”, para ella, esto tiene más importancia que el aspecto físico de la persona a fotografiar.

Con una fotografía dentro de su cotidianidad es suficiente para registrar la imagen de una persona, asegura (Aguilar, 2018), a lo que (Sandoval, 2018) coincide llamándolos “retratos informales”; sin embargo, en producciones con más intención (comercial, artística, documental, etc.), (Aguilar, 2018) coincide que es necesario contar con expertos.

Respecto a ese punto, (Ovalle, 2018) asegura que la mayoría de sus clientes eligen a sus estilistas y maquilladores, esto, para estar en un círculo donde la persona a retratar se sienta más cómoda. También agrega que “estar en sintonía con el equipo de trabajo” y “tener una idea de lo que se realizará”, son clave para lograr una fotografía de retrato de alta calidad.

El fotógrafo (Björn, 2014) expuso que la fotografía de retrato necesita únicamente lo que le rodea para lograr una imagen de impacto, (Ovalle, 2018) expone que la sintonía y la idea previa de la imagen, es útil para “adelantarse a cualquier acontecimiento de riesgo que pueda suceder”; y, es en esa espontaneidad donde pueden surgir retratos que impacten al sujeto fotografiado.

Como se mencionó anteriormente, la fotografía de retrato es aquella donde una persona es plasmada por medio de una cámara; y, esta es consciente de que está frente a un aparato para

captar imágenes; si el sujeto (o los sujetos) no tienen conocimiento de que saldrán en una instantánea, este tipo de fotografía se convertiría en una imagen callejera, paisaje o cualquier otra rama donde pueda existir el elemento humano.

La imagen digital trajo consigo una revolución estética y de signos; no es únicamente el cambio tecnológico lo que esta representa, también una modificación a las perspectivas de los artistas de fotografía y mensajes a comunicar por medio de las instantáneas que utilizan a la figura humana como elemento de vital importancia para la estructuración de un mensaje artístico, comercial, institucional, entre otros.

3. 2. Introducción a su realización

Realizar una fotografía digital de retrato desde la técnica requiere únicamente el seguimiento de pasos teóricos y colocación del equipo a utilizar en cierta posición al momento de activar el obturador de la cámara; sin embargo, una fotografía que comunique y transmita, trae una forma especial de utilización de estos elementos.

Todas las imágenes tienen una razón de existir y un objetivo por cumplir; es decir, un por qué y para qué, esto, según las palabras de (Sandoval, 2018), dadas en una entrevista, es la conceptualización; y, es la prioridad para realizar cualquier fotografía de retrato.

El término conceptualización hace referencia a que la fotografía (como producto final) debe estar centrada en un tema y es necesario que se establezcan parámetros que hagan que la imagen cumpla su objetivo (comercializar, mostrar, hacer sentir, entre otros).

Sin embargo, para lograr conceptualizar una imagen, es necesario un estudio previo del tema en que se desea insertar esta, luego entender cómo se obtendrá y saber qué hacer al momento de producirse; finalmente, el planteamiento de una estrategia para mostrarla es el paso final, es decir, colocarla en un contexto.

Este procedimiento de elaboración de una imagen se divide en tres etapas: preproducción, producción y posproducción; y, algunos profesionales como (Ovalle, 2018) y (Sandoval, 2018)

mencionan un cuarto, previo a la posproducción; y este, es la edición de la fotografía; aunque varios fotógrafos incluyen la edición dentro de la tercera etapa.

Es necesario mencionar que algunos retratos no son realizados con un proceso de producción tan complejo; como los casuales o algunas imágenes espontáneas personales del profesional; pero, la esencia de estos tres pasos siempre está presente. Esto, porque siempre se parte de una idea y se alcanza un resultado final.

Sin importar que el retrato sea lucrativo, estético o informal, siempre se debe generar un ambiente amigable (Ovalle, 2018), que permita al equipo completo desenvolverse de forma plena y creativa para crear imágenes que sean del gusto del cliente (sujeto) y del personal completo.

El fotógrafo no siempre es el encargado de todos los aspectos, en ocasiones, este solo aporta directamente en la realización de las imágenes (teniendo contexto previo) y un equipo de producción realiza los aspectos tangentes a la imagen; pero, esto se explicará en las secciones de preproducción, producción y posproducción de la presente monografía.

3. 3. Preproducción

La semilla de cualquier imagen es una idea; independientemente si esta será un retrato *boudoir* (palabra de origen francés, significa “tocador” y se refiere a retratos sensuales femeninos), de moda, comercial, institucional, estético o casual; la idea siempre será la fuente de vida para que nazca una fotografía digital.

Mencionar cómo surge una idea no es un extra para la investigación; pero, tampoco es necesario ahondar mucho en el tema; cuando se trata de proyectos comerciales, una junta de creativos publicitarios (editor, diseñador, productor, productor ejecutivo, entre otros) realizan una lluvia de conceptos, (basados en experiencias anteriores o trabajo de otro profesional) para lograr llegar, en consenso, a la forma en cómo se realizará la fotografía (o por lo menos, qué imagen desean obtener) que esté directamente ligada a la línea gráfica y editorial de la marca que promocionan.

En esta etapa se establecen criterios como iluminación, actores (personas) a retratar, paleta de colores, actitud y signos como metáforas, hipérboles o antítesis que contribuirán a que el concepto y mensaje sean más sólidos para la interpretación del grupo receptor.

El retrato periodístico comparte criterios similares a los de fotografía comercial, por el hecho de que generalmente se deben alinear al estilo y agenda del medio en el que serán publicadas las imágenes; sin embargo, la espontaneidad es un factor clave para diferenciarlo del comercial; asimismo, estos retratos tienen fines informativos puramente y pueden tener carga semiótica de denuncia.

Cuando es un proyecto personal, o más íntimo donde puede que las fotografías no tengan comercialización masiva; siempre es necesario escuchar primero a quien desea realizarse la fotografía o sesión fotográfica, (para fines ilustrativos se tomará de ejemplo a una mujer) porque esta persona trae consigo un concepto de cómo quiere verse y qué desea ver de sí; tal y como dice (Sandoval, 2018), “la modelo desea ver sus cualidades físicas y yo busco resaltarlas según mi estilo”.

Es en la unión de ese estilo (profesional y artístico) que menciona (Sandoval, 2018), con el concepto preestablecido de la persona donde surgen las ideas que, se alimentan de referencias, es decir, otras fotografías, pinturas o cualquier expresión visual, realizadas por otros autores.

Con esto no se quiere decir que todas las fotografías que se realizarán están previamente diseñadas para que la persona encargada de hacer la imagen únicamente monte escenario y haga la toma; esto no es así; pero, tampoco descarta el hecho de que sí existan fotografías realizadas de esta forma (que es la recomendable); y, es aquí, donde el juego creativo comienza.

Si se trata de fotografías casuales, donde dos personas están reunidas y tienen la motivación de hacerse fotografías, es probable que solo se pregunten qué quieren y empiecen a realizar las imágenes; si es una producción comercial (como previamente se mencionó) el equipo de trabajo preparará todo para que nada falte durante la toma de imágenes y que todo salga según lo planificado; esto mismo se aplica en producciones pequeñas o personales.

Sin embargo, a medida que las ideas surgen, también se evidencia la necesidad de más integrantes al equipo; es decir, hacer fotografías de retrato no requiere únicamente de la persona fotografiada y de la encargada de realizar la instantánea; según sea el concepto, se pueden necesitar de más talentos que den cuerpo al resultado final; estos pueden ser:

- maquillaje
- peinado,
- vestuario
- escenografía (conocido como arte)

Por lo regular, se asigna a una persona para cada tarea, en conjunto, se terminan de consolidar las ideas.

Cuando se trata de imágenes con un sujeto tácito, es decir, que el tema no es principalmente el modelo, es recomendable que el profesional de la fotografía y la persona que será retratada se reúnan para conversar cómo llevarán a cabo la idea; por ejemplo, de qué forma se pueden representar temas como el patriotismo, orgullo o el pecado, por mencionar algunos ejemplos, con el ser humano como elemento en la fotografía.

Es en este tipo de conceptos abstractos donde el retrato digital se convierte en una herramienta para comunicar un mensaje concreto; incluso, la fotografía puede ser únicamente una base digital donde se sobrepondrán elementos digitalmente (que pueden ser otras fotografías) y así, crear escenarios más complejos que contribuyan a la idea principal.

3. 3. 1. Estudio de caso, retrato *fine art* “Trascendencia” (parte I)

Para que el lector tenga mejor interpretación de lo explicado, se tomará como ejemplo la elaboración de la fotografía “Trascendencia” (en la etapa de preproducción), obra del autor.

1. La idea surgió por el deseo tener autosuperación, entender el mundo y no tener ansiedad innecesaria (el autor de la obra padece de ataques de ansiedad). Su deseo principal: conocer la realidad, salir de sí mismo para poder tener una vida plena.
2. Por lo tanto, recurrió a documentarse por medio de textos filosóficos sobre la trascendencia e inmanencia; además, observó conductas en personas cercanas; tomó

como referencia imágenes de otras obras (en este caso, el largometraje Lucy, donde el personaje se desfragmenta y se une a la realidad al poder utilizar al cien por ciento su cerebro).

3. También recurrió a utilizar elementos característicos de su estilo, para poder comunicar correctamente la idea, pensó en colores cálidos para transmitir paz, en una mujer (porque tiene más experiencia con modelos femeninos) desfragmentándose y con postura firme.
4. Por lo tanto, buscó escenarios abstractos en la Ciudad de Guatemala; al no encontrarlos, decidió crear uno, un lugar vacío con suelo de tablero de ajedrez (que se define en la producción). También pensó en un espejo, que serviría para expresar que ella se separa de sí misma.
5. Por último, con el primer boceto, decidió conversar con la posible modelo por medio de un programa de mensajería en línea; explicó la idea y ella accedió. Se programó fecha, hora y lugar.

De este modo, se cumple la primera etapa de la preproducción, que es el diálogo con el cliente (modelo, en proyectos personales). En esta reunión, se ponen sobre la mesa los otros elementos que serán necesarios para la toma de fotografías; si el presupuesto es amplio, se podrá contratar a distintos profesionales para que contribuyan con la realización de las imágenes. Los clientes generalmente son quienes subcontratan a estos profesionales, según (Ovalle, 2018), quien coincide con (Sandoval, 2018); el fotógrafo, debe siempre tener en cuenta que “la fotografía es el esfuerzo de todo el equipo de producción, cada persona debe estar bien consciente de su área”, (Sandoval, 2018).

Si el presupuesto no lo permite, tampoco será impedimento para la toma de las imágenes; ya que como dijo (Björn, 2014), “todo lo que uno necesita está alrededor”. Durante este proceso se establecen qué tipo de vestuarios se utilizarán, maquillaje, peinados, colores y locación; que puede ser estudio fotográfico o un lugar específico, donde “el gran reto es no tener control del ambiente; no se podrá controlar todo, como el viento o la lluvia”, según (Aguilar, 2018).

3. 4. Producción

Quizá la etapa más llamativa para los principiantes en el tema, la más comercializada y la de menor duración. Es el punto donde se realizan las imágenes, se llevan a cabo las ideas preestablecidas y surgen nuevas.

Es de gran importancia mencionar que, en producciones lucrativas, siempre está la persona encargada del proyecto, que dirige al profesional de fotografía y modelo; asimismo, a quienes tienen el mando de las otras áreas que contribuyen al resultado final, como maquillista, peinador, director de arte, entre otros (ver anexo 15, Producción de maquillaje); los representantes de la marca también se hacen presentes (desde la preproducción) para marcar límites y pautas que su producto exige.

Aquí, el fotógrafo debe mostrarse creativo, anuente y paciente; porque la sesión que se planificó para llevarse a cabo en dos horas, puede extenderse a un día (o más) de trabajo; las ideas conversadas previamente con el modelo servirán únicamente de base para la creación de los verdaderos productos visuales; este punto es el más vulnerable a los imprevistos.

Los aspectos más importantes para que la producción fluya correctamente, que se tuvieron que planificar en la preproducción, son los siguientes:

- Equipo fotográfico listo: además de la cámara, el profesional de retrato digital debe tener un objetivo angular, uno medio y un telefoto. Esto es necesario porque existen diferentes exigencias que solo se pueden llevar a cabo con un objetivo específico
 - Memorias y baterías extra: el espacio almacenamiento siempre será útil, más en producciones grandes; asimismo, no se debe quedar sin energía el aparato fotográfico.
 - Disco duro y computadora: es de vital importancia respaldar todas las imágenes de inmediato; además, que las personas involucradas en el proyecto puedan ver en un tamaño decente los resultados que se logran, con este conocimiento, pueden redirigir la producción hacia otros resultados.
 - Equipo de iluminación y reflectores de luz: debe estar previamente probado y seleccionado por el fotógrafo.

- Cámara de respaldo: la cámara fotográfica es una máquina, en cualquier momento puede dejar de funcionar. Es recomendable tener una segunda herramienta.
- Alimentación: el fotógrafo (si es proyecto personal) debe proveer de alimentación a todo el equipo que se encuentre en el lugar; todos los profesionales en el campo se agotarán y la comida evitará que el rendimiento baje; además, es una forma de agradar al cliente y a todo el equipo.
- Música: lo más importante durante la toma de imágenes es que la persona encargada de realizarlas brinde un espacio agradable y amigable, un lugar donde quien será fotografiado se sienta libre, como en casa. Para ello, la música siempre es un buen estimulante para el equipo completo. Es necesario resaltar que lo más importante es que la música debe ser elegida por el modelo, jamás el fotógrafo debe imponer su gusto musical (aunque puede brindar sugerencias).
- Maquillaje y peinado: sobre todo en las producciones lucrativas, este debe estar presente (realizado por profesionales) en todo momento; los signos transmitidos por medio del arreglo corporal son de vital importancia en cualquier imagen.
- Vestuario: en las producciones de moda y comerciales este es el elemento clave, los atuendos y accesorios deben verse de forma correcta y un grupo de profesionales se encargan de que cada detalle sea fotografiado por el artista de las imágenes.
- Dirección al modelo: es este el elemento no técnico más importante de toda la producción; porque más allá de la correcta iluminación y colocación de colores; maquillaje, peinado y otras características de la fotografía de retrato; si el fotógrafo se dirige al modelo de una forma inadecuada, el resultado será pobre para todo el equipo.
 - Generalmente las personas que serán fotografiadas se ven dentro de sí de una forma; pero, al momento de estar en la producción, desconocen qué poses realizar o si las conocen, la timidez impide a que las hagan; es aquí donde el fotógrafo debe motivar, sin cesar, a la modelo. Incluso, si quien se encuentra frente a la

cámara es profesional, debe tener orientación, saber hacia dónde para que la persona también sugiera nuevas ideas durante las tomas.

- Además, (Björn, 2014) argumentó que al modelo le dará hambre, sed y cansancio; y, el fotógrafo debe “alimentar” a la persona (o personas) por medio de su energía, palabras y hasta chistes; sin embargo, la forma de hacerlo varía según la persona a retratar; pero, comparten el mismo denominador.
- También, según las palabras de (Björn, 2014), a nadie le gusta recibir órdenes y por lo tanto; el primer paso para dirigirse correctamente a la modelo es hablar en plural. Es decir, evitar las palabras como: muévete, mira, camina, salta; y sustituirlas por: movámonos, miremos, caminemos, saltemos.
- Es necesario adular constantemente el trabajo que la persona hace, esto motivará indudablemente a la persona. Por ejemplo, utilizar palabras como “¡bella!”, “¡guapo!”, “¡perfecta!” harán que quien está frente a la cámara comience a sugerir nuevas ideas, posiciones y conceptos durante la sesión, porque se siente una persona hermosa y segura de sí misma; por supuesto, cada quince o veinte minutos, el fotógrafo debe mostrar las fotografías; de este modo, la persona sabrá cómo se ve y de no agradarse, el profesional lo sabrá con tiempo.
- Mezclar bromas, hacer pausas y posar junto a los modelos, son recursos obligatorios para la toma de fotografías de retrato; no hay que olvidar que antes de ser modelo o un recurso para la generación de una imagen, es un ser humano y debe sentirse cómodo con lo que realiza.
- “El objetivo de esto, es alcanzar la serenidad y fluidez de quien retratamos”, según argumenta (Ovalle, 2018); asimismo, la flexibilidad para la sugerencia de nuevas ideas. En resumen, la dirección es la relación amistosa que se hace entre el profesional y los sujetos a fotografiar; se inicia desde las primeras reuniones durante la preproducción y continúa luego de la producción.

De los aspectos técnicos a tomar en cuenta, es que no existe un esquema preestablecido para una categoría específica del retrato; pero, sí es necesario tomar en cuenta que la luz puede dar lugar a un sinnúmero de interpretaciones que pueden acentuar una idea o generar confusión en quien la mira.

Por lo tanto, se recomienda una luz primaria, que se dirija al sujeto, una secundaria que haga contrapeso y otra que muestre el escenario. Cuando las imágenes se realizan en locación, esta también tiene una gran cantidad de ventajas, brinda una “libertad creativa”, en palabras de (Sandoval, 2018) puesto que se puede interactuar con los elementos que lo componen; sin embargo, la desventaja es que no se puede controlar la iluminación, solo adaptarse a la luz del ambiente.

En cambio, en un estudio fotográfico, se tiene control total de las fuentes de luz; es el punto fuerte de realizar retratos en estudio; sin embargo, la interacción con los alrededores se pierde; es por eso que durante la preproducción se debe establecer qué lugar es más conveniente y expresar las razones. Es de gran importancia hacer mención que los montajes fotográficos tienen más facilidad de realizarse en estudio que en escenario natural.

3. 4. 1. Estudio de caso, retrato *fine art* “Trascendencia” (parte II)

Se continúa con el ejemplo de la obra “Trascendencia”, se citan los siguientes pasos:

1. La reunión con la modelo se hizo en un sector de la Ciudad de Guatemala, esto porque no se contaba con el presupuesto necesario para alquiler de estudio.
2. Ella llegó con un vestido que no exhibe marcas de ropa (tal y como se acordó durante la preproducción).
3. El fotógrafo contó con dos asistentes para generar viento y con este, que se moviera el vestido; además uno que sostuvo un reflector de luz para eliminar sombras no deseadas y generar destellos en los ojos.
4. El peinado fue casual y el maquillaje se realizó de tal forma que se viera como si no tuviera cosméticos en el rostro, únicamente para eliminar destellos no deseados.
5. Se realizaron las fotografías con un objetivo 50 mm. f/1.4 y se disparó a f/ 2.2.
6. Se tuvo que dirigir a la modelo para que ella tomara fuerza y se mostrara empoderada, segura y firme ante la cámara. Ella tenía que caminar hacia el fotógrafo.
7. Por ser un lugar público, no se utilizó música; pero se generó un ambiente amistoso donde ella se sentía cómoda; asimismo, cualquier necesidad que ella tuviese, sería satisfecha.
8. Luego, se realizaron diversas fotografías a un tablero de ajedrez (ver anexo 16, Tablero).

9. Se procedió comprar un espejo de 20 cm. de largo por la misma distancia de ancho y se rompió con un martillo y una tuerca (ver anexo 17, Espejo).
10. Se hicieron fotografías desde distintos ángulos a cada pieza rota del espejo.
11. La producción duró aproximadamente cuatro horas y media con la modelo y tres horas con el tablero de ajedrez y el espejo.

3. 5. Posproducción

En la presente etapa, se realiza gran parte del resultado final de la fotografía, es aquí donde se evidencia más el estilo propio de cada profesional; para algunos, como (Sandoval, 2018), en la etapa de edición se realiza el cincuenta por ciento de la imagen; punto de vista que compartía (Björn, 2014).

El paso de la posproducción no abarca únicamente el procedimiento de revelado y edición digital; hace referencia también la forma en que las imágenes se publicarán y utilizarán. En el caso de producciones comerciales, en qué horarios se publicarán y dónde, qué contexto y qué texto se añadirá para su anclaje.

En las producciones estéticas, para galerías de arte, la fotografía de retrato (como cualquier otra) debe contextualizarse; y, la forma en que se exhibirá debe corresponder al tema en que las personas se muestran en las imágenes y al tema que representan.

Entonces, posproducción es el proceso de edición y la forma en que se utilizarán las imágenes después; aunque, muchas veces, esta tarea ya no corresponde al profesional retratista, son movimientos publicitarios y mercadotécnicos donde profesionales de estas áreas se desenvuelven.

El punto importante donde el profesional del retrato se puede desenvolver a la perfección, es en el revelado digital y edición (manipulación) de la imagen por medio de un programa informático especializado en fotografía.

El revelado digital, consiste en hacer por medio de una computadora, el proceso que los fotógrafos análogos realizaban en el cuarto oscuro; es decir, realizar correcciones en las iluminaciones, sombras, blancos, negros, contraste, entre otros aspectos.

También se puede modificar la temperatura de color y añadir tonos; este procedimiento consiste en explotar los recursos de la propia imagen sin añadir elementos ajenos a esta; porque si se eliminan o agregan aspectos a la fotografía; dejaría de ser revelado digital y se convertiría en edición de imagen.

Cuando se alcanza el punto de edición de los retratos digitales (luego de la corrección de tonos, distorsión de lente y contraste, por ejemplo), se pueden realizar diferentes acciones con una imagen: resaltar los detalles de la piel (y limpiarla de imperfecciones), el tratado de ojos y cabello; la coloración y ajustes de iluminación, son algunos ejemplos.

Sin embargo, esto depende del tipo de fotografía que se realice; por ejemplo, si es una fotografía comercial de modas, se puede recurrir a lo que (Aguilar, 2018) menciona: “se busca idealizar la imagen sin dejarla irreal”, es decir, establecer una especie de estereotipo pero que continúe alcanzable para quienes desean consumir el producto que exhibe la persona retratada.

En las fotografías casuales, no se acostumbra a realizar una edición fotográfica compleja; de hecho, en la mayoría de los casos las imágenes se presentan con leves cambios y correcciones de revelado digital. Además, todos los archivos *RAW* (crudos) de las cámaras deben pasar por el cuarto oscuro digital para poder ser compartidos; es decir, es obligatorio que las fotografías se revelen, aunque el profesional de la fotografía (de retrato en este caso) no lo desee.

Los retratos artísticos o *fine art* (bellas artes) generalmente sí llevan varios procedimientos de edición de imagen (en el arte no existen absolutos), sobre todo, el montaje fotográfico; esto es una técnica que consiste colocar elementos de una fotografía sobre otra y así, generar un resultado totalmente distinto a los dos (o más) originales (siempre para expresar la idea inicial).

En este punto, los retratos dejan de ser únicamente fotografías y se transforman en productos visuales basados en fotografía; mantiene las propiedades de un elemento grabado con luz; pero, con elementos nuevos.

Por medio de los procesos de edición, una persona puede resaltar aún más la belleza física (en un retrato tradicional); puede dar prioridad a los elementos de su vestimenta (para fotografía de modas), o ser parte de un universo totalmente diferente a la realidad (por ejemplo, un retrato *fine art*).

3. 5. 1. Estudio de caso, retrato *fine art* “Trascendencia” (parte III)

A continuación, se enumeran los pasos de “Trascendencia” en la etapa de posproducción:

1. Se evaluaron todas las tomas de la modelo hasta seleccionar la indicada (ver anexo 18, Fotografía seleccionada)
2. Se seleccionaron las fotografías de restos del espejo roto.
3. Se eligieron las imágenes del tablero de ajedrez.
4. Se procedió a revelar digitalmente, en el programa Adobe Camera Raw de Adobe, cada imagen seleccionada.
5. Luego de realizar corrección de exposición, temperatura, matiz, sombras, blancos, negros, contraste; iluminaciones, sombras; ajustes de color; distorsión de lente y eliminación de ruido, se abrieron todas las fotografías en Adobe Photoshop, para ser acopladas posteriormente.
6. El sujeto tangente es la modelo; sin embargo, en realidad la imagen tendrá un sujeto tácito: trascendencia, y este cúmulo de imágenes la representarían.
7. La mujer, porque representa al ser humano y al mismo tiempo, vida; el suelo con patrón de ajedrez, representa la linealidad del mundo real que no excede de sus propios límites; el cielo (agregado en edición), representa un plano superior al humano; ella desfragmentándose, es la unión de ella con la realidad total.
8. El resultado se imprimió en papel fotográfico sobre aglomerado, a un tamaño de veinticuatro pulgadas de ancho por dieciséis de alto.
9. Se coordinó con el Colectivo Luminol para montar la exposición ArteSana (sanar por medio del arte).

10. Medios de comunicación nacionales brindaron apoyo para realizar cobertura del evento artístico.

11. La fotografía se vendió a un cliente particular.

Fotografía 1



Trascendencia

Fotografía por: Elliot Morales.

3. 6. El retrato final es un todo

La imagen de retrato que se muestra es la evidencia de tres etapas que se llevaron a cabo lo mejor posible con el presupuesto que se tenía. Por supuesto, siempre existirán obstáculos que se superarán de mejor forma según el retratista acumule experiencia en el campo.

Realizar fotografía de retrato (desde el punto de vista del autor) es plasmar la esencia de las personas, es decir, lo que las hace ser quienes son y las diferencia del resto, su identidad. Sufísico es un complemento importante, puesto que las personas desean verse bellas ante sí

mismas y ante la sociedad; sin embargo, captar las emociones reales de una sesión fotográfica es lo que muestra al ser humano tal y como es.

La dirección a los modelos es fundamental para la generación de nuevas ideas durante la sesión; y, la utilización del elemento humano para comunicar ideas se facilitará si el sujeto fotografiado es flexible a las sugerencias del fotógrafo.

Además, es necesario que el proceso de edición de la imagen esté de acuerdo a los gustos personales del sujeto plasmado en una imagen; sin embargo, es de vital importancia que se muestre también el criterio estético y profesional del encargado de hacer la imagen (ver anexo 19, El retrato final es un todo).

Retratar seres humanos es mostrar al público la sensibilidad que tiene cada persona, su autenticidad y belleza; hacer un retrato es immortalizar al sujeto tal y como es; o, convertirlo en un personaje mítico, en su héroe de niñez o el de sus hijos; más allá de los fines comerciales, el retrato digital es la puerta para conocer, por medio de la vista, a los seres humanos.

Para fines didácticos, en anexos se encuentra un video de edición fine art de un retrato, la fotografía y el video son realizados por el autor de la presente investigación (ver anexo 20, Video de retoque digital elaborado por Elliot Morales).

3. 7. Ejemplos de fotografía comercial y periodística

En el sitio Coca-Cola Journey, (Moye, 2016) expone en su artículo “Fotógrafos de Coca-Cola comparten sus imágenes favoritas de la campaña ‘Siente el Sabor’” varios comentarios que hacen los fotógrafos de la marca sobre sus imágenes, en este caso, se tomarán de ejemplo dos fotografías de Guy Aroch, ambos son retratos en conjunto, donde el objetivo es dar a conocer el producto por medio de sensaciones humanas (tal y como afirma su eslogan en inglés: *taste the feeling*); es necesario hacer notar al lector que estos son únicamente ejemplos y no se trata de análisis a profundidad de cada imagen.

En el primer caso el fotógrafo argumenta lo siguiente: “*Estas chicas se están divirtiendo. Es un momento sumamente feliz y grandioso en el cual ríen sin parar. Deseas ser ellas o estar allí con ellas. La imagen está hecha de una manera que no se siente como un montaje.*” (Moye, 2016), él deja en claro que la fotografía necesitó de los tres pasos del proceso de generación de una imagen y resalta la felicidad genuina de las modelos

Fotografía 2



Moye, J. (10 de mayo de 2016). Fotógrafos de Coca-Cola comparten sus imágenes favoritas de la campaña 'Siente el Sabor' [gráfico]. Recuperado de: <https://journey.coca-cola.com/historias/fotografos-de-coca-cola-comparten-sus-imagenes-favoritas-de-la-campa-a-siente-el-sabor>

Además, de las mujeres, utilizó colores cálidos en el ambiente y fríos en sus vestimentas, esto, con el objetivo de resaltar la prioridad: la botella de gaseosa. En este caso, la imagen transmite que el producto contribuirá a continuar “saboreando los momentos” y disfrutándolos al lado del producto. El retrato cumple una función de humanizar el producto.

El segundo caso (ver anexo 21, Ejemplo 2 de Coca-Cola) es exactamente lo mismo; pero, vale la pena mencionar que la chica que bebe la gaseosa (quien tiene más protagonismo en la imagen) no es modelo, mientras el sujeto a la derecha sí tiene la profesión; sin embargo, se generó un ambiente real donde se convidaron la bebida mientras Aroch esperaba por el momento correcto (Moye, 2016); es decir, el retrato cumple con la función de mostrar el producto por medio de momentos realistas.

También está la imagen de Oliverio Toscani (ver anexo 22, *United Colors of Benetton*), que no es fotografía digital de retrato pero para fines ilustrativos encaja perfectamente (y ya se encuentra digitalizada). El autor de *United Colors of Benetton* (Colores Unidos, de Benetton), ha “desafiado” a la población por medio de imágenes publicitarias sobre temas relacionados a la discriminación y hechos sociales (Singer, 2015); en este caso, decide hacer una fotografía que hace un frente a la heteronormatividad y racismo; presentó a dos mujeres que sostienen a un niño (las tres personas son de etnias diferentes), connotando que son las madres del pequeño.

“No existen fotos impactantes, solo una realidad impactante”, expresó Toscani para el medio CNN en español (Singer, 2015); los signos de la imagen, además de tres personas de etnias diferentes, existen elementos como la desnudez, que puede connotar vulnerabilidad o confianza; asimismo, los tres humanos, están abrigados con una manta de color verde con borde morado (que parece un lazo que une), donde el verde puede ser interpretado como vida, vitalidad o energía (Mosqueda, s. f.) y el morado, “amor incondicional” (Caja, s. f.).

Está claro que estas fotografías tienen un equipo de creativos detrás, tal es el caso de la campaña de IndyAct, *Stop the Carnage* (Detén la Carnicería), (van Gurp, 2009) que contó con director regional de la marca, director creativo, director de arte y fotógrafo. La campaña (compuesta de retratos publicitarios), cuenta también con varios signos a evaluar (ver anexo 23, *Stop the Carnage*).

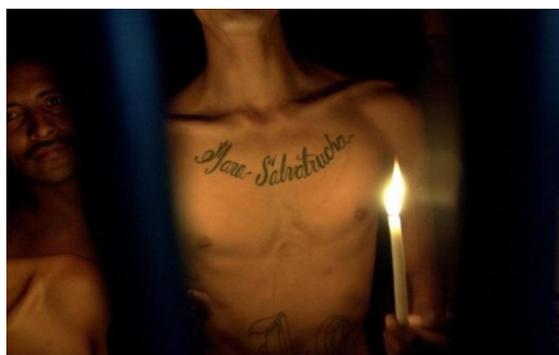
Las expresiones de las modelos, en el caso de la campaña de IndyAct, connotan seducción, poder, satisfacción y quizá hasta placer sexual; además, visten elegantes atuendos de pieles; respetan una paleta de colores casi monocromática y, el elemento principal, armas blancas bañadas en sangre que sugieren una masacre o “carnicería”; asimismo, connotan, en conjunto, que esas ropas son producto de una matanza de animales, que, causan placer (económico) a los distribuidores de ropa.

La inclusión a personas marginadas por discapacidad o enfermedades, es un trabajo que fotógrafos de retrato digital han logrado por medio de imágenes para la marca Diesel (Singer, 2015), (ver anexo 24, Ejemplos Diesel); en una imagen se muestra a un grupo de personas felices que conviven entre sí y cabe destacar que entre ellos está Winnie Harlow, modelo con vitiligo; y, en la otra fotografía, Jillian Mercado, paciente con distrofia muscular.

En ambos casos se logra la inclusión por medio del retrato. Si se toman aisladamente, en el primero, la felicidad es el tema principal y se representa con tonos claros, modelos saltando y riendo; en el otro, el empoderamiento y fortaleza se demuestran con una paleta de colores más oscura y las posiciones de los modelos también connotan equidad de género y de oportunidades, colocando al modelo profesional, James Astronaut, abajo de Mercado, (Singer, 2015).

En la subcategoría del retrato periodístico, (Abd, s. f.) publicó imágenes sobre las pandillas en Guatemala, estas fueron tomadas aproximadamente entre el año 2003 y el 2005; la preproducción de estas imágenes consistió en investigación documental sobre el contexto social en el país donde estas agrupaciones residen; asimismo, en obtener los permisos correspondientes para ingresar en su círculo y documentar con imágenes; la producción, en la toma de fotografías y posproducción, en la edición de estas y el uso informativo que el profesional de Argentina les dio. En estos casos, los retratos van acompañados de una serie de imágenes, donde ellos por medio de estas secuencias, informan (o denuncian) lo que acontece (ver anexo 25, Ejemplo de Rodrigo Abd).

Fotografía 3



Abd, R. (s. f.). GUATEMALA MARAS [gráfico]. Recuperado de: <https://rodrigoabd.com/trabajos/guatemala-maras/>

También se puede incluir el caso del fotógrafo Lee Jeffries, que presenta (León, 2019) en su artículo “23 fotografías de retratos a los que seguir en Internet para inspirarnos y aprender”; con la serie Lost Angels (ángeles perdidos), que consiste en retratar a personas sin hogar y darles un posprocesado dramático (ver anexo 26, *Lost Angels*).

Se puede apreciar en las imágenes presentadas, expresiones muy íntimas en escala de grises, asimismo, un trabajo de maquillaje digital en la piel y ojos que resaltan más los rasgos físicos de cada persona. La ausencia de color en ambas imágenes, invita a que el receptor se centre más en la expresión de quien está frente a la cámara; esto, porque muchas veces el color en una fotografía puede ser distractor.

Por supuesto, estos retratos cumplen una función informativa (con medios artísticos) que relata la situación de las personas en distintas ciudades del mundo, como Londres, Las Vegas, Los Ángeles, París, entre otras más (León, 2014); por lo tanto, se entiende que el contexto de quien está frente a la cámara, también lo viven más seres humanos en todo el mundo; sin embargo, cada uno es un individuo y tiene su propia esencia.

Los retratos documentales, como se mencionó anteriormente, también pueden incluir planos generales para mostrar el ambiente (y contextualizar) donde viven o se desarrollan las personas, en el caso de la fotografía de Udell Jiménez (Jiménez, 2019) se puede apreciar una imagen donde tres mujeres comparten habitación (ver anexo 27, Fotografía de Udell Jiménez). La instantánea fue realizada a luz natural y fue necesario “influir lo menos posible dentro de la escena” (Jiménez, 2019) para lograr captar una imagen real que conecte a los receptores y transmita una historia; de lo contrario, la narrativa sería falsa o forzada.

Todos los casos de fotografía de retrato (y en estas dos subcategorías) incluyen el proceso de preproducción: conocer el grupo objetivo o contexto social de las personas, vincularse con los sujetos a fotografiar y coordinación con el equipo de trabajo; producción: la realización de la imagen que, para alcanzar la más destacada, se tuvo que realizar varias fotos previas; y, posproducción: que consiste en la edición de esta (o estas) y el uso comercial, informativo o de denuncia que estas tendrán (en algunos casos, cumplen con todos los usos).

CONCLUSIONES

El procedimiento para realizar cualquier tipo de fotografía de retrato digital se compone de tres fases: preproducción, producción y posproducción. En la preproducción se conversa con el sujeto a fotografiar o cliente, se establece un concepto, se generan ideas funcionales para ejecutar lo que se tiene en mente; también se preparan locaciones, equipo de vestuario, maquillaje y peinado, si es necesario. En la producción se debe tener un ambiente amigable y agradable, se debe colocar la iluminación de forma que coincida con las ideas previamente planteadas, la dirección a la persona retratada es fundamental; y, por último, en la posproducción, es necesario editar la fotografía según los gustos del cliente (y criterio del fotógrafo), además, cuidar los puntos focales más importantes para su difusión, sin descuidar el objetivo principal de las tomas.

Es necesario respetar la identidad de la persona, contar una historia y mostrar la expresión de las personas en todos los retratos (fotográficos digitales, en este caso); estos elementos funcionan como signos importantes para comunicar un mensaje previamente estructurado; la diversidad de ángulos, colores y modificadores de luz, permitirán resaltar o restar importancia a los rasgos que el profesional de fotografía digital considere importantes.

La técnica principal para la realización de retratos es la dirección al modelo, colocación de tres iluminaciones que juntas funcionan como una sola: luz principal (hacia el sujeto), luz para detalles y efectos (para resaltar signos importantes) y luz para relleno de sombras no deseadas; esto, no se refiere a que las imágenes tendrán únicamente tres fuentes de luz; asimismo, se debe dirigir al sujeto correctamente para generar la reacción deseada.

El proceso de edición se logra demostrar en los distintos ejemplos y en el estudio de caso, es necesario mencionar que no es un esquema único, es decir, varía según la imagen. Estas fotografías siempre pasan por revelado digital donde se corrige la temperatura de color, iluminaciones, sombras, contraste, exposición; tonos de color; deformación del objetivo y eliminación de ruido digital.; posteriormente, se procede a la fotomanipulación, donde se sobreponen imágenes, se eliminan imperfecciones del rostro o cuerpo del modelo (también del

escenario) y se agregan elementos extra, como tonalidades de color u otros objetos para complementar la función del retrato.

La utilización de retratos en la publicidad, consiste en brindarle a la persona una función de ambiente y no de sujeto; es decir, esta (o estas) cumplen el rol de contextualizar el producto para mostrar la utilidad directa de lo que se vende, sensaciones que genera al adquirirlo, diferentes formas en que este podría ser empleado. Las personas cumplen el papel de mostrar el impacto que lo que se comercializa realiza en ellas; en cambio, en el ámbito periodístico, las personas representan una situación individual, social, económica, entre otras o describen un acontecimiento; su objetivo es informar.

RECOMENDACIONES

El investigador debe documentarse previamente sobre historia de la fotografía y la necesidad del ser humano para retratarse; además, el conocimiento sobre signos y mensajes es fundamental para lograr alcanzar mayor interpretación sobre las obras.

Es necesario acudir a sesiones fotográficas de retrato para observar el flujo de trabajo de cada profesional; esto, porque evidentemente, a pesar de que comparten fundamentos teóricos, la disciplina permite diferentes formas de ejecución y aplicación de la teoría.

Para las personas que deseen profesionalizarse en el retrato digital; deben, siempre, realizar los tres pasos del proceso de elaboración de una imagen, de este modo conocerán a profundidad las necesidades de sus clientes y ampliarán su margen creativo.

En las producciones lucrativas, la voz del cliente siempre será prioridad; sin embargo, en el trabajo técnico para lograr la imagen, el fotógrafo es quien debe tomar el mando y alcanzar las metas trazadas desde el inicio.

Es necesario que, en producciones comerciales, el retrato sea utilizado como anclaje al producto y no al revés; en estos casos, este tipo de fotografía sirve únicamente para ilustrar el producto y contextualizarlo.

Además, aprender sobre experiencias de las personas que están frente a la cámara o que pertenecen al equipo de producción, que no sean el profesional retratista, enriquece el punto de vista crítico estético del investigado. Presenciar diferentes producciones de distintas subcategorías de retrato, ayudará al futuro profesional, a que tenga mejor orientación para elegir especialidad.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Benchoam, A. (2012). *Aprendiendo Fotografía*. Guatemala, Guatemala: Print Studio.
- Castillo, J. (2016) *Desarrollo y análisis de la semiótica utilizada en las series fotográficas* (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala
- Daly, T. (2004). *Enciclopedia de fotografía digital, guía completa de imagen y arte digital*. Barcelona, España: Editorial Blume.
- Freeman, M. (2014) *Escuela de fotografía Michael Freeman, Retrato*. Barcelona, España: Editorial Blume.
- García, J. (2012) *Reportaje escrito: La importancia de la enseñanza artística en la niñez y juventud guatemalteca* (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Gonzáles, J. (2007). *Características de la fotografía análoga y digital* (Tesis pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Guatemala.
- Salkeld, R. (2014). *Cómo leer una fotografía*. Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili.
- Wannam, M. (2016) *Análisis del discurso visual del retrato contemporáneo* (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala

e-grafías

- Abd, R. (s. f.). GUATEMALA MARAS. Recuperado de: <https://rodrigoabd.com/trabajos/guatemala-maras/> Consultado el: 7 de junio de 2019
- Avila, C. (2018). ¿QUÉ ES LA FOTOGRAFÍA "FINE ART?". Recuperado de: <https://www.catalinaavila.com/single-post/2018/08/30/%C2%BFQU%C3%89-ES-LA-FOTOGRAF%C3%8DA-FINE-ART> Consultado el: 6 de junio de 2019
- Bernal, D. (2007). *Apuntes de fotografía, notas sobre la técnica del retrato* [archivo PDF]. Recuperado de: http://www.pacorosso.net/notas/ifaf/if/af_delretrato2.pdf Consultado el: 13 de septiembre de 2018
- Bustamante, G. (2008). *Los tres principios de la lógica aristotélica: ¿son del mundo o del hablar?* [archivo PDF]. Universidad Pedagógica Nacional. Recuperado de: scielo.org.co/pdf/folios/n27/n27a03.pdf

- Cajal, A. (s. f.) Color Morado: Significado y Psicología. lifeder.com. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/significado-color-morado/> Consultado el: 25 de junio de 2019
- Casas, A. (17 de octubre de 2007). Curso de Fotografía: 7. *Tipos de objetivos*. Xataka foto. Recuperado de: <https://www.xatakafoto.com/curso-de-fotografia/curso-de-fotografia-7-tipos-de-objetivos> Consultado el: 12 de septiembre de 2018
- Escuela de Ciencias de la Comunicación. (2018). *Normativo de tesis. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*. Recuperado de: <https://aracellymerida.files.wordpress.com/2018/07/normativo-de-tesis-recibido-26-de-julio-20181.pdf> Consultado el: 11 de septiembre de 2018
- Hurter, B. (2008). *The Best of Portrait Photography, Techniques and Images from the Pros* [archivo PDF]. Recuperado de: http://soul-foto.ru/photo_books/Bill%20Hurter.%20The%20Best%20of%20Portrait%20Photography.%20Techniques%20and%20Images%20from%20the%20Pros.%202nd%20Edition.%2002008.pdf Consultado el: 13 de septiembre de 2018
- Ibarra, M. (s. f.). Retrato documental: características, tipos y ejemplos. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/retrato-documental/> Consultado el: 6 de junio de 2019
- Illescas, S. (2017). *Los 7 Tipos de Planos Fotográficos que Debes Conocer para Retrato (También el Plano Americano)*. Recuperado de: <https://www.dzoom.org/es/el-retrato-fotografico-tipos-de-plano/> Consultado el: 13 de septiembre de 2018
- Incorvaia, M. (2013). *La fotografía: un invento con historia* (2a. ed.) [libro en línea]. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com> Consultado el: 13 de septiembre de 2018
- Jiménez, U. (28 de mayo de 2019). SER Y DEJAR DE SER EN EL RETRATO DOCUMENTAL. Cameo22 by Capptu. Recuperado de: <https://cameo22.com/retrato-documental/> Consultado el: 25 de junio de 2019
- Jösch, A. (2007). *Elementos básicos de una imagen fotográfica y breve Historia de la fotografía chilena* [archivo PDF]. Recuperado de: http://200.6.18.128/exlibris/aleph/a23_1/apache_media/XAS99EHIKVTGLVHAJF3KJN5BF9GSM.pdf Consultado el: 13 de septiembre de 2018

- Johnson, D. & Johnson. (2000). *Fotografía digital: ¡soluciones!* [libro en línea]. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com> Consultado el: 13 de septiembre de 2018
- León, J. (10 de junio de 2019). 23 fotógrafos de retratos a los que seguir en Internet para inspirarnos y aprender. Xataka foto. Recuperado de: <https://www.xataka.com/fotografia-y-video/23-fotografos-retratos-a-que-seguir-internet-para-inspirarnos-aprender> Consultado el: 25 de junio de 2019
- León, J. (29 de octubre de 2014). "Para conseguir mis retratos desarrollo una conexión emocional con ellos", entrevistamos a Lee Jeffries. Xataka foto. Recuperado de: <https://www.xatakafoto.com/entrevistas/para-conseguir-mis-retratos-desarrollo-una-conexion-emocional-con-ellos-entrevistamos-a-lee-jeffries> Consultado el: 25 de junio de 2019
- León, N. (2017). *Balance de Blancos: Qué Es y Cómo se Usa*. dzoom. Recuperado de: <https://www.dzoom.org.es/el-balance-de-blancos/> Consultado el: 13 de septiembre de 2018.
- Liarte, D. (14 de enero de 2010). *Los tipos de ángulos en las fotografías*. Xataka foto. Recuperado de: <https://www.xatakafoto.com/tutoriales/los-tipos-de-angulos-en-las-fotografias> Consultado el: 12 de septiembre de 2018
- Lucas, J. (2010). *RGB, CMYK, LAB: Todo lo que Necesitas Saber sobre los Modos de Color*. dzoom. Recuperado de: <https://www.dzoom.org.es/rgb-cmyk-lab-todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-los-modos-de-color/> Consultado el: 13 de septiembre de 2018
- Martínez, A. (2008). *De lo análogo a lo digital, el cambio en la mirada y su efecto en los medios* (Tesis pregrado) [archivo PDF]. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis41.pdf> Consultado el: 01 de septiembre de 2018.
- Matos, A. (s. f.). Retrato publicitario: historia, características y ejemplos. Recuperado de: https://www.lifeder.com/retrato-publicitario/#Codigos_de_composicion_en_el_retrato_publicitario Consultado el: 6 de junio de 2019

- Mosqueda, V. (s. f.). Color Verde: Significado y Psicología. lifeder.com. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/psicologia-del-color-verde/> Consultado el: 25 de junio de 2019
- Moye, J. (10 de mayo de 2016). Fotógrafos de Coca-Cola comparten sus imágenes favoritas de la campaña ‘Siente el Sabor’. Recuperado de: <https://journey.coca-cola.com/historias/fotografos-de-coca-cola-comparten-sus-im-genes-favoritas-de-la-campa-a-siente-el-sabor> Consultado el: 7 de junio de 2019
- Munárriz, J. (1999). *La fotografía como objeto. La relación entre los aspectos de la fotografía considerada como objeto y como representación* [archivo PDF]. Recuperado de: <https://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/H/1/H1015801.pdf> Consultado en: 31 de agosto de 2018.
- Murga, E. (1994). *Hacia una propuesta para el aprendizaje del curso de fotografía en la escuela de Ciencias de la Comunicación* (Tesis pregrado) [archivo PDF]. Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0066.pdf Consultado el: 12 de septiembre de 2018.
- Peña, A. (s. f.) *Lenguaje y composición fotográfica* [archivo PDF] Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/80532976.pdf> Consultado el: 13 de septiembre de 2018
- Rodríguez, J. (2017). *RAW vs JPG: Todo lo que Necesitas Saber*. dzoom. Recuperado de: <https://www.dzoom.org.es/diferencias-entre-raw-y-jpeg/> Consultado el: 13 de septiembre de 2018.
- Serrano, A. (2016). *Conociendo el triángulo de la exposición fotográfica*. Lugar de publicación: Fotoesencial. Recuperado de: <https://www.fotografiaesencial.com/blog/2016/03/08/conociendo-el-triangulo-de-exposicion-fotografica/> Consultado el: 12 de septiembre de 2018
- Sierra, M. (2017). *Los cinemagraphs en la fotografía publicitaria* (Tesis pregrado) [archivo PDF]. Universidad Rafael Landívar, Facultad de arquitectura y diseño. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2017/03/05/Sierra-Maria-Investigacion.pdf> Consultado el: 13 de septiembre del 2018.
- Singer, O. (19 de noviembre de 2015). Los 14 anuncios publicitarios del mundo de la moda que cambiaron el mundo. CNN. Recuperado de:

<https://cnnespanol.cnn.com/2015/11/19/una-imagen-puede-ser-mas-fuerte-que-un-ejercito-los-anuncios-que-impactaron-a-la-sociedad/> Consultado el: 25 de junio de 2019

- Tatay, T. (2009). *sRGB, Adobe RGB, ProPhoto RGB... ¿Qué son los Espacios de Color?*. dzoom. Recuperado de: <https://www.dzoom.org.es/que-demonios-es-el-espacio-de-color/> Consultado el: 13 de septiembre de 2018.
- Tecniber-5, (2012). *Fotografía digital* [archivo PDF] Recuperado de: http://s2.puntxarxa.org/cbb/cursos/manuals/128_FotografiaDigital_esp.pdf Consultado el: 11 de septiembre de 2018.
- Toledano, M. (s. f.). FOTOGRAFÍA DE RETRATO PUBLICITARIO EN MADRID. Recuperado de: <http://migueltoledano.es/portfolio/#top> Consultado el: 6 de junio de 2019.
- van Guro, M. (11 de enero de 2009). IndyAct: Stop the carnage. osocio. Recuperado de: <https://osocio.org/message/indyact-stop-the-carnage/> Consultado el: 25 de junio de 2019
- Vidal, M. (2013). El Retrato Fotográfico Creativo: Qué, Cómo, Por Qué. Recuperado de: <https://www.dzoom.org.es/mirando-los-retratos-de-otra-forma-diferente-el-retrato-creativo/> Consultado el: 6 de junio de 2019

Entrevistas

- Aguilar, B. (2018). Entrevista con Billy Aguilar . Realizada el 14 de octubre de 2018.
- Björn, B. (2014). Grabación a Benjamín Björn . [material propio].
- Ovalle, I. (2018). Entrevista con Ilse Ovalle . Realizada el 14 de octubre de 2018
- Sandoval, A. (2018). Entrevista con Alejandro Sandoval . Realizada el 15 de octubre de 2018.

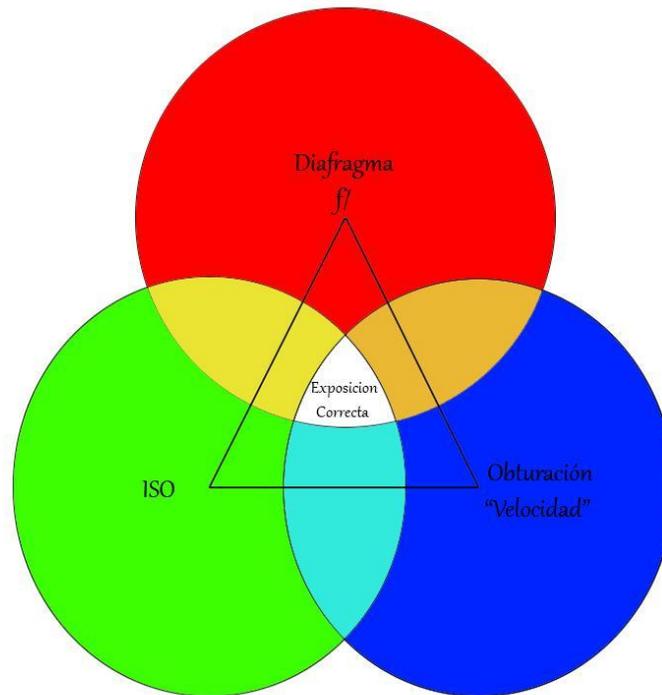
ANEXOS

1. Instituciones para aprender fotografía en Guatemala

Institución	Descripción
La Fototeca	Diplomado de Estudios Generales de Fotografía avalado por la Universidad de San Carlos de Guatemala
Programa de Capacitación Superior (PCS Internacional)	Diplomado en Fotografía profesional y conceptual
Universidad Rafael Landívar	Cursos libres de fotografía y Diplomado en Fotografía
Universidad del Valle Guatemala (UVG)	Taller de Fotografía Digital
Club Fotográfico de Guatemala	Talleres especializados
Fundación Paiz	Cursos de fotografía

2. Triángulo de exposición

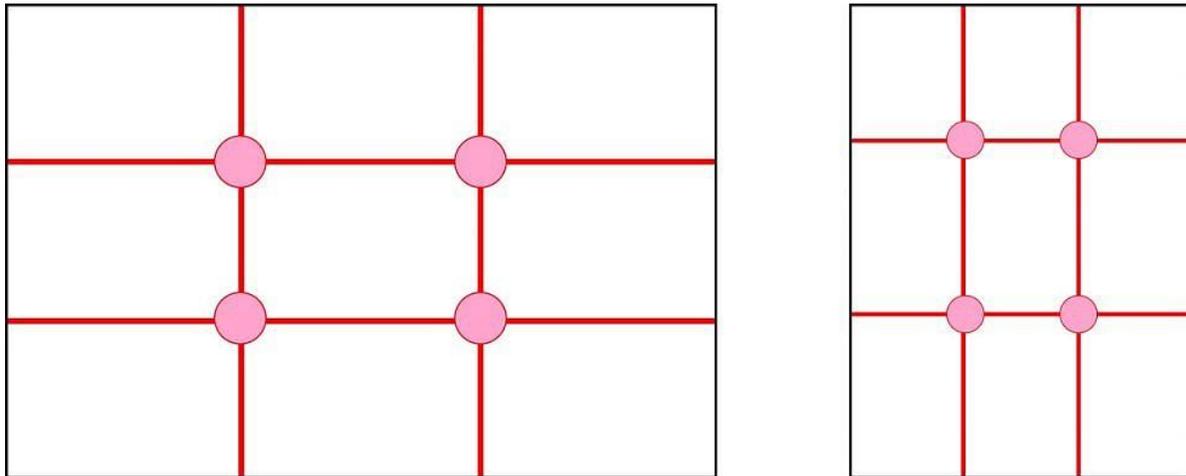
Triángulo de exposición en fotografía



La exposición correcta debe ser una mezcla equilibrada de los tres valores

(2013). Triángulo de exposición correcta [gráfico]. Recuperado de: <https://fotografiaparanovatos.wordpress.com/2013/02/27/triangulo-de-exposicion-correcta/>

3. Regla de tercios



Illescas, S. (2018). Regla de tercios [gráfico]. Recuperado de: <https://www.dzoom.org/es/regla-de-los-tercios/>

4. Balance de blancos



(2008). Balance de blancos y temperatura de color [gráfico]. Recuperado de: <https://www.xatakafoto.com/curso-de-fotografia/curso-de-fotografia-29-el-balance-de-blanco-introduccion>

5. Ángulos fotográficos



Liarte, D. (2010). Los tipos de ángulos en las fotografías [gráfico]. Recuperado de: <https://www.xatakafoto.com/tutoriales/los-tipos-de-angulos-en-las-fotografias>

6. Tipos de planos



(2016). Ángulos y planos fotográficos [infografía]. Recuperado de: <http://bitedart.cl/angulos-y-planos-fotograficos>

7. Ejemplo de identidad de la persona



Fotografía por: Elliot Morales.

8. Ejemplo de contar una historia



Fotografía por: Elliot Morales.

9. Ejemplo de expresión



Fotografía por: Elliot Morales.



Fotografía por: Elliot Morales.

10. Ejemplo de retrato de glamur



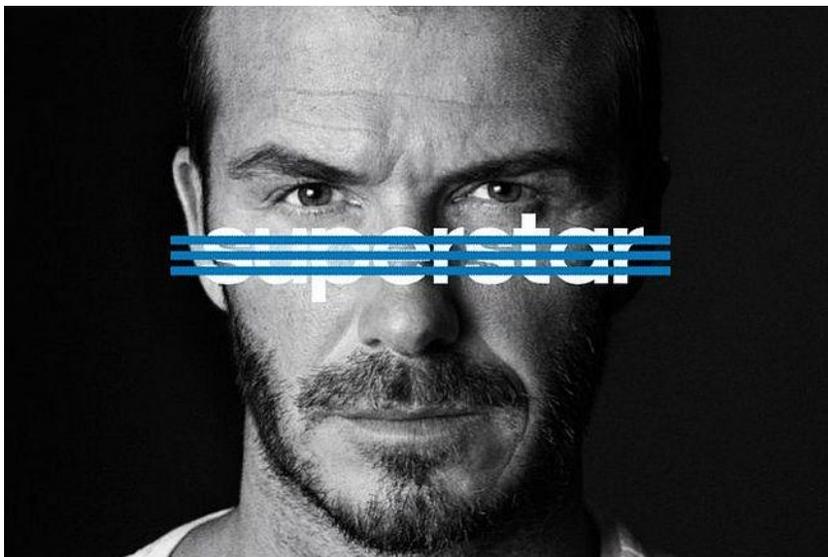
Fabara, S. (24 de septiembre de 2018). George Hurrell: tres enseñanzas que nos dejó un ícono de la fotografía de glamur [gráfico]. Recuperado de: <https://www.xatakafoto.com/fotografos/george-hurrell-tres-ensenanzas-que-nos-dejo-icono-fotografia-glamur>

11. Ejemplo de retrato de moda



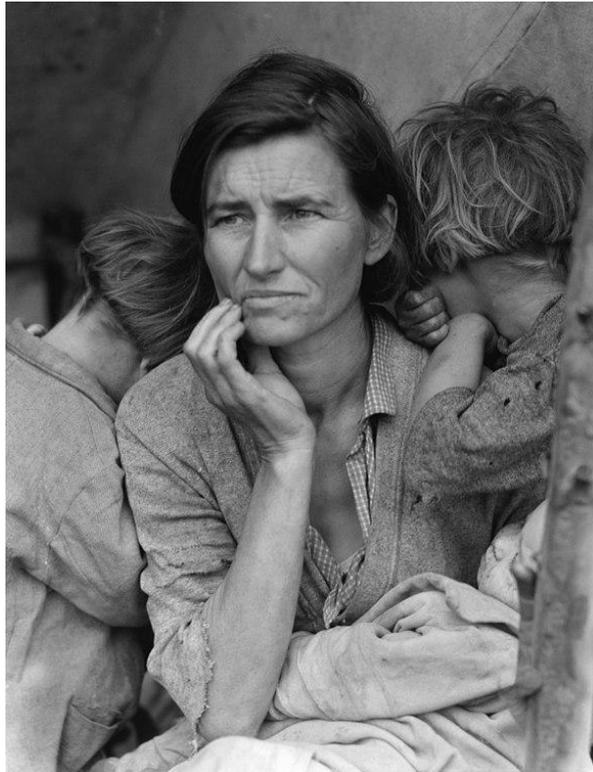
Castro, A. (10 de agosto de 2017). Los 10 mejores fotografías de moda que debería conocer [gráfico]. Recuperado de: <https://fashionunited.cl/noticias/cultura/los-10-mejores-fotografos-de-moda-que-deberia-conocer/2017081022620>

12. Ejemplo de retrato publicitario



Matos, A. (s. f.). Retrato publicitario: historia, características, ejemplos [gráfico]. Recuperado de: https://www.lifeder.com/retrato-publicitario/#Codigos_de_composicion_en_el_retrato_publicitario

13. Ejemplo de retrato documental



Ibarra, M. (s. f.). Retrato documental: características, tipos y ejemplos [gráfico]. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/retrato-documental/>

14. Ejemplo de retrato *fine art*



Syrko, M. (s. f.). Trabajo. Recuperado de: <https://www.behance.net/gallery/76562669/gone-with-the-wind>

15. Producción de maquillaje



Gómez, J. (3 de agosto de 2014). Foto de archivo. Material propio

16. Tablero



Fotografía por: Elliot Morales.

17. Espejo



Fotografía por: Elliot Morales.

18. Fotografía seleccionada



Fotografía por: Elliot Morales.

19. El retrato final es un todo



Fotografía por: Elliot Morales.

20. Video de retoque digital elaborado por Elliot Morales

https://www.youtube.com/watch?v=b0OdocVmc_g&feature=youtu.be

21. Ejemplo 2 de Coca-Cola



Moye, J. (10 de mayo de 2016). Fotógrafos de Coca-Cola comparten sus imágenes favoritas de la campaña 'Siente el Sabor' [gráfico]. Recuperado de: <https://journey.coca-cola.com/historias/fotografos-de-coca-cola-comparten-sus-imagenes-favoritas-de-la-campa-a-siente-el-sabor>

22. United Colors of Benetton



Toscani, O. (1991). Los 14 anuncios publicitarios del mundo de la moda que cambiaron el mundo [gráfico]. Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2015/11/19/una-imagen-puede-ser-mas-fuerte-que-un-ejercito-los-anuncios-que-impactaron-a-la-sociedad/>

23. Stop the Carnage



indyACT
www.indyact.org

A lavish RED FOX coat:
Outer: 31 small back skin pieces to give you a constant colour.
Inner: 11 chest skin pieces for maximum softness.
Reveal your inner self, for
JUST £ 5,999

STOP THE CARNAGE
Support our endangered species campaign

A woman with blonde hair is sitting and holding a bloody knife. She is wearing a thick, brown fur coat and shiny gold leggings. The background is plain white.

indyACT
www.indyact.org

A beautiful sleeveless BOBCAT coat:
Made of 16 carefully chosen quality back skin pieces.
Bring out the wild side of you, for
JUST £ 7,999

STOP THE CARNAGE
Support our endangered species campaign

A woman with dark hair is sitting and holding a bloody knife. She is wearing a thick, white fur coat and dark leggings. The background is plain white.

Patni, T. (s. f.). IndyAct: Stop the carnage [gráfico]. Recuperado de: <https://osocio.org/message/indyact-stop-the-carnage/>

24. Ejemplos Diesel



Knight, N. (s. f.). Los 14 anuncios publicitarios del mundo de la moda que cambiaron el mundo [gráfico]. Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2015/11/19/una-imagen-puede-ser-mas-fuerte-que-un-ejercito-los-anuncios-que-impactaron-a-la-sociedad/>



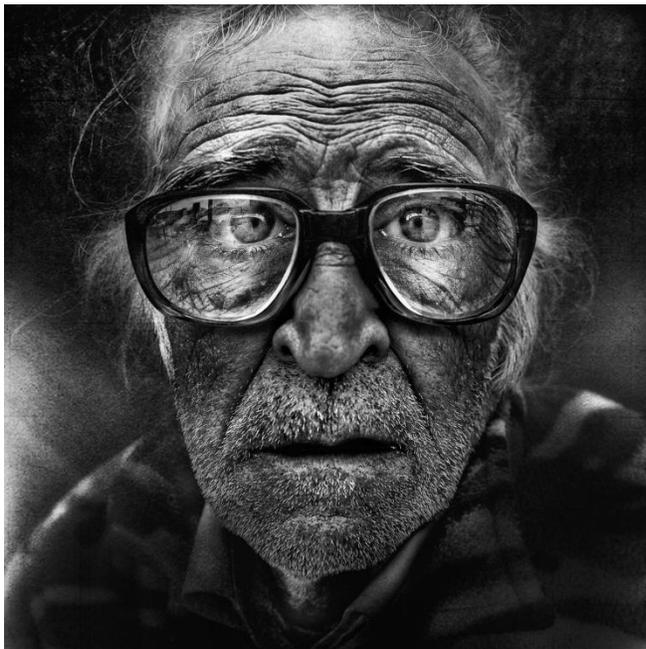
Inez & Vinoodh (s. f.) Los 14 anuncios publicitarios del mundo de la moda que cambiaron el mundo [gráfico]. Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2015/11/19/una-imagen-puede-ser-mas-fuerte-que-un-ejercito-los-anuncios-que-impactaron-a-la-sociedad/>

25. Ejemplo de Rodrigo Abd



Abd, R. (s. f.). GUATEMALA MARAS [gráfico]. Recuperado de: <https://rodrigoabd.com/trabajos/guatemala-maras/>

26. *Lost Angels*





Jeffries, L. (s. f.). 23 fotografías de retratos a los que seguir en Internet para inspirarnos y aprender [gráfico]. Recuperado de: <https://www.xataka.com/fotografia-y-video/23-fotografos-retratos-a-que-seguir-internet-para-inspirarnos-aprender>



Jeffries, L. (s. f.). "Para conseguir mis retratos desarrollo una conexión emocional con ellos" [gráfico]. Recuperado de: <https://www.xatakafoto.com/entrevistas/para-conseguir-mis-retratos-desarrollo-una-conexion-emocional-con-ellos-entrevistamos-a-lee-jeffries>

27. Fotografía de Udell Ramírez



Jiménez, U. (s. f.). SER Y DEJAR DE SER EN EL RETRATO DOCUMENTAL [gráfico]. Recuperado de:
<https://cameo22.com/retrato-documental/>

28. Guía de observación

No.	Aspecto a evaluar	Sí	No	Tal vez	Observación
1	¿Utiliza equipo de iluminación externa? (flash externo, luz estroboscópica, iluminación continua)				
2	¿Utiliza asistencia durante la producción?				
3	¿Utiliza modificadores de luz?				
4	¿Utiliza óptica fija?				
5	¿Planificó detalles de preproducción? (locación, permisos, coordinación con profesionales de maquillaje, peinado, estilismo, entre otros).				
6	¿Se adapta al escenario?				
7	¿Construye escenarios por su cuenta?				
8	¿Tiene fluidez con la persona a fotografiar?				
9	¿Muestra las fotografías durante la producción?				
10	¿Edita las fotografías en programas de edición?				

29. Cuestionario

Este instrumento es únicamente la base para la entrevista en profundidad.

Guatemala, 2019

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Instrucciones:

A continuación, se le presentará una serie de 12 preguntas, las cuales serán tomadas como base para poder llevar a cabo una entrevista en profundidad completa.

1. ¿Qué es fotografía de retrato digital?
2. ¿Cuáles son las subcategorías del retrato digital?
3. ¿Cómo se desenvuelve en locaciones naturales y estudio fotográfico para la realización de retrato digital?
4. ¿Cuál es el rol de los otros integrantes del equipo (estilistas, maquilladores, productores, entre otros)?
5. ¿Procedimiento para realizar producciones fotográficas de retrato digital?
6. ¿Esquemas de iluminación para cada categoría de retrato digital?
7. ¿Sobre el escenario que acompaña al/la modelo que se fotografiará?
8. ¿Prioridades en la fotografía de retrato?
9. ¿Sobre su procedimiento técnico, teórico y artístico para la elaboración de fotografía de retrato y para su edición?
10. ¿Ventajas de ser *FreeLance* y contratado?
11. ¿Puntos clave para la realización de fotografía de retrato digital?
12. ¿Cuáles son las principales exigencias de las/os modelos durante la preproducción, producción y edición de fotografía de retrato?

30. Matriz del estado del arte (cuadros de registro)

Tabla que organizará la bibliografía recabada. Contenido mostrado con fines ilustrativos.

Libros

No.	Nombre del autor	Título del libro	Contenido	Año de publicación

Monografías

No.	Nombre del autor	Título de la monografía	Año de publicación	Descripción	Institución

Material audiovisual

No.	Nombre del autor	Título del video	Contenido	Año de publicación	Dirección web

31. Triangulación de entrevistas

Alejandro Sandoval

Descripción	Instrumento	Relación con objetivo general	Relación con objetivos específicos	Relación con teoría expuesta	Análisis y síntesis
<p>Retrata mujeres y resalta sus cualidades físicas.</p> <p>Ha impartido talleres y cursos en varias instituciones del país y también como independiente; asimismo, ha trabajado para la imagen publicitaria de grandes marcas nacionales como Gallo (de Cervecería Centroamericana) y otras.</p> <p>También realiza fotografía de bodas.</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>La mayoría de sus retratos son de modas o comerciales; la reproducción es realizada en equipo</p>	<p>Generalmente usa dos o más luces estroboscópicas. Su edición es resaltar tonos de color y texturas.</p>	<p>Retrata identidades. Toma como base importante las reglas de composición como ley de tercios y de la mirada.</p>	<p>Se enfoca en la identidad de la persona, es muy apegado a las reglas tradicionales de composición; su estilo se ve más en la posproducción.</p>

Billy Aguilar

Descripción	Instrumento	Relación con objetivo general	Relación con objetivos específicos	Relación con teoría expuesta	Análisis y síntesis
<p>Guatemalteco. Fundador de la agencia de publicidad y diseño FRESCO. Comenzó como fotógrafo y realizador de audiovisuales; hoy, es dueño de una empresa y conferencista.</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>Él os u empresa se encarga de los tres procesos de producir un retrato.</p>	<p>Generalmente usa el triángulo de iluminación. Busca mostrar imágenes realistas.</p>	<p>Selecciona cuidadosamente los elementos que rodean a la persona. La semiótica de cada objeto es importante.</p>	<p>Un fotógrafo que toma en cuenta mucho la semiótica; los elementos que rodean a la persona retrata; y, de este modo, cuenta una historia más densa.</p>

Ilse Ovalle

Descripción	Instrumento	Relación con objetivo general	Relación con objetivos específicos	Relación con teoría expuesta	Análisis y síntesis
<p>Guatemalteca. “Cofundadora de: DreamFactory, SoulPortraying, Colectivo Fotográfico Luminol y Arte Visual Caja Negra, dedicada al retrato artístico e impartición de talleres fotográficos” (Ovalle, 2017).</p> <p>Usa iluminación estroboscópica y natural; Edición fotográfica cargada de texturas y colores.</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>Describe su proceso. Producción más abierta porque es fotógrafa de galería.</p>	<p>No posee esquemas preestablecidos. Su edición es fine art.</p>	<p>Retrata identidades y conceptos. Relata historias.</p>	<p>Es una fotógrafa de galería, teórico-empírica; su estilo es basado en obras en pintura.</p>