



PROYECTO DE TITULACIÓN
“MANUAL DE FOTOGRAFÍA DE MODA EN TIEMPOS DE COVID-19”.

MEMORIA TEÓRICA

PROYECTO DE DISEÑO

CAMILA CUESTA AVILA

Autora

XAVIER GRANJA CEDEÑO

Director

Quito, agosto de 2020

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Yo, Melanie Camila Cuesta Avila con cédula de ciudadanía No 1724879471, declaro que soy autor(a) del proyecto de Titulación con título: Manual de fotografía de moda en tiempos de Covid-19. Que éste es original, auténtico y personal, y todos los efectos académicos y legales que se desprenden del proyecto, son de mi exclusiva responsabilidad. Me acojo al Art.57 del Reglamento de la Dirección de Proyectos Académicos y Titulación

En Quito, agosto de 2020



MELANIE CAMILA CUESTA AVILA

C.C 1724879471

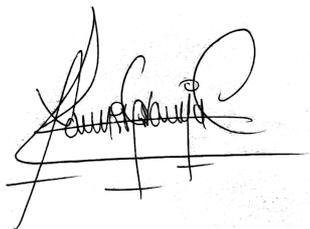
DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros se los debo a ellos. A mis profesores por la enseñanza, la paciencia y sobre todo la motivación de mi pareja la cual me ayudado a no rendirme, gracias a todos por creer en mí.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Yo, Xavier Granja Cedeño, con cédula No 1712718145, certifico que la señorita Melanie Camila Cuesta Avila, realizó el presente Proyecto de Titulación bajo mi dirección, durante el desarrollo y culminación de este proceso.

En Quito, agosto de 2020



XAVIER GRANJA CEDEÑO

DIRECTOR(A) DEL PROYECTO

C.C. 1712718145

RESUMEN

Este proyecto fue el resultado de la enseñanza adquirida a lo largo de la carrera de Diseño Fotográfico, la cual fue posible expresar a través de adaptaciones a la nueva realidad que surgió durante la crisis sanitaria (Covid-19). El proyecto de titulación se basa en la exploración cronológica de la historia de la fotografía de moda y su evolución tras la vivencia de una crisis mundial en los años 40 teniendo como objetivo enlazar la situación actual del surgimiento de la enfermedad Covid-19. Dentro de la presente investigación se abordan aspectos como el surgimiento de la fotografía dentro de la moda, la fotografía móvil, la utilización de redes sociales como medio de comunicación virtual, herramientas de trabajo y un análisis de software que son plasmados creación de un manual de fotografía que permite al usuario encontrar diversas opciones para realizar producciones fotográficas adaptadas a las normas de bioseguridad en el ámbito laboral.

Palabras clave: Fotografía, Moda, Covid-19, Redes Sociales, Aplicaciones, Sistema Operativo, Pre Producción, Producción, Post Producción, Online.

ABSTRACT

This project was the result of the teaching acquired throughout the Photographic Design career, which was possible to express through adaptations to the new reality that emerged during the health crisis (Covid-19). The degree project is based on the chronological exploration of the history of fashion photography and its evolution after the experience of a world crisis in the 1940s, with the objective of linking the current situation of the emergence of the Covid-19 disease. Within this research, aspects such as the emergence of photography within fashion, mobile photography, the use of social networks as a virtual communication medium, work tools and a software analysis that are reflected in the creation of a manual of photography that allows the user to find various options to make photographic productions adapted to biosafety standards in the workplace.

Keywords: Photography, Fashion, Covid-19, Social Media, Apps, Operative Systems, Pre Production, Production, Post Production, Online.

INDICE

I.A. Definición del Tema.....	7
I.A.4. Definición del Problema.....	9
I.A.5Justificación.....	12
I.A.6. Antecedentes	12
I.A.7. Referentes Visuales.....	16
I.B. Objetivos y Alcances	18
II. Desarrollo	21
II.A. Marco Teórico	21
II.A.1. Capítulo I. Historia de la fotografía de moda.....	21
II.B.1. Capítulo II: Redes sociales.....	27
III.C.1. Capítulo. III: FOTOGRAFÍA MÓVIL.....	30
IV.D.1. Capítulo. IV: Producción Fotográfica.....	33
V. Cierre.....	37
BIBLIOGRAFÍA.....	39
Anexos.....	42

I. **Investigación**

I.A. **Definición del Tema**

I.A.1. **Título y Subtítulo**

Título: Manual de fotografía de Moda en tiempos de Covid-19.

Subtítulo: Diseño de un manual de fotografía de moda adaptada la covid-19 en Quito, 2020.

I.A.2. **Eje y Línea de Investigación**

Eje: Innovación.

Línea de investigación: Diseño como factor de desarrollo social.

I.A.3. **Introducción.**

La fotografía es una forma de expresión que consiste manejar correctamente la luz, es un tipo de arte que proyecta realidades conjuntas entre el fotógrafo y el espectador con el fin de cumplir la función de comunicar visualmente. Dentro de esta técnica fotográfica existen algunas ramas que aparecen en la historia, como la fotografía artística, documental, periodística, publicitaria, moda, entre otras.

El estudio de la fotografía permite la creación de productos visuales innovadores, profesionales, desarrollados en todo tipo de área fotográfica existente probando así el conocimiento técnico que conlleva realizar fotografías de alta calidad, conforme el estudio se consolide paso a paso los distintos modos de ejercer la profesión generan un profesional independiente y creativo.

En relación al último semestre transcurrido desde diciembre del 2019 hasta la fecha actual mayo 2020, la situación se ha visto sometida a una crisis sanitaria sin precedentes, el teletrabajo, confinamiento o estado de alarma son solo algunos de los términos que se han tenido que incorporar a las rutinas diarias de cada persona (Grossmany, 2020, párr. 1), afectando a miles de ciudadanos y a miles de trabajos en cada sector, uno de ellos, la gran industria de la moda.

Debido a esto, según la revista InfoRetail (2020) la moda se ha visto afectada con un descenso del 20% en la industria, el impacto de la pandemia ha resultado devastador y ha puesto en riesgo “un tercio del empleo y hasta el 40% de los ingresos en el sector de la moda” (InfoRetail, 2020, párr. 1).

Por otro lado, para quienes se relacionan directamente con el término y la modalidad “free lance”, especialmente los sujetos dentro del área de diseño fotográfico que lucraban independientemente afirman que “no hay chamba”, mientras que muchos otros mencionan que a raíz de la emergencia sanitaria se ha parado toda la secuencia de la producción artística de fotografía generando una consecuencia directa sobre su trabajo, en una de las entrevistas realizadas por Sierra se afirma lo siguiente:

Si el publicista no hace eventos, el fotógrafo no es contratado; si el artista no tiene exposiciones, no requiere del fotógrafo para hacer el registro de sus obras y de las inauguraciones; si las agencias de información internacionales y los medios de comunicación cancelan colaboradores, los freelancers son los primeros en quedarse sin trabajo, sin opciones. (Sierra, 2020, párr. 3)

I.A.4. Definición del Problema.

El problema que guía esta investigación nace de la crisis de la covid-19 que se enfrenta en la actualidad, tanto el área de fotografía como el área de modelaje se han encontrado pausadas recientemente de manera presencial y se han tenido que ajustar a la nueva realidad que se vive en la actualidad, modelos y fotógrafos viven a costa de las sesiones que se realizan, sin embargo, según VOA (2020) se ha tenido que encontrar soluciones alternativas para continuar a pesar de la distancia y las restricciones.

Muchos fotógrafos hablan de el hecho de innovar el mercado fotográfico a pesar de estar en confinamiento, según Ricky Sarkany (citado en Infobae, 2020) existe la necesidad latente de crear contenido fotográfico el cual se llamará "home sessions", ya que esto abre muchas puertas generando las primeras sesiones online.

I.A.4.a. Caída del mercado en modalidad presencial.

Actualmente, la crisis sanitaria ha desencadenado muchos problemas y dificultades en la economía mundial llegando así a una recesión económica que se estima se prolongará hasta el 2021 si se logra controlar los brotes de la covid-19 manera positiva para permitir el flujo cada vez más normalizado de cada país o ciudad.

Por otra parte, las acciones que se han tomado dentro del Ecuador, han generado grandes consecuencias para el ámbito laboral, desde el desempleo hasta la modificación, reducción y suspensión de miles de empresas causando grandes estragos a la población, uno de ellos es el contacto laboral y el enlace productivo que no puede desarrollarse de manera habitual lo cual conllevará a

largo plazo más consecuencias ya que se considera que los efectos de esta actual pandemia aún son inciertos.

En la mayoría de temas laborales se estiman que el desempleo crecerá y miles de personas en el mundo cambiarán sus condiciones de vida. Por esto, según Victor Ajila (2020) los organismos como la OIT “Organización Internacional del Trabajo” hacen énfasis en que los estados deben tomar medidas para salvar el empleo y a las fuentes del mismo.

1.A.4.a. Falta de herramientas físicas para producción fotográfica

El contenido mediático digital en la actualidad habla sobre diversas maneras de realizar fotografías desde casa, sin embargo, existe falta de conocimiento y manejo de herramientas con materiales de uso cotidiano que pueden ser utilizados como recursos para una producción fotográfica.

Sumado a esta problemática, se considera importante la presencia de varios problemas relacionados muchas veces a la conexión de redes (internet) o simplemente no contar con equipos tecnológicos con una resolución lo suficientemente considerable para poder producir una foto de calidad, como por ejemplo una cámara fotográfica, celular y tablet de última generación, computadora, laptop, cantidad de megapíxeles en las cámaras de los sistemas inteligentes, etc.

Y finalmente, la mayoría de equipos contienen herramientas con diversas funciones que suelen ser desconocidas o en su mayoría no exploradas al 100%, como por ejemplo el tener un modelo actualizado de cualquier marca de celular sin conocer las funciones adicionales como

“hiperlapso”, “cámara lenta”, “cámara profesional”, etc., que vienen instalados dentro de la aplicación “cámara”.

Este error se puede evidenciar últimamente tras el manejo y toma de fotografías de baja calidad en redes sociales, donde se puede observar en muchas ocasiones que perfiles de cuentas personales y/o empresariales a pesar de ser necesario, no se cuentan ni se visualiza directamente la importancia del requerimiento de una fotografía “profesional” que pueda ofrecer a los usuarios espectadores una buena calidad de presentación y visión de su producto, cuando en realidad si se adquiriese el conocimiento adecuado de las herramientas mencionadas en líneas anteriores los usuarios de cuentas de redes sociales podrían tener como solución ante la imposibilidad de contratar sesiones fotográficas presenciales el crear su propio contenido de producción fotográfica.

1.A.4.b. Falta de conocimiento sobre el manejo digital.

A nivel digital existen varias aplicaciones en la actualidad que se presentan como alternativas para el medio fotográfico como solución al confinamiento que se vive actualmente.

Recientemente, dentro de redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok, etc., se encuentra mucha información sobre cómo manejar aplicaciones digitales tanto para el uso de programas de edición o producción de fotografías incluso de una manera creativa, también en muchas ocasiones se ha notado la interacción de estos “tutoriales” “tips” e “ideas” mediante publicidad pagada que inunda las cuentas de los usuarios de internet y que gracias a dicha acción programas y aplicaciones han podido ser usados por todos los usuarios

interesados en utilizarlas. Sin embargo, aún existe un sin número de aplicaciones no conocidas por los usuarios que podrían llegar a ser grandes aplicaciones para el uso digital.

A pesar de esto, es importante tomar en cuenta que existen datos falsos o confusos sobre el uso de software en sistemas Android y Apple que ocasionan que las personas obtengan información incorrecta o distorsionada.

I.A.5. Justificación

Debido a la crisis sanitaria (Covid-19) nace la necesidad de realizar un manual fotográfico que genere alternativas en el área laboral de la fotografía tanto como para los que la ejercen como para modelos facilitando las formas en las que se puede realizar una fotografía profesional, antes de la crisis existía un protocolo el cual se cumplía de manera cronológica en varios aspectos como la realización de un casting, la preproducción, producción y la post producción en espacios físicos específicos.

A partir de esta crisis el trabajo en espacios presenciales sufrió un cambio drástico, ya que se necesita mantener una distancia social moderada mientras dure la pandemia. Por esta razón este manual generará alternativas de trabajo desde el medio domiciliario, por lo cual es necesario dar a conocer herramientas, pasos y operaciones que se deben ejercer para la realización de una producción fotográfica, facilitando así el trabajo digital que se ha visto solicitado en la actualidad.

I.A.6. Antecedentes

I.A.6.a. Antecedentes Internacionales

A finales del año 2019, surgió una noticia a nivel mundial acerca de un virus llamado la Covid-19 originado en la provincia de Wuhan-China en el mes de diciembre su origen era desconocido, pero según científicos su procedencia podría venir de animales salvajes como el murciélago que por cuestiones “culturales” es consumido con regularidad como alimento para los humanos.

Los principales síntomas visibles de este virus son dificultad para respirar, fiebre alta y tos seca, pero se ha evidenciado que a nivel interno genera graves daños en los pulmones de quién lo padece.

La expansión de este virus por Europa fue devastadora, Italia y España fueron los países más afectados donde su sistema de salud colapsó, luego de esto la OMS (Organización Mundial de la Salud) declaró la Covid-19 como pandemia global. Aproximadamente alrededor de dos meses después el virus logró expandirse primero a Estados Unidos para luego extenderse en toda América.

Se considera que este virus es un enemigo invisible del cual aún no se ha encontrado una cura, vacuna o tratamiento y la única lucha y protección es una buena higiene personal como lavarse las manos frecuentemente, llevar un distanciamiento social pertinente de mínimo 2 metros, usar obligatoriamente mascarillas junto con el uso constante de gel y alcohol.



Figura 1: Universidad Johns Hopkins. (Fuente: Latinus.us)

Los médicos luchan cada hora por salvar vidas, mientras que los científicos trabajan contra reloj para encontrar una cura, los contagios en el mundo superan los 20,2 millones de casos y más de 740.000 fallecidos en todo el mundo, España y Europa se preparan para la fase de descenso, mientras que América se prepara para los picos más altos de contagios (El País, 2020, párr. 2).

1.A.6.b. Antecedentes Nacionales

En el Ecuador la situación de la Covid-19 se ha incrementado a diario, en el país se presentó el primer caso de la “paciente cero” el 29 de febrero del 2020. Se trataba de una mujer ecuatoriana de 71 años, que había llegado de España a la ciudad de Guayaquil el 14 de febrero sin presentar síntomas, durante los primeros días de marzo se confirmaron 10 casos más y se ha ido propagando cada día con más rapidez dando como resultado a Guayas, Los Ríos y Pichincha como las provincias con más casos de contagios en el Ecuador, actualmente la cifra de contagiados según el MSP (Ministerio de Salud Pública) (2020) supera los 97.110 casos y se han registrado 5.984

personas fallecidas en lo que va del año.

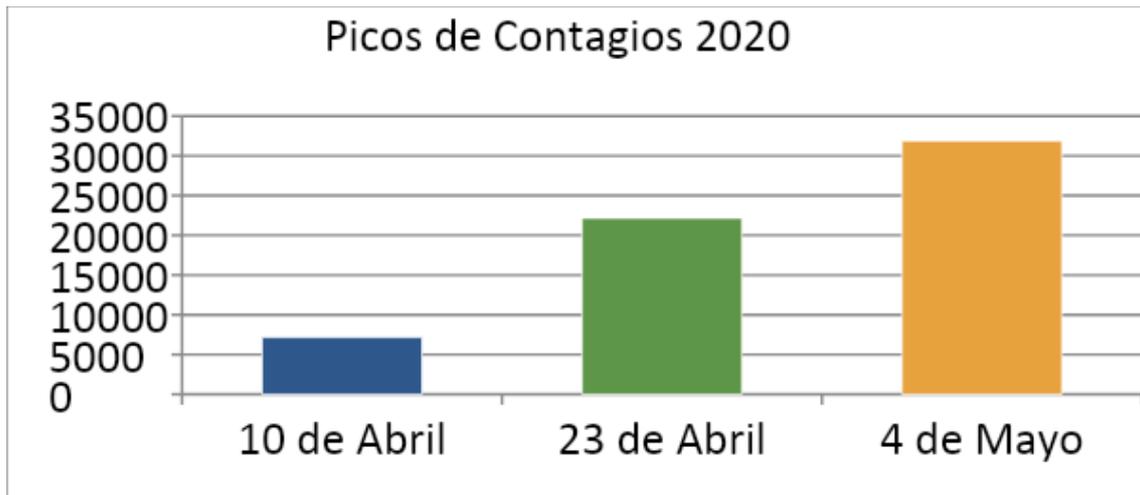


Figura 2: Picos de Contagios en el Ecuador (Camila Cuesta Ávila)

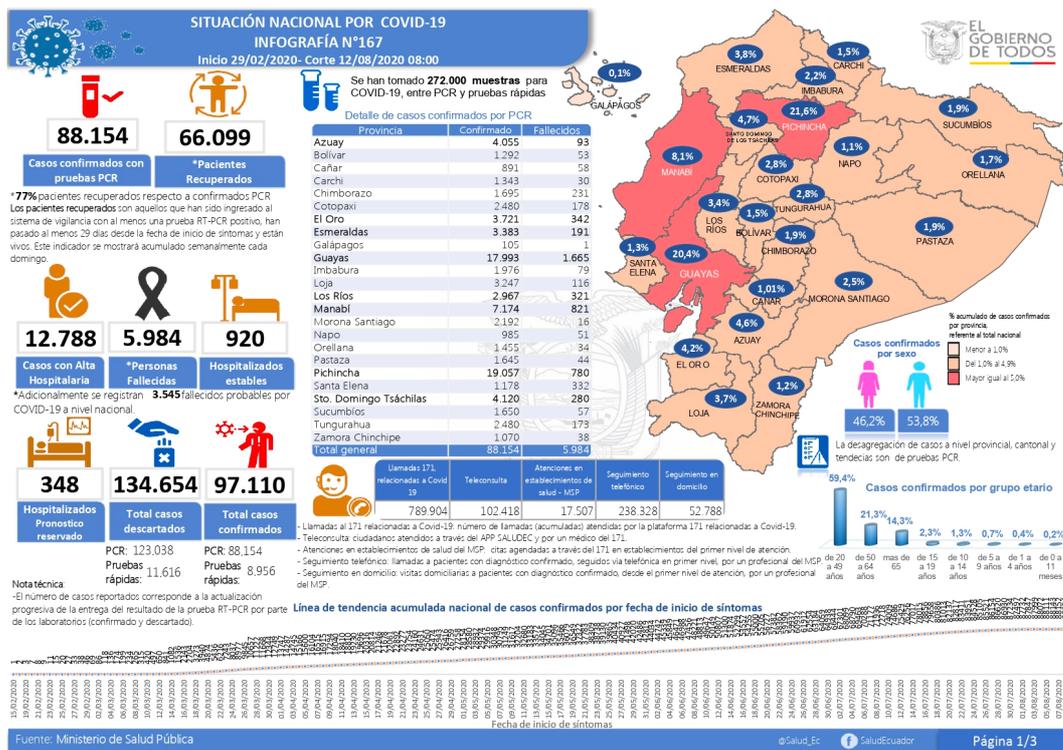


Figura 3: Situación Nacional por Covid-19 (Fuente: Ministerio de Salud Pública)

La investigación proporciona un estudio sobre la nueva jornada laboral que se presenta en el país, debido a la emergencia sanitaria la modalidad de empleo se cambió a modo “no presencial” en la cual los trabajadores cumplen diversas obligaciones desde el hogar o desde cualquier espacio donde cuenten con servicios tecnológicos y de seguridad para cada persona.

Se ha evidenciado un crecimiento en la producción de ciertas organizaciones y se desarrolla la innovación organizacional, en el sector público empresas como (EMECO) Empresa Coordinadora de Empresas Públicas, establece 6 opciones laborales entre ellas el teletrabajo que también se rige para personas que están al cuidado de sus hijos o personas de la tercera edad.

Según el Ministerio de Trabajo las empresas de cada sector cuentan con una plataforma llamada Microsoft Teams que esta adecuada a las disposiciones de cada trabajador, esta plataforma tiene una duración de 6 meses gratis, sin embargo, se puede utilizar cualquier herramienta que pueda conectar a varias personas de una misma empresa (Coba ,2020, párr. 9).

I.A.7. Referentes Visuales

LEE-MILLER

Fotógrafa estadounidense y modelo, durante la Segunda Guerra Mundial trabajó intensamente como fotoperiodista.



Figura 4: Fire Masks (Fuente: vanityfair.com)

RICHARD AVEDON

Es uno de los fotógrafos contemporáneos de moda y de retrato.



Figura 5: Modelo Emma Bolt Trends-Dior (Fuente: anmadame.com)

MARIO TESTINO

Su trabajo varía entre la teatralidad y el minimalismo, entre el arte y la moda, términos que parecen antagónicos pero que se unen irresistiblemente en cada obra.



Figura 6: Kate Moss (Fuente: i2.wp.com)

REYNER ALBA

Fotógrafo ecuatoriano (cuencano) free lancer, realiza retoque digital, publicidad, moda.

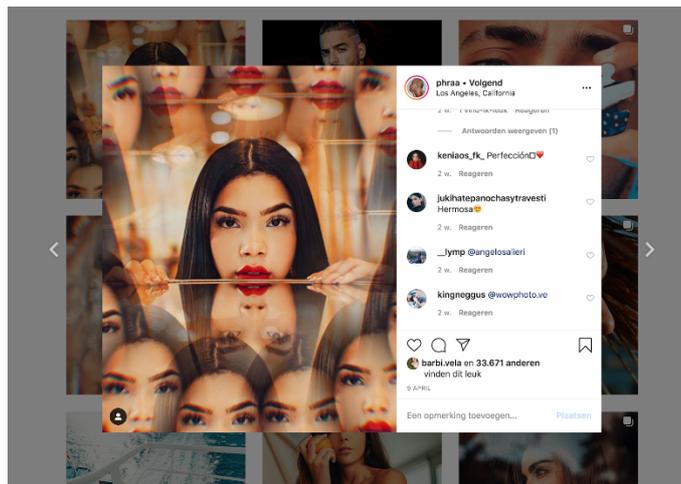


Figura: 6 Keniaos (Instagram: [phraa](https://www.instagram.com/phraa))

FACETIME PHOTOSHOOTING

Instagram que contiene las publicaciones de varios fotógrafos que realizan el [#facetimeshooting](https://www.instagram.com/explore/tags/facetimeshooting)

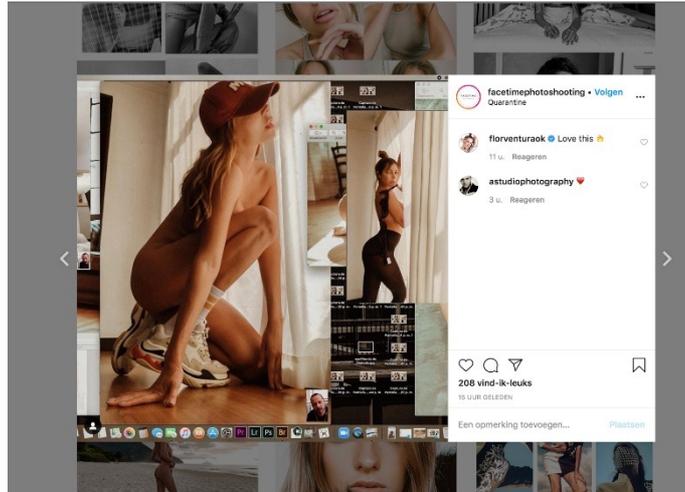


Figura 7: Cristina Camaro (Instagram: facetimephotoshooting)

I.B. Objetivos y Alcance

I.B.1. Objetivo General.

Elaborar un manual fotográfico como herramienta de creación en la industria de la moda en tiempos de (Covid-19).

I.B.2. Objetivos Específicos.

- Producir fotografías como tendencias en redes sociales que impulsan el mercado digital fotográfico.
- Realizar videos IGTV (Instagram) explicando el uso de herramientas cotidianas desde casa.
- Diseñar un manual que explique las alternativas y usos digitales, para una producción fotográfica con la modalidad quédate en casa.
- Crear una plataforma TikTok dando paso a explicaciones sobre fotografía básica para fomentar más desarrollo de actividades visuales.

I.B.2. Alcance

El alcance de este proyecto está dirigido esencialmente al ámbito de fotografía y moda desde casa, a través de la creación de un manual digital con base teórico-práctica que sirva como guía para la realización de una producción virtual fotográfica sin violentar las normas de aislamiento establecidas por la emergencia sanitaria de la (Covid-19).

El principal eje a utilizar será la innovación con el fin de producir contenido fotográfico de calidad utilizando nuevas plataformas digitales que han marcado tendencia en respuesta al aislamiento social.

C.1. Planteamiento Táctico

El conocimiento adquirido y la información presentada será respaldada por el Instituto Metropolitano de Diseño, mientras que los recursos y herramientas necesarias para las producciones fotográficas serán diversas y adaptadas a la situación domiciliaria de cada modelo presente en la producción, utilizando principalmente redes sociales como medio de comunicación entre fotógrafo y modelo, además de la utilización de software de edición tanto a nivel profesional como amateur.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	SEMA NA 1 - 2	SEMA NA 3 - 4	SEMA NA 5 - 6	SEMA NA 7 - 8	SEMA NA 9 - 10	SEMA NA 11 - 12	SEMA NA 13 - 14	SEMA NA 15 - 16
Planificación								
Investigación teórica								
Producciones piloto								
Conclusión de la investigación								
Elaboración del manual								
Presentación final del proyecto de diseño								

Tabla 1: Cronograma de actividades. Autor: Camila Cuesta 2020

II. Desarrollo

II.A. Marco Teórico

II.A.1. Capítulo I. Historia de la fotografía de moda:

La fotografía de moda se encuentra cada vez más en la vida cotidiana dentro de revistas, anuncios, redes sociales, medios de comunicación, etc. La fotografía de moda es un género de la fotografía que se destaca en el ámbito comercial llamando la atención del usuario final de manera potente y creativa.

La historia de la fotografía enfocada en la moda empieza en el año de 1850, donde compartía ciertos parecidos con la fotografía de retrato, sin embargo, lo que marcó una diferencia entre ambas siempre fue la vestimenta que se utilizaba en cada sesión la cual resultaba llamativa y épica para la sociedad.

La evolución de la fotografía de moda se puede clasificar según la tesis realizada por Concha Casajus Quiros (2002) "Historia de la Fotografía de Moda" (Aproximación estética a unas nuevas imágenes), de la siguiente forma:

Orígenes: Uso Comercial (1880 y 1890)

- Pictorialismo.
- Modernismo
- Realismo.
- Surrealismo.
- Años 40.
- Años 50.
- Años 60.
- Años 70.
- Años 80.

La década de los 40 está ligada a esta investigación ya que en dicha época aconteció la Segunda Guerra Mundial, la cual dejó varias pérdidas en diferentes situaciones incluyendo el mundo de la moda, luego de este fuerte golpe para la humanidad la sociedad dejó de priorizar la moda enfocándose en la supervivencia de cada día.



Figura 8: Underwood Archives/Getty Images (harpersbazaar.mx)

Al finalizar la guerra, surgieron dudas por cambiar la vestimenta (look), los cuales se publicaron en la época y fueron capturadas al hacer poses en movimiento dando prioridad a la silueta femenina. Los fotógrafos por excelencia de los años 50 fueron Richard Avedon e Irving Penn (Escalda et al., 2014, párr. 5).

Actualmente la situación se encuentra dentro del mismo contexto previamente revisado, ya que varias industrias de la moda han bajado más del 70% su producción debido a la emergencia sanitaria causada por Covid-19 que presenta el mundo durante este año 2020, siendo la principal prioridad el cuidado y protección personal.

Sin duda la moda cambiará en tendencias futuras, pero a pesar de ello se espera que la industria de la moda revolucione su mercado de una forma segura y llamativa.

II.A.1.a. Moda en el Ecuador:

En el Ecuador la industria de la moda cada vez tiene más progreso, debido a la implementación y crecimiento de varias escuelas e instituciones de diseño que en la actualidad forman emprendedores y productores que realizan materiales necesarios para los diseñadores de moda (Gonzvill, 2015, p.30).

En cuanto a las pasarelas de moda, Ecuador se ha destacado tanto a nivel nacional como internacional exponiendo creaciones de diseñadoras como Adriana Cobo y Jacqueline Moncayo en países como Colombia y Estados Unidos y también han aportado a fundaciones como Reina de Quito, escuelas privadas e institutos (Gonzvill, 2015, párr. 2).

Debido a la situación actual que enfrenta el país muchas de las micro y macro empresas se han visto en la necesidad de parar su producción y cerrar sus instalaciones velando por la salud de sus empleados, sin embargo, muchos diseñadores o simplemente personas con la posibilidad y necesidad de trabajar han optado por crear o vender insumos médicos, alimenticios, de protección, etc.

Se habla de una moda Covid.19 en esta época ya que varias personas están creando diseños llamativos en conjunto con las indumentarias de protección como trajes de bioseguridad, mascarillas, guantes, gafas, etc.

También existe una población que ha cambiado la dirección de su trabajo y lo ha llevado al campo de la venta de protección contra la covid-19 a

sus actividades laborales, como es el caso de Fanny Avila quién menciona lo siguiente:

Mi trabajo antes de la pandemia se enfocaba en la venta de artículos de tecnología, pero desde esta crisis sanitaria me vi obligada a tomar otra opción de venta ya que mi trabajo no era, ni es de sueldo fijo, busqué alternativas de venta al público como artículos de protección personal como guantes, mascarillas, trajes de bioseguridad, gafas de protección, difusores para el ambiente, líquidos de desinfección para el hogar porque hay que buscarse maneras de sobrevivir. (Avila, 2020)

Dentro del mercado ya existen implementos con varios diseños plasmados en mascarillas, trajes de bioseguridad de diferentes colores y poco a poco la moda se va acoplado a la situación actual que se está viviendo.



Figura 9: Ivanova Benavides

II.A.1.b. Moda en tiempos de crisis

Durante el año 1918 y 1920 existió una enfermedad letal considerada como “pandemia” que acabó con la vida de 50 millones de personas en todo el

mundo. Hasta la actualidad se desconoce el origen del virus, pero los científicos coinciden que éste tuvo origen en el condado de Haskell (Kansas).

Durante la primera guerra mundial se bautizó esta enfermedad como “gripe española” y una de sus medidas de precaución durante esta pandemia fue colgar trozos de tela (bufandas blancas) para informar a los habitantes de la zona que en el interior de la vivienda se encontraba un contagiado (S. Moda, 2020, párr. 3).



Figura 10 (Fuente: smoda.elpais.com)

Durante la gripe española las mascarillas quirúrgicas se convirtieron en un accesorio básico usado en todo momento tanto fuera como dentro de casa, la moda de los años treinta y cuarenta surgió en una etapa de inquietud política, gracias a esta tensión las formas de expresión de varios diseñadores salieron a la luz durante emergencia sanitaria de esa época (Luxiders, 2020, párr. 3).

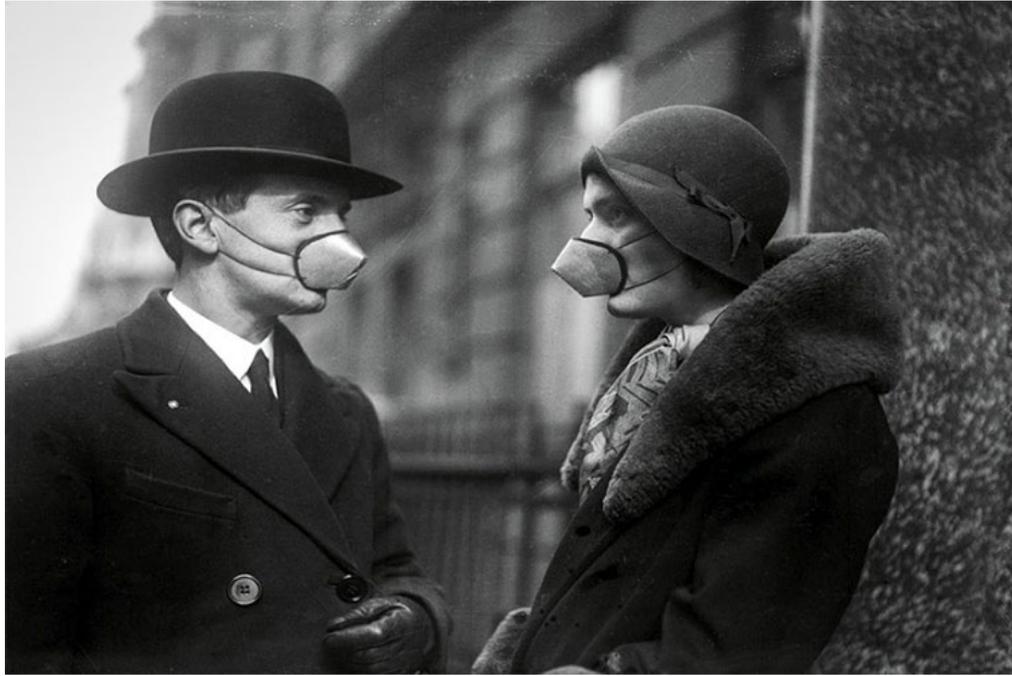


Figura 11: (Fuente:nuevatribuna.es)

Dentro de la historia mundial se han vivido varias pandemias similares como la peste negra, la gripe H1N1, el sarampión, etc., en las cuales todas tenían como eje principal el tomar una protección en cuanto a vestimenta, no obstante, no se ha evidenciado dentro de estas una repercusión en la moda.

En la actualidad enfrentamos nuevamente una pandemia que golpea el mundo actual, la Covid-19 que ha dejado ya miles de fallecidos y muchas industrias con una economía inferior. Sin embargo, a pesar de eso la tecnología se ha apoderado de esta época logrando ofrecer un lugar donde el diseñador puede convertir las redes sociales como un refugio para dar salida a la creatividad y una manera diferente de desarrollar su producto o marca (Luxiders, 2020, párr. 1).

Luego de esta pandemia la moda será modificada en cuanto a la producción de prendas, pasarelas, vestimenta, etc., las prendas tendrán una nueva tecnología en sus telas y existe ya una modalidad de reciclaje en cuanto

a la moda, según Marta Coca (2020, citado en Clarós, 2020) directora de 080 Barcelona Fashion: “Acelerará la irrupción de la sostenibilidad y la tecnología en la moda, y sobre todo el consumo responsable: menos prendas, pero de calidad y diseño”.

II.B.1. Capítulo II: Redes sociales

En cuanto a las redes sociales gracias a que son estructuras que se formaron en internet por varias personas u organizaciones, se crean relaciones entre la sociedad sin distinción de clase social.

Sin embargo, la propagación de la pandemia en el mundo ha cambiado drásticamente la cotidianidad y rutina diaria, generando un aprendizaje para manejar adecuadamente todo el tiempo de aislamiento que llevan las personas en casa.

La plataforma Hootsuite es líder en manejar estadísticas en redes sociales y ha mostrado en sus resultados algunos números estadísticos durante este tiempo, estas son las principales conclusiones:

- El consumo de noticias en directo es lo que más se ha incrementado en un 43%.
- Los usuarios señalan que dedican su tiempo un 42% más a ver películas y series.
- Leer las noticias en internet ha aumentado un 40%, mientras que por el contrario leer las noticias en prensa ha disminuido un 32%.
- Mandar mensajes de texto, chatear y usar mensajería instantánea ha aumentado un 34%.

- El contenido en vídeo y el uso de redes sociales se ha incrementado un 33% durante la crisis del coronavirus.
- Los usuarios se dedican a leer por interés personal y a jugar a videojuegos un 27% y un 22% más respectivamente.
- El comprar por internet en los supermercados ha aumentado un 23% durante este período.
- El tiempo invertido en las actividades laborales ha disminuido un 34%.

(Cooper, 2020).

Las aplicaciones de videollamada, mensajería rápida y entretenimiento son algunas apps de gran importancia actualmente en los usuarios donde la socialización ahora es explotada en su máxima expresión a pesar de la dinámica de comunicación y convivencia que se haya transformado (Dir&ge, 2020, párr. 3).

Por otro lado, existen varias aplicaciones que se usan más que otras, sin embargo, Instagram, Facebook, Snapchat, Twitter y una nueva aplicación en tendencia llamada TikTok se encuentran en el top 10 de esta lista.

Según Cooper (2020), Instagram cuenta con más de mil millones de usuarios activos cada mes, las estadísticas de género de las personas que utilizan la app constantemente indican que el 50.9% son mujeres y el 49.1% son hombres, de esta población el 35% se encuentran entre las edades de 25 y 34 años y en esta aplicación los videos generan más interacción que las fotografías publicadas, también se encontró que los usuarios utilizan esta aplicación alrededor de 6 y 35 minutos.

En cambio, Facebook cuenta con 2.5 millones de usuarios mensuales, la interacción de personas que pueden ser alcanzadas en esta app son 44% mujeres y 56% hombres, Facebook se considera el tercer sitio más visitado en el mundo, el tiempo de utilización de esta aplicación es aproximadamente 11 minutos con 26 segundos cada que utilizan la plataforma, el 32% de usuarios se encuentra entre los 25 y 34 años y solo el 79% ingresa a la aplicación desde un dispositivo móvil, únicamente el 1.9% lo hace desde su computadora (Cooper, 2020).

Snapchat, reporta 218 millones de usuarios activos diarios siendo el 61% mujeres y el 38% hombres, el mercado más grande para esta plataforma se encuentra en Estados Unidos seguido de India, Francia y Reino Unido, los usuarios utilizan esta app 30 minutos al día, esta aplicación es muy llamativa gracias a la realidad aumentada con la cual el usuario puede interactuar (filtros de Snapchat) (Cooper, 2020).

Mientras que el 20.4% de la población que utiliza Twitter se encuentra en Estados Unidos, el 29% de usuarios se encuentran entre los 25 y 34 años, 62% son hombres, y el 38% restante son mujeres, los usuarios comparten tiempo en esta app 10 minutos con 22 segundos cada que visitan la plataforma (Cooper, 2020).

Finalmente, en septiembre del 2016 se creó una aplicación llamada TikTok originada en China, su principal uso es compartir videos musicales pequeños con el fin de promocionar la industria de la música, sin embargo, conforme ha pasado el tiempo ésta “nueva” aplicación revolucionó no solo en el ámbito musical sino también en el mundo comercial ya que cada usuario podía

promocionar o promocionarse de una manera creativa una marca personal o física.

Es una plataforma de creación al 100% con 800 millones de usuarios activos al mes, se encuentra entre las aplicaciones más descargadas desde el primer trimestre del 2019, el 60% de usuarios se encuentran en China y el 69% están entre los 13 y 24 años (Cooper, 2020).

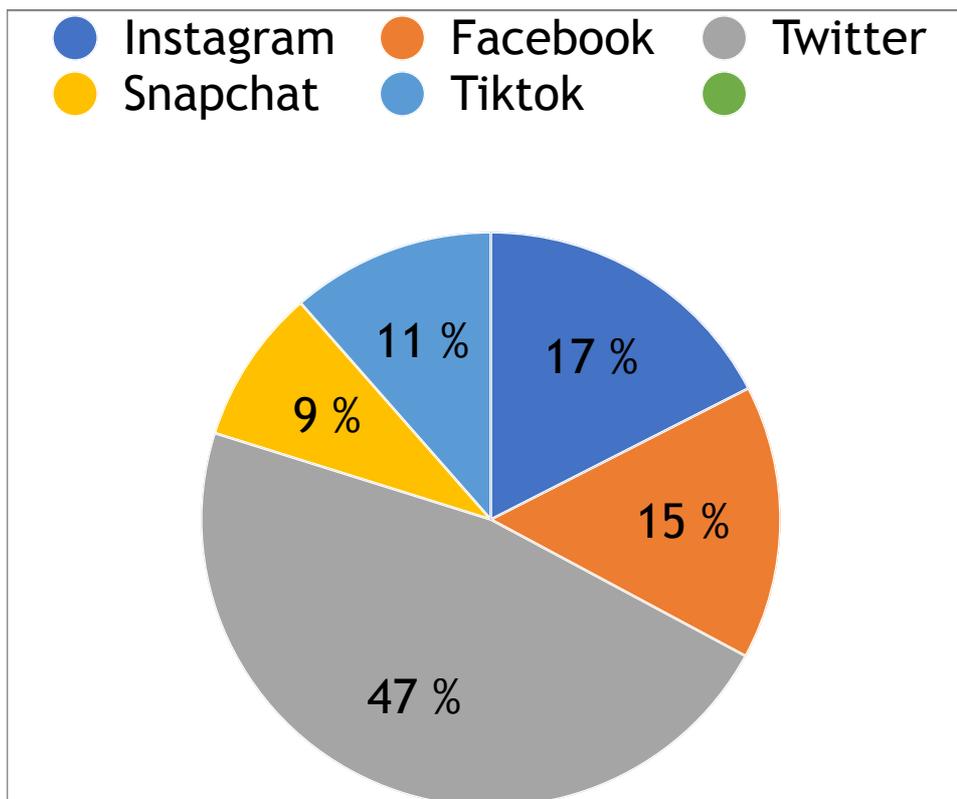


Figura12: Tiempo de uso diario en la aplicación (Fuente: Camila Cuesta Ávila)

III.C.1. Capítulo. III: FOTOGRAFÍA MÓVIL

Actualmente el uso del móvil se convertido en una de las herramientas más utilizadas debido a la crisis sanitaria (Covid-19), ya que se ha cambiado la

demanda laboral la cual hoy por hoy es ejercida desde casa teniendo un uso constante de redes sociales, video conferencias, publicidad de marcas, creador de contenidos, etc.

Por otro lado, la fotografía móvil se ha incrementado generando un uso constante de aplicaciones de edición fotográfica, cambiando así la calidad de imagen presentada en el contenido personal de cada usuario, las aplicaciones más utilizadas en cualquier móvil son las siguientes:

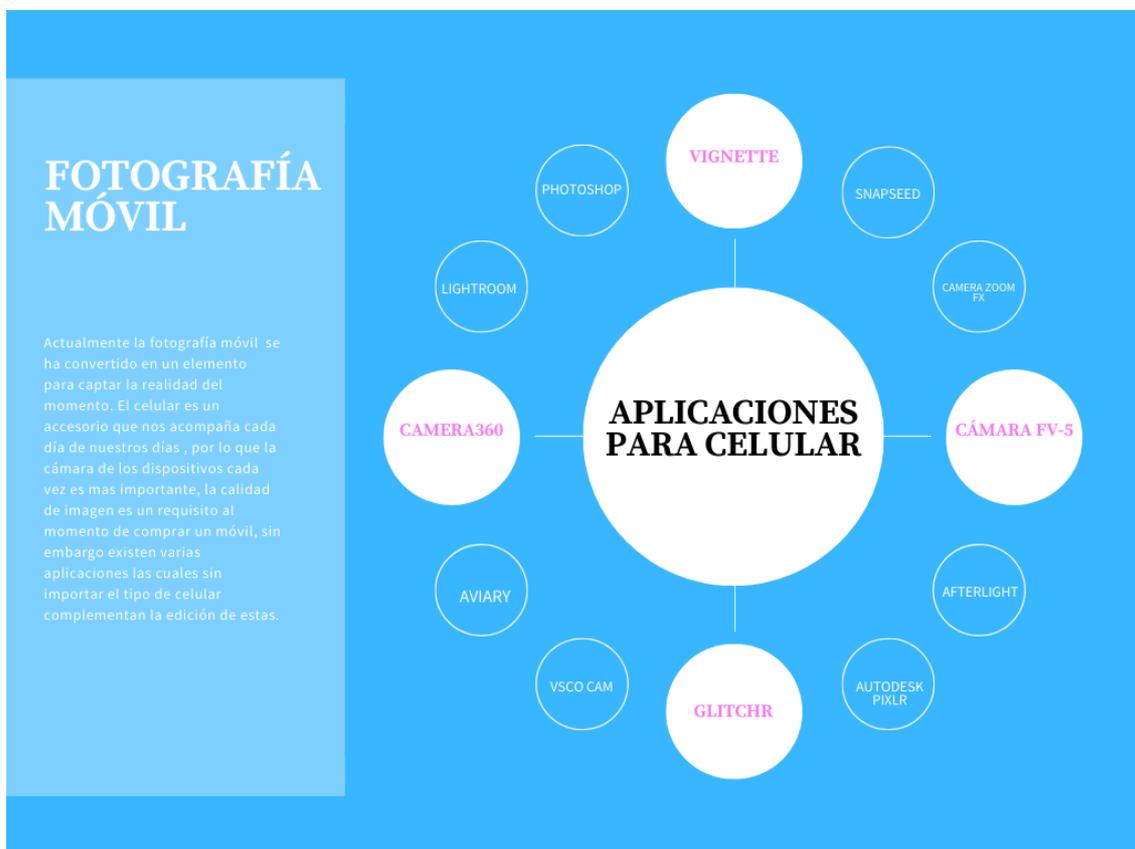


Figura13: Aplicaciones para edición de fotos en celular (Fuente: Camila Cuesta Avila)

Las aplicaciones detalladas anteriormente dependerán siempre del sistema operativo que tenga como preferencia cada usuario sin embargo existen aplicaciones que son netamente propias de cada sistema. Se puede

encontrar una varia gama de aplicaciones que cumplen con la misma finalidad acoplándose a cada persona de acuerdo a su conveniencia.



Figura14: Sistemas Operativos Móviles (Fuente: Camila Cuesta Avila)

En base a la producción fotográfica laboral, su reinención ha sido necesaria para facilitar la creación de contenido fotográfico a pesar de los impedimentos que se han presentado durante la situación actual (Covid-19).

Se ha analizado opciones de herramientas de videollamada utilizadas actualmente con la finalidad de realizar producciones desde casa permitiendo así el contacto entre fotógrafo-modelo de manera segura a través de la pantalla.

Debido a la amplia cantidad de aplicaciones existentes en cada tienda oficial de cada sistema operativo, se han realizado pruebas piloto para determinar cuáles aplicaciones sirven para cumplir con el objetivo planteado, de las cuales se eligieron como mejores opciones las siguientes:

Figura15: Aplicaciones para video llamada (Fuente: Camila Cuesta Ávila)



IV.D.1. Capítulo. IV: Producción Fotográfica

Existen varios procedimientos necesarios para realizar una producción fotográfica los cuales son: Preproducción, producción y post producción.

Dentro de la preproducción se requiere de un documento llamado “carpeta de preproducción” que contendrá la información necesaria que servirá como pauta para la estructura del trabajo a realizarse en cualquier ámbito fotográfico profesional.



Figura16: Carpeta de Pre producción (Fuente: Camila Cuesta Ávila)

Carpeta de Preproducción

Este documento es una guía para organizar y facilitar la producción a realizarse, estableciendo cada paso y aspecto según el tipo de proyecto. Para empezar, se toma en cuenta lo siguiente:

1. Introducción al proyecto

1.1. Tema

1.2. Título

1.3. Objetivo

1.4. Equipo Humano

1.5. Referentes Visuales

1.6. Concepto

1.7. Paleta de color

1.8. Escenario

1.9. Arte

1.10. Iluminación

Producción

En esta nueva forma de producción fotográfica virtual se detalla con la persona a fotografiar cuales son los pasos a seguir, para esto el shooting plan definirá el tiempo de cada producción, se tomarán referencias visuales investigadas en la primera parte.

Por otro lado, esta etapa de producción también servirá para establecer diálogos e interacciones con el/la cliente para llegar a acuerdos sobre los materiales y vestimenta necesarios para ejecutarse en las sesiones fotográficas.

Post producción

La selección de las fotografías es esencial al momento de la edición ya que se crea una crítica personal en la cual se escoge la imagen con mayor impacto visual, para posteriormente en los programas de edición en este caso Adobe Photoshop empezar a corregir luz, sombras, colores, montaje si es requerido según la necesidad del cliente y como resultado obtener un producto sólido de manera profesional.

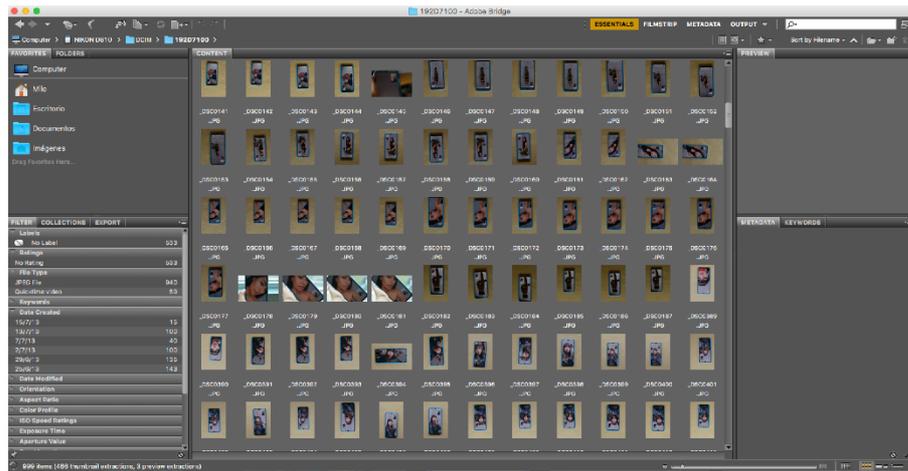


Figura 17. Selección de fotografías

Captura de pantalla propia

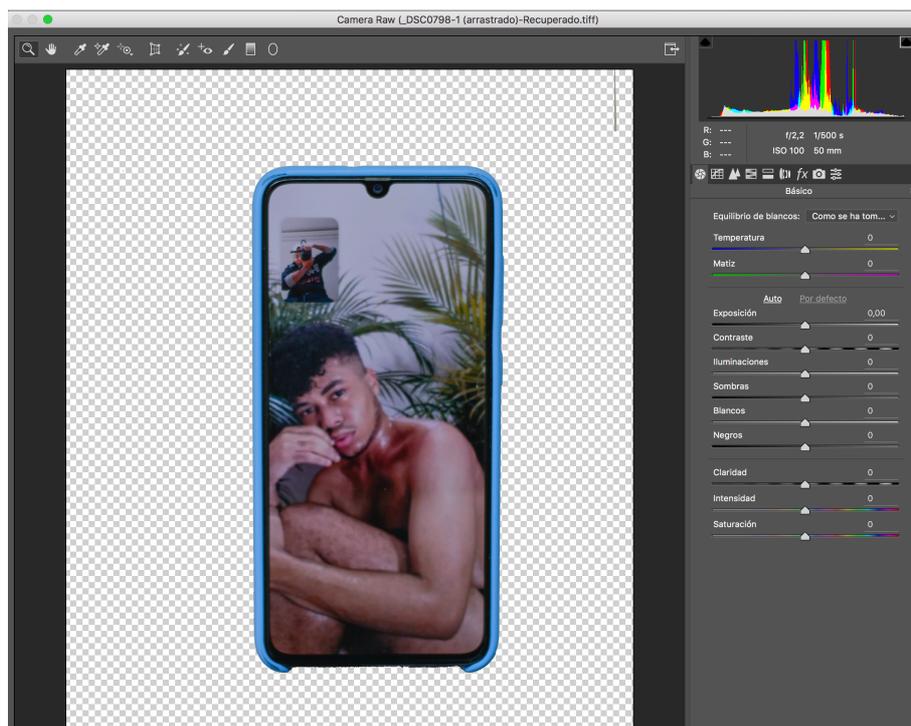


Figura 18. Edición de fotografías

Captura de pantalla propia

V. Cierre

V.A. Conclusiones

- La fotografía es una forma de expresión personal y artística que cuenta con miles de maneras de creación y edición que permiten plasmar un toque personal distinguido en cada fotografía realizada.
- Tanto en la fotografía como en el mundo actual existen diversas maneras de adaptación que permiten desarrollar diferentes alternativas de innovación y crecimiento tanto en el área laboral como personal, a pesar de los cambios que pueden surgir.
- La flexibilidad del fotógrafo es muy importante ya que de esta dependerá el éxito para poder adaptarse a los nuevos retos y experiencias en cuanto a reinversiones en producciones fotográficas ya sean de manera virtual o presencial.

V.B. Recomendaciones

- Se sugiere contar con una buena conexión de internet, ya que esto permitirá obtener una mejor resolución en las fotografías al momento de realizar las producciones.
- Se recomienda trabajar de preferencia en un horario matutino, ya que esto favorecerá en la luz, sin embargo, en caso de utilizarse espacios cerrados, es necesario contar con una buena iluminación.
- Se considera necesaria la utilización de la indumentaria del fotógrafo en tonos opacos, de preferencia negro para evitar reflejos en el celular y distracciones focales en la fotografía.

- Se recomienda mantener los pasos de la preproducción a pesar de que la sesión sea de manera virtual, respetando los tiempos y acuerdos establecidos entre fotógrafo y modelo/cliente.

REFERENCIAS

- Ajila, V. H. (2020). Las relaciones laborales en tiempos de COVID-19. *Opción* S. <https://opcions.ec/portal/2020/04/09/las-relaciones-laborales-en-tiempos-de-covid-19/>
- Casajus Quirós, M. C. (2002). *Historia de la fotografía de moda: (aproximación estética a unas nuevas imágenes)* [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. E-Prints Complutense.
- Clarós, I. (2020). Marta Coca y Ángel Vilda reflexionan sobre el futuro de la industria. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/gente/20200406/48327198996/futuro-moda-marta-coca-angel-vilda-coronavirus-pasarelas-tendencia-solidaridad.html>
- Escaida, L., Herwitte, R., Jerez, C. y Marambio, T. (2014). Historia e influencia de la fotografía de moda. *Fototendencia*. <https://fototendencia.wordpress.com/2014/05/15/reportaje-foto-moda-grupal/>
- Gonzvill, K. (2015). *La industria de la moda crece en Ecuador*. Industria Ecuador. <https://industriaecuador.wordpress.com/author/karengonzvill/>
- Cooper, P. (20 de abril de 2020). 140 estadísticas de redes sociales que son importantes para los mercadólogos en 2020. *Hootsuite*. <https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redes-sociales/>
- Infobae. (2020, 19 de abril). *Cómo fue la exclusiva home session que realizó Ricky Sarkany con una modelo y un fotógrafo cada uno desde su casa*. *Infobae: Tendencias*. <https://www.infobae.com/tendencias/2020/04/19/como-fue-la-exclusiva-home-session-que-realizo-ricky-sarkany-con-una-modelo-y-un-fotografo-cada-uno-desde-su-casa/>

- InfoRetail. (2020, 13 de abril). El impacto del Covid-19 en la moda: Pone en riesgo un tercio del empleo y hasta el 40% de sus ingresos. *InfoRetail: Noticias*. <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/el-impacto-del-covid-19-en-la-moda/ea1d13d2c7925a37bd088ca195cfd43>
- Leblanc, S. (s.f). *Lo que debes saber sobre qué es la fotografía de moda y sus inicios*. Mott. Consultado el 24 de julio de 2020. <https://mott.pe/noticias/fotografia-de-moda-y-todo-lo-que-debes-saber-acerca-de-este-arte/>
- Ministerio de Salud Pública. (2020). *El MSP informa: Situación coronavirus Covid-19 (11-08-2020)*. <https://www.salud.gob.ec/el-ministerio-de-salud-publica-del-ecuador-msp-informa-situacion-coronavirus/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (s.f.). *El Teletrabajo en Ecuador aumenta gracias al trabajo de los sectores público y privado*. Consultado el 23 de Julio de 2020. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-teletrabajo-en-ecuador-aumenta-gracias-al-trabajo-de-los-sectores-publico-y-privado/>
- S Moda. (2020, 29 de abril). Cómo la bufanda salvó vidas en la gripe de 1918. *El País*. <https://smoda.elpais.com/moda/actualidad/historia-bufanda/>
- Sierra, S. (2020, 1 de mayo). Fotógrafos, con riesgos ante Covid-19 y pocas opciones laborales. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/artes-visuales/fotografos-con-riesgos-ante-covid-19-y-pocas-opciones-laborales>
- Sowerbutts, C. (2020). ¿Cómo afectará el Covid-19 a las tendencias de moda futuras? *Luxiders*. <https://luxiders.com/es/covid-19-tendencias-moda/>
- Uriarte, J. M. (2020, 13 de mayo). *Historia de la Fotografía*. Caracteristicas.co. <https://www.caracteristicas.co/historia-de-la-fotografia/>.

Anexos

Anexo 1

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

En Quito, 2020/2021

Por parte de Camila Cuesta Avila, con C.I. n.º: 1724879471 y domiciliado en al norte de Quito, en adelante el productor visual, y por la otra parte

_____ con C.N.I. n.º: _____ y domiciliado en _____ en adelante el entrevistado. Ambas

partes mayores de edad y plenamente capaces, han convenido el siguiente contrato:

PRIMERO: El productor realizará un proyecto titulado “**MANUAL DE FOTOGRAFÍA DE MODA EN TIEMPOS DE COVID-19**”. En dicho documental se mostrará la imagen personal del entrevistado.

SEGUNDO: Por el presente instrumento el entrevistado autoriza al productor visual, así como a todas aquellas terceras personas físicas o jurídicas a las que el productor pueda ceder los derechos de explotación sobre su obra visual, o parte de las mismas, a que indistintamente puedan utilizar todos los registros visuales, o partes de los mismos en las que el entrevistado aparezca con su imagen propia.

TERCERO: Esta autorización no tiene ámbito geográfico determinado por lo que el productor visual y otras personas físicas o jurídicas a las que este pueda ceder los derechos de explotación sobre la obra visual, o partes de las mismas, en las que intervenga el entrevistado, podrán utilizar esas obras, o partes de las mismas, en todos los países del mundo sin limitación geográfica de ninguna clase.

CUARTO: La autorización se refiere a la totalidad de usos que puedan tener la obra visual, o partes de la misma, en las que aparece el entrevistado, utilizando los medios técnicos conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, y para cualquier aplicación.

QUINTO: La autorización no tiene límite de tiempo para su concesión ni para la explotación de la obra visual, o parte de las mismas, en las que aparece el entrevistado, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo ilimitado.

Firma modelo

CI

Firma del productor

CI

Anexo 2



Anexo 2. Edición final