

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Tesis previa la obtención del título de: LICENCIADA EN COMUNICACIÓN  
SOCIAL MENCIÓN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

**TEMA:**

**EDICIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL PROCESO ARTÍSTICO PARA LA  
PRODUCCIÓN DE BODEGONES FOTOGRÁFICOS**

**AUTORAS:**

**ANDREA ALFONSINA MORALES TACURI  
DIANA ALEXANDRA PAREDES CARRILLO**

**DIRECTORA:**

**JOHANA ESCOBAR**

**Quito, junio del 2013**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO  
DEL TRABAJO DE GRADO**

Nosotras Andrea Alfonsina Morales Tacuri y Diana Alexandra Paredes Carrillo autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, junio del 2013

---

Andrea Alfonsina Morales Tacuri  
1717415069

---

Diana Alexandra Paredes Carrillo  
1721299558

## **DEDICATORIA**

Esta tesis la dedico a mi madre Narciza por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me ha dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje porque creyó en mí y porque me sacó adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, para conseguir mis objetivos.

A mi Padre Alfonso por su apoyo y confianza en todo lo necesario para a cumplir mis objetivos como persona y estudiante.

Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida. Mil palabras no alcanzarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

Andrea Alfonsina Morales Tacuri

## DEDICATORIA

A:

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy.

Mi madre Sandra, por darme la vida, creer en mí y por tu apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles.

Mi amado Esposo Sebastián, porque qué sería mi vida sin ti, tú me das empeño, coraje y apoyo para conseguir mis objetivos, TE AMO.

Mis pequeños hijos, Martín y Mateo, quienes son mi motivación, inspiración, felicidad y bendición más grande.

“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”.

Thomas Chalmers

Diana Paredes Carrillo

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO 1 .....	3
MARCO TEÓRICO.....	3
1.2. Marco metodológico .....	15
CAPÍTULO 2 .....	19
LA COMUNICACIÓN .....	19
2.1. Recuento de la comunicación .....	20
2.2. Teorías sobre la fotografía .....	22
2.3. Antecedentes de los medios de comunicación.....	24
2.4. Para un análisis fotográfico.....	25
2.5. Percepción teórica.....	30
2.6. La fotografía como representación .....	36
2.7. El signo icónico .....	37
2.8. Una mirada mas allá .....	39
CAPÍTULO 3 .....	40
FOTOGRAFÍA DE BODEGÓN Y LOS SIGNOS.....	40
3.1. La fotografía un conjunto de signos .....	40
3.1.1. La fotografía desde la propuesta bartheana .....	42
3.1.2. Barthes y el bodegón.....	48
3.1.3. El mensaje icónico simbólico codificado .....	49
3.1.4. Icónico literal o no codificado .....	50
3.1.5. La connotación de la imagen .....	50
CAPÍTULO 4.....	52

EL BODEGÓN FOTOGRÁFICO .....	52
4.1. Aspectos del bodegón .....	53
4.2. Pasos para la toma de un bodegón artístico .....	53
4.2.1. El qué y el cómo .....	53
4.2.2. Iluminación .....	55
4.2.3. El arte de la composición.....	56
4.2.4. La sencillez .....	56
4.3. Hacia una estética del bodegón.....	57
4.3.1. El bodegón artístico como algo extraordinario.....	57
4.3.2. Estética, fotografía y bodegón .....	58
4.3.3. El arte imposible .....	59
4.3.4. El bodegón y su valor artístico .....	62
4.3.5. El bodegón, lo extraordinario y lo improbable.....	63
4.3.6. Estética cuantificada .....	64
4.3.7. El bodegón, el objeto, el mundo y la imagen.....	65
4.4. Producción de bodegones .....	66
4.4.1. Elección del objeto.....	66
4.4.2. Composición .....	67
CAPÍTULO 5 .....	84
EDICIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL PROCESO ARTÍSTICO PARA LA PRODUCCIÓN DE BODEGONES FOTOGRÁFICOS .....	84
5.1. Preproducción libro.....	84
5.1.2. Detalle encuestas.....	85
5.1.3. Investigación.....	87
5.1.4. Preproducción de banco de imágenes .....	87

5.2.	Producción libro.....	90
5.2.1.	Diseño del manual de fotografía.....	90
5.2.2.	Realización de imágenes.....	93
5.2.3.	Producción libro.....	95
5.3.	Posproducción libro .....	97
5.3.1.	Opinión de profesionales .....	97
5.3.2.	Impresión del producto .....	100
5.3.3.	Aplicación del producto.....	100
	CONCLUSIONES .....	101
	LISTA DE REFERENCIAS .....	104
	ANEXOS .....	106
	GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	124

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 .....	106
Ficha técnica .....	106
Anexo N° 2 .....	107
Encuesta.....	107
Anexo N° 3 .....	110
Resultados de la encuesta .....	110
Anexo N° 4 .....	120
Fotografías del libro de bodegones.....	120
Anexo N° 5 .....	124
Glosario de términos .....	124

## ÍNDICE IMÁGENES

Imagen 1: ejemplo profundidad de campo 1 .....	67
Imagen 2: ejemplo texturas 1 .....	67
Imagen 3: ISO 1 .....	71
Imagen 4: efecto de congelamiento de líq 1.....	74
Imagen 5: ejemplo posición e intensidad 1 .....	79
Imagen 6: objetos enmarcados 1 .....	81
Imagen 7: similitud de formas 1.....	82
Imagen 8: repetición de colores 1 .....	82
Imagen 9: alteración de la perspectiva 1 .....	83
Imagen 10: camara digital reflex 1.....	88
Imagen 11: Equipo de iluminación 1 1 .....	89
Imagen 12: Caja de luz 1.....	89
Imagen 13: maquetación manual de bodegon 1 .....	96
Imagen 14: Portada y Contraporta libro 1 .....	100

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1 / Estrategias, técnicas, métodos para la realización del libro sobre el proceso artístico para la producción de bodegones fotográficos.....	18
Cuadro N°2 / Operación del Anclaje.....	44
Cuadro N°3 / El aspecto significante de la ideología.....	46
Cuadro N°4 / Diagrama de iluminación.....	77
Cuadro N°5 / Diagrama de condiciones de luz.....	78
Cuadro N° 6 / Cuadro ley de tercios.....	80
Cuadro N° 7 / Cuadro de planos.....	80
Cuadro N° 8/ Cuadro de líneas convergentes.....	81
Cuadro N°9 / Cuadro de acción para la realización del libro sobre el proceso artístico para la producción de bodegones fotográficos.....	86

## ÍNDICE FOTOGRAFICO

Foto N°1.....	93
Foto N°2.....	93
Foto N°3.....	94
Foto N°4.....	94
Foto N°5.....	94
Foto N°6.....	95
Foto N°7.....	98
Foto N°8.....	98
Foto N°9.....	99
Foto N°10.....	99
Foto N°11.....	99

## RESUMEN

El libro: “EDICIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL PROCESO ARTÍSTICO PARA LA PRODUCCIÓN DE BODEGONES FOTOGRÁFICOS”, es un manual de bodegones artísticos, en él se explora aquellos elementos del medio fotográfico para bodegones que son necesarios para transmitir una idea.

Tomando como punto de partida algunos conceptos tradicionalmente asociados al lenguaje y la comunicación, emisor, mensaje, público, discurso narrativo, signos, el lector encontrará en estas páginas las claves para lograr una comunicación visual eficaz y obtener una buena fotografía de bodegones: desde cuestiones generales como el tema o el estilo, hasta técnicas y recursos específicos como la composición, luz, color, idea.

Ya sea con un solo objeto o un conjunto de objetos, el lenguaje fotográfico se vale del contexto y la narración para construir y desarrollar su discurso, captar la atención del público y permitirle relacionarse de alguna manera con la historia y su intención.

El proyecto se dirige a todos aquellos comunicadores, como manual no solo enseñará los componentes visuales para la elaboración de bodegones artísticos, sino todos los componentes subjetivos que un comunicador debe manejar, para diseñar la imagen de cada producto dentro del margen artístico, por esta razón hemos tomado a Barthes como autor para la elaboración del contenido teórico del libro.

Combina los conocimientos técnicos con numerosas sugerencias para aprender técnicas, esta obra es más que un libro de texto, un libro de fotos atractivas o un curso de fotografía. Es el mejor aliado para convertirse en un buen fotógrafo para la producción de bodegones artísticos.

## **ABSTRACT**

The book: “EDICIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL PROCESO ARTÍSTICO PARA LA PRODUCCIÓN DE BODEGONES FOTOGRÁFICOS” is an artistic still life manual; it explores those elements of the photographic still lifes that are necessary to convey an idea.

Taking as its starting point some concepts traditionally associated with language and communication, sender, message, audience, narrative, signs, the reader will find in these pages the keys to effective visual communication and get a good picture of still life: from issues general as the theme or style, to techniques and specific resources such as composition, light, color, idea.

Whether a single object or set of objects, photographic language uses the context and storytelling to build and develop their speech, capturing the attention of the public and allow somehow relate to the history and intent.

The project is aimed at all those communicators, and manual not only teach visual components for the development of still life art, but all subjective components should handle a communicator, to design the image of each product within the artistic range, therefore Barthes've taken as an author for the development of theoretical understanding of the book.

Combines technical expertise with numerous suggestions for learning techniques, this book is more than a textbook, a book of attractive pictures or a photography course. It is the best partner to become a good photographer for the production of still life art.

## INTRODUCCIÓN

Como consecuencia de nuestra participación en diferentes proyectos de fotografía y el estudio realizado en la carrera de comunicación hemos podido concluir que existe poca o casi nada de información en el tema relacionado con los bodegones y la comunicación, decidimos investigar esta línea, presentando el Producto Comunicacional denominado “EDICIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL PROCESO ARTÍSTICO PARA LA PRODUCCIÓN DE BODEGONES FOTOGRÁFICOS”.

El mismo, está estructurado en las exigencias convencionales que cualquier trabajo de investigación debe contener, es decir, introducción y justificación, hipótesis y objetivos, análisis teórico, conclusiones, bibliografía, anexos y finalmente, hemos adjuntado como un trabajo aparte el LIBRO SOBRE EL PROCESO ARTÍSTICO PARA LA PRODUCCIÓN DE BODEGONES FOTOGRÁFICOS.

Basándonos en las afirmaciones realizadas en la investigación anterior, fijamos como objetivo general de Producir un manual de fotografía de manera gráfica con texto, procedimientos, y distintos usos del género, para plantear la manera de elaboración de los bodegones de manera artística, que sirvan a los distintos usuarios, tanto profesionales como no profesionales, de referencia para la creación de sus propias imágenes.

La fotografía y sus diferentes aplicaciones constituyen en la actualidad soporte fundamental en un sinnúmero de actividades científicas, publicitarias, artísticas y de entretenimiento entre otras. Hablamos de comunicación visual y sabemos que ésta ha ido evolucionando según las necesidades de la sociedad y los avances tecnológicos.

Los profundos cambios ocurridos en el campo de las comunicaciones debido a la convergencia de tecnologías informáticas, de telecomunicaciones y audiovisuales, han revolucionado las formas de producción, de difusión y de recepción de la información, han alterado las relaciones de intercambios entre emisores y receptores y entre usuarios mismos hasta el punto de permitir otras modalidades de interrelación mediatizadas pero

interactivas, dialógicas, en tiempo real y personalizadas, lo que nos ha llevado a la producción de imágenes dentro de una cultura de masas.

La industria cultural tiene como fin mediar la imagen dentro de un público como mercancía y o con un valor estético – artístico.

Con la industria cultural la nueva sociedad se asienta en una razón tecnológica que la legitima, pero a la vez la vuelve razón política, cuando contribuye a identificar al individuo con el sistema de la sociedad tecnológica.

Barthes define Fotografía como una nueva forma de alucinación, falsa a nivel de la percepción, pero verdadera a nivel del tiempo.

Nuestra estrategia fue basarnos en autores fotográficos, técnicas de fotografía, construcción de la imagen, psicología del color, y después de una búsqueda teórica, plasmarla dentro del esquema arte, para dar el verdadero sentido a los bodegones fotográficos, para que no sean un disparo de casualidad, sino un producto de toda una propuesta teórica, una historia que cuenta algo a través de los objetos y su composición y que logre una polisemia de lectura.

Por esta razón aplicamos cada una de las teorías investigadas en el producto donde se ve reflejado un trabajo teórico – práctico, que ayudan al usuario a manejar una teoría y una técnica apropiada para la elaboración de bodegones artísticos.

## CAPÍTULO 1

### MARCO TEÓRICO

La fotografía es la ciencia y el arte de obtener imágenes duraderas por la acción de la luz. (Dubois, 1986) Es el proceso de capturar imágenes y fijarlas en un medio material sensible a la luz. Basándose en el principio de la cámara oscura, se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido.

Para capturar y almacenar esta imagen, las cámaras fotográficas utilizaban hasta hace pocos años una película sensible, mientras que en la actualidad, en la fotografía digital, se emplean, generalmente, sensores CCD y CMOS y memorias digitales. (Enciclopedia Focal de fotografía., Barcelona.1960 p 104, 1960)

El término fotografía procede del griego φως phos ("luz"), y γραφίς grafis ("diseñar", "escribir") que, en conjunto, significa "diseñar/escribir/grabar con la luz". Antes de que el término fotografía se utilizara, se conocía como daguerrotipia. Y es que aunque parte de su desarrollo se debió a Joseph-Nicéphore Niépce, el descubrimiento fue hecho público por Louis Daguerre, tras perfeccionar la técnica.

Este término sirve para denominar tanto al conjunto del proceso de obtención de esas imágenes como a su resultado: las propias imágenes obtenidas o «fotografías».

La fotografía se inventa casi simultáneamente en varios países; esto es un indicio de su necesidad. Su uso se difunde casi inmediatamente en el ámbito profesional para realizar las actividades que hasta ese momento están profundamente ligadas, especialmente, al dibujo y a la pintura.

Recoger los momentos importantes, dar testimonio, documentar eran en suma funciones propias del dibujo, como lo era también servir de memoria familiar y colectiva a través de los retratos. Los profesionales que hacían estos trabajos fueron los que cambiaron el

carboncillo y los pinceles por las nuevas herramientas (Jefrey, 2009). Estas funciones sirvieron, por un lado, para atender a las solicitudes de un mercado ya existente y, por otro, para satisfacer las necesidades expresivas, que determinan el tipo de imágenes fotográficas que comienzan a realizarse en aquel momento.

Como la fotografía proviene directamente del campo de la pintura, los géneros adoptados en fotografía fueron también los tradicionales de la pintura, que poco a poco fueron teniendo ciertos cambios, conforme evolucionaba la fotografía. Los géneros que tradicionalmente ha tratado la pintura son el retrato, el paisaje y la naturaleza muerta o bodegón; estos géneros se encuentran también en el campo de la fotografía. ( La Fotografía Paso a Paso, 2005)

A partir de la época pictoralista, llega un fenómeno de rebote y no se sabe que opinar frente a una visión fotográfica de la pintura y el afán pictoralista de los fotógrafos .El artista puede tener varias actitudes con respecto a la utilización de la fotografía, servirse de ella como apunte, inspirarse en ella, o asimilar la visión icónica de esta y restituirla consciente o inconscientemente en su obra, o en fin puede utilizarla directamente como medio de expresión.

La demanda social (concretada por los nuevos fotógrafos, que son profesionales de las bellas artes, con todo el acervo estético y cultural que ello supone), es la que determina los tipos de imágenes que se crean. Al hablar de tipos de imágenes, sin embargo, estamos introduciendo la noción de clasificación.

La necesidad humana de aprehender el mundo ha llevado al desarrollo de diversas estrategias, algunas de las cuales no pretenden modificarlo, sino sólo encontrar algunas de las características que poseen sus elementos. (Autores, 2008). Esta manera pacífica de dominar el mundo ha llevado al hombre a distinguirlo, cuando el conjunto de los objetos, contruidos artificialmente, llega a ser muy numeroso, mediante características como el tamaño, el volumen, la materia, el color, el peso, etc.; pero, fundamentalmente, por la función que cumplen, por esta razón surgen los géneros fotográficos; que son

definidos como “término para designar el tipo de fotografía en el que aparecen personas en su ambiente normal de trabajo o diversión.” (Dubois, 1986)

Desde la invención de la fotografía en 1839, las facultades únicas de fotografía de descripción visual se han usado para registrar, reportar, e informar. La gente prefiere ver las cosas con sus propios ojos, pero cuando esto es imposible la cámara puede frecuentemente servir para el mismo propósito. No es cierto que las fotografías nunca yacen, pueden falsearse y manipularse.

No obstante, una fotografía puede llevar una medida fuerte de autenticidad y convicción. La fotografía como medio de comunicación no verbal puede superar las barreras de idioma y comunican mediante símbolos visuales universales.

Las fotografías se favorecen con su uso en los medios masivos. Hoy son reproducidas por billones, y pueden encontrarse en todos lados: en las páginas de periódicos, las revistas, libros, catálogos, y prospectos; en exhibición en carteleras, ventanas de negocios, y carteles y emitida en la televisión.

Las fotografías en los medios de comunicación han hecho las caras de líderes políticos, animadores populares, y otras celebridades familiares al público. Cuando una noticia importante ocurre hay fotoperiodistas para registrar el suceso, se usan frecuentemente en intentos de cambiar la opinión pública. Los gobiernos, partidos políticos, y grupos de intereses especiales han usado por largo tiempo la representación gráfica y el impacto emocional de fotografías para fomentar sus causas; puede también ayudar a ocasionar cambios deseables.

Barthes define Fotografía como una nueva forma de alucinación, falsa a nivel de la percepción, pero verdadera a nivel del tiempo y discrimina dos tipos de relaciones entre la imagen y el texto:

a. Función de anclaje a la polisemia (esto es: multiplicidad de lecturas) de la imagen, entendida como una cadena flotante de significados: el texto la somete a la

reducción a uno de los tantos significados posibles. Entre tantas significaciones de la imagen (“una imagen vale más que mil palabras”), el texto ancla su sentido en uno solo, dejando de lado los restantes. Esta función es básicamente utilizada por el periodismo gráfico y por la publicidad.

b. Función de relevo: texto e imagen se complementan. No se puede entender uno sin otro porque comparten la significación. Se remiten recíprocamente y son parte de un mismo mensaje. Este recurso es principalmente utilizado en el humor gráfico o en algunas informaciones o publicidades muy connotativas. (Barthes, 2009)

La fotografía y sus diferentes aplicaciones constituyen en la actualidad soporte fundamental en un sinnúmero de actividades científicas, publicitarias, artísticas y de entretenimiento entre otras. Hablamos de comunicación visual y sabemos que ésta ha ido evolucionando según las necesidades de la sociedad y los avances tecnológicos.

Los profundos cambios ocurridos en el campo de las comunicaciones debido a la convergencia de tecnologías informáticas, de telecomunicaciones y audiovisuales, han revolucionado las formas de producción, de difusión y de recepción de la información, han alterado las relaciones de intercambios entre emisores y receptores y entre usuarios mismos hasta el punto de permitir otras modalidades de interrelación mediatizadas pero interactivas, dialógicas, en tiempo real y personalizadas.

En este sentido, los nuevos paradigmas de la comunicación hablan de la enseñanza de la fotografía para la sociedad de la información como una necesidad preponderante, más aun para carreras relacionadas con comunicación. El sistema educativo y las instituciones tienen que preocuparse también de la fotografía ya que el estilo de vida de todos los seres humanos componentes de esta sociedad, la sociedad de la información, está profundamente influido por los cambios introducidos por ella.

La enseñanza de fotografía se configura, cada vez más, como una exigencia social y una necesidad institucional. Y, en este campo, la sociedad exige la búsqueda y

experimentación de nuevas propuestas formativas; las universidades deben mejorar su actuación formativa al asumir su protagonismo en la formación de profesionales actualizados, bien preparados y comprometidos con la transformación de la realidad en la que actúan.

Se sabe como la fotografía y la enseñanza de ésta han ido evolucionando, como han intervenido diferentes factores en sus transformaciones y como los sistemas y las instituciones educativas enfocaban esta problemática.

En la actualidad, resultado de avances tecnológicos, la imagen fotográfica es común a un sin número de áreas y actividades cotidianas: la ciencia, el arte, la comunicación, la publicidad y el entretenimiento, indudablemente se vuelve necesario vincular a la educación con las diferentes manifestaciones visuales, a los creadores con los académicos e investigadores, a la teoría con la práctica, a los medios y a los sujetos con la actividad laboral, incrementar la vitalidad de este medio actualizándolo y estructurando una red de intercambio de experiencias, conocimiento e información.

No cabe duda que diferentes aspectos del proceso de enseñanza aprendizaje de fotografía se han visto modificados con la entrada en escena del lenguaje digital. Aspectos que van desde lo comunicacional a lo conceptual pasando por lo morfológico.

El proceso educativo de la enseñanza de fotografía debe corresponder a algunos intereses, no sería concebible su instrucción sin conservar y preservar el espacio técnico como un saber fundamental, pero siempre integrado a las necesidades creativas de los estudiantes; estos tienen que desarrollar su actitud crítica y de análisis sobre la sintaxis, la composición y la teoría la imagen, donde sean analizados fundamentos filosóficos, socioculturales y estéticos del discurso fotográfico, todo esto diseñado en un proceso ordenado y secuencial, estructurado en etapas, de tal manera que puedan asimilar conocimientos y desarrollar competencias profesionales que les permitan integrar y relacionarse con las demás disciplinas.

La imagen es un mensaje en forma de signo gráfico o técnico, es reproducción de un instante de la realidad sin capturarla, sino un reflejo peculiar y parcial. La imagen no es la realidad sino la representación que alguien hace de una parte de la realidad.

Una imagen está dada a partir de los distintos estímulos de percepción que son: Continuidad, proximidad, semejanza y contraste. Los elementos de una imagen son el punto, la línea, la forma, la luz (y sombra), el color, el tiempo y el movimiento, composición, planos y puntos de vista. (Aparici, 1992)

Los medios de comunicación dan origen al intercambio y circulación de los mensajes y las ideas. Esto es aprovechado para la creación de formas simbólicas que serán transmitidas a través de los medios. Las formas simbólicas son todas aquellas ideas y conceptos producidos por la cultura de masas, que son representados a través de palabras e imágenes.

El surgimiento de los medios de comunicación cambio de manera radical la manera en que las formas simbólicas eran producidas, transmitidas y recibidas por los individuos. A este proceso se le denomina mediatización de la cultura moderna

Ya que la comunicación produce y pone en circulación todas aquellas formas simbólicas que la caracterizan, es imposible desligar a las sociedades actuales de las actividades propias de las industrias de los medios. He allí la trascendencia y la importancia de analizarlas desde la perspectiva de los futuros comunicadores.

La industria cultural tiene como fin media la imagen dentro de un público como mercancía y o con un valor estético – artístico.

La nueva sociedad se asienta en una razón tecnológica que la legítima, pero a la vez la vuelve razón política, cuando contribuye a identificar al individuo con el sistema de la sociedad tecnológica.

Por lo tanto, como producto ideológico final de los medios masivos, para el consumo de grandes masas ha hecho que la estética como lo sublime del arte se ha ido difuminando y desacralizando. El arte ahora dentro de la economía mercantil se pierde en la era de la comunicación de masas, donde los productos han sido rebajados a objetos de comercio.

. El hecho de vivir en una sociedad y en una época dominada por el signo icónico permite que en nuestra cultura asociamos automáticamente la visión de un hecho con su existencia: identificamos la imagen con la realidad.

Sin embargo, las imágenes son siempre signos de algo ajeno que incorporan diversos códigos comunicativos, algunos muy específicos, como el código gráfico o el de relación compositiva entre los elementos que forman la imagen. Para leer de forma comprensiva y crítica las imágenes es necesario conocer estos códigos.

Las personas pueden leer comprensivamente no solo textos escritos sino también imágenes, viñetas, fotografías. La lectura de imágenes es una actividad muy interesante para practicar tanto personas alfabetizadas como no alfabetizados.

Para leer críticamente las imágenes es importante seguir una serie de pasos:

- se tiene una visión de conjunto
- se analizan los objetos que la componen y su relación interna
- se interpreta su significado (teniendo en cuenta que son portadoras de símbolos visuales y de mensajes y pueden generar diferentes significados).

Factores que intervienen en la percepción de una imagen:

- relaciones de espacialidad: Se recorre la imagen de izquierda a derecha por el hábito de la lectura. El peso de la imagen suele ubicarse en la parte inferior.
- relación figura-fondo: Se perciben conjuntos organizados sobre un fondo que actúa sobre los objetos o figuras como un contexto espacial. En muchos casos el

fondo resignifica la figura, por lo que las relaciones de figura y fondo no son estáticas sino dinámicas y dependen del contexto que vincula a ambos.

- contraste: se manifiesta en la discriminación de los claroscuros que percibe el receptor.

Las imágenes se adaptan a temas de varias disciplinas, porque cumplen diferentes funciones.

- la función motivadora, apta para incentivar el aprendizaje;
- la función referencial, que se utiliza para explicaciones o para sintetizar un tema desarrollado.

En la interpretación de imágenes conviene seguir los siguientes pasos: enumeración, descripción, interpretación o inferencia. Se deben seleccionar muy bien las imágenes. Es importante que presenten varios planos, es decir, que tengan “profundidad”, para que las personas vayan descubriendo los diferentes elementos y relacionándolos entre sí dentro de un contexto espacial, hasta alcanzar la percepción final.

Para esto es necesario manejar un lenguaje fotográfico que parte de la concepción de la fotografía, y su relación objetiva con el fotógrafo, ya que, la información cae sobre nosotros todos los días: incontables sonidos, olores, sabores, sentimientos e imágenes acuden a nosotros de modo continuo a través de aquellos sentidos que nos fueron otorgados para dotarnos del poder de la percepción. Irremediamente, el mundo es para cada uno de nosotros única y exclusivamente aquello que percibimos de él.

Uno puede prestar atención y percibir más, comprender y aprender más del mundo que nos rodea, pero de cualquier modo será nuestra percepción, nuestros sentidos y su alcance limitado, los que tendrán la última palabra respecto a aquello que, para nosotros, es el mundo en que vivimos.

Utilizamos nuestra memoria para capturar aquellas sensaciones percibidas, a veces incluso de modo inconsciente. En ella guardamos innumerables sensaciones que una vez

percibimos. Algunas podemos evocarlas a conciencia, y otras resurgen en ocasiones sin avisar. Recordar con nostalgia aquél día tan importante en nuestra vida, evocar de nuevo aquella sensación inexplicable cuando nos encontramos, años ha, ante aquél paisaje que tanto nos impresionó. Todo ello, en definitiva, son las memorias de aquello que una vez pudimos percibir, y están latentes en nuestros recuerdos.

Esas sensaciones y, en definitiva, esa percepción, pueden registrarse en fotografías con el fin de actuar como registro de nuestra memoria, o lo que es más importante: comunicar percepciones y sentimientos a otros observadores de la imagen.

La fotografía puede incluso, trabajar el instinto creativo, concebir sensaciones en imágenes que en realidad nunca existieron tal y como la fotografía muestra. La fotografía en su concepción esencial no es más que el registro de una serie de percepciones, una sensación congelada en una imagen, y eso es algo que muchas veces puede alejarse de la realidad de lo que había frente al objetivo en el instante de hacer la toma.

La fotografía es capaz de ir mucho más allá del registro llano de la realidad, y es en ése punto donde el instinto creativo y el espíritu comunicador del fotógrafo imprimen arte en una imagen, pues es entonces cuando el fotógrafo consigue su cometido, comunicar la excelencia aislada de una idea, de un sentimiento, de una situación.

Es en ése afán por comunicar percepciones y sentimientos, donde la inspiración, la creatividad y la pericia del fotógrafo encuentran el verdadero camino para llegar a la concepción de una percepción e inmortalizarla en una imagen para el observador. Muchas veces la creación de esa percepción para la fotografía pasará por una reinterpretación absoluta de lo que hay delante de la cámara: con imaginación, recursos y conocimientos, el fotógrafo creará una percepción que no estaba en la escena real, o que era incluso totalmente opuesta. En otros casos, ése trabajo se centrará en enfatizar la percepción de una escena que sí existe, pues al fin y al cabo una fotografía en términos teóricos no puede mostrarnos el todo de una situación por sí sola. Será el buen fotógrafo

el que conseguirá que su fotografía hable sobre mucho más de lo que había frente al objetivo. (Jefrey, 2009)

La naturaleza muerta o bodegones, es un género fotográfico riguroso considerado menor porque, como no existe representación del hombre, es considerado de baja categoría, o un género cotidiano.

En un principio, el bodegón en sí mismo no existía, y sólo es a partir del S.XVII cuando se empieza a considerar como un tema que puede existir con independencia. Este género era la representación de alimentos y bebidas estrictamente, pero habitualmente se suele confundir e identificar bodegón con naturaleza muerta, aunque esta sea estrictamente la representación de objetos inanimados. (Olivares, 1994)

El género del bodegón también se le llama a los cuadros que tratan de confundir al ojo humano, lo que se llama el “trampantojo”, que finge realidad.

El bodegón es utilizado como medio de investigación formal, a partir de finales del S.XIX, después del Impresionismo como pretexto para indagar en un lenguaje plástico.

Los objetos ideales para un bodegón son aquellos con formas bellas, plásticas o sugerentes. Es conocido que los fotógrafos profesionales buscan para sus naturalezas muertas objetos de absoluta perfección, los objetos más frescos y vivos, los productos más relucientes y brillantes, ya que se trata de atraer al espectador hacia el objeto con la intención de que éste resulte apetecible. (12 Langford)

Tipos de bodegón, se pueden diferenciar dos tipos:

Bodegón seco. Son los que tienen más en común con los que se realizaban en pintura (naturaleza muerta). Admiten sombras, texturas y el color suele ser cálido: cuerda, madera, cereales, barro, frutos y flores secas, pasta, botellas de vino,... En el caso de que quedara una composición muy monótona en cuanto a color, se puede poner un elemento que destaque del resto.

Bodegón húmedo. Es más luminoso, brillante. No admite sombras y las texturas son suaves: frutas y verduras, cristal, cubiertos de acero inoxidable, porcelana,... (1 Dubois, 1986)

Componentes visuales: Se deben tener en cuenta tres aspectos para la elaboración artística de este género:

La composición. Es importante respetar la ley de los tercios: las grandes masas estarán en el centro y los pequeños detalles alrededor. Un bodegón cuenta con varios planos de composición, lo que obliga a trabajar con diafragmas cerrados para conseguir mayor profundidad.

La toma. Es importante la posición de la cámara y los objetivos con los que se va a trabajar. Por ejemplo, si el objeto es muy plano, se deberá hacer una toma cenital (desde arriba). La toma que más se utiliza es la toma frontal ligeramente picada. En cuanto a los objetivos, con ellos se pueden crear diferentes efectos:

Teleobjetivo. Enfoca muy bien el bodegón, pero el fondo queda desenfocado.

Gran angular. Se puede deformar el bodegón por los extremos.

El objetivo que más se utiliza es el teleobjetivo corto (70-100) ya que respeta la profundidad de campo lo suficiente y no deforma el objeto, ni llega a pegar la perspectiva. En publicidad se trabaja con negativo de 9x12.

La luz. Es muy importante, más que en otros géneros. Dependerá del tipo de bodegón:

Bodegón húmedo. Al no pedir sombras, se deberán evitar éstas y controlar los brillos (debe aparecer en los bordes de los objetos).

Los fondos son lisos y con colores vivos. Lo ideal es que no haya demasiados objetos y procurar, además, que éstos queden ligeramente sobreexposados (de luz). Debe haber

profundidad de foco (o campo). Se trabaja con luz difusa. Si se utiliza un foco directo, se hará frontal o cenitalmente. (Autores, 2008)

Bodegón seco. Todo lo contrario. Admite sombras, por lo que se utiliza luz directa frontal o lateral. Los fondos son de colores cálidos, fogosos, con texturas. Quedará mejor cuando los objetos queden ligeramente subexpuestos. A este tipo de bodegones les va bien el fondo desenfocado, por lo que se utilizan objetivos largos.

Si se utilizan líquidos, se iluminarán de manera especial, con un foco dirigido hacia él. Hay que tratar de alejar los elementos más claros de la fuente de luz.

Componente Artístico: los valores estéticos bello, feo, sombrío, fúnebre, elegante, cursi, hermoso, claro, horrendo, sucio, asqueroso, armonioso, destemplado, esbelto, gracioso, fino, grosero, desmañado, sublime, vulgar, guapo, etc. y los juicios de valor correspondientes están presentes prácticamente en la totalidad de la vida humana.

Es cierto que ni las obras artísticas sustantivas o adjetivas o, en general, las obras culturales y, menos aún, los procesos o estados naturales se agotan en su condición de soportes de sus valores estéticos. La finalidad de la obra de arte (y por supuesto la finalidad de la naturaleza) no puede hacerse consistir en la producción de valores estéticos positivos.

La Naturaleza o el Arte tienen otras fuentes; los valores estéticos intervienen en la producción, o en el uso y en el producto, más como reglas o cánones.

Es importante que un bodegón cumpla con los valores estéticos para que este sea de carácter artístico, para que tanto sus usuarios como sus productores manejen de mejor forma el mensaje o la idea que se quiera transmitir.

Pero las conclusiones serían probablemente la existencia, , de un lenguaje perfectamente codificado, en alguna medida-en cuanto a la movilización de configuraciones

convencionales-ero también histórica, en cuanto permanente recurso de configuraciones artísticas, igualmente convencionales.

En la fotografía hablaríamos de escuelas la una puede ser la formalista la equivalente que es una importante y el expresionismo abstracto como corriente está el género de naturaleza muerta y la corriente estética sería la artística principalmente (Guash, 2000)

La fotografía es también necesaria en la industria de la publicidad. En los esfuerzos para vender un producto, se usan las fotografías atractivas del artículo. La fotografía es también ampliamente usada en la educación y el entrenamiento dentro del mundo académico, industria, y los servicios armados.

## **1.2. Marco metodológico**

Como punto de partida del trabajo se plantearán encuestas para determinar las falencias dentro de este género, se trabajará con entrevistas en expertos en el tema, y en el manual explicaremos de manera gráfica y teórica este proceso. Se presentará un resultado de un banco de imágenes como producto de seguir este proceso artístico y riguroso. Para la promoción se realizarán talleres y foros dónde los interesados en el tema tomen conciencia de la importancia de este proceso artístico para la elaboración del género.

Para este proyecto se desarrollarán los siguientes componentes: a) Investigación aplicada, b) Edición y producción de materiales impresos c) Promoción sociocultural

El producto tendrá distintas fases, primero se llevará a cabo la investigación acerca del tema, donde se definirán los conceptos, se levantará la información sobre el tema fotográfico, arte y sobre el género a trabajar, los recursos requeridos en esta fase serán bibliográficos tanto físicos como virtuales y se harán entrevistas para señalar las necesidades de los interesados en el tema.

La segunda fase estará constituida por la toma de las imágenes del procedimiento para lograr bodegones, en este proceso se necesitarán materiales como cámara fotográfica

(réflex), luces de estudios, objetos o elementos para la composición de los bodegones, también se harán entrevistas a expertos en el tema para mejores resultados el momento de la producción.

En una tercera fase se hará la diagramación del contenido del libro, es decir el detalle de toda la composición visual que tendrá el libro de fotografía, contenido, color, la posición de los elementos, para esta fase será necesario un diagramador.

La cuarta fase corresponde a la parte de la edición donde se corregirá todos los errores del libro.

La quinta fase estará dada por la impresión del libro.

Y por último la sexta fase donde se hará el lanzamiento del libro de fotografía de bodegones, donde se requerirá un local, sonido y todas las cosas que esto implique.

#### Recursos

Para la elaboración de esta manual de fotografía serán necesarios los siguientes recursos:

Recursos físicos:

- Material bibliográfico: para todo la parte teórica del manual.
  - ∴ Libros, Revistas, Folletos, Publicaciones, etc.
  - ∴ Internet
- Material: Relacionado a la preproducción, producción y posproducción del manual.
  - ∴ Cámara Fotográfica
  - ∴ Programas de diseño y edición
  - ∴ Computadora
  - ∴ Pack de luces de estudio

Recursos Humanos:

- Investigadores
- Fotógrafos y ayudantes
- Diagramadores

- Editor

Recursos externos:

- Fotógrafos expertos en el tema.
- Imprenta
- Material para el lanzamiento (sonido, video, comida, local, etc.)

Cuadro N°1 / Estrategias, técnicas, métodos para la realización del libro sobre el proceso artístico para la producción de bodegones fotográficos

ESTRATEGIAS	TECNICAS	METODOS
<p>Diseñar estrategias de mercado para llegar por medio de campañas publicitarias a más personas que serán beneficiarios del proyecto.</p>	<p>Encuestas Entrevistas</p>	<p>Demostrativo (para evidenciar que las estrategias de mercado han permitido alcanzar la atención a las personas interesadas en participar en el proyecto)</p>
<p>Buscar espacios que nos permitan llegar de mejor manera a las personas interesadas en la fotografía y que no conocen del uso del bodegón</p>	<p>Grupo de discusión (para de esta forma conocer en qué áreas se podría intervenir con la publicación del libro)</p>	<p>Acción y Participación</p>
<p>Crear publicidad basada en el trabajo para promover que la gente se involucre en el mismo.</p>	<p>Entrevistas Encuestas</p>	<p>Recolección de información</p>

Elaborado por: Andrea Morales y Diana Paredes

## CAPÍTULO 2

### LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un tema que ha estado de moda, sobre todo en las últimas décadas de este siglo. Ha transformado el mundo entero, tal como lo definiría el Sociólogo canadiense Marshal Mac Luhan, no en los 5 continentes, sino en una "aldea global" (Carlos).

Los profundos cambios ocurridos en el campo de las comunicaciones debido a la convergencia de tecnologías informáticas, de telecomunicaciones y audiovisuales, han revolucionado las formas de producción, de difusión y de recepción de la información, han alterado las relaciones de intercambios entre emisores y receptores y entre usuarios mismos hasta el punto de permitir otras modalidades de interrelación mediatizadas pero interactivas, dialógicas, en tiempo real y personalizadas.

Es complejo encontrar un concepto definitivo que logre constituir toda la complicación que posee el proceso de lo que es comunicar

Por ello, es necesario determinar la importancia de la comunicación dentro de este producto, se pretende analizar y exponer un concepto que nos ayude a situarnos en un aspecto. Se entiende a la comunicación como un proceso que establece una relación de las personas entre si y las organizaciones sociales de forma que la comunicación influyen la vida del ser humano tanto en el aspecto individual como en su dimensión social.

No hay ningún acto de comunicación en el cual no haya persuasión. Detrás del acto de comunicar hay una intencionalidad. La información existe aunque no sea comunicada, es una información transmitida y recibida.

## **2.1. Recuento de la comunicación**

La comunicación ha jugado un papel fundamental en la vida de los seres humanos, por lo que siempre ha estado presente en el progreso de la civilización.

Si bien, es cierto, la comunicación siempre ha existido; entre los mismos animales existe un sistema primitivo de comunicación aun cuando se reduzca a unas cuantas señales y sonidos.

En sus inicios la comunicación humana se basaba en sonidos, señales, signos, sobre todo cuando el hombre pasó de ser nómada a sedentario.

En realidad poco se sabe del elemento más importante de la comunicación, "el lenguaje", mismo que distingue al ser humano de los demás seres vivos sobre la faz de la tierra; esta facultad se ha manifestado de distintos modos y con diversos grados de complejidad.

Ahora bien, si volteamos hacia atrás, podemos observar como la comunicación ha sido un factor primordial en el desarrollo de la civilización ya que siempre ha estado presente en el hombre la necesidad imperiosa de comunicarse, motivo que lo ha llevado a perfeccionar los medios para evolucionar.

Remontándonos a la comunicación primitiva podemos ver cómo han ido perfeccionándose los medios y las formas para llegar a un mejor entendimiento, es pues, que podemos mencionar desde los sonidos de la naturaleza, los tambores, las señales de humo, los corredores de grandes distancias, los palos anudados, los jeroglíficos, etc. ; hasta la creación de la imprenta por Gutenberg en el siglo XV Llegando a la Revolución Industrial, que con el descubrimiento de la electricidad generó como resultado el florecimiento de los más importantes cambios sociales y tecnológicos dando lugar a grandes descubrimientos e inventos, tales como la telegrafía, el teléfono, la radiodifusión, la cinematografía, el perfeccionamiento de la imprenta rotativa y la televisión; llegando así en este progreso a perfeccionar las telecomunicaciones al punto

de poder establecer comunicaciones a través de medios electrónicos, satélites e incluso la utilización de computadoras que entre su gran diversidad de funciones se han convertido en el medio para acceder a la supercarretera de la información y de la comunicación.

La comunicación humana es un proceso que implica el intercambio de información, y utiliza los sistemas simbólicos como el apoyo para este propósito. Participan en este proceso una multitud de maneras de comunicar: dos personas con un cara a cara o conversación, o por medio de gestos con las manos, los mensajes enviados usando la red mundial de telecomunicaciones, el habla, la escritura que le permiten interactuar con otras personas y hacer algún tipo de intercambio de información.

La comunicación comenzó a emerger como un campo académico distintas a mediados del siglo XX. Marshall McLuhan, Paul Lazarsfeld y Theodor Adorno estuvieron entre los pioneros en el área. Ha estado en constante evolución, debido a las nuevas tecnologías y el uso de las redes sociales.

Hoy en día, no es necesario comprar un periódico para informarse. Obviamente, tenemos la televisión y la radio. Sin embargo, podemos acceder a una revista a través de Internet a través del mismo sitio o red social, si Twitter y Facebook. Muchos periódicos tienen cuentas en estas redes y publicar información, que siempre está actualizada. Es interesante porque puedes comentar y discutir entre sí.

Los pensadores e investigadores en las disciplinas de humanidades como la filosofía, la sociología, la psicología y la lingüística, han hecho contribuciones en hipótesis y análisis sobre lo que se llama "Teoría de la Comunicación", una visión general de las ideas que ellos piensan que la comunicación entre las personas - especialmente mediada por la comunicación - como un fenómeno social. Entre las teorías se ponen de relieve la teoría actual funcionalismo en primer lugar, la Escuela de Frankfurt (la primera y fundamental y profundamente marxista) y la Escuela de Palo Alto (teórico dominante en la actualidad).

El trabajo teórico en América Latina cobró impulso en la década de 1970 cuando comenzó a reelaborar y transformar las teorías extranjeras. Así surgió la teoría de las mediaciones, Jesús Martín-Barbero. (Mattelart, 1995)

La comunicación es una palabra en un sentido amplio y, como tal, se abre un abanico de posibilidades en muchos segmentos. Con la aparición de nuevas tecnologías, y la sofisticación y el refinamiento de los métodos existentes de comunicación, surgen cada día nuevas alternativas de posibilidades de comunicación cada vez más dinámicas.

Estos avances en el ámbito de la comunicación es una parte integral de la evolución del hombre y la sociedad, aun cuando se sabe que la comunicación está directamente relacionada con los sentidos humanos. Así que basta con decir que es imposible dejar al hombre sus sentidos seguida, simplemente haciendo caso omiso de ellos y no haber comunicado, es decir, es imposible para el hombre vivir aislado de los márgenes de la sociedad. En realidad la gente y la sociedad misma están mirando para mejorar estas direcciones.

## **2.2. Teorías sobre la fotografía**

El primer discurso sobre la fotografía la considera como una imitación, y la más perfecta, de la realidad. Está tan generalizada esta postura que bastará limitarse a mencionar que ya en 1859 Baudelaire separaba a la fotografía como “simple instrumento de una memoria documental de lo real”, del arte como “pura creación imaginaria”; considerándola como una ayuda para el recuerdo, cuya función sería salvar del olvido “las cosas preciosas cuya forma va a desaparecer y que exigen un lugar en los archivos de nuestra memoria”. (Baudelaire, 1859)

Una concepción opuesta es la propugnada por los críticos hacia la omnipotencia del “efecto de realidad”. Entre ellos se pueden destacar:

a) Teóricos de la imagen que se inspiran en la psicología de la percepción, como Arnheim, quien señala las diferencias aparentes que la imagen presenta respecto a lo

real. Esta deconstrucción del realismo fotográfico está basada en el análisis de la técnica fotográfica y sus efectos perceptivos (Arnheim, 1986).

b) Teóricos que niegan la pretendida “neutralidad” de la cámara, como Bourdieu, para quien la fotografía es el resultado de una selección arbitraria, es un sistema convencional al que se le han asignado unos usos sociales considerados “realistas” y “objetivos”.(Arnheim, 1986)

c) Los discursos que se refieren a la utilización antropológica de la foto. Su idea central es que la significación de los mensajes fotográficos está de hecho culturalmente determinada, no se impone como evidencia para todo receptor: El dispositivo fotográfico es un dispositivo codificado (desde todos los puntos de vista: técnico, cultural, sociológico, estético, etc.). Esta postura, que se levanta contra el discurso de la mimesis y de la transparencia, sin embargo admite que la foto etnográfica posee la capacidad de “registro o documentación visual” (en lo que se acerca a las anteriores ideas de Baudelaire).

Pero se subraya que cada foto depende del contexto para su interpretación, ya que en su proceso interpretativo se evidencia su carácter polisémico. Según Hastrup, la representación visual posee una capacidad de descripción estrecha (muestra formas, incluso de conducta), más limitada que el lenguaje verbal y escrito, que rinden cuenta de los significados. Y para descubrir éstos, hay que examinar la naturaleza de los productores, de las condiciones de producción y de la audiencia receptora. Sin olvidar que pueden coexistir varios discursos interactuando. De ahí se desprende que “de un lugar construimos un espacio de práctica cultural”. (Barthes, 2009)

Aunque es irrefutable la anterior postura, hay que tener en cuenta con el Barthes de La cámara lucida que: el referente se adhiere, a pesar de todo; denominando referente fotográfico “a la cosa necesariamente real que ha sido colocada ante el objetivo, a falta de la cual no hubiera habido fotografía” (Barthes, 2009)

### **2.3. Antecedentes de los medios de comunicación**

La necesidad del ser humano de comunicarse para satisfacer sus necesidades, lo ha llevado a lo largo de los siglos a buscar varios cauces por medio de los cuales se realice el acto comunicativo, motivo por el cual al aparecer la imprenta se abrió el camino para que el material impreso se constituyera en el primer medio masivo de comunicación, ya que ofreció la posibilidad de que la mayoría de la gente pudiera enterarse y aprender; recordando que, anteriormente era la minoría la que tenía acceso a la información y al conocimiento.

Los medios masivos de comunicación se caracterizan por que introducen en las diversas clases de la sociedad, pautas de comportamiento y consumo, por lo que los cambios sociales, políticos, económicos y culturales han estado ligados en mayor o menor grado a estos medios.

Antes de entrar de lleno a los antecedentes de los medios de comunicación, es importante destacar, la influencia que estos ejercen sobre auditorios diferentes, incluyendo desde una función persuasiva, política, publicitaria, hasta enajenante y manipulativa, los medios incrementan y motivan la participación social y fomentan las normas de consumo de cada individuo en una comunidad.

Por estas razones, los medios masivos de comunicación han ido adquiriendo una función social muy importante además de una gran responsabilidad de mantener informadas a las masas de todo lo que acontece dentro del mundo de la cultura, ciencia, política, economía, y en sí en todas y cada una de las disciplinas y actividades de la sociedad.

Al referirnos a los medios de comunicación, no podemos excluir la inmensa cantidad de teorías científicas que han surgido para tratar de explicar el desarrollo de la comunicación, donde pasa de ser un acto de comunicación práctico del hombre a ser objeto de diversas investigaciones teóricas, que expliquen el proceso que sigue como medio de comunicación de masas (causas y efectos).

## **2.4. Para un análisis fotográfico**

Parece indudable el interés del estudio de las imágenes fotográficas desde el ámbito de la comunicación humana, y para ello se puede contar con las herramientas que aporta la antropología visual. Tanto las fotos obtenidas en investigaciones etnográficas, como las procedentes de cualquier autoría para usos diversos, pueden aportar valiosas informaciones culturales, siempre que se las interroge adecuadamente.

Antes de proceder al estudio de estos productos icónicos que han caracterizado casi dos siglos de la historia de la Humanidad, es necesario establecer rigurosos ejes/categorías que permitan su eficaz clasificación y posterior comparación.

Para ello, pediremos ayuda a disciplinas complementarias. Por un lado, la iconología tal como ha sido desarrollada por Panofsky y Gombrich para la interpretación de las obras de arte, permitirá abordar las fotos desde su vertiente puramente icónica, buscando descifrar los temas representados. Por otro lado, desde la antropología se utilizarán diversas metodologías comparativas, que nos facilitarán ubicar las obras en sus contextos actuales e históricos, y nos permitirán comparar sus formas de expresión y modos de comunicar los significados

La fotografía y la cultura son dos disciplinas íntimamente relacionadas. Por medio de la fotografía somos testigos de muchas de las costumbres, de los estilos de vida y de cómo todo esto ha ido cambiando a lo largo de los años. Es el documento que nos traslada a épocas pasadas de la manera más fiel hasta la llegada de la imagen en movimiento y el cine.

El hecho de crear una manera de retener imágenes fijas y almacenarlas, poder verlas cuantas veces se quiera, se consiguió por medio de un proceso de investigación y de aprendizaje. En el caso de la fotografía, el aprendizaje que más claramente podemos ver es el aprendizaje cultural, que es la capacidad desarrollada sólo y exclusivamente por el hombre, para utilizar símbolos para comunicarse y relacionarse. Esta es la característica

fundamental de la evolución humana: Su dependencia del lenguaje cultural. Y como consecuencia, todos los inventos, adelantos e ideas que surgen de las personas a lo largo de los diferentes siglos, son un ejemplo de este lenguaje cultural y su evolución.

La fotografía es algo que está cambiando constantemente, al igual que la cultura. Pero siempre se mantiene algo. En la cultura se mantienen ciertas creencias, valores, etc. Y en la fotografía también. Aunque cambien los temas que se quieren representar y la forma de hacerlo, hay algo que no varía a lo largo de los años y es que siempre quiere representarse algo.

La fotografía puede mostrarnos muchas cosas, pero en cada tipo de cultura, ésta debe adaptarse a sus costumbres y normas. Por ejemplo, existen muchos anuncios de publicidad que basados simplemente en una fotografía y han tenido que ser censurados en diferentes países. Algunas imágenes, en una sociedad no tienen porqué tener ninguna repercusión, pero en otras sociedades pueden ser hasta ofensivas. Esto se encuentra dentro de la cultura mental y simbólica.

La fotografía se trata de una cultura universal, ya que el lenguaje de las imágenes es compartido por todo el mundo.

En toda fotografía existe un autor detrás que pretende hacer llegar al espectador, una información. Una información que en la mayoría de los casos es pragmática, ya que tiene capacidad para cambiar el estado del receptor.

Dentro de esta información pragmática, existen a su vez, diferentes tipos de información, y en el caso de la fotografía, la que nos concierne es la información descriptiva, que nos aporta datos. La fotografía nos muestra como es el mundo, cómo es la realidad. El mensaje que nos quiera transmitir el autor con este tipo de información puede ser diferente en cada sociedad, porque puede ser interpretada de diferentes formas en las diferentes culturas.

Pero también podemos encontrar información valorativa, porque el autor nos puede mostrar sus propios valores y creencias a través de imágenes. No tiene porque ser siempre un dato objetivo lo que se nos quiere hacer llegar. Tenemos que tener claro que la fotografía está considerada dentro del campo del arte. Y el arte, en la gran mayoría de los casos parte de un sentimiento, de algo muy personal del autor, algo muy subjetivo.

Existe otro tipo de información, que es muy común, especialmente en la fotografía publicitaria: La información prospectiva. Ésta nos refleja sueños, metas, posibles e imposibles. Modela nuestras ambiciones y temores, nuestro sentido de cambio y de mutabilidad histórica.

Todos estos tipos de información están interrelacionados y los podemos encontrar en el campo de la fotografía.

Las imágenes, en muchos casos tratan de ser símbolos, que lo que buscan es representar algo diferente.

Existen diferentes características de las formas simbólicas, que podemos aplicar al mundo de la fotografía:

- Son intencionales. Son expresiones (en este caso del autor de la fotografía) que se orientan a otro sujeto o a varios. Este autor persigue determinados objetivos. Pretende expresar, o incluso expresarse a sí mismo. Pero a veces, el propio sujeto puede haber tenido motivaciones inconscientes o ninguna intención clara. Aunque esto no significa que la fotografía no tenga un significado.
- Son convencionales. La producción, el uso de estas formas simbólicas y su interpretación son procesos que implican la aplicación de reglas y códigos para que así se mantenga una comunicación visual.
- Son estructurales. Constan de elementos interrelacionados que conforman un sistema simbólico.

- Son referenciales. Representan algo. Una imagen puede significar otra. Esto se encuentra dentro del mundo de los signos y los símbolos.
- Son objeto de procesos de valoración, especialmente de valoración simbólica, ya que son estimadas por los autores y por los individuos que reciben la información transmitida. Aunque también poseen valoración económica, ya que las obras de diferentes autores pueden ser intercambiadas en el mercado y en muchas ocasiones, pueden tener un alto valor económico.

La fotografía nos ha ido mostrando diferentes visiones de la realidad, de sueños, de inquietudes, de sentimientos, que han surgido de distintos autores a lo largo de los años desde que la fotografía nació. Es parte de nuestra cultura. Forma parte de una cultura global, ya que la imagen se exige de ser traducida y explicada. Simplemente ha de ser interpretada y cada persona puede hacerlo de una forma diferente. Todo depende de la cultura. Y ahora que la cultura es cada vez más global, también lo serán las interpretaciones simbólicas de las imágenes. Por lo tanto, definitivamente sí, la fotografía es cultura.

Hablar del término fotografía y hallar un significado que se ajuste a las expectativas que socialmente despierta, culturalmente levanta y, hoy en día, económicamente asume, es hablar de un concepto que, no solamente absorbe los sentidos, la orientación y la manera de interpretar la realidad de las personas y las cosas, sino que se impregna, asume y hace suyos todos los estamentos de la sociedad.

Por eso decimos que la fotografía nos entenece, nos provoca, nos enamora, nos erotiza, nos enamora, nos escandaliza o nos aterra y podría enumerar una interminable lista de sensaciones. Entonces observamos que la fotografía está por todos lados, en el kiosco de la esquina, en nuestros cuadernos, en nuestra casa, en el paradero, en los buses, en cada lado a donde vamos. No en vano se dice que una imagen vale más que mil palabras y que una imagen vende. Pero ¿qué imagen estamos proyectando nosotros? ¿qué estamos

comunicando a los demás? Porque ese será nuestro papel como comunicadores sociales y tal vez como fotógrafos si es que decidimos serlo.

Haciendo un poco de historia hallaremos que en un primer momento durante la Edad Media y el Renacimiento, la imagen mantenía importantes vínculos con el progreso mediante la creación de obras religiosas y profanas que servían de culto y admiración a los individuos para pasar, en un segundo instante, a los elogios de fervor y adoración social merced al predominio que la imagen fue tomando gracias al hallazgo de técnicas tan modernas como la fotografía, el cine, la televisión, la informática o más recientemente el apasionante y controvertido mundo de la realidad virtual.

Se inventó antes que el cine y la televisión y es parte de nuestra vida cotidiana. Allí está para informar, para distraer, para comunicar, para significar algo. Nuestra sociedad globalizada a la que Mc Luhan denominó “aldea global” es una sociedad dominada por el elemento visual y allí están para comprobarlo todas esas creaciones fotográficas que han perennizado arte y documento, que han despertado pasiones quedando registradas para la posteridad. He allí el valor de la fotografía como base de la comunicación visual contemporánea.

La imagen organiza los destinos, hace y deshace los poderes, extiende hasta el infinito las fronteras de lo imaginario y, como colofón añade el autor, amalgama la realidad, la ficción y la virtualidad. Desde los cincuenta a setenta canales por cable, la interactividad a través de la imagen virtual o real elaborada mediante arborescencias informáticas y transmitida por cable o satélite la imagen, desde la esfera del trabajo a la de la educación, del terreno del tiempo libre al de la salud, de la juventud a la edad adulta, desarrolla la narrativa audiovisual y acompaña en todas las etapas de la vida.

Georges Balandier analiza la incidencia que la narrativa audiovisual despliega en la sociedad contemporánea y dice que ésta se ha convertido en un gran escenario, en una especie de panóptico, en todo tiende a ser visto y todos a convertirse en mirones. ¿Sabemos leer las imágenes? ¿Somos conscientes de la importancia creciente de estas

como transmisoras de la información? ¿El no saber interpretarlas puede considerarse analfabetismo visual?. Y esto parece ser cierto. Vivimos en una cultura visual que maneja sus propios códigos y signos para darnos a entender un mensaje y allí está la fotografía que ha llegado a ocupar un papel relevante en la sociedad del conocimiento. Hablamos de estar alfabetizados visualmente a través de la imagen.

## **2.5. Percepción teórica**

El desarrollo de este capítulo parte de la perspectiva de los estudios culturales dentro de las ciencias de la comunicación y cómo el objeto visual es concebido desde este enfoque. En su elaboración se reconoce la dificultad de llevar al terreno de la práctica un archivo que no sólo es un conjunto de pequeños bienes que pueden ser catalogados, resguardados, reproducidos, digitalizados, etc., sino que además son un conjunto de símbolos que transmiten significados.

La fotografía generalmente se aborda como si se tratara de un baúl que encerrara un contenido desconocido del que hablan personas, instituciones y organizaciones locales, nacionales e internacionales, ya que constituye un bien cuyo goce es derecho de los hombres, patrimonio histórico y artístico de una nación, parte de la vida cultural de una sociedad, elemento que se transmite simbólicamente por los hombres, etc. Este capítulo aborda a la fotografía en sí misma y la retoma como el elemento comunicativo que es.

Debido a que este trabajo parte del campo de la comunicación, la fotografía se distinguió desde un inicio como herramienta para los procesos comunicativos, dentro de una cultura que contiene numerosos mensajes visuales que la hacen ser y la definen. Ésta será la percepción teórica de la foto que le permita ser valorada de manera esencial.

En primer lugar puede decirse que las imágenes desempeñan una función informativa, es decir, dan datos acerca del entorno que habitamos. Son una fuente de conocimientos acerca del espacio que nos rodea. Desde esta óptica la percepción nos sirve para ubicarnos, localizarnos, para orientarnos y desplazarnos por el espacio que nos rodea, para

identificar y manejar una serie de objetos. La percepción también tiene sus límites, hay elementos que no podemos reconocer o identificar, a veces entran miedos.

El sentido de la vista es un sentido distal, permite determinar las distancias que nos separan de los objetos. El sentido de la vista es un sentido espacial abierto al análisis de la realidad circundante y que tiene la utilidad de servir al organismo para que pueda reaccionar ante los objetos

Como parte de la diversidad cultural en todas sus manifestaciones, uno de los canales de comunicación más importantes es el de los mensajes visuales. Esta idea se desarrolla a continuación con la finalidad de visualizar un contexto en el que los códigos visuales se exponen continua y cotidianamente.

La importancia del mensaje visual es expresada por Nicholas Mirzoeff (1998), de manera importante. Según su propuesta, la cultura visual no es parte de la vida diaria, sino la vida diaria y dado que observar la visualidad de la cultura no significa comprenderla, la brecha entre la abundante experiencia visual en la cultura contemporánea y la habilidad de analizarla, ha provocado la oportunidad pero además la necesidad de considerarla como un amplio campo de estudio, que desde la perspectiva culturalista, implica la observación y análisis no sólo del objeto de estudio, sino del contexto en el que existe. De manera que para los fines de este trabajo no se requiere de un análisis semiótico de la fotografía, sino de las condiciones en que se propone la creación de un espacio que trabaje alrededor de ella.

A pesar de que esta propuesta no pretende ser un sustento únicamente teórico para la generación de un conjunto de acciones a favor de la fotografía, debe señalarse que ésta no sólo consiste en la sensibilidad de obtener una buena composición a través del lente, de definir con exactitud los colores, de captar una acción en el momento justo; habilidades que se observan y sorprenden al público receptor.

En un nivel diferente de lectura, la visión y el mundo visual en el que vivimos producen una serie de significados, que a su vez establecen y mantienen valores estéticos, estereotipos de género y relaciones de poder dentro de la cultura (Rogoff en Mirzoeff, 1998). Si la fotografía es capaz de crear un sistema de representación en el público, que de hecho lo hace a través de todos los mensajes visuales que se reciben cotidianamente,

Retomando el estudio de la cultura visual, Mirzoeff (1998) explica que después de la conmoción causada por los estudios culturales en la década de los noventa, este enfoque teórico pierde su rumbo cuando se convierte en una materia estructurada para un curso universitario, o en ocasiones en que se publican estudios sin bases fuertes que aseguren su permanencia y por el contrario “caen” con la publicación de un estudio posterior.

El reto entonces también se encuentra en la investigación de la cultura visual, en encontrar las disciplinas necesarias para cada estudio, más allá de las áreas académicas tradicionales, en aquellas que traspasan las barreras comunes y que se forman, más como una táctica que como una disciplina académica, con una estructura interpretativa que fluya a través de los campos de investigación. De esta manera el estudio cultural se convierte más en una provocación que en una materia formal de investigación, el investigador entonces, estudiará lo que la cultura le dicta como importante, así su definición proviene de las preguntas que se busca responder y los temas que se pretenden desarrollar, lo cual permite un estudio funcional principalmente. Apoyando esta idea es que surge este proyecto de fototeca: a raíz de la necesidad de dar movimiento a un archivo fotográfico, en su mayoría desconocido y generar a partir de él una serie de actividades que tengan como base el concepto de fotografía como elemento de representación de y para la sociedad.

Quizá una de las formas más naturales de expresión entre hombres y mujeres, y a partir de la cual relacionarse, sea a través del significado de los mensajes visuales que se encuentran a su alrededor. Mucho antes de que existiera el lenguaje escrito, hombres y mujeres utilizaron la pintura para comunicarse de aquí que por su

naturaleza, el mensaje visual se utilice por el hombre como una de las formas más próximas de representar la realidad, hecho que incluye de manera fundamental a la fotografía.

En 1839 nació la fotografía y “desde entonces se ha fotografiado casi todo. Posteriormente nació el cine, imágenes electrónicas e imágenes por computadora, lo cual ha conducido a la sociedad a vivir un periodo de flujo de información de distintos medios, cada uno de los cuales utiliza diversos signos a los cuales el receptor asigna distintos significados .

Al respecto, el estudio de la lingüística realizó una importante aportación sobre los elementos que componen un signo, siendo al mismo tiempo una propuesta para su lectura. Inicialmente aplicada únicamente a la organización de los signos de la lengua, la semiótica amplió su estudio a cualquier sistema de signos, la antropología, la teoría de la informática, la cibernética, etc. La semiótica también se retomó por los estudios culturales cuando se retomaron los significados provenientes de la cultura como productos de crucial importancia. Así, la idea de signo se volvió central para la compleja labor de comprender la cultura.

A través de aportaciones de autores tales como Ferdinand de Saussure, se propuso la composición del signo, de dos elementos primordiales: significante y significado, entendido el primero como la forma material de nombrar al objeto y designado para éste, y el significado, como la representación mental de dicho objeto. De acuerdo a su propuesta, los signos son otorgados por común acuerdo y no por la naturaleza propia del objeto nombrado, es decir, no existe una relación natural entre ambos elementos. De esta convención social se establece el lenguaje, sistema de signos con el cual se comunican las personas dentro de una cultura específica. “El lenguaje es, sencillamente, un recurso comunicacional con que cuenta el hombre de modo natural” que ha evolucionado.

Posteriormente Roland Barthes introdujo dos elementos para la lectura de signos, el carácter denotativo y connotativo del signo. Una imagen contiene una unidad denotativa, lectura literal de la misma y un componente connotativo, significado que el lector da a la imagen con base en sus propios sistemas de significados y la forma en que los interrelaciona para crear nuevos.

Existen lingüistas que niegan la naturaleza lingüística de la imagen, esto por consecuencia de su concepto como re-presentación de la realidad. Hay quienes piensan que la imagen es un sistema rudimentario en comparación con el lenguaje y otros que afirman la riqueza del poder de significación que tiene. Es a partir de la última consideración, que se retoma a la fotografía como el elemento sustancial de este trabajo, no únicamente por el archivo particular como por el valor de la fotografía en sí misma. También el poder de significación del que trata Roland Barthes es uno de los elementos por los cuales para el estudio de la cultura, es necesario el estudio de sus sistemas de lenguaje, de las formas en que se da sentido al mundo.

Nos hemos acostumbrado a las tecnologías visuales de tal forma que los medios de comunicación ya nos son insuficientes y hemos logrado visualizar las cosas no visuales por naturaleza; como los Rayos X en 1895 o las fotografías telescópicas, inventadas por Hubble, que nos permiten observar de las galaxias que nos rodean, imágenes satelitales e incluso cámaras que pueden explorar dentro de nuestro cuerpos. Simplemente hemos llegado más allá de lo que nuestra simple vista puede percibir. Nos hemos educado a observar e interpretar toda la información visual que nos rodea de manera rápida, pero no todas las imágenes visuales podemos interpretarlas exitosamente pues depende de la cultura.

Nosotros como receptores hacemos un proceso complejo para poder interpretar la información visual que nos ofrecen los medios de comunicación; otorgamos significados a los diferentes signos expuestos para poder descifrar.

Nuestra cultura ha globalizado y ha cambiado de tal forma que lo subjetivo y abstracto se ha convertido en arte. Eso es lo que interpreta la cultura visual en la actualidad. El porqué de esos cambios en la forma de ver las cosas, de comprenderlas, el porqué del afán a querer verlo todo y desechar lo que no sea plenamente una imagen visual.

La cultura visual es sumamente importante en nuestras vidas, más ahora en el presente que vivimos pues todo se rige por imágenes que siempre dan a conocer cierta información al público y es, por lo tanto, significativo estar conscientes de cómo es que debemos interpretar esos mensajes en nuestro contexto actual.

Todas las fotografías son productos culturales, y se hallan inmersas en una cultura determinada. Y este factor cultural se debe tener en cuenta desde una doble perspectiva: en lo que se refiere a los autores, su selección de formas e ideas; y respecto a los espectadores, las claves interpretativas que les ofrece su propia cultura. La disciplina científica que tiene a su cargo el estudio de las manifestaciones culturales es la antropología, que nos puede aportar aprovechables elementos de juicio para el análisis de las imágenes fotográficas, como se ha mostrado en el capítulo dedicado a la foto etnográfica, con unos planteamientos que se pueden extender al resto de las fotos

En conclusión, la cultura visual no se encarga solamente del significado que le da el receptor a la lectura sino también a lo audiovisual, a las nuevas tecnologías como el Internet y las que nos permiten visualizar lo no visible por medio de nuestros propios ojos. También pretende encontrar el placer que hallamos como audiencia ante los mensajes de los medios de comunicación.

## **2.6. La fotografía como representación**

Un primer acercamiento a la fotografía nos trae enseguida su característica más notable. Se trata de un tipo de objetos que guardan representaciones de nuestro mundo visual. Cuando miramos fotografías estamos viendo escenas que no están realmente ante nuestros ojos, pero que han quedado atrapadas en ese objeto, permitiendo una recreación del momento perceptivo. La fotografía es ante todo una representación del mundo visual.

Una segunda consideración, asimismo automática en un primer análisis, nos habla del carácter tan especial de esa representación. Nuestro universo de objetos fabricados incluye muy diversos tipos de objetos que representan la realidad visual. Entre todos ellos, la fotografía destaca por su especificidad. Las imágenes fotográficas tienen un carácter radicalmente distinto al resto de las representaciones visuales de la realidad. Mientras que todas éstas se nos aparecen como un artificio construido, tratando de lograr esa representación con mejor o peor fortuna, la fotografía aparece como una representación fiel y precisa, una representación perfecta. Son imágenes que reproducen la realidad exactamente tal y como es’.

Las fotografías parecen haber congelado un instante de nuestra visión, almacenándolo para que podamos disfrutar de una experiencia diferida, repitiendo ese momento de observación. Se trata de lo que se ha definido como el carácter mecánico de la fotografía, su capacidad de captar la luz tal y como es, de congelar ese momento visual de forma fidedigna. Aunque todos estos adjetivos como fidedigno, preciso o mecánico han dado lugar a un cuerpo teórico muy poco acertado en sus explicaciones de lo fotográfico, pero que afortunadamente ya ha sido desmontado y articulado en estudios más acertados, no es descabellado iniciar nuestro análisis con su inclusión, pues efectivamente estos son los adjetivos que cualquier primer acercamiento al fenómeno de lo fotográfico genera. No son por otra parte adjetivos descabellados, pues evidentemente aquello que hace diferente a la fotografía está relacionado con ellos. La fotografía es un

sistema de representación muy especial, que representa la realidad mediante un proceso específico, muy distinto a otros sistemas como la pintura, el grabado o el dibujo.

## **2.7. El signo icónico**

La iconicidad definida esta disciplina como "ciencia de la interpretación de los contenidos simbólicos de las imágenes", desde su inicial aplicación a las obras pictóricas se puede ampliar su campo de operación al de las imágenes fotográficas.

Los estudios semióticos sobre la imagen han tratado de aplicar los componentes de su cuerpo teórico al mundo de lo visual, tan distinto del de los lenguajes hablado o escrito, para poder fundamentar de este modo una semiótica de la imagen. La semiótica estudia los sistemas que funcionan en base a signos, así que por tanto tiene que poder aplicar este concepto sobre la imagen, encontrando la existencia de signos icónicos, así como de códigos que relacionen estos signos y nuestra comprensión de su articulación como mensaje. Es una tarea ardua, dado el carácter de la imagen visual, y que se ha acometido con mejor o peor fortuna.

Nosotros intentaremos simplemente recoger algunos de los acercamientos más lúcidos al problema, en lo que nos interesan como explicación de la iconicidad. Eco intenta sentar las bases de una semiótica general, es decir aplicable a todos los procesos de comunicación, y nos habla de "una Teoría semiótica general capaz de explicar toda clase de casos de función semiótica desde el punto de vista de sistemas subyacentes relacionados por uno más códigos." Diferencia dos cuerpos de la teoría que abarcan distintos aspectos del fenómeno de la comunicación: "una semiótica de la significación es la desarrollada por la teoría de los códigos, mientras que una semiótica de la comunicación incumbe a la teoría de la producción de los signos." (Eco, 1991) Por tanto, aunque puede resultar tentadora su definición de la esfera de acción de la semiótica que aparece en la misma obra: "La semiótica se ocupa de cualquier cosa que pueda considerarse como signo", no hay que olvidar que diferencia entre una semiótica de la

significación y otra de la comunicación, o más concretamente entre “sistema de significación” y “proceso de comunicación”.

La primera de ellas nos habla de sistemas existentes, aptos para su uso, y la segunda de procesos particulares de ejercicio comunicativo. No vamos a adentrarnos de todas formas en los vericuetos de la sistematización de la semiótica, que se desarrollan a lo largo de la obra de Eco, y trataremos más bien de utilizar sus conclusiones para nuestro análisis. Podemos por tanto considerar a la semiótica como la ciencia que se ocupa de los procesos de comunicación. Consideraremos que estos procesos se desarrollan mediante la producción de signos, que según el mismo Eco son “cualquier cosa que pueda considerarse como sustituto significante de cualquier otra cosa.” (Eco, 1991)

Esta definición es muy adecuada para estudiar los procesos de comunicación que atañen a la lengua, ya que ésta se articula mediante unidades fijas, con reglas de articulación muy precisas, lo que la hace ideal para analizarla como conjunto de signos articulados por códigos que hacen posible utilizarlos como portadores de significados. El problema viene cuando tratamos de aplicar esta teoría a la imagen. La imagen tiene una naturaleza muy diferente a la de la lengua. Las mismas conclusiones que se extraen del análisis de la lengua son, por tanto, difícilmente extrapolables a la imagen, aunque sea muy tentador recurrir a este proceso, hablando del lenguaje visual.

La imagen se diferencia de la lengua en casi todas sus características. Prácticamente sólo coinciden en que ambas participan en procesos semióticos.

Se diferencian en la secuencialidad del mensaje lingüístico frente a la simultaneidad de la imagen, en la monodimensionalidad del mensaje lingüístico frente a la bidimensionalidad de la imagen, en el carácter discreto de los elementos que forman el mensaje lingüístico frente a la infinita variedad de elementos y grados intermedios en el caso del mensaje visual.

Se diferencian, asimismo, en su relación diferente con el significado que portan, convención en un caso y una relación más complicada, fruto de complejos análisis, en el caso de la imagen.

## **2.8. Una mirada mas allá**

La fotografía está allí mirándonos y quiere siempre decirnos algo, desea que participemos de su complicidad y que contemplemos cada uno de los elementos visuales contenidos en el encuadre. Hablar del impacto de la fotografía es aceptar que este arte ha tenido y tiene un potencial poder de significación en la sociedad moderna. Y allí están para decirlo ese enorme e infinito conjunto de fotografías tomadas desde los inicios de la historia fotográfica.

Hablar del término fotografía y hallar un significado que se ajuste a las expectativas que socialmente despierta, culturalmente levanta y, hoy en día, económicamente asume, es hablar de un concepto que, no solamente absorbe los sentidos, la orientación y la manera de interpretar la realidad de las personas y las cosas, sino que se impregna, asume y hace suyos todos los estamentos de la sociedad.

La imagen organiza los destinos, hace y deshace los poderes, extiende hasta el infinito las fronteras de lo imaginario y, como colofón añade el autor, amalgama la realidad, la ficción y la virtualidad. Desde los cincuenta a setenta canales por cable, la interactividad a través de la imagen virtual o real elaborada mediante arborescencias informáticas y transmitida por cable o satélite la imagen, desde la esfera del trabajo a la de la educación, del terreno del tiempo libre al de la salud, de la juventud a la edad adulta, desarrolla la narrativa audiovisual y acompaña en todas las etapas de la vida.

## CAPÍTULO 3

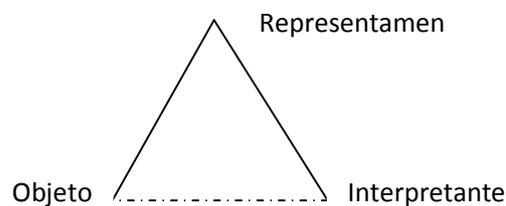
### FOTOGRAFÍA DE BODEGÓN Y LOS SIGNOS

#### 3.1. La fotografía un conjunto de signos

Para la realización de nuestro producto es necesario hacer uso de una herramienta teórica que será basada durante el desarrollo, es decir a lo que se refiere Peirce como la doctrina de las variedades fundamentales de clase posible de semiosis, la semiótica. Para poder entender este concepto es necesario partir de entender el significado de semiosis:

“...la acción o influencia que sea, o suponga, una cooperación de tres sujetos; un signo, su objeto y su interpretante, influencia tri-relativa que en ningún caso puede acabar en una acción entre parejas. (...) sujetos que no son necesariamente humanos, sino tres entidades semióticas abstractas, cuya dialéctica interna no se afectada por el hecho de que se dé un comportamiento correcto.” (Eco U. , 1991)

Para Charles Peirce un signo, o representamen es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o, tal vez, un signo aún más desarrollado. Este signo creado es lo que nosotros llamamos el interpretante del primer signo. El signo está en lugar de algo, su objeto, está en lugar de ese objeto, no en todos los aspectos sino solo con referencia a una suerte de idea, que a veces es conocido como el fundamento del representamen. (Peirce, 1986)



Fundamento del representamen.

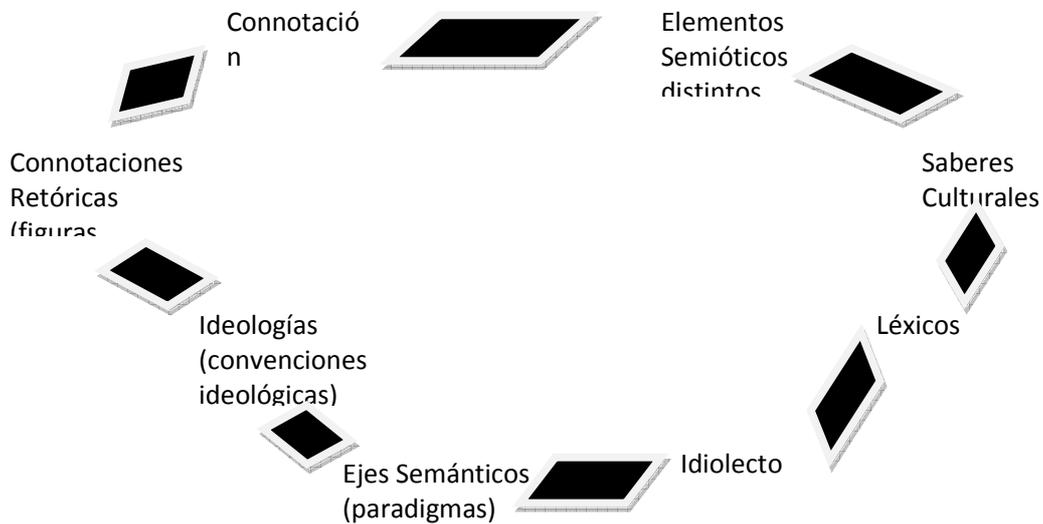
Desde la perspectiva teórica de Charles Morris, es un estudio empírico de la semiosis por medio del cual los signos afectan la conducta actual y las acciones posibles. Nos da un estudio de las relaciones de los signos entre sí (desde este punto de vista se trata de una semiótica sintáctica) y también su relación con el objeto (en una semiótica semántica) y con el sujeto que utiliza los signos con el objeto (en una semiótica pragmática).

Así en este tipo de relación encontramos una correlación entre signo lingüísticos y no lingüísticos. En relación con esto Roland Barthes, piensa en la necesidad de construir esta ciencia, llamada semiótica, dándole un carácter extensivo que abarque todos los sistemas de signos y hecho significativos.

De manera más concreta y clara, partiremos de la definición dada por John Locke sobre semiótica, como “la doctrina de los signos cuya tarea es considerar la naturaleza de los signos, de los que la mente hace uso para comprender las cosas, o para transmitir el conocimiento de ellas a otros. Con esto la semiótica se vuelve la “ciencia de los signos”.

Para que todo esto nos permita guiarnos dentro de la fotografía como el conjunto de signos, “Manual de Fotografía de Bodegones Artísticos” es la búsqueda personalizada a través de técnicas auxiliares, cargada de signos que tienen un significado, donde predominan las figuras retóricas de la estética como la metáfora, sinécdoque y metonimia, entre otras, que sugieren una alta connotación o interpretación.

### 3.1.1. La fotografía desde la propuesta bartheana



Fuente: La cámara lúcida. Barthes, R.

Una imagen fotográfica es susceptible a tres intenciones: hacer, experimentar, y mirar. Dando origen a tres sujetos: el Operator, es el fotógrafo, Spectator, somos los que examinamos el documento fotográfico y el objeto fotografiado que es el referente, que toma el papel de Spectrum. (Barthes, 2009)

Para intentar comprender el bodegón de esta perspectiva es necesario tomar de base tres emociones las cuales podemos ser partícipes dentro de este proceso comunicativo, tomando en cuenta la fotografía. Con respecto a la propuesta teórica propuesta por Barthes en la Cámara Lúcida podemos decir, que dentro del bodegón los objetos juegan roles dentro de la comunicación.

Por un lado al momento de realizar el bodegón fotográfico se encuentra el Operator con el manejo de la cámara, es un proceso de conocimiento personal que se experimenta con el propio lente, cumpliendo a la vez la función de spectrum, haciendo del objeto a

fotografía un elemento de doble vía donde el Operator se convierte en Spectrum, y por esta sensación de Spectrum comunica a otros Spectrum sensaciones distintas.

Según Beristain los signos tienen la propiedad de agregar un segundo significado al significado, al que llama connotación, que resulta inmediatamente referencial, es decir un segundo sentido cuyo significado está constituido por un signo o sistema de significación primero, que es la denotación.

Los bodegones desde su esencia, son imágenes fotográficas que están llenas de signos y re significaciones, más allá de los que busque reflejar la estética de su composición, para acercarnos a su interpretación es pertinente mencionar la distinción que hace Barthes al referirse a tres tipos de mensajes:

1. Mensaje Lingüístico: correspondo a los componentes textuales. Puede, en algunos casos, formar parte de la misma imagen (en forma de etiquetas o rótulos), en otros puede estar al margen de ella. (Pérez, 1982)

El mensaje lingüístico, relacionado de manera global con la imagen, cumple dos funciones:

- a. Anclaje del sentido: cuya función se basa en la distinta naturaleza semiótica y lenguaje verbal, presenta al receptor con una amplia polisemia, el lenguaje verbal suele ser lo más concreto. Así una imagen tendrá varias decodificaciones posibles en tanto que un texto resulta generalmente unívoco. Como se puede apreciar en la imagen del Anexo N°4
1. El anclaje se produce en dos niveles, según sea la imagen literal o simbólica. En la imagen literal reconocemos los objetos, es decir se realiza una identificación. En la imagen simbólica existe la decodificación y no el reconocimiento, pues se da un proceso de interpretación, en este caso, la función del texto es guiar la interpretación.

Cuadro N°2 / Operación del Anclaje

	Elemento sobre el que actúa	Operaciones que se afectan	Resultados de las operaciones
<b>Operación del Anclaje</b>	Imagen literal	Elección del nivel de percepción adecuado	Reconocimiento de los objetos
	Imagen	Decodificación	Interpretación Simbólica

***Operación del Anclaje***

Elaborado por: Andrea Morales y Diana Paredes

- b. Relevo de la imagen: son los mensajes que aclaran el sentido de la imagen.
2. El mensaje icónico simbólico o codificado: está formado por agrupaciones de elementos de la figura que adquieren un significado al activar o actualizar ciertos conocimientos culturales. Este tipo de mensajes está codificado en la cultura y está formado por signos discontinuos.

La imagen denotada y connotada actúa de modo diverso. Lo denotado parece formar parte de un nivel natural del lenguaje mientras que lo connotado sugiere siempre ser un producto cultural. (Pérez, 1982)

De esta manera el efecto global que produce la imagen es el de yuxtaposición naturaleza / cultura, a lo que Barthes denomina fenómeno de naturalización:

Propone dos vías para descubrir la regulación en el proceso de interpretación: Principalmente, el proceso de connotación debe supeditarse a las facultades interpretativas del receptor: “La variación de lecturas no es anárquica, depende de los discursos y saberes investidos en la imagen (saber práctico, nocional, cultural, estético...) (Pérez, 1982), y lo más destacable es que todos estos saberes se agrupan

según sus características, hasta que es posible una clasificación para establecer una tipología de todos ellos. Nos encontramos entonces con los léxicos, o una porción del plano simbólico del lenguaje, que corresponde a un cuerpo de prácticas y técnicas.

Los léxicos y ejes semánticos constituyen el sistema sobre el cual se construye la imagen o bien la lengua de la imagen. La autonomía de estos sistemas se ve bastante endeble en la incorporación a la ideología. Barthes considera a la imagen como la manifestación de la ideología que refleja una cultura de manera natural.

3. El mensaje icónico literal o no codificado: también se apoya en la imagen. Está compuesto por signos discontinuos cuyos significados son los objetos reales de la escena y los significantes que son los mismos objetos fotografiados.

Lo literal forma parte de un primer nivel del lenguaje que puede llamarse denotado en la medida en que la relación significante/significado que en él se establece es casi automática y natural. (Pérez, 1982)

Haciendo referencia a la primacía de lo ideológico el aspecto significante de la ideología está constituido por la retórica:

Y la ideología general corresponde, en efecto, los significantes de connotación que se especifican según la sustancia elegida. Se llamará estos significantes connotadores y, al conjunto de connotadores una retórica: la retórica aparece, así como la cara significante de la ideología. (Pérez, 1982)

Ideología	Significante	Connotadores Retórica
	Significado	Ideología propiamente dicha Significados de connotación

Fuente La cámara lúcida. BARTHES, R.

Elaborado por: Andrea Morales y Diana Paredes

Según Barthes esta retórica no especifica la imagen sino que forma parte de todas las modalidades de expresión y comunicación. A la imagen sólo le corresponderían los factores derivados de las limitaciones físicas de la visión.

De acuerdo con Gonzales, partimos de que la pintura y la fotografía se encuentran estrechamente relacionadas, se produce la conciencia en los observadores de que las imágenes fotográficas significan porque son naturales, porque se relacionan con lo que representan de la misma manera en que la cisión se relacionó con lo visto. (Gonzalez Ochoa, 2001)

El manejo de signos requiere siempre de una interpretación, se recurre a ellos para impregnar de significado a un objeto. Esto va de la mano de un proceso de connotación que se sujeta a las facultades de interpretación de los receptores, “la variación de lecturas no es anárquica, depende de los discursos y saberes investidos en la imagen, saber práctico nocional, cultural, estético”, (Barthes).

El bodegón así responde a necesidades simbólicas, constituya una manera de establecer la mediación entre el hombre y el mundo: las imágenes son símbolos, pueden actuar como representantes de las cosas del mundo.

A través de una cámara el fotógrafo manifiesta una percepción personal del mundo o de los objetos, sin mayor finalidad que la de expresarse, tal vez como desahogo, proponiendo una verdad propia, o también de el bodegón como un acontecimiento encontrado de manera personal o algo difícil de verlo hasta poder plasmarlo como una imagen intangible.

Las diferentes experiencias individuales, hacen variar la perspectiva de cada observador ante una imagen, por lo que la interpretación, asimilación, afinidad y reacción tienden a ser únicas en cada caso.

Aunque de manera tangible, existe una sola imagen, esta, toma dos personalidades distintas a partir de una misma esencia: la imagen creada y la imagen interpretada a través de una perspectiva que difiere del verdadero origen de la imagen real.

La composición fotográfica, es parte esencial del significado que se pretende dar a una toma, el espacio que se maneja entre los objetos presentados, la iluminación, el color y sus tonalidades, ayuda a dar intención a cada carácter mostrado. La función de la imagen es proporcionar una posibilidad de manifestar, por los medios adecuados una serie de valores que no pueden captarse a guardarse más que a través de su propio sistema. (Gonzalez Ochoa, 2001)

Dentro del modo simbólico, las imágenes han servido cronológicamente hablando, como símbolos religiosos, como elementos que permitían el acceso a lo divino. Pensamientos, deseos, recuerdos, cultura o cualquier cosa que se encuentre dentro de un contexto, todo puede encontrar una manera de simbolizarse y un representante de su concepto. (Gonzalez Ochoa, 2001)

La imagen está en contacto con cierto número de convenciones que son sociales, por tanto, a través de todos los modos de funcionamiento está presente en ella esencialmente, lo simbólico.

Una función primordial de la imagen, consta en estrecha relación con el mundo visual, nuestra actividad intelectual depende de ella. La imagen tendría entonces por función: asegurar y reforzar esa relación, reafirmarla y precisarla, perfeccionarla y dominarla.

La fotografía pide ser considerada como realista, pero también dice acerca de las imágenes fotográficas que deben verse como derivadas o causadas por los objetos que representan, como si hubiera entre ambas una conexión natural. (Gonzalez Ochoa, 2001)

El realismo es relativo, está determinado por el sistema de representación prevaleciente en la cultura de que se trate, no es, por tanto, una relación constante y absoluta que se mantiene entre un objeto y su representación empleada en el sistema normativo.

### **3.1.2. Barthes y el bodegón**

Para Sócrates las palabras son herramientas para distinguir aquello de lo cual se está tratando, si no tuviéramos lenguaje, habría que sustituir su función por medio de gestos imitativos.” Por lo que las partes del discurso pueden ser imitados por la voz o una imagen, lo que imitamos en el lenguaje es la esencia.” (Kandinsky)

Dentro del bodegón cada autor propone una distinta disección de los elementos donde encontramos conjugados varias composiciones de luz, color, enfoque, cuadros, etc. Donde ninguna se desliga de la otra sino que se complementan para dar importancia al elemento expresivo en el actuar cotidiano donde muchas veces las verdaderas intenciones pueden quedar ocultas.

El mensaje entonces quedará codificado con dos funciones:

- Anclaje del sentido: donde se basa en la distinta naturaleza semiótica y el lenguaje verbal, se presenta al receptor con una amplia polisemia, como se puede ver en la imagen del Anexo 1. Así una imagen tendrá varias decodificaciones posibles.

El anclaje dentro del bodegón se lo puede percibir en dos niveles distintos: codificada o no codificada y literal o simbólica. En la imagen literal reconocemos los objetos es decir, se realiza una identificación. En la imagen simbólica existe la decodificación, en este caso, la función del texto es guiar la interpretación.

- Relevo de la imagen: son los mensajes que cumplen la función de aclarar el sentido de la imagen que se incorpora a ella como un elemento más del sintagma icónico. Véase Anexo N°4.

### **3.1.3. El mensaje icónico simbólico codificado**

Está formado por agrupaciones de determinados elementos de la figura que producen significación al activar o actualizar ciertos conocimientos culturales. Este tipo de mensaje se halla codificado en la cultura y está formado por signos discontinuos.

La imagen denotada y connotada actúa de modo diverso. Lo denotado parece formar parte de un nivel natural del lenguaje (bodegón artístico) mientras que lo connotado parece siempre un producto cultural (bodegón de publicidad).

Para poder encontrar y entender el mensaje icónico simbólico en el bodegón, es importante mencionar las figuras retóricas que nos apoyarán en el desarrollo de este producto.

La metáfora se presenta como una comparación abreviada y elíptica. Se ha visto fundada en una relación de semejanza entre los significados de las palabras que en ella participan, a pesar de que asocia términos que se refieren a aspectos de la realidad que habitualmente no se vinculan. Es decir, la metáfora implica la coposición de semas (unidades mínimas de significación) que se da en el plano conceptual o semántico y en los bodegones artísticos se manifiestan en cada objeto dentro de la composición. (Enciclopedia Focal de fotografía., Barcelona.1960,)

La metonimia es la sustitución de un término por otro cuya referencia habitual con el primero se funda en una relación existencial que puede ser: causal, espacial o espacio temporal. Sinécdoque es la figura retórica que se basa en la relación que media entre un todo y sus partes.

Fontanier la describe como la “designación de un objeto por el nombre de otro objeto con el cual forma un conjunto, un todo físico o metafísico, hallándose la existencia o la idea del uno comprendida en la existencia o la idea del otro”, de tal modo que la sinécdoque “da a entender de lo que el mensaje quiere decir en la imagen compuesta del bodegón.

#### **3.1.4. Icónico literal o no codificado**

Es anterior a lo simbólico pero se apoya también en la imagen. Está compuesto por signos discontinuos cuyos significados son los “objetos reales de la escena” y los significantes son los mismos objetos que componen el bodegón.

#### **3.1.5. La connotación de la imagen**

Barthes plantea como problema principal a resolver, la connotación de la imagen, que él ubica entre el mensaje icónico literal y el mensaje icónico simbólico.

Partiendo de la base de que la imagen es extraordinariamente polisémica propone varios pasos a seguir para anclar el sentido de la imagen de mejor manera. Para este efecto, maneja el concepto de saberes culturales del receptor que le permitirán llevar a cabo una lectura connotativa más cercana a lo que es el sentido de la imagen.

Los saberes culturales, como hemos mencionado, son experiencias cognoscitivas del receptor. La imagen está en contacto con cierto número de convenciones que son

sociales, por tanto, a través de todos los modos de funcionamiento está presente en el bodegón esencialmente simbólico.

Como seres sociales, los seres humanos estamos en estrecha relación con el mundo visual, nuestra actividad intelectual depende de ella. La imagen así tiene como función principal asegurar y reforzar esta relación.

La decodificación de un bodegón artístico dependerá así, de la identificación y reconocimiento de los símbolos que se manejan, la lectura de los colores, de las formas, de la luz, y demás elementos que juegan un papel importante en la composición.

En segundo lugar siguiendo la propuesta de Barthes, el conjunto homogéneo de saber una porción del plano simbólico que corresponde a un cuerpo de prácticas y técnicas.

El hablar de ideas y representar en el bodegón pensamientos haciendo uso de distintos objetos como estructura y como fragmentos que finalmente concluyen un todo, hablan de una historia personal, que al yuxtaponerse con una serie de signos y connotaciones culturales hablan de un mensaje codificado en un espacio y tiempo como parte de una experiencia cognoscitiva y raíz cultural.

El bodegón entonces comprende un estudio de diferentes ramas, fotografía, historia, diseño, composición, proponiendo una disección e imprimiendo a cada obra de creatividad y originalidad para lugar la polisemia en el Spectrum.

El bodegón está representado generalmente como un sustituto de la realidad, considerando su técnica como una excepcional delineación, como un medio para proveer información de cosas o sucesos reales presentados como mágicos. Es la forma del “querer decir algo”, capturar un instante elaborado o encontrado, ausentarse del provecho de una realidad supuesta: de la cosa dicha o representada, y que para el Spectrum va a significar algo distinto.

## CAPÍTULO 4

### EL BODEGÓN FOTOGRÁFICO

Tuvo especial influencia en el siglo XVI en Flandes. Este género era llamado naturaleza muerta, que era un tipo de pintura simbólica. Se solía hacer en interiores y se le llamaba bodegón porque representaba elementos que estaban en las cocinas, en las bodegas o en las despensas (pan, botellas de vino, frutas,...).

También conocido como naturaleza muerta, es una imagen que representa objetos inanimados, generalmente objetos cotidianos que pueden ser naturales (frutas, flores, comida, plantas, rocas, conchas etc.) o hechos por el hombre (utensilios de cocina, de mesa o de casa, antigüedades, libros, joyas, monedas) en un espacio determinado. Esta rama de las imágenes fijas se sirve de un exquisito arreglo, encanto colorístico y de una iluminación fina para producir un efecto de serenidad, bienestar y armonía. (Enciclopedia Focal de fotografía., Barcelona.1960)

Bodegón es el retrato de un objeto o grupo de objetos que se realiza siempre en estudio (interior). Se pueden diferenciar dos tipos:

- Bodegón seco. Son los que tienen más en común con los que se realizaban en pintura (naturaleza muerta). Admiten sombras, texturas y el color suele ser cálido: cuerda, madera, cereales, barro, frutos y flores secas, pasta, botellas de vino, en el caso de que quedara una composición muy monótona en cuanto a color, se puede poner un elemento que destaque del resto.
- Bodegón húmedo. Es más luminoso, brillante. No admite sombras y las texturas son suaves: frutas y verduras, cristal, cubiertos de acero inoxidable, porcelana. La principal aplicación del bodegón es la fotografía publicitaria, donde el objetivo es vender un objeto, por lo que se trata de una fotografía muy cuidada y preparada. Los equipos son de gran calidad y se trabaja en estudios.

#### **4.1. Aspectos del bodegón**

- La composición. Es importante respetar la ley de los tercios: las grandes masas estarán en el centro y los pequeños detalles alrededor. Un bodegón cuenta con varios planos de composición, lo que obliga a trabajar con diafragmas cerrados para conseguir mayor profundidad.
- La toma. Es importante la posición de la cámara y los objetivos con los que se va a trabajar. Por ejemplo, si el objeto es muy plano, se deberá hacer una toma cenital (desde arriba). La toma que más se utiliza es la toma frontal ligeramente picada. En cuanto a los objetivos, con ellos se pueden crear diferentes efectos:
  - Teleobjetivo. Enfoca muy bien el bodegón, pero el fondo queda desenfocado.
  - Gran angular. Se puede deformar el bodegón por los extremos.

El objetivo que más se utiliza es el teleobjetivo corto (70-100) ya que respeta la profundidad de campo lo suficiente y no deforma el objeto, ni llega a pegar la perspectiva. En publicidad se trabaja con negativo de 9x12.

- La luz. Es muy importante, más que en otros géneros. Dependerá del tipo de bodegón

#### **4.2. Pasos para la toma de un bodegón artístico**

##### **4.2.1. El qué y el cómo**

Para hacer cualquier tipo de fotografía es necesario que el “Operator”, se detenga a reflexionar acerca del objeto, el mensaje, es decir sobre el qué quiere fotografiar. Más

aún es necesario reflexionar en esta situación para hacer un bodegón artístico, ya que como se ha mencionado antes, es un género que necesita prever lo que finalmente se va a obtener, no basta con solo disparar una cámara, sino pensar bien en la toma a realizarse.

El primer paso es considerar el “que” de la imagen, los bodegones fotográficos son polisémicos; polisémicos desde su contenido, ya que, puede ser de comida, moda, oficina... de múltiples cosas, ya que dependerá y responderá de la necesidad de cada autor, en esta polisemia de objetos al componer influye también la multiplicidad de direcciones, luces y sombras que podemos dar a la toma, el encuadre, enfoque, plano, etc. Todos estos elementos que componen un bodegón son necesarios mucho antes de disparar nuestras cámaras, debido a que es un género preparado y no debe ser un tiro de casualidad o de suerte.

Seguido del “que”, tenemos el “como”, ya que un objeto puede ser el mismo pero utilizado de diferente manera, una cosa es ver una hamburguesa en un restaurant de primera, y la otra es ver una hamburguesa en una esquina en un restaurant de baja categoría, puede ser que sean las mismas hamburguesas pero la presentación, precisamente el “como” se expresará en cada una de las distintas imágenes.

Todo va a depender de qué queremos transmitir y de los recursos que tengamos para hacerlo.

Es evidente, que no es lo mismo fotografiar un perfume para Vogue que fotografiarlo para un flyer, no debemos cerrar nuestras miras y pensar: "esto es un perfume" o "esto es un zapato", y punto. Debemos ir más allá y ver si ese zapato ganaría en glamur si lo viéramos como un perfume.

Siguiendo una regla un poco general, distinguimos entre un par de tipos de bodegón: los -llamémosles así- sencillos, con iluminación global y un diseño poco elaborado, y los complejos, con un diseño mucho más cuidado y una iluminación múltiple más detallada.

Podemos encontrar los primeros en revistas de venta por catálogo, por ejemplo; los segundos, en los anuncios publicitarios de una revista. (Autores, 2008)

#### **4.2.2. Iluminación**

En iluminación, existen dos tipos de luz: luces duras y luces blandas. La luz dura es una luz intensa, y proyecta fuertes y profundas sombras sobre el bodegón. Puede ser útil para efectos dramáticos o fotografías de objetos a los que les vaya este tipo de luz, pero para retratos o bodegones suele ser un auténtico desastre.

Así pues, para empezar, vamos a olvidarnos de nuestros flashes integrados, pop-up y similares. Los flashes directos -los de nuestras cámaras- producen haces generalmente secos y concentrados, que van irremediablemente acompañados de sombras antiestéticas para un bodegón.

Por contra, la luz blanda apenas produce sombras, consiguiendo tonos suaves y difuminados. Es muy indicada para el retrato y en los bodegones, justo donde queríamos llegar.

Estas luces las encontramos en flashes de cabezal móvil bien difuminados o, en su defecto, reflejados. En este caso, vamos a apostar por el uso de luz continua difusa o reflejada -simples flexos, por ejemplo- ya que rebotar un flash integrado en una compacta digital se antoja un poco difícil.

Una de las ventajas que tenemos a la hora de hacer bodegones es que podemos realizar exposiciones largas sin miedo a que la imagen salga movida o el motivo se desvanezca, es un género que nos permite precisamente jugar con un obturador, y la luz por medio de él. Por esta razón, no vamos a necesitar un potente equipo de flashes; ni focos de luz continua. Un par de lámparas de oficina van a ser suficientes. Todo depende de nuestra pericia y, como de costumbre, de nuestro ojo fotográfico.

### **4.2.3. El arte de la composición**

El bodegón es uno de los temas fotográficos más exigentes de la fotografía profesional, pues requiere equipo y preparación técnica de alto nivel, conocimientos necesarios para obtener el máximo rendimiento de tanto utillaje.

La gran polisemia del bodegón es que no está ligado a una sola idea, el mismo autor con un objeto puede jugar varios papeles de creación, con un simple movimiento lumínico obtiene una idea y una composición totalmente distinta a la primera.

Para componer un bodegón es necesario primero la elección de sus objetos, prestando especial atención a sus formas, volúmenes, tamaños, colores y texturas; segundo dominio de la iluminación, que cree la atmósfera adecuada y proporcione un toque especial a lo fotografiado, resaltando con fuerza sus características. Tercero, una composición y encuadre elegante fruto de una colocación armónica de los elementos y de un fondo acorde con ellos.

Estos tres factores (tema, luz y composición) resultan determinantes a la hora de conseguir una foto de bodegón que merezca la pena, desde el bodegón más sencillo exige una preparación previa del mismo.

Los requerimientos en bodegones creativos son máximos, tema, iluminación, fondo, composición, se deben sólo al fotógrafo.

### **4.2.4. La sencillez**

Es necesario que al momento de pensar en un bodegón, lo sencillo se vuelva lo más complejo, la simplicidad: un tema sencillo, un fondo neutro y una sola luz junto a una

cartulina blanca, plateada o un espejo para suavizar el contraste de la iluminación principal, será lo necesario para crear algo extraordinario.

Los objetos adecuados para un bodegón son aquellos que destacan por su forma; el color y la textura son también importantes aunque como elementos decorativos. La perfección de los objetos suele ser obligatoria en la fotografía profesional de bodegón pero no es absolutamente imprescindible en el caso de planteamientos menos comerciales, nuestro bodegón puede emplear cosas no tan perfectas siempre que éstas respeten la lógica y el sentido de la imagen.

Sin embargo acotando temas anteriores, pensar en el objeto, un mensaje, un tema, una composición es necesaria para que el bodegón a crearse tenga su carácter artístico.

### **4.3. Hacia una estética del bodegón**

#### **4.3.1. El bodegón artístico como algo extraordinario**

La capacidad para leer las fotografías de arte requiere competencia en códigos de símbolos que guardan exclusivamente por los miembros del mundo del arte, entonces, la emergencia de un código comunicacional exclusivo, provee un mecanismo simbólico para identificar y delimitar un mundo social de élite....el conocimiento acerca de los códigos de arte modernos se vuelve entonces en un bien escaso, limitando la difusión de las competencias apreciativas para terminar.

En cuanto a los bodegones artísticos, la experiencia estética se ajusta en el ámbito de lo extraordinario. De esta manera, lo que hace a una fotografía ser un objeto estético, es que la fotografía está de alguna manera vinculada a lo extraordinario. No obstante, en el marco de una teoría general sobre las “imágenes técnicas”, estas tienen, una estructura o naturaleza cuantificada.

Seguidamente, el carácter extraordinario de la fotografía trasformaría de una manera cuantificada. Además, en la naturaleza de las “imágenes técnicas” habría un cambio de sentido: la imagen técnica es en sí misma es significativa y no lo que ella representa. Así, en el caso del bodegón, su “vector de sentido” señala no al mundo, sino a la fotografía en sí misma: la fotografía es real, no su objeto. Ciertamente, esta idea implica un quebrantamiento con la “ontología de la imagen fotográfica”, una ontología según la cual no sólo el bodegón y su objeto tienen un “ser común a la manera de una huella digital”, sino que, es la fotografía la que despierta admiración por el objeto, siendo por tanto la fotografía un mero medio para eso.

#### **4.3.2. Estética, fotografía y bodegón**

Si examinamos las leyes generales de la percepción, podemos ver que a medida que la percepción se vuelve habitual, se transforma en automática, así todos nuestros hábitos se retiran al área del inconsciente de manera automática.

Lo habitual es lo ordinario, lo que escapa de la percepción la habitualización lo acaba. De hecho, dentro de este reino de la ignorancia, las vidas son como si no hubieran existido nunca. Empero hay arte que puede hacer recuperar la sensación de vida, que existe para hacerlo a uno sentir cosas, para hacer la piedra pétrea.

Luego, la técnica del arte es hacer los objetos ‘desconocidos’, hacer formas difíciles, donde se aumente la dificultad y la extensión de la percepción, porque el proceso de la percepción es un fin estético en sí y debe ser prolongado.

El arte remueve objetos de la inconsciencia de la percepción, Shklovsky llama a esta ruptura de automatismos perceptivos sobre un objeto “extrañamiento”. (Trías, 1988)

Decimos entonces, que el arte en bodegones es, tomar cosas del campo de lo ordinario poniéndolas en el campo de lo extraordinario.

### 4.3.3. El arte imposible

El arte es cualquier actividad humana que esté dirigida a producir situaciones imposibles, y mientras más artística es la situación menos probable es lo que ésta produce.

Desde aquí hay una oposición entre el arte y el hábito: “Arte es lo que se opone al hábito”. Casi siguiendo a Shklovsky, ‘Estética’ significa ‘capaz de ser experimentado’ y ‘hábito’ implica anti-estética: lo que se ha convertido habitual ya no es en absoluto experimentado. (Harrison, 1996)

Complementando lo anterior, mientras menos habitual, más puede ser experimentado (percibido). De esta manera, la cantidad de productos ordinarios habituales que nos rodean y que muy pocas veces los percibimos o casi ni los reconocemos dentro de nuestra perceptiva humana son objetos comunes, y por tanto, no-arte.

El bodegón artístico es extraordinario, y lo contrario es verdadero: lo extraordinario es, por sí mismo, arte; por supuesto, relacionado con la actividad humana, lo verdadero tiene la mera función de informar o vender como es el caso del bodegón publicitario.

Se dice que la fotografía ha librado a las artes plásticas de su obsesión por la semejanza, el hecho se debe, que, en vista de la fotografía, lo pictórico, la forma deja de tener cualquier valor imitativo. Se puede decir que la fotografía liberó a la pintura para habitar en el campo de lo simbólico, el campo de los signos que no es más que convencional, no-icónico, de tal manera que el realismo nada tiene que ver con la dimensión estética de la pintura.

Desde la invención misma de las “imágenes técnicas” la semejanza, la obsesión del realismo plástico – parece ser una obligación en la fotografía.

La dimensión estética de la fotografía de bodegón está inevitablemente relacionada con el realismo, desde que un bodegón es, no sólo, el objeto fotografiado, sino que, tiene

desde su mismo ser “identidad ontológica” con su objeto, éste comparte “un ser común” con dicho objeto. (Autores, 2008)

Mientras la pintura ha sido liberada de los objetos representativos, el bodegón tiene un “tipo de identidad” real y material u, otra vez en el sentido Peirceano, una “conexión física” con ellas. Por tanto, la dimensión estética del bodegón está necesariamente vinculado a los objetos, a su duplicación inicial, y por tanto, al realismo plástico.

En la medida en que el bodegón implica un “tipo de identidad” con los objetos fotografiados, las cualidades estéticas del bodegón hay que buscarlas en su poder para poner al desnudo el mensaje ahí contenido.

El bodegón fotográfico nos permite admirar la reproducción de algo que nuestros ojos por sí mismos no nos podrían haber enseñado; rompe los automatismos perceptuales de lo habitual, por ejemplo, la cotidianidad; sacando al objeto fotografiado de su contexto real y presentándolo en la conocida superficie rectangular del bodegón, así el objeto liberado de las condiciones de espacio y tiempo que lo gobiernan se convierte en objeto extraño, desconocido, se presenta ante nuestros ojos “puro”. (Ray, 1991)

Todas estas características son imperceptibles, sino solo, hasta que una imagen, en este caso un bodegón, nos ayuda a re- conocerlo, re – contextualizarlo, el objeto fotografiado se convierte en algo nuevo.

El bodegón dentro de su estética debe ser entendido como una impresión, una manipulación de la luz, En la medida que el bodegón es una “impresión” de algún objeto o de la realidad, ésta muestra algo de su objeto siendo “conectado físicamente” a ella. Un bodegón fotográfico es por tanto, un índice del objeto fotografiado.

La originalidad en el bodegón fotográfico, a diferencia de la originalidad en la pintura se encuentra esencialmente en el carácter objetivo del mismo. A diferencia de la pintura, la

fotografía no se basa ni en la pura imaginación ni en la interacción subjetiva entre el ojo y la mano para generar una mera ilusión.

El bodegón no es de ninguna manera la imagen artística de algún objeto, sino su verdadera impresión por la manipulación de luz. Al ver una fotografía no somos traspuestos al campo de la ilusión, sino que vemos el objeto por medio de su reproducción inicial. Y es en su objetividad (en su originalidad) que el bodegón pone las realidades al descubierto, lo que lo lleva a des-alienarlas de su inserción en la cotidianidad.

Cuando vemos una fotografía de bodegón no se trata de que estemos frente a una ilusión, sino a una realidad des-alienada; des-alienada por medio de su duplicación inicial por medio de la “conexión física” entre el objeto y su fotografía generada por la luz. En otras palabras, las cualidades estéticas de la fotografía de bodegón hay que buscarlas en su poder para poner al desnudo la realidad, a través de los objetos. (Peirce, 1986)

Por nuestra parte podemos decir que al transferir inicialmente el objeto a la imagen fotografiada, el bodegón rescata al objeto fotografiado desde su inserción pragmático en la cotidianidad y lo transfiere al campo del extrañamiento, en el cual el objeto es capaz de captar nuestra atención y de volverse admirado como algo nunca antes visto.

De esa manera, el objeto se representa generando la admiración de muchos. La admiración es, por tanto, la categoría estética adecuada de acuerdo al realismo propio de la fotografía de bodegón, esto es, con su objetividad. Sólo por su objetividad, la fotografía nos permite admirar las cosas en su duplicación como si nunca las hubiéramos visto antes. (Riego, 1990).

#### **4.3.4. El bodegón y su valor artístico**

Hay muchas diferencias en la estética de la fotografía de bodegón.

La primera diferencia concierne a la idea de que el valor estético de cualquier artefacto disminuye: con el tiempo éste se hace más habitual ('superfluo'), consecuentemente, el valor de las obras de arte no es 'eterno', pero todas las obras tienden a caer en dirección al hábito. Por supuesto, la fotografía también es afectada por la superfluidad.

Ciertamente, los fotógrafos buscan lo nunca antes visto, improbable, las imágenes. Sin embargo, por el solo hecho de su existencia, cada nuevo bodegón necesariamente se vuelve en una posibilidad fotográfica ya realizada y como tal, una fotografía ya vista, se sumerge en lo habitual. Esto no es sorprendente, ya que incluso la situación más improbable creada por el arte con el tiempo se vuelve habitual.

Por otra parte cada vez que contemplamos un bodegón su contenido se convierte en algo nunca visto, porque la fotografía tiene constantemente el poder de des-alienar dicho contenido, cortándolo siempre de su contexto pragmático, ordinario. En otras palabras, en la medida en que la fotografía duplica el objeto, es un "transformador estético", transponiendo inicialmente las cosas desde lo cotidiano u ordinario a lo extraordinario, y eso es cierto para cualquier fotografía de algún objeto y para cada mirada a la fotografía.

Por esta razón, contemplamos las fotografías una y otra vez pero no hacemos lo mismo con sus objetos correspondientes. Es decir, al ver un bodegón, nunca vemos el objeto como lo vemos en su contexto pragmático, la fotografía es necesariamente un "transformador estético". En la medida en que nos envolvemos en un contexto pragmático el objeto como tal es imperceptible, ya que permanece siempre en la red de sus relaciones con la totalidad de cada contexto pragmático. Pero tan pronto como vemos el objeto en el bodegón, el contexto pragmático se va, no existe más, quedando sólo el objeto por la fuerza de su duplicación tecnológica.

La realidad de composición en el bodegón permanece en el campo de lo ordinario, mientras que la duplicación fotográfica de esa realidad, está siempre fuera del tiempo y del espacio, en un campo puramente extraordinario, el cual en su extraordinariedad no es un campo sagrado, ni político, o existencial, sino uno puramente estético.

Como transformador estético, el bodegón inicialmente duplica una realidad des-alienándola. Es la duplicación des-alienada de la realidad, la que nos permite una y otra vez admirarla como algo nunca antes visto, desconocido, extraordinario.

El bodegón es la unión permanente entre el objeto en su alienada ordinariedad y los mismos objetos en su extraordinariedad, entre su realidad como objeto pragmático y su realidad como objeto estético. Por tanto, lo que importa no es si la fotografía es nueva o redundante; el bodegón es siempre un “transformador estético” en la medida en que va duplicando las cosas que recibe y las va situando en el ámbito de lo extraordinario, volviéndolas admirables.

Por su parte, Shklovsky dice que “el arte es una forma de experimentar la astucia de un objeto; el objeto no es importante.” Aplicando esto a cualquier bodegón, podemos decir, en contraste, que la fotografía como objeto no es importante, lo que es importante es su “astucia”, a saber, su capacidad de des-alienar el objeto fotografiado. (Peirce, 1986)

#### **4.3.5. El bodegón, lo extraordinario y lo improbable.**

Todo producto del hombre, el producto que sea, es “artístico” en la medida que sea “improbable”. En cuanto a los productos humanos, básicamente no hay diferencia entre su ser “improbable” y su ser “artístico” o “arte”. Por el contrario, lo extraordinario del bodegón proviene de que es algo estético, más precisamente, un “transformador estético”.

No es un bodegón lo que es extraordinario, sino es el contenido como contenido de la fotografía. En el bodegón artístico existe una tensión en la fotografía y en su contenido.

#### **4.3.6. Estética cuantificada**

El carácter cuantificado de fotografiar, es la idea que se refiere a las “categorías del foto-aparato”. De hecho, dichas categorías serían “las categorías del espacio-tiempo fotográfico”, ya que fotográficamente el espacio-tiempo se ha dividido en zonas claramente separadas: por ejemplo, hay una zona especial para una gran proximidad, una para la proximidad media y una para una larga distancia; una zona especial para una vista de ojo de pájaro, una para la vista de un ojo de gusano, una para la vista del ojo de un niño pequeño, una para una vista directa arcaica con los ojos completamente abiertos, una para una vista de lado. (Trías, 1988)

De la misma manera hay una zona de tiempo (velocidad de obturación) para una vista tan rápida como un rayo, una para un vistazo rápido, una para contemplar sin prisa, una para reflexionar observando. Claramente esto está vinculado a los diferentes lentes fotográficos, tiempos de exposición, apertura, ángulos fotográficos y las distancias. Obviamente, siguiendo esta lógica, mientras más improbable sea la elección de alguna de las posibilidades fotográficas, más extraordinaria, y por lo tanto, más artística sería la fotografía de bodegón. La extraordinariedad y por tanto el valor artístico de la fotografía variaría en una forma cuantificada de acuerdo a las mencionadas “categorías” fotográficas.

La idea de este grupo de posibilidades fotográficas cuantificadas hace una diferencia importante, ya que, se tiende a rechazar el “estilo”, esto es, cualquier mirada en el objeto fotográfico que parta de la presentación en “su pureza virginal”.

En la fotografía de bodegón, dicho estilo significa que la imagen del objeto tiende a desaparecer como imagen, permitiendo al espectador atender al objeto que es el contenido de la imagen. La idea detrás de esto es clara: perspectivas inusuales, deformación de los lentes, luz artificial, y el gusto, hacen al espectador consciente de la fotografía a costa de su objeto o contenido como tal.

Mientras menos comunes sean los objetos a fotografiar, mejor, esto es, más estético – “improbable” – el resultado. Por lo tanto, al considerar el espectro de posibilidades fotográficas.

#### **4.3.7. El bodegón, el objeto, el mundo y la imagen**

Es por intermedio de la diferencia en cuanto al valor estético de la fotografía de acuerdo con la perspectiva que ésta ofrece en su contenido, que llegamos a una cuarta y fundamental diferencia en la estética de la fotografía, para algunos en el bodegón lo importante es el objeto: lo que admiramos consecuencia del carácter esencialmente objetivo de la fotografía. No es la habilidad del de la fotografía como tal, lo que nosotros admiramos, sino que el objeto fotografiado en sí mismo ya que se ha transferido inicialmente al bodegón fotográfico. Por esta razón, la estructura cuantificada de la fotografía como tal está presente en la estética fotográfica.

Para otros autores lo más importante es el estilo, que no deja de estar por fuera de la estética fotográfica antes mencionada, y más bien ocupa un lugar central y se complementan. Lo que le importa es la imagen natural [perspectiva canónica] de un mundo que no conocemos y que tampoco podemos ver, no porque no adoptemos perspectivas desconocidas para verlo, sino simplemente porque generalmente no vemos el mundo que está ante nuestros ojos, en la medida en que estamos inmersos en un contexto pragmático. (Fritz Saxl, 1989)

La fotografía, por ende el bodegón son considerados como un “transformador estético” porque a través del nosotros podemos llegar al mundo con nuevos ojos que nos permiten admirarlo.

Por eso es importante la técnica en la imagen, para que el producto nos dé la posibilidad de imaginar, de “dar sentido” de nuevo a un objeto que se ha convertido sin sentido-privado de cualquier mito por la fuerza de las teorías científicas y al mismo tiempo, reducido a las entidades abstractas postuladas por dichas teorías.

Por esta razón, existencial y ontológicamente la fotografía significa una inversión del vector de sentido es decir: no es el mundo lo significado, sino el significante, el símbolo, lo que es “real”.

Considerando estas razones, es necesario manejar el claro concepto de realización de un bodegón artístico para que se recupere una estética transformadora, cargada de sentido, de valor artístico, por así redundar, capaz de tener polisemia en sus Spectrums, y así lograr el verdadero sentido del arte en la fotografía.

#### **4.4. Producción de bodegones**

Para la realización de una buena imagen, una vez concebido el mensaje o tema a producir, es necesario empezar a pensar en la composición del mismo.

##### **4.4.1. Elección del objeto**

Para componer un bodegón, es necesario empezar por el tema, una vez elaborada la idea, se procede a la elección del o los objetos para la producción del mismo.

a. Forma: La forma es la apariencia externa de las cosas. Por medio de ella obtenemos información del aspecto de todo lo que nos rodea. Nuestro entorno cotidiano está constituido por una multitud de elementos, de entornos naturales como artificiales (casa, árbol, lápiz, etc.), que tienen distintos aspectos físicos, es decir, distintas formas. La forma es la identidad de cada cosa, es una conjunción de puntos, de líneas, de planos, de colores, de texturas que originan el aspecto de algo determinado y que lo distinguen de otro objeto o cosa (flor, silla, cocina, cama, etc.)

#### 4.4.2. Composición

- Líneas

Nos ayudan a entrar dentro de la foto así como darle profundidad. Todas las líneas nos dirigen la visión en una dirección pero el efecto se multiplica cuando la línea es curvada. Veamos como ejemplo nos ayuda a través de las líneas dirigirnos a un centro, a pesar de estar con poca profundidad de campo.



Imagen 1: ejemplo profundidad de campo 1

- Texturas

Es necesario buscar diferentes texturas que refuercen el mensaje de la imagen colocándolas en un primer plano. Una práctica muy sencilla es la de situar la cámara al ras o casi al ras del suelo. Como ejemplo, la siguiente fotografía.



Imagen 2: ejemplo texturas 1

- El color

Una fotografía puede transmitir cosas muy distintas según la luz con la que se ha captado, del mismo modo, no son menos importantes los colores que aparecen en la toma. Por un lado, cada color nos puede transmitir diferentes sentimientos, y el mensaje que queremos transmitir también puede ser más intenso si sabemos organizar el

encuadre teniendo en cuenta cómo actúa cada color. Cada color ejerce sobre la persona que lo observa una triple acción:

- Impresiona al que lo percibe, por cuanto que el color se ve, y llama la atención.
- Tiene capacidad de expresión, porque cada color, al manifestarse, expresa un significado y provoca una reacción y una emoción.
- Construye, todo color posee un significado propio, y adquiere el valor de un símbolo, capaz por tanto de comunicar una idea. Los colores frecuentemente están asociados con estados de ánimo o emociones.

Los colores nos afectan psicológicamente y nos producen ciertas sensaciones. Debemos dejar constancia que estas emociones, sensaciones asociadas corresponden a la cultura occidental, ya que en otras culturas, los mismos colores, pueden expresar sentimientos totalmente opuestos por ejemplo, en Japón y en la mayor parte de los países islámicos, el color blanco simboliza la muerte.

- El Rojo: Es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo, aunque también del peligro. Es el más caliente de los colores cálidos. Es el color del fuego y de la sangre, de la vitalidad y la acción, ejerce una influencia poderosa sobre el humor y los impulsos de los seres humanos, produce calor. El aspecto negativo del rojo es que puede destapar actitudes agresivas.
- El Anaranjado: Representa la alegría, la juventud, el calor, el verano. Comparte con el rojo algunos aspectos siendo un color ardiente y brillante. Aumenta el optimismo, la seguridad, la confianza, el equilibrio, disminuye la fatiga y estimula el sistema respiratorio. Es ideal para utilizar en lugares donde la familia se reúne para conversar y disfrutar de la compañía.
- El amarillo: En muchas culturas, es el símbolo de la deidad y es el color más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo, es el color de la luz del sol. Genera calor, provoca el buen humor y la alegría. Estimula la vista y actúa sobre el sistema nervioso.

Está vinculado con la actividad mental y la inspiración creativa ya que despierta el intelecto y actúa como antifatiga. Los tonos amarillos calientes pueden calmar ciertos estados de excitación nerviosa, por eso se emplea este color en el tratamiento de la psiconeurosis.

- El verde: Simboliza la esperanza, la fecundidad, los bienes que han de venir, el deseo de vida eterna. Es un color sedante, hipnótico, anodino. Se le atribuyen virtudes como la de ser calmante y relajante, resultando eficaz en los casos de excitabilidad nerviosa, insomnio y fatiga, disminuyendo la presión sanguínea, baja el ritmo cardíaco, alivia neuralgias y jaquecas. Se utiliza para neutralizar los colores cálidos.
- El Azul: es el símbolo de la profundidad se le atribuyen efectos calmantes y se usa en ambientes que inviten al reposo. El azul es el más sobrio de los colores fríos, transmite seriedad, confianza y tranquilidad. Se le carga el poder para desintegrar las energías negativas. Favorece la paciencia la amabilidad y serenidad, aunque la sobreexposición al mismo produce fatiga o depresión. También se aconseja para equilibrar el uso de los colores cálidos.
- El púrpura: Representa el misterio, se asocia con la intuición y la espiritualidad, influenciando emociones y humores. También es un color algo melancólico. Actúa sobre el corazón, disminuye la angustia, las fobias y el miedo. Agiliza el poder creativo. Por su elevado precio se convirtió en el color de la realeza.
- El blanco: Su significado es asociado con la pureza, fe, con la paz. Alegría y pulcritud. En las culturas orientales simboliza la otra vida, representa el amor divino, estimula la humildad y la imaginación creativa.
- El Negro: Tradicionalmente el negro se relaciona con la oscuridad, el dolor, la desesperación, la formalidad y solemnidad, la tristeza, la melancolía, la infelicidad y desventura, el enfado y la irritabilidad y puede representar lo que está escondido y velado. Es un color que también denota poder, misterio y el estilo. En nuestra cultura es

también el color de la muerte y del luto, y se reserva para las misas de difuntos y el Viernes Santo.

- El gris: Iguala todas las cosas y no influye en los otros colores. Puede expresar elegancia, respeto, desconsuelo, aburrimiento, vejez. Es un color neutro y en cierta forma sombrío. Ayuda a enfatizar los valores espirituales e intelectuales.

Cuando juntamos dos colores, es la combinación misma que nos ofrece sensaciones diferentes, eso porque nuestro ojo tiene que acostumbrarse rápidamente para reaccionar a las diferentes longitudes de onda del color.

Colores con escalas cromáticas muy lejanas entre ellas, nos transmiten, por lo tanto, una sensación de dinamismo, mientras colores con longitudes de onda próximas nos aparecen relajantes.

Otras sensaciones comunes a todas las personas son sensaciones cuál calor (rojos y naranja), de frío los azules y los azules celestes), ternura (los rosas y los verdes pastel) o vuelven a llamar conceptos generales como por ej. La tierra (las castañas) el mar (azul cargado).

Cuando juntamos colores juntamos sus sensaciones lo que nos llevará a crear imágenes siempre emocionantes, que harán de los lectores experiencias distintas. Estas consideraciones también valen por la macrofotografía; eligiendo el justo sujeto o la justa combinación de colores se puede comunicar la emoción sobrentendida a la foto.

- Cámara

Para poder tomar unas buenas fotos lo primero que se debe hacer es conocer cada una de las partes de una cámara.

Como recomendación general lo primero es leer detenidamente el manual de tu cámara y explorarla antes de Fotografiar un objeto y así conseguir ser un buen fotógrafo.

- Exposición

Para obtener una buena fotografía, es importante la luz que se utiliza. El exposímetro sirve para medir la entrada de luz que hay en el ambiente. Se observa dentro del visor, sosteniendo el disparador de la cámara medio presionado siendo la indicación:

+ necesita más luz, menor abertura

O la medida exacta de luz

- Necesita menos luz, mayor abertura

Este trabaja con cuatro factores importantes para fotografiar:

- Luz: natural o artificial
- Iso: sensibilidad del sensor a la luz
- Velocidad: tiempo de obturador
- Abertura: diafragma

- ISO

Mide la sensibilidad de luz. Esta se divide según su sensibilidad a la luz. La sensibilidad a la luz depende de la calidad del sensor CMOS o CDOS.

Escala de ISO: 100, 200, 400, 800, 1600,3200, etc. Siendo 200 una sensibilidad media en la mayoría de cámaras.



Imagen 3: ISO 1

- Diafragma

Sirve para controlar la cantidad de luz desde fuera de la cámara hacia adentro y también la profundidad de campo, especificado en las características exteriores del objetivo como  $f$  o 1.

Pequeñas:

- Necesitan mucha luz.
- Se usa con velocidades lentas.
- El sensor debe ser muy sensible.

Las aberturas pequeñas son las numeraciones altas, por ejemplo si deseamos una abertura pequeña debemos buscar la numeración más alta. En profundidad de campo es más recomendable usar ya que es, y nos permitirá abarcar más campos nítidos en la imagen.

Altas:

- Se usa con poca luz.
- El sensor debe ser poco sensible.
- Usar con velocidades grandes.

Las aberturas altas se buscan en el lente al contrario de las aberturas pequeñas, es decir que si deseamos una abertura grande debemos ir a buscar la numeración más pequeña. En profundidad de campo nos permitirá abarcar primeros planos nítidos en la imagen, lo que nos ayuda a resaltar el bodegón, dependiendo de la temática y la intención.

Escala de diafragma: 1, 1.2, 2, 2.8, 4, 5.6, 8, 11, 16, 22.....

- Profundidad de campo

Desde la zona más cercana a la más lejana de la fotografía que se ve con definición es la profundidad de campo.

Es el grado de definición que hay en los planos fotográficos, se encuentra adelante como también atrás del sujeto, siempre y cuando estén enfocados.

Se debe tener en cuenta que no hay que acercar demasiado la imagen a la cámara porque esto haría que se pierda la definición exacta de la imagen o se vería borrosa, si esto llegara a suceder se tendría un efecto macro en la fotografía.

Además de entrar la luz en el plano se incorpora el reflejo en el sujeto. Mientras más me acerco al sujeto se distorsiona el fondo.

La profundidad de campo se puede clasificar el objeto en:

- Mayor profundidad de campo
- Menor profundidad de campo

Se la controla de tres maneras:

- Diafragma
- Distancia focal
- Distancia cámara – sujeto/objeto.

- Distancia focal

Longitud focal es la distancia entre el centro óptico de la lente y el sensor. Para fotografiar objetos pequeños podemos utilizar lentes Macro o ciertas técnicas que nos permiten una fotografía muy cerca del objeto. Se mide en mm está en las características del objetivo en la parte exterior y se divide:

Mayor distancia focal: poca profundidad de campo. (ejemplo: 200mm)

Menor distancia focal: mayor profundidad de campo (ejemplo 18mm)

- Velocidad

Velocidades: los intervalos de tiempo durante los que la luz penetra en la cámara.

- Velocidad de sincronía

Es la que se utiliza con flash, y que tiene la numeración en rojo, con la que se puede utilizar un flash. Es la velocidad que las cámaras comunes tienen para capturar una imagen.

- Velocidades Rápidas

Cuando la cámara tarda menos tiempo en capturar la imagen. El viaje del obturador es rápido y permite que pase una menor cantidad de luz al sensor.

Sirve también cuando la luz es excesiva. La velocidad rápida la reduce. Con éstas velocidades logramos el Efecto de Congelamiento.

En la Fotografía que se observa a continuación, se nota el efecto de congelamiento en el líquido.



Imagen 4: efecto de congelamiento de líq 1

Consejos para este tipo de Fotografía :

- Los objetos imposibles de sostener le dan un mejor efecto a la foto.
- Se usan velocidades de 1000 -1500.
- Se necesita mucha luz en el ambiente.

Cuando tomamos una foto en velocidad alta y congelamos el movimiento toda la imagen la obtenemos estática: objeto y fondo.

- Velocidades lentas

Cuando hay poca luz en el ambiente, se necesita que tenga más tiempo la entrada de luz a la cámara, y expreso la foto en línea simétrica.

Como fotografiar con velocidades lentas

1. Poca luz en el ambiente
2. Cámara asentada

- Efectos con velocidades lentas
- Barrido:

Este se puede dar de dos formas, permitiendo que el sujeto se quede estático y todo lo demás movido, o mostrando el desplazamiento del sujeto.

Velocidad 1” según la velocidad del sujeto.

Abertura de 15, según exposímetro.

ISO 300 – 400

Para poder lograr el efecto de Barrido en la Fotografía anterior, el Fotógrafo debe de estar estático o usar el trípode. El trípode es una herramienta que se usa para mantener la cámara fija.

Es importante que exista la menor cantidad de luz posible que en la fotografía de congelamiento para que se distingan las líneas convergentes.

- Barrido del sujeto:

Se utilizan las mismas velocidades, pero la cámara se queda estática mientras el sujeto se desplaza, de esta forma se plasma el efecto, el movimiento del sujeto.

Lo importante es que el Fotógrafo busca ser más lento que el sujeto o el objeto.

Esta técnica es una de las más difíciles al fotografiar porque captar el sujeto u objeto en fracciones de segundos puede resultar complicado.

- Luz al objeto

La luz es importante para observar al sujeto, colocarlo en uno de los cuadrantes y tomar la Fotografía. Como hemos mostrado en ejemplos anteriores, la luz en la fotografía es uno de los elementos más importantes para capturar una imagen.

Debes tomar en cuenta los siguientes aspectos :

- Cuanta luz le llega al sujeto, cantidad de luz que refleja.
- El color que lleva la luz hacia mi sujeto.

Se toma en cuenta aspectos de:

- Dirección

En la que viaja la Luz hacia el sujeto, si ésta es directa o indirectamente hacia, o en caso contrario si no tiene luz.

- Eficiencia

El porcentaje de luz que refleja el sujeto de toda la que se encuentra en el ambiente.

- Dispersión

La distancia que hay entre una sombra.

- Cualidades de la luz

El color que lleva la luz que remite en mi sujeto.

Se refiere al color esencial de la luz de todas las fuentes, la luz predominante y la potencia con que está hecha la luz artificial.

Los colores de la Luz son:

- Luz Tungsteno

- Luz Fluorescente

- Flash: Refleja la Luz blanca en la fotografía. Es la más común de usar, por lo general se usa con una velocidad neutro. El flash por lo general se utiliza para rellenos o iluminaciones en fotografías de clave alta.

-

- Posiciones de la luz

Para fotografiar, se necesita tomar en cuenta factores como: Posición Vertical y Posición Horizontal.

- Posición Vertical

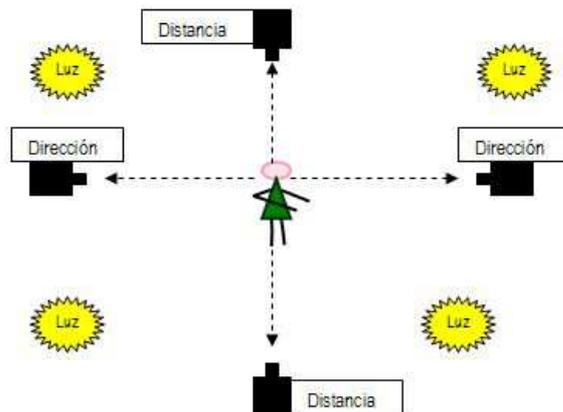
Determina la altura de la luz que le llega al sujeto, es decir que tan lejos o que tan cerca se encuentre del sujeto, produciendo efectos que provoquen que el sujeto se vea más delgado, mas gordo, más alto o pequeño.

Hay que tomar a consideración que cuando la luz se encuentra de 35° a los 180° se llama Luz Natural o Normal.

Y cuando pasa del 145° al 360° es conocida como Luz Anormal o Artificial.

Las Posiciones Verticales por lo general se mueven en ejes de 35°, 90°, 80° y así sucesivamente en forma vertical como su nombre lo indica. En ésta hay que tomar en cuenta que es el fotógrafo quien debe de moverse y la luz debe quedarse estática.

Cuadro N°4 / Diagrama de iluminación

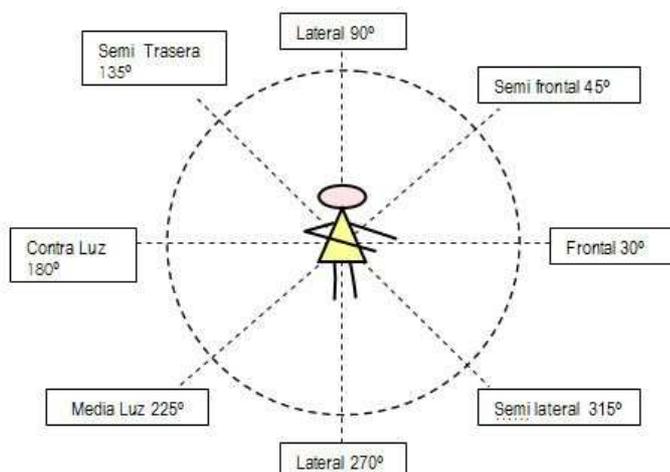


Elaborado por: Andrea Morales y Diana Paredes

- Condiciones de la luz

Existe un eje entre el sujeto y la cámara, los diferentes ángulos que le dan un efecto psicológico a la fotografía, cuando veo iluminado al sujeto en una posición diferente. Colocando la cámara justo enfrente del sujeto, pero moviendo la luz.

Cuadro N° 5 / Digrama de condiciones de luz



Elaborado por: Andrea Morales y Diana Paredes

En el diagrama anterior, puedes observar el movimiento de la luz en un ángulo llano o mejor conocido como el de 380° que determina la dirección de donde proviene la luz que es provocada por la posición horizontal ya antes mencionada.

En las condiciones de la luz, lo que debe moverse es la luz no el sujeto.

Es importante recalcar que la cámara debe estar colocada frente al sujeto a la misma altura, de preferencia sostenida por un Trípode y todos los efectos que ésta ocasione serán vistos desde la cámara.

La condición de la luz podrás identificarla de acuerdo a la posición de la luz y en la sombra que ésta crea en el sujeto.

Las condiciones de la luz se conocen como:

- Luz Frontal.
- Semi Frontal ( en un eje de 45 grados. )
- Semi Lateral .

- Lateral.
- Semi Trasero.
- Contra Luz.



Imagen 5: ejemplo posición e intensidad 1

#### 4.4.3. Composición de elementos

Esta es una redacción de todos los elementos que forman una imagen fotográfica. Para ellos se juega con el plano fotográfico y la relación de los elementos.

Para poder lograr éste tipo de Fotografía se debe tomar en cuenta todos los elementos que formaran el objeto a fotografiar para poder jugar con todos los elementos y de ésta manera obtener un efecto natural en la fotografía.

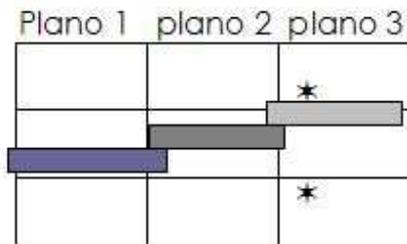
La regla de oro de la Composición es que debes buscar un buen ángulo para la fotografía.

Para poder tener una buena composición hay que buscar una buena relación entre los elementos.

- Ley de tercios

Consiste en dividir en planos fotográficos los tres elementos horizontales y con tres elementos verticales que da como resultado un encuadre.

Cuadro N° 6 / Cuadro ley de tercios

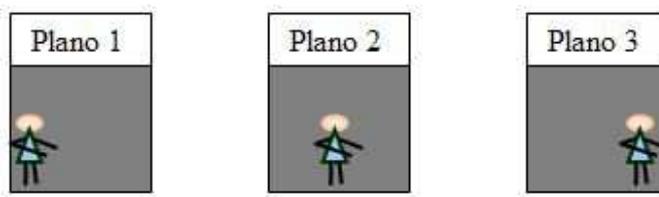


Elaborado por: Andrea Morales y Diana Paredes

Consiste en colocar en cualquiera de los puntos de intersección y el horizonte a cualquiera de los puntos horizontales. Esto rompe con el centrismo de colocar al sujeto fuera del centro.

Para poder comprobar La Ley de los Tercios puedes hacerlo directamente en tu cámara fotográfica, ya que aunque ésta sea manual todas poseen un cuadro que te muestra el centro de la Fotografía.

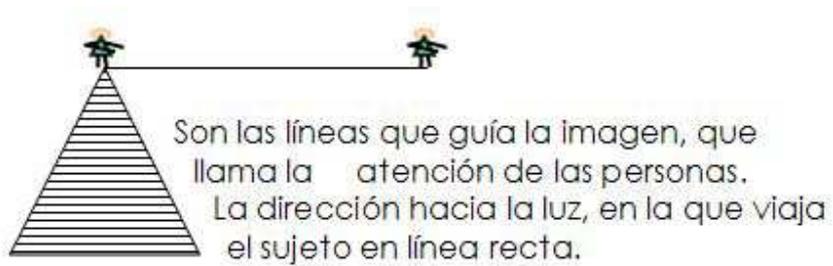
Cuadro N° 7 / Cuadro de planos



Elaborado por: Andrea Morales y Diana Paredes

- Líneas convergentes

Cuadro N° 8/ Cuadro de líneas convergentes



Fuente: Barthes

- Enmarcado

Consiste en enmarcar el sujeto, en un espacio dentro del plano fotográfico. Este puede ser natural o artificial.



Imagen 6: objetos enmarcados 1

- Repetición de formas

Este efecto se da cuando varios elementos tienen similitud en su forma. Cuando se repite una serie de formas.

Para eso el fotógrafo debe buscar un ángulo en el que pueda adquirir formas consecutivas del objeto a fotografiar.



Imagen 7: similitud de formas 1

- Repetición de colores

Cuando la repetición continúa del mismo color en una fotografía, esta se puede utilizar como una fotografía nocturna.

Este tipo de efecto lo que representa es el desplazamiento de la luz y para poder capturar este tipo de imágenes es necesario el uso del Bulbo, sosteniendo el disparador entre dos a seis segundos. Como se puede observar en la imagen 8.



Imagen 8: repetición de colores 1

- Alteración de la perspectiva

Para esta fotografía se utiliza gran cantidad de profundidad de campo, colocando un objeto al frente y otro al fondo.

Se necesita la misma cantidad de luz para ambos sujetos. Debemos eliminar las líneas guías, esto con el fin de suprimir la distancia que en realidad existe entre los sujetos. El objetivo de la Fotografía es engañar el ojo del visor. La cámara debe de colocarse un poco más abajo que los sujetos.



Imagen 9: alteración de la perspectiva 1

## CAPÍTULO 5

### EDICIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL PROCESO ARTÍSTICO PARA LA PRODUCCIÓN DE BODEGONES FOTOGRÁFICOS

#### 5.1. Preproducción libro

Para ver si el producto es viable se realizaron encuestas las cuales se detallan a continuación:

La encuesta fue elaborada por ANDREA ALFONSINA MORALES TACURI, DIANA ALEXANDRA PAREDES CARRILLO, se tuvieron en cuenta ocho (8) preguntas y el número de encuestado total fueron trescientos (300) estudiantes de la carrera de comunicación social, facultades de arte y fotografía de la ciudad de Quito en las siguientes instituciones:



Arrojando los resultados véase Anexo 1

### **5.1.2. Detalle encuestas**

Con este proceso, de evaluación y tabulación de respuestas reflejadas anteriormente, nos dimos cuenta de que:

1. Existen suficientes interesados en el tema fotográfico y la realización de un manual para su uso.
2. Como reflejan los resultados de las encuestas el género bodegón es un “género” poco conocido, lo que aumenta la viabilidad de este producto.
3. En su mayoría no conocen el desarrollo artístico del género bodegón.
4. Las encuestas reflejan que existe muy poca información sobre el tema, y lo que conocen lo hacen a través del internet, o manuales en inglés lo que dificulta su uso y aprendizaje sobre el tema.
5. En contenido del texto es necesario desarrollar el manual, con imágenes, que contengan texto explicativo y tips que ayuden a desarrollar, mejorar y faciliten la realización de este género.
6. Con respecto al lugar donde pueden acceder a este manual, las encuestas reflejan que el lugar más óptimo sería las universidades y bibliotecas.

La realización de este producto, después de los resultados de estas encuestas es viable, y supone asumir decisiones tanto a nivel artístico como productivo.

Para lo que nos planteamos el siguiente cuadro de acción:

Cuadro N°9 / Cuadro de acción para la realización del libro sobre el proceso artístico para la producción de bodegones fotográficos

<b>Resumen de Narrativo de Objetivos</b>	<b>Indicadores Verificables</b>	<b>Medios de Verificación</b>	<b>Supuestos de desarrollo</b>
<b>FIN:</b> Crear el material bibliográfico tanto de imagen como teórico, para un buen uso y manejo del bodegón artístico.	La producción del libro como beneficio tanto para fotógrafos como interesados en el tema.	Ejecución de publicidad del libro.	Generar nuevas estrategias de publicidad para que nuevos actores se involucren con el proyecto
<b>PROPOSITO:</b> Cómo vincular a las personas interesadas con el proyecto.	El beneficio de las personas que deseen involucrarse con el proyecto.	Acuerdos con medios	Vinculación y desarrollo de las personas que integren el proyecto
<b>COMPONENTES:</b> Producción del libro	Presentación del libro con esto integrar a más personas en el proyecto	Elaboración y producción del libro	Producir nuevas ediciones que logren involucrar nuevos actores en el proyecto

Elaborado por: Andrea Morales y Diana Paredes

### **5.1.3. Investigación**

Una vez realizado el cuadro de acción es necesario investigar los contenidos del libro, y planear la estrategia de edición del mismo.

Para la teoría usamos los conceptos desarrollados en capítulos anteriores de esta tesis, las cuales desarrollan la idea de Barthes para la producción de imágenes.

La dimensión estética de la fotografía de bodegón está inevitablemente relacionada con el realismo, desde que un bodegón es no sólo el objeto fotografiado, la imagen fotográfica es el objeto en sí mismo tiene desde su mismo ser “identidad ontológica” con su objeto, éste comparte “un ser común” con dicho objeto. (Autores, 2008)

La fotografía puede mostrarnos muchas cosas, pero en cada tipo de cultura, ésta debe adaptarse a sus costumbres y normas. Por ejemplo, existen muchos anuncios de publicidad que basados simplemente en una fotografía y han tenido que ser censurados en diferentes países. Algunas imágenes, en una sociedad no tienen porqué tener ninguna repercusión, pero en otras sociedades pueden ser hasta ofensivas. Esto se encuentra dentro de la cultura mental y simbólica.

La fotografía se trata de una cultura universal, ya que el lenguaje de las imágenes es compartido por todo el mundo.

En toda fotografía existe un autor detrás que pretende hacer llegar al espectador, una información. Una información que en la mayoría de los casos es pragmática, ya que tiene capacidad para cambiar el estado del receptor.

### **5.1.4. Preproducción de banco de imágenes**

Para la toma de imágenes es necesario que preparemos el siguiente espacio de producción, con los siguientes elementos.

1. Cámara de fotos, (Imagen N°10) con modos manuales, lo que nos permite tener mayor control en la imagen.
2. De preferencia con algunos objetivos, para que podamos jugar con las distintas profundidades de campo
3. Con un flash externo (Imagen N°10) ya que el flash incorporado tiene algunas limitaciones (Generalmente producen el famoso efecto indeseado de los ojos rojos, crean una luz demasiado dura, directa y siempre desde la misma dirección que la cámara, de enfrente, muchas cámaras no permiten controlar la intensidad de la luz del flash integrado y normalmente tiene menos potencia y no es capaz de iluminar zonas amplias.) (Imagen N°10)



Imagen 10: camara digital reflex 1

4. Luces continuas, (Imagen N°11) filtros, soft box, cajas de luz. (Imagen N°11) Nos ayudarán a controlar de manera precisa la iluminación, en las diferentes necesidades, según el tipo de objeto, nos ayudará a que la luz no sea dura, por lo contrario, nos ayudarán, estos elementos, en una luz muy suave, que genere sombras, y nos ayude a una polisemia con el objeto, ocultar ciertas partes y otras mostrarlas.



Imagen 11: Equipo de iluminación 1 1

5. Caja de luz, (Imagen N°12) ya que el género a trabajar es bodegón, es necesario tener una caja de luz para maniobrar de manera eficiente la iluminación, estas cajas nos permiten concentrar la iluminación en el centro, y jugar con las distintas iluminaciones, ya que esta caja nos permite, dejar pasar o no la luz por uno o por otro lado.



Imagen 12: Caja de luz 1

6. Objetos, una vez que tenemos todos los implementos técnicos de fotografía, es necesario tener los objetos necesarios, dependiendo de la idea, para realizar el bodegón. Recordemos que para obtener una imagen artística del mismo es prudente manejarnos dentro de los conceptos, ya en capítulos anteriores mencionados, el qué, el cómo, la iluminación, composición y demás.

## **5.2. Producción libro**

El producto a realizarse en este proyecto tendrá las siguientes características:

Es un libro/manual fotográfico que trabajará a profundidad el género fotográfico bodegón y todo lo que implica su elaboración haciendo énfasis en su carga artística.

Este tipo de fotografía también se presta a desarrollar nuestra creatividad a la hora del procesado final, bien porque hayamos buscado un resultado concreto desde el principio o bien porque ese resultado se nos presente a la vista en cualquier momento del proceso. Aquí también hay lugar para la improvisación y la aventura creativa.

Estas son sólo unas pocas ideas para desconectar de nuestra monotonía fotográfica y practicar cosas nuevas y útiles.

### **5.2.1. Diseño del manual de fotografía**

Para empezar con la estructura del libro es necesario tener en cuenta los contenidos que este va a tener:

## Contenido del libro:

- Introducción
- Prólogo
- Fotografía
- ✓ Se hará un breve recorrido sobre los aspectos importantes de la fotografía.
- Cámara
- ✓ Partes de la cámara
- ✓ Objetivos
- ✓ Luz
- ✓ Elementos necesarios para la toma de imágenes
  - Bodegón
  - ✓ Se hará referencia al género dentro de la pintura y sus inicios.
  - ✓ Proceso, profundidad de campo, iluminación, composición
  - ✓ Composición de acuerdo a la idea
- ✓ Se presentarán técnicas de lectura de la imagen de bodegón.
- ✓ El arte de su composición, desde la preproducción: todo lo que implica construir el bodegón, elaboración del mensaje, elementos u objetos, color, luz, fondos, es decir la puesta en escena; luego trabajaremos lo que es la producción: iluminación, encuadres, direccionalidad; hasta llegar a su pos-producción: edición en photoshop.
- ✓ Se presentará todo el procedimiento artístico y riguroso con imágenes y explicaciones paso a paso.
- Recomendaciones y sugerencias
- ✓ Se dividirá en dos partes, donde las autoras explicaran ciertas recomendaciones de bodegón, sobre todo dentro de los elementos en caso de no tener las luces necesarias, caja de luz y demás.
- ✓ Y tendrá la recomendaciones y sugerencias de expertos relacionados en este medio
- Galería

- ✓ Se presentará una galería de un aproximado de 100 fotos donde entrarán las imágenes hechas por las autoras, y por estudiantes del taller que han aplicado las técnicas mencionadas para la elaboración de bodegones artísticos.
- ✓ Se mostrará al lector galería de imágenes de autores expertos en el tema.
- ✓ Se compararán imágenes que no sigan este proceso y se demostrará la eficacia de su utilización en cuanto a lectura del mensaje.
- Links
- ✓ Esto ayudará para que los lectores complementen su estudio en el tema
- Bibliografía
- Biografía
- Agradecimientos
- Auspicios

Características:

Largo: 24cm

Ancho: 25cm

Páginas: Promedio de 200 páginas.

Impresión: Full Color

Papel couche 150 gr en páginas interiores

Pasta dura de 250 gr con nombre plastificado.

- Los directamente beneficiarios son los fotógrafos de este género (publicistas) sin embargo tiene características suficientes para los que no conocen del tema puedan realizarlo sin dificultad.

### 5.2.2. Realización de imágenes

Aplicando la teoría investigada en esta tesis la producción de bodegones tiene como resultado las siguientes imágenes, entre otras:



Foto N°1

Autor: Diana Paredes  
Edición: Diana Paredes



Foto N°2

Autor: Diana Paredes  
Edición Diana Paredes



Foto N°3

Autor: Diana Paredes  
Edición Diana Paredes



Foto N°4

Autor: Diana Paredes - Andrea Morales  
Edición Diana Paredes



Foto N°5

Autor: Diana Paredes – Andrea Morales  
Edición Diana Paredes



Foto N°6

Autor: Diana Paredes - Andrea Morales  
Edición Diana Paredes

### **5.2.3. Producción libro**

Una vez que hemos realizado las imágenes y el contenido del libro, se procederá a la maquetación del libro, junto con las características e información aquí ya presentada.

- El libro es un documento realizado en una rejilla de 7 X 5, lo que nos permite tener dos columnas de texto, 1 en la parte exterior de la hoja, donde irán todos los ejemplos, bibliografía y pie de foto del texto, que ayudan al lector a comprender de manera rápida y sencilla la práctica que hacemos.
- Esta diseñado en letra 11, color negro, con reseña del libro en el encabezado, como parte de las líneas de elegancia que caracterizan este manual de fotografía.

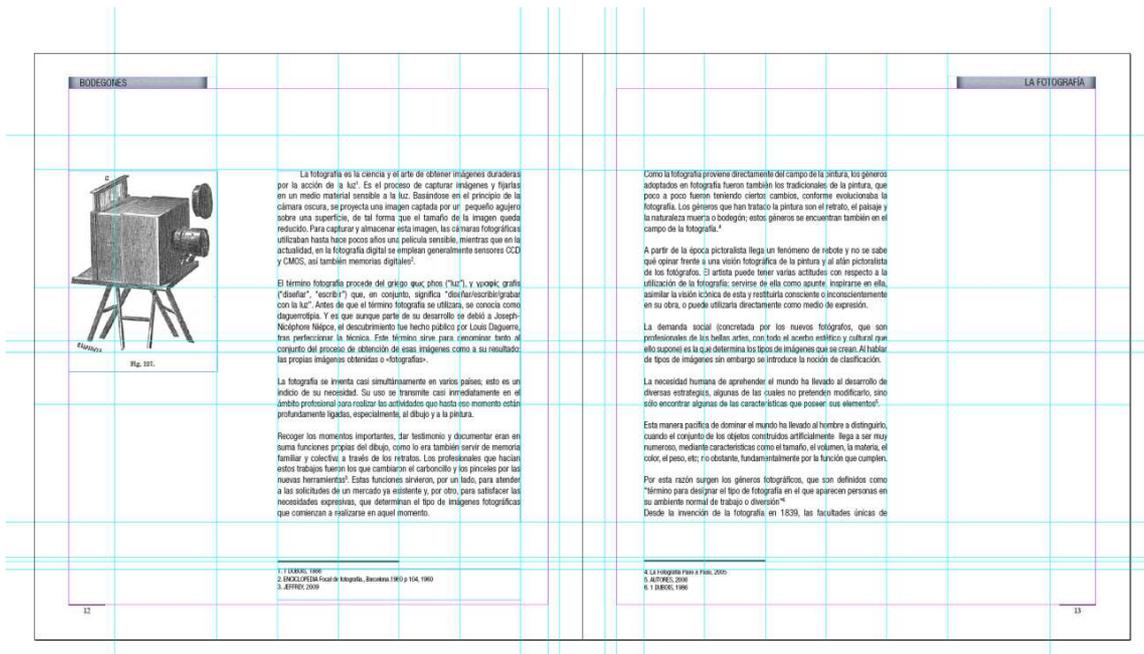


Imagen 13: maquetación manual de bodegon 1

La maquetación consiste:

En una división de 3\*5, en donde la dos primeras parte de la parte superior se han sub dividido en 6 esto nos permite tener una mejor distribución del texto, las imágenes por distribución y lecturabilidad se han colocado en los extremos de las hojas.

Las citas en técnica APA van a ir al pie de la página para encontrar más rápido la cita de la frase que se haya hecho.

Los párrafos no están cargados, y su distribución es para una mejor lectura, que a su vez la hacen más dinámica y rápida de comprender.

En la parte superior izquierda se halla el nombre del libro y en la parte superior derecha el nombre del capítulo esto permite que el lector sepa en qué sección del libro esta. (IMAGEN N°13)

Estas conjunto con las antes características mencionados, conjugan el manual de fotografía de bodegones.

### **5.3. Posproducción libro**

Para poder terminar con este producto comunicativo realizamos los siguientes pasos:

- Buscamos opinión de profesionales en el tema, para que con su opinión avalen este producto.
- Lograr calidad en impresión, ya que siendo un producto de tales características lo primordial es mostrar con calidad las fotografías realizadas.
- Aplicar mediante un taller los conceptos aquí manejados para lograr el resultado requerido por parte de nosotros.

#### **5.3.1. Opinión de profesionales**

Para la producción de este libro es necesario contar con la opinión de expertos y para esto ponemos a continuación la opinión expresada de Esteban Yerovi, fotógrafo reconocido.

#### **Bodegón fotográfico**

Para muchos, este género fotográfico suele ser el menos amigable y uno de los más temido, quizá por la importancia que juegan dos factores fundamentales; que en teoría, deben ser perfectamente dominados por el fotógrafo.

El primero es la creatividad al momento de encuadrar y de componer su fotografía; es decir, la medida en la que este pueda con su imagen transmitirnos algún mensaje, utilizando todos y cada uno de los elementos inanimados. El segundo motivo por el que los fotógrafos suelen huir de este género es por la importancia que tiene una iluminación adecuada. Iluminación, que aunque suene contradictorio, puede venir literalmente de cualquier tipo de fuente; siendo útil desde un simple y elemental cerillo encendido, o las luces más complejas y costosas que podamos encontrar en el mercado.

Al momento de iluminar un bodegón nada está dicho; Aunque existen un sin número de libros y de teorías sobre cómo debería ser la iluminación adecuada; para mi gusto, uno de los encantos que tiene este género fotográfico, es que nos permite jugar con la luz; con su comportamiento y nuestra creatividad. Muy a mi criterio, considero que la iluminación más interesante y con más mística para iluminar un bodegón, es la que podemos obtener del fuego, y cualquiera de sus manifestaciones.



Foto N°7

Autor: Esteban Yerovi  
Edición Esteban Yerovi



Foto N°8

Autor: Esteban Yerovi  
Edición Esteban Yerovi

La disposición de los objetos fotografiados deben atrapar y cautivar al espectador, para que este pueda pasar por un buen rato observando nuestra fotografía. Personalmente considero, que un bodegón bien realizado es el que te permite construir más de una historia alrededor de él, después de un largo tiempo de observación.

La iluminación entonces, debe ser coherente a la historia que queremos contar con nuestro bodegón. Al ser objetos inanimados, el fotógrafo deberá buscar la manera para que las sombras y los brillos den volumen y textura a los objetos, y al mismo tiempo, pasen a ser parte del relato visual.

Ya en un campo más práctico y lucrativo, el bodegón como género fotográfico puede llegar a dar muy buenos frutos. El campo de la fotografía publicitaria de alimentos, por

ejemplo, es un gran ejemplo de elaboración constante y permanente de bodegones, además hoy en día es un negocio muy rentable. En este campo juega además un papel muy importante el “food styling” o maquillaje de alimentos, en donde la preparación de los elementos que se utilizarán en el bodegón pasa primero por manos del cheff o del maquillista. (YEROVI, 2013)



Foto N°9

Autor: Esteban Yerovi  
Edición Esteban Yerovi



Foto N°10

Autor: Esteban Yerovi  
Edición Esteban Yerovi



Foto N°11

Autor: Esteban Yerovi  
Edición Esteban Yerovi

### 5.3.2. Impresión del producto

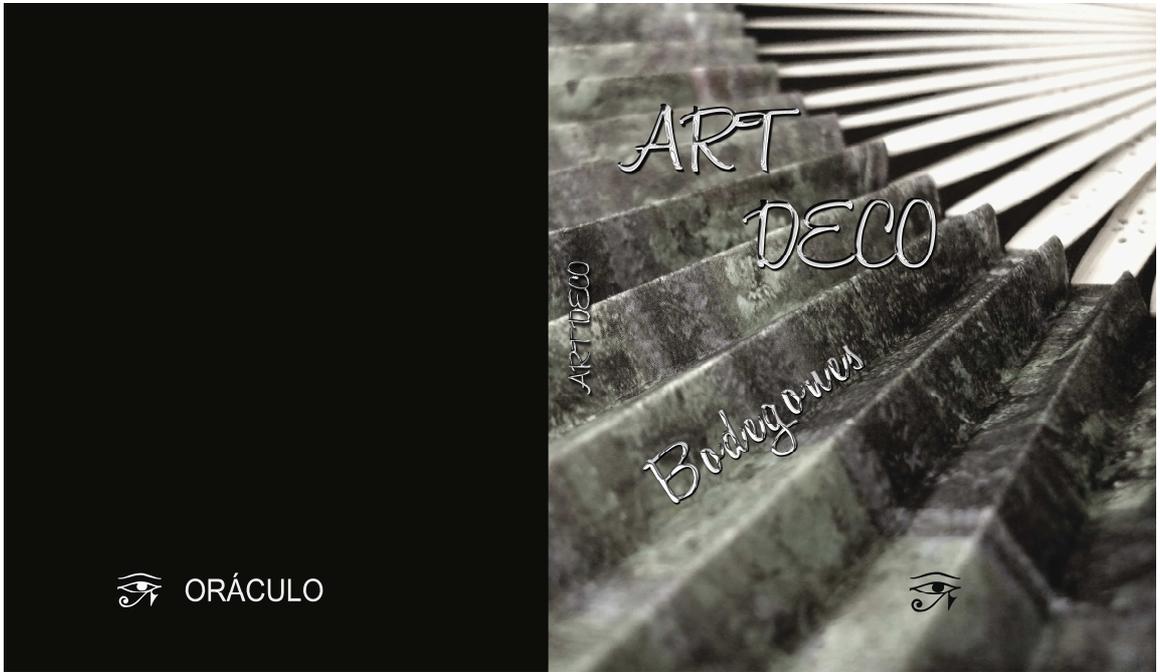


Imagen 14: portada y contraporta libro 1

### 5.3.3. Aplicación del producto

Para esto vamos a aplicar nuestro producto en un grupo de alumnos inexpertos en el tema de bodegones, para lograr la aplicación de nuestro manual de fotografía.

## CONCLUSIONES

En esta tesis se propone un método para el ejercicio fotográfico de los bodegones donde se revisan algunos aspectos de la imagen como modo de representación de la realidad, como documento de carácter informativo, social publicitario o creativo.

El análisis fotográfico tiene como objetivo primordial la recuperación de los documentos a partir de distintos criterios, formales, morfológicos o temáticos, generalmente normalizados. Se analiza un bodegón, desde esa perspectiva, para que "aparezca" cuando sea útil. Así mismo este planteamiento en el que centramos esta investigación, nos permite manejarnos dentro de nuevas representaciones para lograr una polisemia en la lectura e interpretación de la imagen.

La consideración del bodegón como arte debe tener en cuenta que ésta difícilmente puede desgajarse de un contexto específicamente cotidiano, por lo que habrá que estudiar las relaciones entre el objeto y su cotidianidad para des-alienarlo y así lograr un objeto "extraordinario", en el momento de la toma. Esta relación y otros aspectos inherentes a la fotografía hacen de ésta un documento de carácter polisémico, sujeto a muchas interpretaciones, a veces, tantas como lectores, por lo que su lectura e interpretación correctas en un entorno artístico plantean muchas dificultades.

Es evidente que incluso desde el punto de vista de un análisis puramente inmanente, la estructura de la fotografía no es una estructura aislada; se comunica por lo menos con otra estructura, que es la parte artística que acompaña todo bodegón fotográfico.

Por consiguiente, la totalidad de la información está sostenida por dos estructuras diferentes (una de las cuales es lingüística); estas dos estructuras son concurrentes, pero como sus unidades son heterogéneas, no pueden mezclarse; en un caso (el texto) la sustancia del mensaje está constituida por palabras; en el otro (la fotografía), por líneas, planos, tintes. Además, las dos estructuras del mensaje ocupan espacios reservados, contiguos.

De este modo el bodegón se compone de un signo y de un “texto”, que es el mensaje que se va a transmitir a través de los objetos, esta composición es netamente del autor, quien tendrá que componer desde el mensaje hasta la estructura misma de la imagen.

Para pasar de lo real la fotografía, no es necesario segmentar esa realidad en unidades y erigir esas unidades en signos sustancialmente diferentes del objeto cuya lectura proponen. Entre ese objeto y su imagen, no es necesario disponer de un relevo, es decir de un código. Si bien es cierto que la imagen no es lo real, es por lo menos su analogía perfecta, y es precisamente esa perfección analógica lo que, para el sentido común, define la fotografía. Aparece así la característica particular de la imagen fotográfica: es un mensaje sin código, proposición de la cual es preciso deducir de inmediato un corolario importante: el mensaje del bodegón fotográfico es un mensaje continuo.

Cada uno de estos mensajes desarrolla de manera inmediata y evidente, además del contenido analógico en sí.

Se trata en este caso de un sentido secundario, cuyo significante es un cierto de la imagen por parte del creador, y cuyo significado, ya sea estético o ideológico, remite a una cierta de la sociedad que recibe el mensaje.

En suma, todas las estas imitativas contienen dos mensajes: un mensaje denotado que es el analogon en sí, y el mensaje connotado, que es la manera como la sociedad hace leer, en cierta medida, lo que piensa. Esta dualidad de los mensajes es evidente en todas las reproducciones no fotográficas: no hay dibujo, por que sea, cuya exactitud misma no se convierta en estilo; no hay escena filmada cuya objetividad no sea finalmente leída como el signo mismo de la objetividad.

Es verosímil que el código del sistema connotado esté constituido ya sea por una simbólica universal, ya sea por una retórica de época, en una palabra, por una reserva de estereotipos (esquemas, colores, grafismos, gestos, expresiones, agrupaciones de elementos).

Ahora bien después de todo lo investigado, y la aplicación que hemos dado en nuestro manual de fotografía podemos concluir que es necesario construir un mensaje, un código, para desde el objeto connotado dar la polisemia al mensaje, sumando las distintas estructuras de la información.

Este es un manual aplicable para todo tipo de usuario, experto e inexperto, ya que inicia desde la explicación de un cómo crear un mensaje hasta el cómo hacer la fotografía.

## LISTA DE REFERENCIAS

- La Fotografía Paso a Paso.* (2005). Hermann Blume Ediciones.
- 1 Dubois, P. .. (1986). *El acto fotográfico.* Barcelona: Ediciones Paidós.
- Langford, M. L. (s.f.). *La Fotografía Paso a Paso.* España: HermannBlume Ediciones.
- Aparici, R. (1992). *La imagen.* Madrid: Editorail UNED.
- Arnheim, R. (1986). *El cine como arte 1932.* Barcelona: Paidós.
- Autores, V. (2008). *Fotografía, Géneros y Autores.* Quito: Ciaf.
- Barthes, R. (2009). *La cámara lúcida: Nota sobre fotografía.* España: Paidós.
- Baudelaire, C. (1859). *Le public moderne et la photographie.* salón.
- Carlos, A. G. (s.f.). *Principios Básicos de comunicación.* Trillas.
- Eco, H. (1991). *Tratado de semiótica general.* Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1991). *Tratado de semiótica general.* Barcelona: Lumen.
- Enciclopedia Focal de fotografía., Barcelona.1960 p 104. (1960). Barcelona: Ediciones Omega S.A.
- Fritz, S. (1989). *La vida de las imágenes.* Madrid: Ariel.
- Gonzales Ochoa, c. (2001). *Apuntes acerca de la representación.* México: Unam.
- Guash, A. ., (2000). *Los Manifiestos Del Arte Moderno.* España: Editorial Akal.
- Harrison, C. &. (1996). *Art in Theory: 1900 – 1990.* Oxford: Blackwell Publishers.
- Jeffrey, I. (2009). *Cómo leer la fotografía.* Barcelona: Egedsa.
- Kandisky, w. (s.f.). *punto y línea sobre el plano.* México.
- Mattelart, A. y. (1995). *Historia de las Teorías de Comunicación.* España: Paidós.

- Olivares, R. (1994). El último cuadro, en Los géneros de la pintura. Madrid: S.L.
- Peirce, C. S. (1986). *Peirce, Charles S.* . Buenos aires: Nueva Visión.
- Pérez, T. (1982). *La semiótica de la publicidad*. Barcelona: Mitre.
- Ray, M. (1991). Vanguardia y fotografía. *Revista de Occidente*, n, 127.
- Riego, B. (1990). La imagen como fuente de la historia contemporánea. *Revista Historia de la fotografía*.
- Trías, E. (1988). *Lo bello y lo siniestro*. Barcelona: Ariel.
- Yerovi, E. (2013). Bodegón fotográfico. Quito, Pichincha, Ecuador.

## **Anexo N° 1**

### **Ficha técnica**

ENCUESTA SOBRE EL LANZAMIENTO DE UN LIBRO SOBRE “EL PROCESO ARTÍSTICO PARA LA PRODUCCIÓN DE BODEGONES FOTOGRÁFICOS”

#### **Ámbito:**

Sede de la Ciudad de Quito a estudiantes de la carrera de comunicación social, facultades de arte y fotografía en las instituciones:

- Alianza Francesa
- Universidad Politécnica Salesiana
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- Asociación Humboldt
- Universidad San Francisco de Quito
- Escuela Superior Politécnica del Litoral

#### **Universo:**

Población de estudiantes universitarios de la carrera de comunicación social, facultades de arte y fotografía.

#### **Muestra:**

Muestra aleatoria de 50 estudiantes por institución ,300 encuestados en total .

#### **Tipo de entrevista:**

Personal

#### **Fecha de trabajo de campo:**

Del 22 de Octubre hasta 2 de Noviembre del 2012.

#### **Temas de la encuesta:**

Funcionalidad y Aceptación de un manual sobre “EL PROCESO ARTÍSTICO PARA LA PRODUCCIÓN DE BODEGONES FOTOGRÁFICOS” entre los estudiantes universitarios de la carrera de comunicación social y fotografía.



**3. HA ESCUCHADO SOBRE EL GÉNERO BODEGÓN?**

SI( )

NO( )

SI SU RESPUESTA ES (SI) DEFINA QUÉ ES EL GÉNERO BODEGÓN

.....  
.....

**4. CONOCE CÓMO SE REALIZA EL BODEGÓN?**

SI( )

NO( )

**5. CONOCE SOBRE LA EXISTENCIA DE LIBROS, MANUALES, FOLLETOS, ETC... QUE LE ENSEÑEN O INDIQUEN LA REALIZACIÓN DE BODEGONES?**

SI( )

NO( )

**6. LE GUSTARÍA TENER UN MANUAL DE FOTOGRAFÍA DE CÓMO HACER UN BODEGÓN?**

SI( )

NO( )

**7. QUÉ DEBERÍA PRESENTAR EL MANUAL PARA SU INTERÉS?**

IMÁGENES ( )

TEXTO ( )

HISTORIA ( )

TIPOS FOTOGRÁFICOS ( )

OTROS: ESPECIFIQUE ( )

.....  
.....

**8. DÓNDE LE GUSTARÍA ENCONTRARLO?**

LIBRERÍAS ( )

TALLERES ( )

SUPERMERCADOS ( )

TIENDAS ( )

CALLE ( )

UNIVERSIDADES ( )

BIBLIOTECAS ( )

OTROS, ESPECIFIQUE: ( )

.....  
.....

### Anexo N° 3

#### Resultados de la encuesta

CONSOLIDADO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA DE PARTICIPACIÓN ESTUDIANTIL CON RESPUESTAS

(SI) (NO)

	SI	NO
PREGUNTA 1	292	8
PREGUNTA 3	74	226
PREGUNTA 4	56	244
PREGUNTA 5	100	200
PREGUNTA 6	280	20

Resultado estadístico de la encuesta, preguntas 1, 3, 4, 5,6

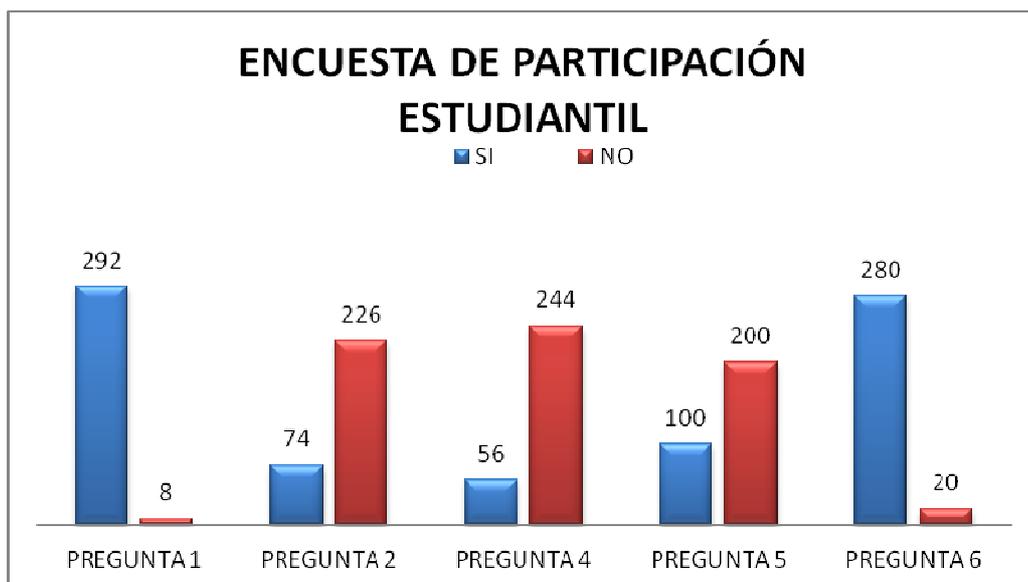


Gráfico estadístico de la encuesta, preguntas 1, 3, 4, 5,6

**ANALISIS A CADA UNA DE LAS PREGUNTAS DE LA ENCUESTA**

**PRIMERA PREGUNTA**

**¿CONOCE USTED DE FOTOGRAFÍA O LE GUSTA LA FOTOGRAFÍA?**

<b>SI</b>	<b>NO</b>
292	8
97%	3%

Resultado de la encuesta, preguntas 1



Grafico estadístico de la encuesta, pregunta 1

SEGUNDA PREGUNTA

**¿CUÁLES DE LOS SIGUENTES GÉNEROS FOTOGRÁFICOS USTED HA ESCUCHADO?**

	SI	NO
RETRATOS	287	13
%	96%	4%
PAISAJE	220	80
%	73%	27%
BODEGÓN	74	226
%	25%	75%
CREATIVAS	119	181
%	40%	60%
REPORTAJE	182	118
%	61%	39%
OTROS	0	300
%	0%	100%

Resultado de la encuesta, pregunta 2

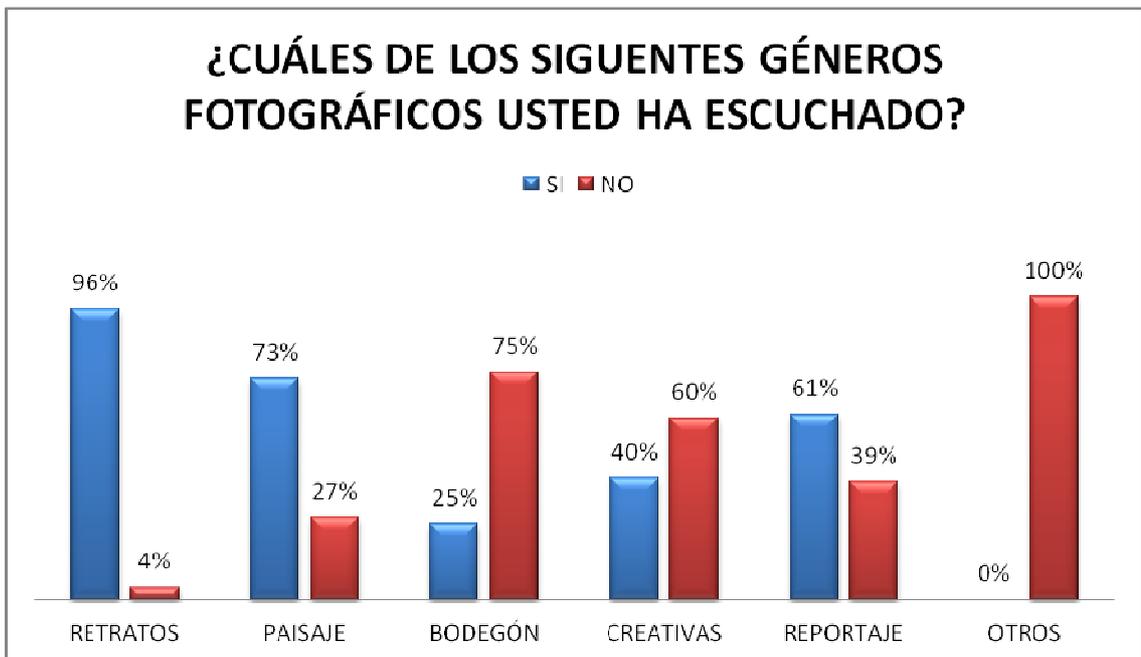


Grafico estadístico de la encuesta, pregunta 2

TERCERA PREGUNTA

**¿HA ESCUCHADO SOBRE EL GÉNERO BODEGÓN?**

SI	NO
74	226
25%	75%

Resultado de la encuesta, pregunta 3

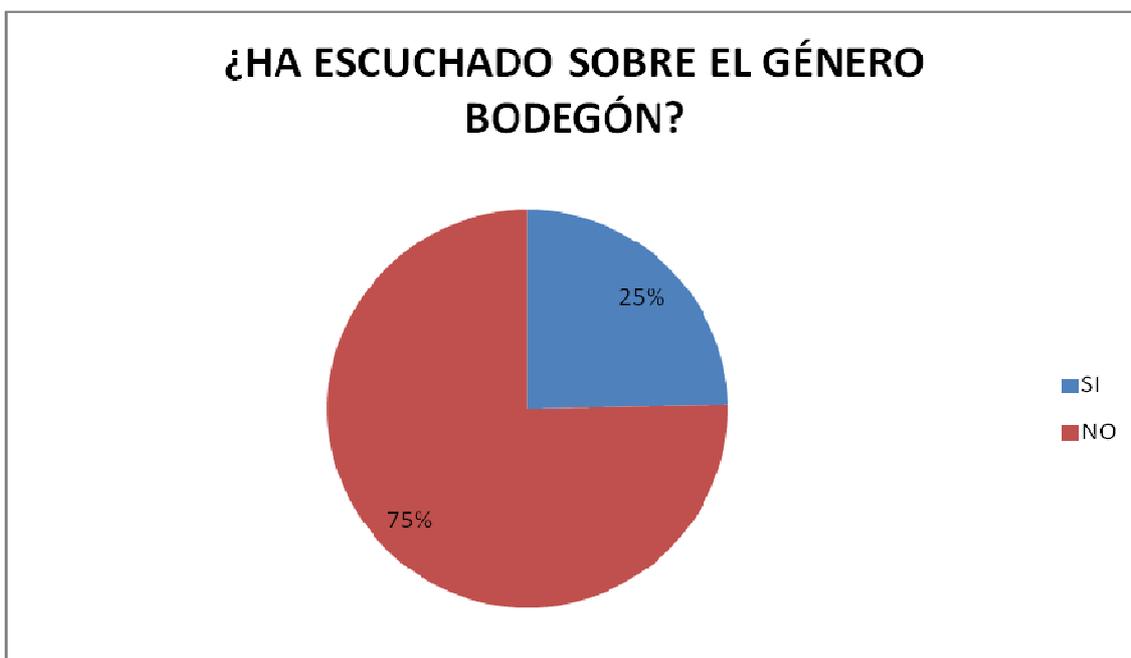


Grafico estadístico de la encuesta, pregunta 3

CUARTA PREGUNTA

**¿CONOCE CÓMO SE REALIZA EL BODEGÓN?**

SI	NO
56	244
19%	81%

Resultado de la encuesta, pregunta 4

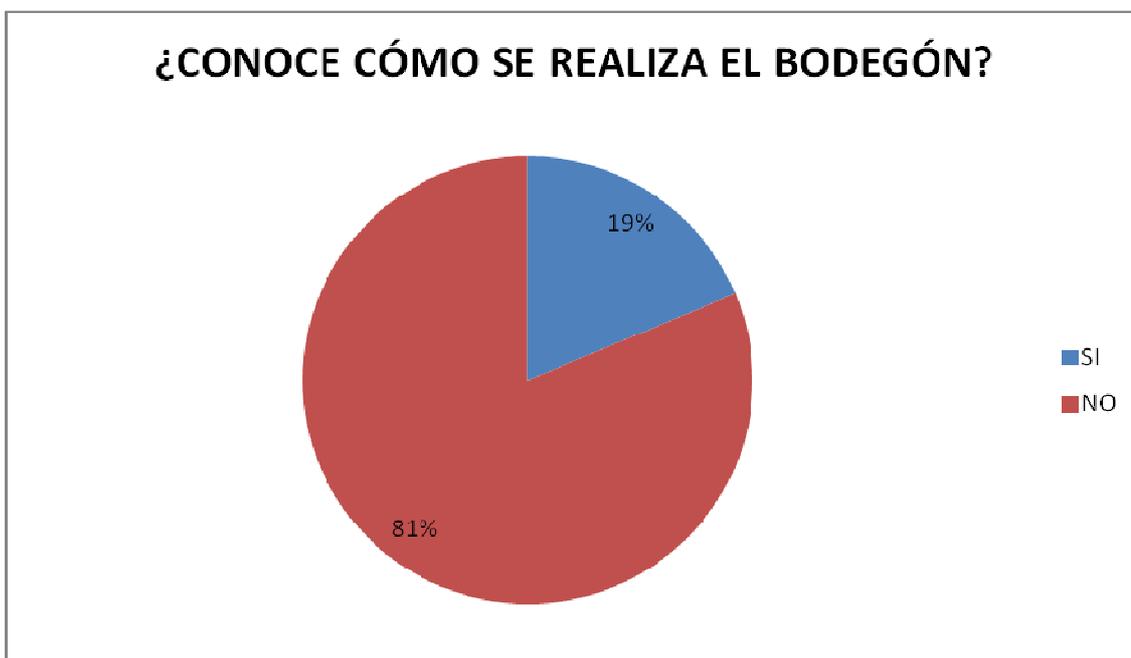


Grafico estadístico de la encuesta, pregunta 4

QUINTA PREGUNTA

**¿CONOCE SOBRE LA EXISTENCIA DE LIBROS, MANUALES, FOLLETOS, ETC...  
QUE LE ENSEÑEN O INDIQUEN LA REALIZACIÓN DE BODEGONES?**

SI	NO
100	200
33%	67%

Resultado de la encuesta, pregunta 5

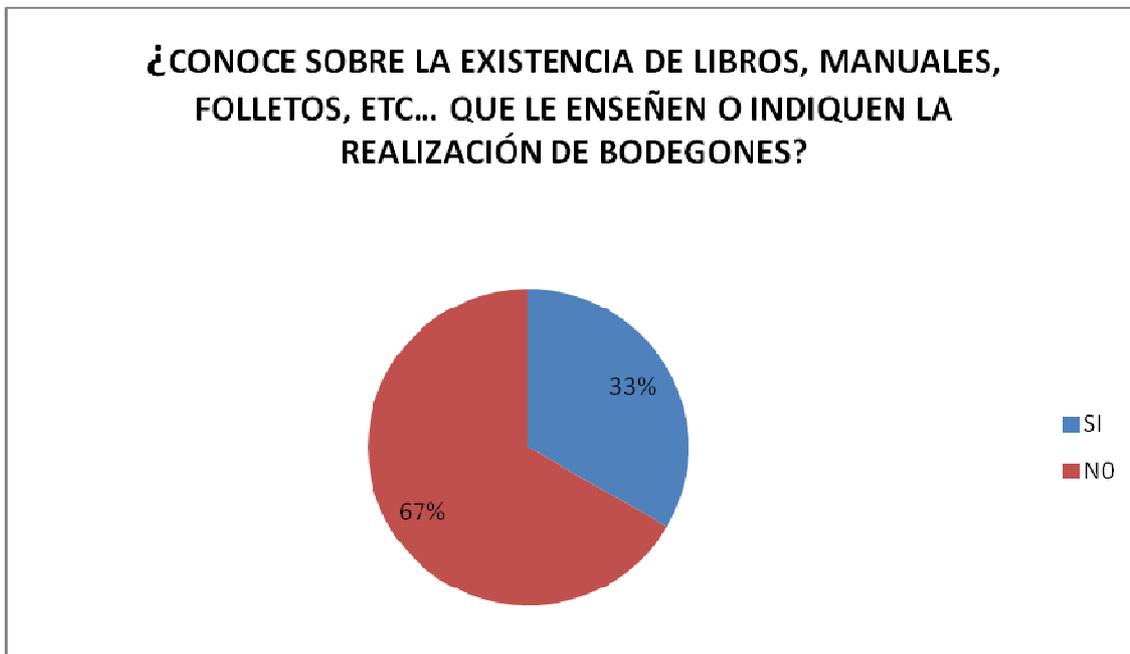


Grafico estadístico de la encuesta, pregunta 5

SEXTA PREGUNTA

**¿LE GUSTARÍA TENER UN MANUAL DE FOTOGRAFÍA DE CÓMO HACER UN BODEGÓN?**

SI	NO
280	20
93%	7%

Resultado de la encuesta, pregunta 6



Gráfico estadístico de la encuesta, pregunta 6

SEPTIMA PREGUNTA

**¿QUÉ DEBERÍA PRESENTAR EL MANUAL PARA SU INTERÉS?**

	SI	NO
IMÁGENES	300	0
%	100%	0%
TEXTO	273	27
%	91%	9%
HISTORIA	170	130
%	57%	43%
TIPOS FOTOGRÁFICOS	119	181
%	40%	60%
OTROS	300	0
%	100%	0%

Resultado de la encuesta, pregunta 7

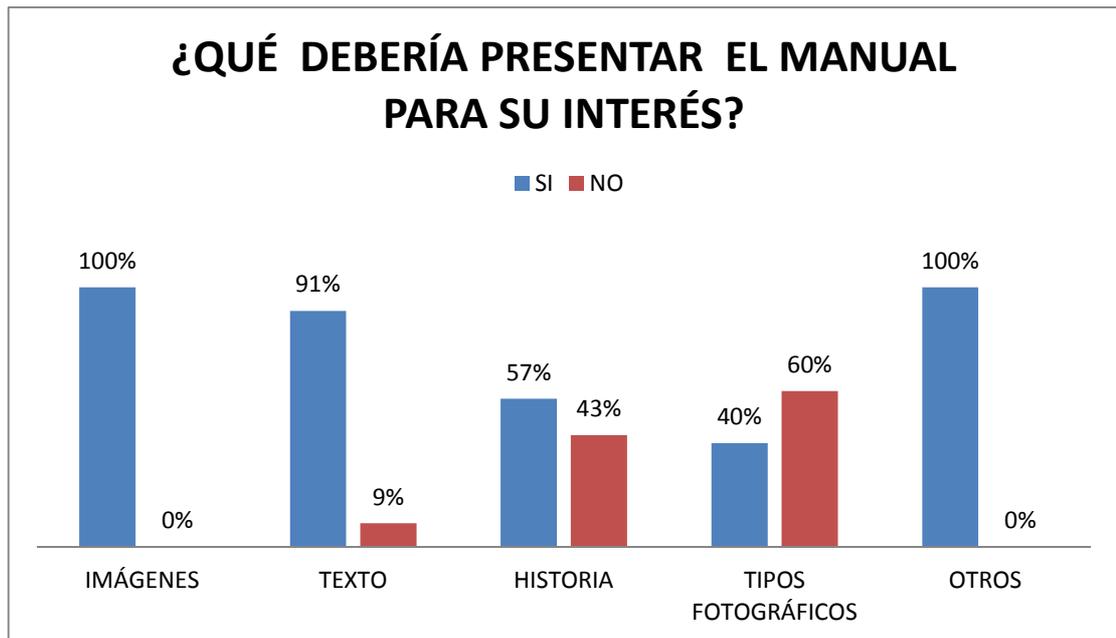


Grafico estadístico de la encuesta, pregunta 7

OCTAVA PREGUNTA

**¿DÓNDE LE GUSTARÍA ENCONTRARLO?**

	SI	NO
LIBRERÍAS	244	56
%	82%	18%
TALLERES	137	163
%	46%	54%
SUPERMERCADOS	61	239
%	20%	80%
TIENDAS	26	274
%	7%	93%
CALLE	34	266
%	11%	89%
UNIVERSIDADES	223	77
%	74%	26%
BIBLIOTECAS	236	64
%	79%	21%
OTROS	108	192
%	36%	64%

Resultado de la encuesta, pregunta 8

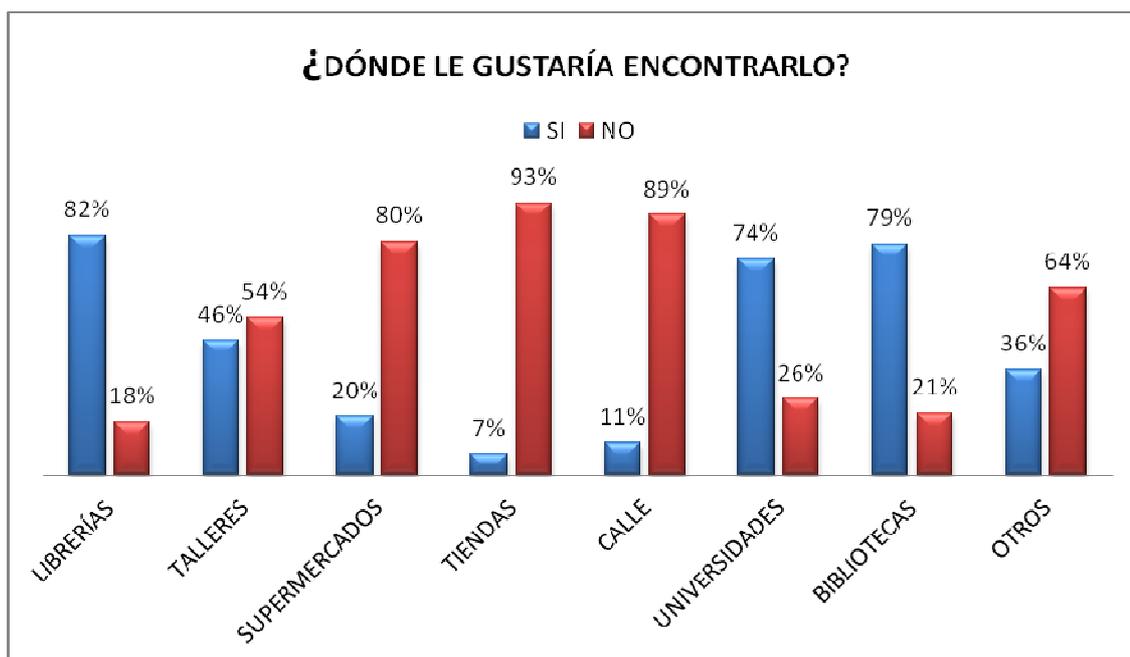


Grafico estadístico de la encuesta, pregunta 8

## Anexo N° 4

### Fotografías del libro de bodegones



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Par



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



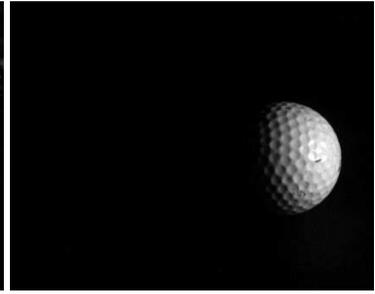
**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**utor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



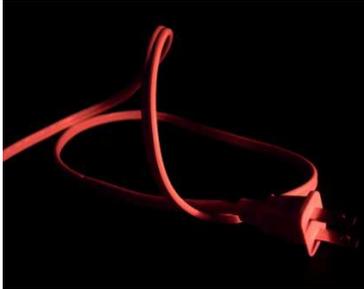
**utor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



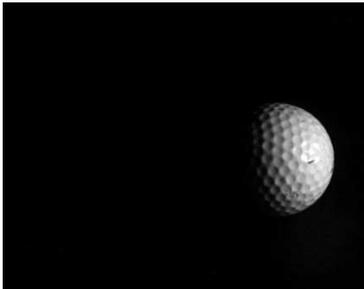
**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**utor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes



**Autor:** Diana Paredes  
**Edición:** Diana Paredes

## Anexo N° 5

### Glosario de términos

# A

#### **Ajuste de la exposición**

Opción de retoque de la fotografía que permite iluminar u oscurecer la imagen prescindiendo del sistema de exposición. Los valores tradicionales de la opción del ajuste de la exposición van de -2 (oscurece más la imagen) al +2 (la ilumina más).

#### **Auto enfoque**

El auto enfoque es un mecanismo automático de focalización del objetivo. Algunas cámaras digitales para profesionales sacrifican éste sistema por el manual.

#### **Auto exposición**

El sistema de auto exposición establece automáticamente la velocidad de obturación y la abertura del diafragma de la cámara fotográfica según las condiciones de luz existentes.

# B

#### **Balance de blancos**

Control manual o automático de la cámara que ajusta el brillo de los colores rojo, verde y azul para que la parte más brillante de la imagen aparezca de color blanco.

#### **Balance de color**

La fidelidad con que la imagen captada reproduce los colores del marco real.

# C

## **Cámaras compactas**

Término utilizado para referirse al diseño de aquellas cámaras en que el visor de imagen es independiente de la lente. Esta separación es la causante del efecto de paralaje.

## **Cámaras réflex**

Tipo de cámaras en las que, a diferencia de las cámaras compactas, la porción de imagen que capta la lente coincide exactamente con lo que puede visualizarse a través del visor de imagen.

## **Camera-to-camera**

Sistema de transmisión de datos de una cámara digital a otra del mismo fabricante.

## **Capacidad de imágenes**

Cantidad de fotografías que puede almacenar una cámara digital en función del espacio de memoria del que dispone el soporte de almacenamiento que lleva incorporado. Cuanta más resolución tenga la imagen captada, más espacio de memoria ocupará.

## **CD-R**

El Compact Disc Grabable es un CD que permite una única escritura, es decir, permite grabar datos una sola vez, ya que éstos no pueden ser borrados.

## **Compensación manual de exposición**

Con este dispositivo el usuario puede ajustar algunos de los aspectos determinados para la exposición automática de la cámara. No se trata, por tanto, de un control manual total de los parámetros de exposición, como en el caso de la exposición manual.

# D

## **Diafragma**

Abertura del objetivo, que puede ajustarse –manual o automáticamente- para que impacte una cantidad menor o mayor de luz en el sensor de imagen.

## **Distancia focal**

Distancia en milímetros desde el centro óptico del objetivo hasta el plano focal donde se forma la imagen, cuando la lente está enfocada hacia el infinito. A mayor distancia focal, menor es el ángulo de vista y mayor el tamaño de los objetos enfocados.

# **E**

## **Enfoque**

El enfoque nos permite colocar en el plano focal al sujeto que queremos que aparezca nítido en la imagen final. El enfoque puede ser automático, manual o fijo. El automático utiliza un haz infrarrojo para determinar la distancia respecto a la cámara a la que se encuentra el sujeto central de la imagen y enfocar a partir de esta el objetivo. El manual permite realizar al usuario dicha operación para conseguir el efecto óptico que desee. El enfoque fijo no se puede ajustar, pero puede incorporar distintos parámetros establecidos de enfoque.

## **Enfoque macro**

El dispositivo de macro-objetivo permite enfocar y captar objetos desde muy cerca. Es ideal para tomar fotografías de objetos pequeños. El alcance macro se especifica en centímetros y varía de una cámara a otra.

## **Enfoque manual**

Tipo de enfoque que permite al usuario controlar la nitidez final de la imagen, pudiendo conseguir un resultado más creativo. En vez de enfocarse automáticamente el centro de la imagen, el enfoque manual permite enfocar cualquier punto de ésta.

## **Escala de grises**

Gama de 256 tonos que va del blanco al negro.

## **Escáner progresivo**

El sensor de la cámara recoge información sobre la imagen procesando las líneas de forma secuencial. El otro sistema existente es el entrelazado.

## **Exposición**

Término que se refiere a la cantidad de luz que entra en la cámara, y que puede controlarse mediante la abertura del diafragma y la velocidad de obturación.

## **Exposición manual**

La exposición manual permite al usuario controlar tanto la abertura del diafragma como la velocidad de obturación al realizar una fotografía.

# **F**

## **Flash**

El flash es un haz de luz que puede activarse al disparar la cámara en situaciones de oscuridad, poca iluminación o grandes contrastes de brillo y sombras. La mayoría de cámaras digitales llevan incorporado un sistema de flash, que puede ser automático o manual. El flash puede ser externo y conectarse a la cámara mediante un sincronizador o una zapata para flash.

## **Flash automático**

Mecanismo de activación automática de flash en condiciones de insuficiente luz al realizar una fotografía.

## **Flash de relleno**

Tipo de flash que sirve para “rellenar” de luz las partes ensombrecidas de una escena bien iluminada.

## **Flash esclavo**

Unidad de flash externa sin ningún tipo de unión a la cámara que se dispara cuando detecta la luz de otro flash.

## **Flash pop-up**

Tipo de flash incorporado a la cámara que puede permanecer oculto en el cuerpo de ésta si no está activo.

## **Flash ring**

Tipo de flash circular para la realización de fotografías de primeros planos. La luz del flash no recae directamente sobre el objeto, sino a su alrededor. De este modo, se amortiguan las sombras de éste.

## **f-stop**

Denominación numérica que especifica el grado de abertura del diafragma. Cuanto más grande es el número del f-stop, menor es la abertura.

# **I**

## **Iluminación trasera**

El sujeto que se va a fotografiar está iluminado por detrás. Será necesario utilizar el flash de relleno o la compensación de la exposición para evitar una insuficiente exposición.

## **Insuficiente exposición (sub exposición)**

Cuando el sensor de imagen de la cámara recibe una cantidad de luz insuficiente para captar correctamente una imagen se produce una insuficiencia de exposición. La fotografía aparecerá oscurecida.

## **ISO**

Medición numérica que determina la sensibilidad a la luz del sensor de imagen en las cámaras digitales y, por tanto, el tiempo de exposición. Aun tratándose de un sistema de medición propio de la película fotográfica de las cámaras analógicas, se utiliza del mismo modo con las cámaras digitales. Cuanto más alto es el ISO, se dice que más rápido es el film, por lo que el tiempo de exposición será menor. Las cámaras digitales tienen una variedad más amplia de sensibilidad que la de las películas analógicas.

# **L**

## **Lente de zoom**

Lente de distancia focal variable. Permite realizar un zoom óptico para acercar o alejar los objetos enfocados.

## **Lente intercambiable**

Existen diversos tipos de lentes que pueden adaptarse a según qué cámara. La posibilidad de cambiar físicamente el objetivo es poco común en las cámaras digitales y supone un coste añadido.

# M

## **Medición**

Mecanismo de la cámara que calcula la exposición de la imagen encuadrada a partir de las condiciones lumínicas de ésta.

## **Medición central**

Sistema de medición de la exposición de la imagen, que utiliza el centro de ésta para ajustar los valores de exposición del contexto.

## **Medición matricial**

Sistema que calcula la mejor exposición para una fotografía a partir de una división en 256 partes de la imagen.

## **Medición puntual**

El sistema de exposición de la cámara se concentra en un punto central de la imagen enfocada para componer, en función de éste punto, los valores de exposición del resto de la imagen.

## **Megapíxel**

Unidad de medición que determina la resolución en millones de píxeles del sensor de imagen. Cuanto más megapíxeles tenga el sensor de imagen, más resolución conseguirá la cámara.

# O

## **Objetivo retráctil**

Tipo de objetivo que se esconde al interior del cuerpo de la cámara cuando ésta se apaga, y viceversa. Es propio de las cámaras digitales compactas de bolsillo. Algunas disponen también de un tapón automático para el objetivo.

## **Obturador**

Mecanismo de la cámara que se abre y cierra, permitiendo que la luz alcance el sensor de imagen con menor o mayor permanencia. La velocidad con que se abre y cierra viene especificada por la denominada velocidad de obturación.

# P

## **Panorámica**

En las cámaras digitales, función de edición que permite juntar una serie de fotografías de un mismo escenario para conseguir una sola imagen de visión panorámica.

## **Píxel**

Punto de color, el conjunto de los cuales conforma una imagen. La resolución de imagen de una cámara digital se determina en cantidad de píxeles: 640 x 840 ó 1280 x 960, por ejemplo. Cuantos más píxeles haya, mayor será la resolución de la imagen y, consiguientemente, también tendrá una mejor calidad.

## **Pixelización**

Efecto visual consistente en la distinción evidente de los puntos de color de una imagen, es decir, de los píxeles. Cuantos más píxeles haya y menor sea su tamaño, más definición tendrá la imagen y menor será su propensión a la pixelización. También puede producirse cuando se engrandece digitalmente una fotografía mediante el sistema de interpolación.

## **Prioridad a la abertura**

Modo de disparo de la cámara que permite al usuario controlar manualmente la abertura mientras la velocidad de obturación se calcula automáticamente según las condiciones de exposición. De este modo podemos, por ejemplo, determinar manualmente la profundidad de campo de la imagen sin necesidad de preocuparnos por la velocidad de obturación.

## **Prioridad a la obturación**

La velocidad del obturador la determina el usuario, mientras que la abertura la establece automáticamente la cámara según las condiciones de iluminación. Esta función puede servir para congelar un objeto en movimiento –velocidad alta- o captar su estela –velocidad baja.

## **Profundidad de campo**

Distancia entre el punto más cercano y el más lejano del sujeto de la fotografía que aparecen nítidos. La profundidad de campo viene determinada, básicamente y entre otras cosas, por la abertura de la lente de la cámara. Cuanto menor es la abertura, más profundidad de campo se consigue.

# R

## **Ráfaga**

Sistema de captura rápida de múltiples imágenes consecutivas pulsando una sola vez el disparador. Útil para captar detalladamente secuencias de imágenes en movimiento.

## **Resolución**

Término que hace referencia a la calidad de la imagen que una cámara digital es capaz de obtener. Ésta depende del número de píxeles que incluya. En concreto, la resolución se obtiene multiplicando el número de píxeles horizontales por los verticales. La resolución puede ser óptica –la resolución real, de acuerdo con el número de fotodiodos existentes en el sensor de imagen- o interpolada –añade más píxeles a la imagen para hacerla más grande.

## **Retardo del obturador**

El tiempo que pasa desde que se pulsa el disparador y el sensor de la cámara capta la imagen. Este tiempo dependerá de los cálculos de exposición, balance de blancos y enfoque de la lente que la cámara realice previamente.

## **Ruido**

Término utilizado para definir los defectos de la imagen captada causados por una mala interpretación de los píxeles.

# S

## **Sensor de imagen**

El sensor de imagen de la cámara es el dispositivo que permite capturar la imagen. El sensor de imagen está formado por fotodiodos que reciben el impacto de la luz y la transforman en píxeles, es decir, en información digital. A cada fotodiodo le corresponde un píxel. El sensor de imagen es un mecanismo analógico, pero la información que captura la digitaliza un conversor A/D. Hay diversos tipos de sensores de imagen, en función del fabricante. Sony, por ejemplo, ha utilizado en sus últimos modelos el CCD SuperHad, y Fujifilm, el SuperCCD.

### **Sincronizador para flash externo**

Al igual que la zapata, el sincronizador permite adaptar un flash externo a la cámara, pero unido a ésta mediante un cable. El flash, pues, no está físicamente enganchado a la cámara y puede sujetarse con una mano, lo que da un poco más de libertad cuando se quieren establecer las condiciones de iluminación.

### **Sistema de multienfoque**

Sistema de la cámara digital que determina automáticamente qué zona de la imagen debe utilizarse para realizar el auto enfoque. Se trata de un sistema que incorporan pocas cámaras, como la Nikon D1 y la Nikon Coolpix 990.

### **Sobreexposición**

La imagen captada aparece demasiado clara y descolorida porque el sensor de imagen ha recibido más luz de la necesaria en el momento de realizar la fotografía. La exposición, pues, no se ha calculado correctamente.

## **T**

### **Temporizador**

Dispositivo que permite realizar el disparo automático de la cámara unos segundos después de haber pulsado el disparador. Útil para hacerse fotografías a uno mismo cuando no se dispone de un tercero que haga de fotógrafo.

## **V**

### **Velocidad de obturación**

Cantidad de tiempo, en fracciones de segundo, que el obturador permanece abierto cuando se realiza una fotografía. Para congelar una imagen en movimiento hará falta una velocidad de obturación alta.

### **Velocidad máxima de obturación**

La velocidad máxima de obturación especifica la capacidad de la cámara para congelar una imagen en movimiento. Cuanto más rápida es la velocidad de obturación, podrá

captar movimientos más rápidos sin que aparezcan “movidos” o borrosos en la imagen captada.

### **Velocidad mínima de obturación**

La velocidad mínima de obturación permite al usuario captar imágenes en condiciones de poca luz, así como congelar la estela formada por un objeto en movimiento.

### **Visor de imagen**

A través del visor podemos visualizar y componer la imagen que vamos a capturar. Existen tres tipos de visores: el mayoritario en las cámaras digitales es el óptico; menos común es el visor electrónico, y el mejor y aún más difícil de encontrar es el visor réflex. Además, existen cámaras que no tienen visor de imagen, por lo que ésta debe encuadrarse con la ayuda del monitor LCD.

### **Visor LCD**

Visor de imagen que actúa como una reproducción en miniatura del monitor LCD. Nos permite componer la imagen observando una reproducción digital de ésta a través del visor. Se evitan de este modo los problemas de paralaje, pero la imagen que observamos a través del visor no siempre es de gran calidad.

### **Visor óptico**

Visor de imagen que se corresponde con las cámaras de tipo compacto, es decir, la inmensa mayoría de cámaras digitales. Es independiente del objetivo, en el sentido que la imagen que captura la lente es diversa a la que podemos observar a través del visor. Se produce pues el efecto de paralaje, del cual algunos visores advierten con el uso de líneas que delimitan el campo de la imagen que puede capturarse.

### **Visor réflex**

El mejor y más inusual visor de imagen en las cámaras digitales. Es el tipo de visor que utilizan las cámaras SLR o réflex, en que la imagen del visor es exactamente la misma que capta la lente. La imagen que observamos a través de un visor réflex está exenta del problema de paralaje.

# **Z**

## **Zoom digital**

El zoom digital sencillamente recorta el centro de una imagen y la muestra magnificada mediante el sistema de interpolación, lo cual incide en una pérdida de su resolución original.

## **Zoom óptico**

La cámara utiliza un objetivo multifocal para engrandecer la imagen. De este modo, variando la distancia focal, podemos acercarnos o alejarnos del sujeto encuadrado. El zoom óptico es distinto del zoom digital, que magnifica la parte seleccionada de la imagen digitalizada por interpolación.