



Universidad Tecnológica de la Mixteca

“Propuesta de fotografía de producto para la preproducción de un lookbook digital.”

Tesis

Para obtener el grado de
Maestría en Diseño de Modas

Presenta:

M.A. Annemie Santibáñez Hoffmann

Director de Tesis:

Dr. Miguel Alberto Domínguez Gurría

Huajuapán de León Oax. mayo 2026

Dedicatoria

A mi esposo,

Gracias por tu amor incondicional, por tu paciencia y por sostenerme incluso en mis momentos más frágiles. Gracias por creer en mí cuando yo misma no podía, por impulsarme a levantarme cada vez que dudé y por recordarme constantemente de lo que soy capaz. Has sido mi fuerza, mi apoyo y mi tranquilidad en este camino. Tu confianza en mí ha sido más grande que mis propios miedos. Te amo, y sé con certeza que sin ti nada de esto habría sido posible. Este logro es tan tuyo como mío.

A mis hijas,

Ustedes son mi mayor inspiración y la razón más profunda de cada uno de mis esfuerzos. Todo lo que hago tiene sentido por ustedes y para ustedes. Gracias por ser mi motor, por darme fuerza incluso sin saberlo y por recordarme todos los días lo que realmente importa. Este logro es también para ustedes, como ejemplo de que los sueños se alcanzan con amor, constancia y valentía.

In memoriam

A mi papá,

Tu amor sigue viviendo en mí en cada paso que doy. Aunque ya no estás aquí, tu presencia se mantiene en todo lo que soy y en todo lo que he logrado. Este trabajo es un homenaje a ti.

Agradecimientos

A mi mamá, a mi abuela y a mi tía Magui, por ser un pilar fundamental en mi vida, por su amor incondicional, su apoyo constante y por guiarme en cada etapa de mi camino. Gracias por creer en mí, por sus consejos, su fortaleza y por estar siempre presentes en los momentos más importantes. Este logro no sería posible sin ustedes; es también reflejo de todo el amor, las enseñanzas y el impulso que me han brindado a lo largo de mi vida.

A Don Vicente Osorio,

Por su confianza, por permitirme trabajar con su talento y por representar con orgullo la riqueza artesanal que inspira este proyecto.

A los miembros de mi comité, Doc. Miguel A. Domínguez Gurría, Doc. Eduardo Sánchez Soto, Doc. Aníbal Arias Aguilar, Doc. Carlos Peral Cisneros y Mtro. Perseo Rosales Reyes. Por su guía y acompañamiento durante este proceso académico. Sus aportaciones han sido fundamentales para el desarrollo y fortalecimiento de esta investigación.

A todas las personas que formaron parte de este proceso, gracias por cada apoyo, consejo y contribución que hizo posible la realización de este proyecto.

Resumen

Este trabajo de tesis presenta una propuesta de fotografía de producto aplicada a los huaraches de correa blanca elaborados por el artesano Vicente Osorio, con el fin de fortalecer su comunicación visual y generar un material de calidad para la preproducción de un lookbook digital. La investigación se desarrolló mediante un proceso metodológico dividido en fases: conceptual, creativa, de producción, postproducción y evaluación.

A través de entrevistas, sesiones fotográficas en escenarios controlados y contextuales, edición digital y pruebas en plataformas sociales, se construyó un lenguaje visual que responde tanto a las exigencias del mercado actual como a la necesidad de preservar la memoria cultural. La validación por medio de un focus group de expertos confirmó la pertinencia de la propuesta, destacando su capacidad para transmitir autenticidad y mejorar la percepción estética de los productos.

En conclusión, la propuesta contribuye a visibilizar el trabajo artesanal, ofreciendo herramientas para su promoción y asegurando que los huaraches continúen siendo reconocidos como parte esencial de la identidad mixteca.

Abstract

This thesis presents a product photography proposal focused on the *huaraches de correa blanca* handcrafted by artisan Vicente Osorio, with the purpose of strengthening their visual communication and generating high-quality material for the pre-production of a digital lookbook. The research was developed through a methodological process divided into conceptual, creative, production, post-production, and evaluation phases.

Through interviews, photographic sessions in both controlled and contextual settings, digital editing, and testing on social media platforms, a visual language was created that responds to current market demands while preserving cultural memory. Validation through a focus group of experts confirmed the relevance of the proposal,

highlighting its ability to convey authenticity and enhance the aesthetic perception of the products.

In conclusion, the proposal contributes to the visibility of traditional craftsmanship, providing tools for its promotion and ensuring that these *huaraches* continue to be recognized as an essential part of Mixtec identity.

Contenido

CAPÍTULO 1	11
1.1 Introducción	11
1.2 Antecedentes	13
1.3 Planteamiento del problema	20
1.4 Justificación	21
1.5 Hipótesis	22
1.6 Objetivo General	22
1.6.1 Objetivos Específicos	22
1.7 Metas	22
1.8 Limitaciones	23
1.9 Metodología	23
1.9.1 Fase conceptual	24
1.9.2 Fase Creativa	25
1.9.3 Fase de Producción	25
1.9.4 Fase de Post producción	26
1.9.5 Fase de Evaluación	26
CAPÍTULO 2	27
Marco Teórico	27
2.1 Fotografía	27
2.2 Fotografía Publicitaria	29
2.3 Fotografía de moda.	31
2.4 Fotografía de producto	32
2.5 Composición fotográfica	34
2.6 Estilo Fotográfico	37
2.7 Iluminación	39
2.8 Parámetros Fotográficos	41
2.9 Post producción	43
2.10 Retoque Fotográfico	44
2.11 Mensaje, signo, significado y significante.	45
2.12 Lookbook	46
2.13 Moodboard	48
CAPÍTULO 3	49
Fase creativa	49
3.1 Moodboard	49

3.2 Composición Fotográfica	52
3.3 Selección de escenarios	55
3.4 Pruebas Fotográficas.....	58
CAPÍTULO 4.....	67
Fase de Producción	67
4.1 Sesión en estudio fotográfico de la UTM.....	67
4.2 Sesión fotográfica en el taller del Artesano Vicente Osorio.....	73
4.2.1 Parámetros técnicos	73
4.2.2 Preparación del entorno	74
4.3 Sesión fotográfica en Casa Huaxuapa	77
4.3.1 Parámetros técnicos	78
4.3.2 Iluminación	78
4.3.3 Configuración del equipo	78
4.3.4 Enfoque	79
4.4 Fotografías de la sesión.....	80
4.5 Selección de Fotografías	82
4.6 Selección de fotografías	83
4.7 Fase de Postproducción	95
4.7.1 Fotografías Editadas	96
4.8 Pruebas de visualización en plataformas digitales	110
4.8.1 Facebook©	111
4.8.2 Instagram©	112
4.8.3 Tiktok©	114
4.8.4 X Corp (Twitter)©	115
CAPÍTULO 5	119
Evaluación.....	119
5.1 Resultados del Focus Group	121
5.2 Resumen cualitativo por participante	122
5.3 Conclusiones	125
Referencias	127
Anexos	131
a) Encuestas.....	131
b) Entrevistas	134
c) Curriculum Vitae de los participantes en el focus group	142
d) Encuestas focus group.....	144
e) Fotos del Focus group.....	159

CAPÍTULO 1

1.1 Introducción

La integración de la moda y el diseño en el entorno digital ha transformado la naturaleza de estas disciplinas. Internet ya no es solo un canal de difusión, sino un lienzo donde se reinterpretan conceptos. Martín Prada (2018) analiza esta evolución destacando cómo la red ha cambiado nuestra forma de crear y consumir imágenes, convirtiéndose en una herramienta que define cómo entendemos hoy el diseño.

En el caso de la fotografía, el internet se utiliza como herramienta de arte digital y, a cambio, ha creado nuevas formas de comunicación entre creadores y usuarios. Esta influencia hace pensar en cómo se observa la moda y el diseño en nuevos canales, como sitios web, redes sociales y otras tecnologías TIC (Tecnologías de la información y comunicación).

La fotografía de moda existe desde los inicios de la fotografía y tiene como función presentar productos con fines de marketing (Jobling, 1999). Sin embargo, su metodología y alcance teórico son limitados. Muchas publicaciones impresas en la década de los 90's provienen de estudios relacionados con los museos, centrándose en monografías de sus creadores (Shinkle, 2017). Actualmente, las imágenes se publican directamente en diversos medios digitales TIC's haciendo accesible la información y adaptando las redes de influencia entre el mercado de la moda y el consumidor.

La elaboración de catálogos y *lookbooks* del sector de la moda, dirigidos a consumidores y profesionales respectivamente, tuvo que adaptarse a estos cambios, transformando sus formatos impresos a digitales. La conceptualización post internet ha vuelto permeables a creadores de arte y fotógrafos para pensar y cuestionar las mismas formas desde un mismo flujo digital (Bolter, 2019).

La fotografía contemporánea ha expandido sus límites, desafiando convenciones publicitarias mediante el abandono de la regla de los tercios, el uso de enfoques abstractos y la exploración de espacios de exhibición alternativos a la galería tradicional. No obstante, para los fines de esta investigación, se optará por una metodología técnica tradicional. Esta decisión responde a la necesidad de preservar la fidelidad documental y la carga identitaria de los huaraches del jarabe mixteco, donde la claridad visual y el respeto a la composición clásica permiten una mejor puesta en valor de su manufactura y simbolismo regional. Por lo anterior, este trabajo de tesis tiene como finalidad la propuesta de fotografía de producto para la preproducción de un *lookbook* digital para beneficio de la actividad artesanal de Vicente Osorio Molina, considerado el último huarachero de la región mixteca, reconocimiento entregado por el Presidente Municipal Mtro. Luis de León Martínez Sánchez el 8 de julio de 2024. La Jefatura de Culturas Populares y FONART también avalan esta mención ya que el artesano trabaja la talabartería desde hace 53 años, siendo su principal producto los huaraches de correa blanca del jarabe mixteco. Dichos huaraches representan a Huajuapán de León, Oaxaca en la Guelaguetza año con año; son hechos de manera personalizada por el experto. A pesar de estos reconocimientos, en la entrevista realizada a Don Vicente comentó que no cuenta con una herramienta visual que permita mostrar su trabajo con base en las tendencias actuales de comunicación de manera profesional. Por lo tanto, la fotografía de producto como herramienta de comunicación le permitirá con base en las directrices digitales mostrar su producto dejando huella de su trabajo para las próximas generaciones.

1.2 Antecedentes

Según la ley de Fomento a las actividades artesanales del Estado de Oaxaca (2023), en el art. 5 Apartado II, se menciona que artesanía es: obras y/o productos terminados y elaborados con herramientas, técnicas y procesos ancestrales que tiene por objeto imprimir características, culturales, históricas, folclóricas, estéticas o utilitarias, originarias de una región determinada.

En el artículo 16 se menciona que, en el cumplimiento del objeto de esta Ley, se consideran como ramas de la producción artesanal las siguientes: i. Alfarería; II. Cestería; III. Alebrijes; IV. Textiles; V. Orfebrería; VI. Joyería; VII. Laca; VIII. Talla en madera; IX. Talabartería; X. Juguetería artesanal; XI. Jarcería; XII. Pirograbado; XIII. Mezcal.

La artesanía en la región Mixteca es una expresión de identidad cultural y de la relación entre las personas y el medio ambiente. Técnicas artesanales como la elaboración del huarache son una conexión de las comunidades locales con la tierra y la naturaleza que las rodea. Cada huarache elaborado representa parte de la historia y cultura transmitida de generación en generación, y esta continuidad cultural es lo que hace que la artesanía sea tan valiosa (Báez, 2015).

En entrevista con el Lic. Guillermo Cirigo Villagómez (Ver imagen 1), jefe de la Unidad Regional Huajuapán de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas (2023) del Gobierno del estado de Oaxaca, mencionó que “el trabajo de Vicente Osorio es relevante debido a la persistencia, continuidad y al permitir que la expresión artística siga viva, además que es referirse al último huarachero de Huajuapán”. Siendo una responsabilidad y preocupación por el artesano que sabe que su legado puede acabarse, por lo que es importante apoyarlo en la medida de lo posible.

IMAGEN 1.

ENTREVISTA CON EL LIC. GUILLERMO CIRIGO V.



El Fondo Nacional de las Artesanías en México (FONART, 2023), explica en su matriz artesanal, que no todo lo que se hace a mano es artesanía, sin embargo, en el caso de Vicente Osorio se pueden reconocer sus huaraches como artesanías debido a que cumple con las características indispensables: es una tradición y conocimiento heredado de padres a hijos, es una actividad ancestral, la materia prima es producida y procesada en el lugar y comunitario. Se hizo énfasis en este último aspecto ya que aún cuando solo hay un solo artesano, se toma en cuenta que anteriormente hubo una comunidad artesanal de talabarteros en Huajuapán conocidos como “Los Chirundos”.

El Lic. Oziel Ledezma Rivera (ver imagen 2), Integrante la de Comisión Comunitaria y actual presidente de la Academia del Jarabe Mixteco Ñuu Savi, considera que el Jarabe Mixteco es un símbolo de la identidad cultural, por lo que reconoce el gran trabajo de la Familia Osorio, quienes se han dedicado a la creación de los huaraches de correa blanca, utilizados no solo para bailar el Jarabe Mixteco sino también para labores del campo. “Es importante revalorar que es un oficio que viene trabajando su familia desde que tengo muchos años atrás y como Vicente Osorio Molina es el único que ha permitido que continúe la tradición, intentando transmitir sus conocimientos a las nuevas generaciones sin éxito hasta hoy”.

“No podemos pensar en la indumentaria del Jarabe Mixteco sin estos huaraches tan especiales por todo lo que representan. Las autoridades deben voltear a ver esta labor de Osorio, porque el huarache debe ser parte de la identidad no sólo local sino Nacional” (Ledezma, 2024).

IMAGEN 2.

ENTREVISTA CON EL LIC. OZZIEL LEDEZMA R.



El Cronista Municipal, Santiago Barragán Zamora (ver imagen 3) hace referencia a la importancia del trabajo de Vicente Osorio ya que ha conservado una tradición que le fue heredada por sus ancestros, la cual no ha querido perder (ver figura 3). “Es un honor, un orgullo que una persona conserve lo que le dejaron sus padres y sus abuelos; y es por eso que su amor a este trabajo lo hace merecedor de un homenaje. Además, hay que reconocer que toda la indumentaria del Jarabe Mixteco ha sufrido cambios con el paso del tiempo a excepción de los huaraches de correa blanca” (Barragán, 2024).

La Unidad Regional Huajuapán de Culturas Populares ha financiado e impartido algunos cursos de fotografía para artesanos. Esto les permite obtener imágenes de sus productos y posteriormente utilizarlas en sus redes sociales como herramienta de comercialización y promoción de su trabajo e historia. De este modo, la fotografía se convierte en un puente entre la tradición y la modernidad, contribuyendo en la difusión cultural y en el fortalecimiento económico.

IMAGEN 3.

LIC SANTIAGO BARRAGÁN ZAMORA



A partir de ello, resulta pertinente reconocer que la fotografía cumple con una función documental y ha adquirido un papel protagónico en la construcción de narrativas estéticas y culturales. Por otro lado, la fotografía de moda ha sido un medio transformador en la presentación de la indumentaria y la expresión artística. Desde las icónicas fotografías de Richard Avedon en la década de los 50 's hasta la influencia contemporánea de las redes sociales.

La fotografía de moda ha sido una fuerza poderosa para definir y comunicar tendencias, estilos y conceptos estéticos. Susan Sontag, en su obra *“On photography”* (1977), destaca el impacto de la fotografía en la construcción de la realidad y la percepción cultural. La moda, como fenómeno cultural, se ve directamente afectada por la forma en que se presenta visualmente, lo que subraya la importancia de la fotografía en esta industria.

Tanto en la moda como en la fotografía de producto se desafía la simplicidad aparente de capturar un objeto buscando resaltar la calidad, los detalles y la esencia del producto. En el contexto del trabajo artesanal de Vicente Osorio, la fotografía no solo debe mostrar los huaraches de manera atractiva, sino también transmitir la dedicación y la historia detrás de cada par. En *“Ways of seeing”* (1972), John Berger sostiene que la forma en que vemos las imágenes afecta nuestra comprensión y

apreciación de los objetos representados. La fotografía de producto, cuando se realiza con sensibilidad y atención al contexto, puede influir profundamente en la percepción del espectador sobre la autenticidad y el valor del objeto.

Varios autores han desarrollado enfoques y técnicas específicas para capturar imágenes que destaquen la calidad y los detalles de los productos. Scott Kelby, en su libro *“The digital photography book”* (2015), ofrece un enfoque práctico y accesible proporcionando consejos concretos sobre iluminación suave, uso de reflectores y fondos simples. Enfatiza la necesidad de utilizar cajas de luz o difusores para evitar sombras duras y resaltar los detalles del producto, así como la importancia de mantener una composición clara y enfocada utilizando la regla de los tercios como podemos observar en la imagen 4.

IMAGEN 4.

FOTOGRAFÍA DE SCOTT KELBY. ILUMINACIÓN SUAVE

Fuente: De Scott Kelby [@scottkelbyphoto], 2025, TikTok

<https://www.Tiktok.com/scottkelbyphoto/p/DArZvLgh3ay>



Brian Dilg, aunque es conocido por su enfoque histórico en *“Photography: The definitive visual history”* (2017), también ofrece *insights* valiosos sobre técnicas de fotografía de producto. Como podemos observar en la imagen 5, utiliza luz natural y reflectores para controlar sombras, así como la creación de una narrativa visual que conecte emocionalmente con el espectador. Este enfoque incluye la experimentación con diferentes ángulos y perspectivas, así como el uso de técnicas

de enfoque selectivo y profundidad de campo para resaltar características especiales del producto.

IMAGEN 5.

FOTOGRAFÍA SOBRE EL USO DE LA LUZ NATURAL DE BRIAN DILG

FUENTE: BRIAN DILG, S.F., "COMMERCIAL PHOTOGRAPHY", BRIAN DILG PHOTOGRAPHY ([HTTPS://WWW.BRIANDILG.COM/COM](https://www.briandilg.com/com)).



Michael Light, en *"The product photography handbook"* (2008). Presenta una metodología detallada y profesional. Subraya la elección de equipo adecuado, como cámaras de alta resolución, lentes macro, el uso de luces estroboscópicas y cajas de luz para una iluminación uniforme como podemos observar en la imagen 6. Además, dedica atención a la configuración del estudio y a técnicas avanzadas de postproducción con *software* como *Adobe Photoshop*® para ajustar la exposición y el balance de blancos, eliminando imperfecciones y perfeccionando las imágenes.

IMAGEN 6.

FOTOGRAFÍA DE MICHAEL LIGHT

Fuente: De Michael Light, s.f., "Michael Light Photography", Michael Light (<https://www.michaellight.net>).



Tony Northrup, en “*DSLR Book: How to create stunning digital photography*” (2014), proporciona una guía sobre el uso de cámaras DSLR (cámara réflex digital de objetivos intercambiables y con formato RAW) en la fotografía de producto. Menciona la configuración de la cámara recomendando aperturas pequeñas para maximizar la profundidad de campo y el uso de trípodes para evitar movimientos. Su enfoque en iluminación incluye el uso de *flashes* externos y difusores para evitar reflejos y sombras duras, así como la importancia de fondos neutros para resaltar el producto como podemos ver en la imagen 7. Destaca la necesidad de ajustar el balance de blancos y la edición de imágenes con *software* especializado para obtener colores precisos y eliminar imperfecciones.

IMAGEN 7.

FOTOGRAFÍA DE TONY NORTHRUP

FUENTE: DE TONY NORTHRUP [@TONYNORTHRUP], S.F., TIKTOK ([HTTPS://WWW.TIKTOK.COM/TONYNORTHRUP](https://www.tiktok.com/TONYNORTHRUP)).



Steve Sint, en su obra “*Digital still life photography: Art business & style*” (2013), se enfoca en los aspectos técnicos y artísticos de la fotografía de producto y bodegones. El autor apoya el uso de luces continuas y reflectores para modelar la luz y controlar las sombras, destacando la textura y la forma. En cuanto a la composición, sugiere organizar los productos de manera estética y utilizar elementos contextuales que complementen la presentación principal. También

enfatisa en la edición meticulosa en postproducción para ajustar la exposición, color y nitidez.

Los *lookbooks* han surgido como herramientas fundamentales para fusionar la fotografía de moda y de producto, proporcionando un medio para contar historias visuales sobre la marca y sus productos. Estos no solo presentan productos, sino que también construyen una narrativa que conecta emocionalmente con los consumidores. En “*The fashioned body*” (2015), Joanne Entwistle explora cómo la moda y la vestimenta son utilizadas para crear identidades y comunicar mensajes.

Los *lookbooks* son herramientas eficaces para comunicar la historia, la calidad y el valor de los productos artesanales a un público más amplio. Además de presentar los productos de una manera visualmente atractiva, también se pueden utilizar para contar la historia de una artesanía y resaltar el proceso, los materiales y las personas que lo hacen posible. Esto les da a las artesanías un contexto más profundo y permite a los espectadores involucrarse significativamente con la cultura y las tradiciones que representan (Rogers, 2019).

1.3 Planteamiento del problema

Las tendencias actuales en la presentación de productos han experimentado cambios significativos en los últimos años. Especialmente para los artesanos, es crucial encontrar formas innovadoras de presentar sus productos en un mercado en constante evolución. Durante la entrevista con el maestro Vicente Osorio expresó una necesidad concreta: una herramienta de comunicación visual. Reconoció que las tendencias del mercado han evolucionado y que la manera de mostrar su producto requiere un nuevo enfoque. Con base en lo anterior, se genera una propuesta de fotografía de producto para la preproducción de un *lookbook* digital, que no sólo busca mostrar los huaraches de correa blanca de manera atractiva y transmitir la dedicación que hay en cada par.

1.4 Justificación

Según Vicente Osorio, la actividad artesanal en nuestro país requiere de mayor apoyo, “se necesitan propuestas que permitan que los artesanos dejen de ser vistos como grupos marginados en Huajuapán. Los artesanos viven con la incertidumbre por la falta de promoción y comercialización de sus creaciones”.

La fotografía ha demostrado ser un medio para documentar y preservar las tradiciones culturales y las artesanías en peligro de desaparición. En el caso de Vicente Osorio, el último huarachero de la región mixteca, la fotografía puede ser una herramienta fundamental para capturar su trabajo, su contribución a la preservación de esta tradición y al fortalecimiento de la imagen al mostrar su trabajo. Fotógrafos comprometidos con la documentación de oficios tradicionales y comunidades indígenas han demostrado cómo las imágenes pueden ayudar a sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de conservar estas prácticas (Edwards, 2018).

Las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2001), señala que la artesanía desempeña un papel determinante en el desarrollo económico local y la lucha contra la pobreza.

En el trabajo (Duque, 1996) menciona que la artesanía no sólo es una expresión cultural, debería ser también un buen negocio. Los productos artesanales los podemos encontrar en todos los campos del desarrollo humano como cultura, social, educativo y económico, es por eso la importancia de analizar su promoción y comercialización (Duque, 1996). El trabajo de los artesanos no es sólo artístico sino también sociocultural ya que representa parte de nuestra cultura, tradición e historia.

1.5 Hipótesis

La mejora de la comunicación visual permitirá destacar la singularidad y calidad de los huaraches artesanales de Vicente Osorio, contribuyendo a reforzar su valor cultural y atractivo en el mercado.

1.6 Objetivo General

Desarrollar una propuesta de fotografía de producto para la preproducción de un *lookbook* digital, para los huaraches de correa blanca de Vicente Osorio, mejorando su comunicación visual en la promoción de los huaraches, destacando su calidad su dedicación y su historia.

1.6.1 Objetivos Específicos

- ✓ Investigar la historia del artesano y su producto.
- ✓ Desarrollar un concepto creativo de fotografía para la presentación del producto.
- ✓ Realizar sesiones fotográficas del producto.
- ✓ Evaluar el impacto visual con expertos en el área.

1.7 Metas

- Obtener información del señor Vicente Osorio y su producto por medio de 2 entrevistas.
- Obtener y relacionar las cualidades del valor del producto (concepto del producto) y elementos de imagen/identidad (percepción del producto).
- Realizar sesiones fotográficas de producto aplicando el concepto creativo para edición.
- Realizar la postproducción de imágenes obtenidas de la sesión fotográfica.

- Realizar *focus group* como método de investigación para conocer las opiniones o percepciones de expertos en el área.

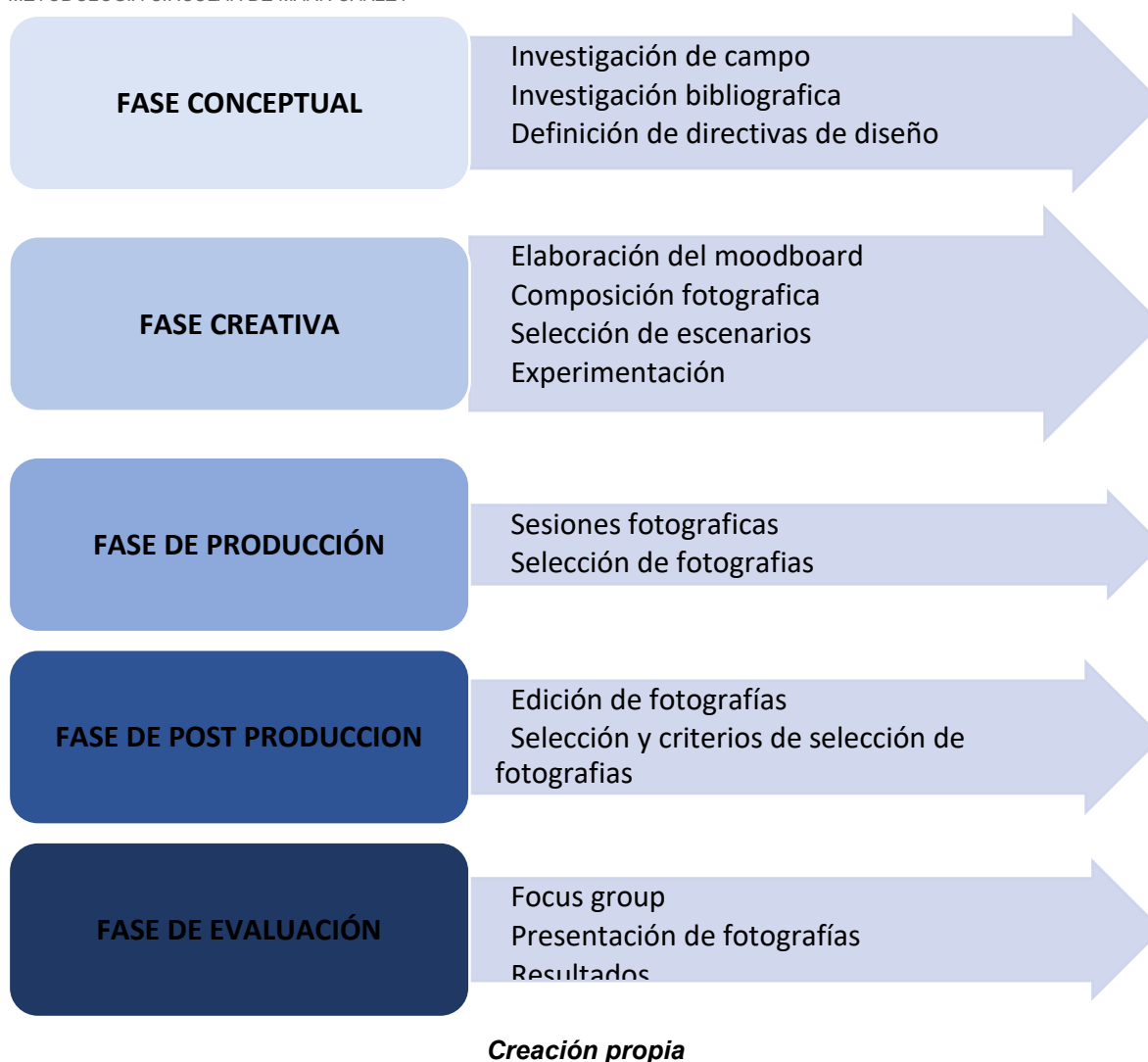
1.8 Limitaciones

Esta Tesis se lleva a cabo en un periodo del 2023 al 2025. Mencionando que una de las sesiones fotográficas, y las sesiones de *focus group* se llevarán a cabo en la Universidad Tecnológica de la Mixteca. Otra de las sesiones se llevará a cabo en el taller del maestro Vicente y la última de ellas en Casa Huaxuapa: Arte y Cultura. Por otro lado, se utilizará únicamente el siguiente equipo: Cámara Nikon D3500 de 24 mpx formato RAW (formato de alta resolución), 2 lámparas de luz fría, trípode para cada una respectivamente, filtros de luz (naranja, rojo y cian), 1 objetivo 18-55 mm y 70-300 mm.

1.9 Metodología

Para el desarrollo de la investigación es indispensable utilizar una metodología de diseño que permita su ejecución, por ello se emplea la propuesta de Mark Oakley (Rubino, 2010), cuya estructura se describe a continuación.

IMAGEN 8.
METODOLOGÍA CIRCULAR DE MARK OAKLEY



Asimismo, se establecen las actividades que requieren cada una de las fases del modelo circular y se describe según el trabajo de campo planeado para el desarrollo de la presente investigación

1.9.1 Fase conceptual

La fase conceptual de la metodología es crucial para comprender a fondo el contexto y las necesidades del artesano, cuyo trabajo es el foco de la propuesta fotográfica de producto. Esta fase incorpora tanto la investigación de campo a través

de entrevistas directas con el artesano como la investigación bibliográfica para contextualizar y enriquecer el enfoque de la propuesta

1.9.2 Fase Creativa

La fase creativa constituye el núcleo del proceso metodológico, donde se traducen los *insights* (aspectos) obtenidos en la fase conceptual en una propuesta visual innovadora y auténtica. Las acciones claves para llevar a cabo esta fase con éxito son:

- Crear un nuevo concepto, utilizando herramientas digitales que incluirá referencias visuales y paletas de colores.
- Llevar a cabo pruebas de composición, iluminación y enfoque para determinar la estética adecuada.
- Seleccionar locaciones que complementen la temática definida y resuenen con la audiencia objetivo. En caso de las sesiones de estudio, se adaptan y personalizan los espacios para reflejar la temática.
- Realizar pruebas técnicas con diversos equipos para garantizar la calidad y la coherencia visual.

1.9.3 Fase de Producción

La fase de producción es el punto culminante de la metodología, donde se transforman las ideas creativas en resultados tangibles. Esta etapa se centra en la ejecución efectiva de la visión definida en la fase creativa, tomando en cuenta diversos aspectos esenciales para garantizar la calidad en cada elemento capturado. Para lograrlo se seguirán los siguientes pasos:

- Realizar una primera clasificación de imágenes capturadas, identificando aquellas que mejor cumplan con lo establecido en la fase creativa.
- Implementar avances tecnológicos según sea necesario para mejorar la calidad y eficiencia del proceso de producción.
- Mantener una iluminación consistente para garantizar la uniformidad en todas las fotografías.

- Llevar a cabo una revisión continua para garantizar que todas las imágenes mantengan la coherencia visual.

1.9.4 Fase de Post producción

La fase de postproducción desencadena el proceso de transformar las fotografías capturadas en productos finales pulidos y listos para la presentación. Esta etapa es esencial para refinar y optimizar visualmente el contenido, asegurando una coherencia estilística y cumpliendo los estándares de calidad establecidos. Para ello, se seguirán los siguientes pasos:

- Abordar posibles imperfecciones, manteniendo la autenticidad de la imagen.
- Aplicar técnicas para resaltar detalles clave y optimizar la nitidez.
- Realizar una segunda revisión de todas las imágenes, asegurando que cumplan con los estándares de calidad y la visión creativa.

Considerar aspectos específicos, como composición, expresiones, iluminación para la selección final.

- Realizar pruebas en diferentes formatos de redes sociales para verificar que no se pierda la nitidez de las imágenes.

1.9.5 Fase de Evaluación

- Se llevan a cabo sesiones de *focus group* con expertos en el área para explorar las reacciones y percepciones hacia las fotografías presentadas.
- Se registran las discusiones y se realiza un análisis cualitativo para identificar patrones y tendencias.

Esta fase busca entender la percepción del público hacia las fotografías, y también proporciona una oportunidad valiosa para el diálogo directo con los participantes. La combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, como los *focus group*, junto con la presentación de fotografías, permite obtener una visión completa de la efectividad de las imágenes y proporciona una guía valiosa para las futuras interacciones y mejoras.

CAPÍTULO 2.

Marco Teórico

La fotografía, como lenguaje visual, es fundamental para la promoción de productos. Este capítulo explora los fundamentos teóricos que sustentan la creación de un lookbook digital en beneficio del artesano Vicente Osorio. Se analizarán conceptos como fotografía, composición, parámetros, iluminación y estilo, así como la aplicación de herramientas visuales para construir una narrativa visual coherente y atractiva.

2.1 Fotografía

La fotografía, como expresión artística, emergió hace menos de 2 siglos; no obstante, a pesar de su relativa juventud su presencia se ha vuelto indispensable. El deseo de capturar la realidad se remonta a los estudios ópticos relacionados con la cámara oscura y su utilización como herramienta de dibujo en el siglo XVI. Además, en el siglo XVIII, se llevaron a cabo experimentos químicos con el propósito de registrar imágenes capturadas con la cámara mediante sustancias fotosensibles que reaccionan a la luz (Martín de Blas, 2019).

El daguerrotipo, que marcó el origen oficial de la fotografía en 1839, resultó de la experimentación llevada a cabo por Daguerre con la colaboración de Niepce. Esta técnica consistía en una imagen fijada sobre una superficie de plata pulida, generando una representación directa de notable nitidez con contornos precisos como podemos observar en la imagen 9. Fue presentado como un medio para reproducir la realidad de manera fiel, veraz y precisa (Casajus Quirós, 1993).

IMAGEN 9

EL DAGUERROTIPO.

FUENTE: DE OSCAR EN FOTOS, 2013, "EL RENACIMIENTO DEL DAGUERROTIPO", OSCAR EN FOTOS ([HTTPS://OSCARENFOTOS.COM/2013/05/18/EL_RENACIMIENTO_DEL_DAGUERROTIPO](https://oscarenfotos.com/2013/05/18/EL_RENACIMIENTO_DEL_DAGUERROTIPO)).



La fotografía y la moda son dos esferas cuyos destinos se entrelazan tempranamente, principalmente debido a que ambas tienen un origen contemporáneo. A mediados del siglo XIX, cuando la *haute couture* hizo su primera aparición con Charles Frederick Worth, la fotografía ya se había convertido, no mucho antes, en el dispositivo mecánico que había influido en los hábitos de la gente común. A pesar de haber sido anhelada y estudiada durante mucho tiempo en términos de sus características ópticas y químicas, la cámara fotográfica no se desarrolla completamente sino hasta finales del año 1820. El bautismo oficial y la presentación mundial a la academia de ciencias de París no se llevaron a cabo hasta 1839 (Alegre García, 2017).

La fotografía como la moda comparten características que las sitúan en una zona intermedia, desafiando las convenciones que separan lo considerado arte de lo que no lo es. Ambas son productos de procesos industriales, pero al mismo tiempo, exhiben una fuerte individualidad. Ambas existen en un estado ambiguo entre el presente y el pasado: el fotógrafo captura la esencia instantánea mientras que la moda inmortaliza el momento en la representación eterna de la única manera adecuada de ser (Wilson, 2008).

Algunas narrativas del modernismo destacan como las estructuras de la moda moderna, que surgieron de manera rigurosa a mediados del siglo XIX, llevaron a una reconsideración fundamental de la circulación de productos e imágenes deseables en el ámbito público. La accesibilidad de los productos de moda experimentó un aumento significativo gracias al desarrollo de la producción en masa y su comercialización a través de diversas vías promocionales, como los medios de comunicación, la publicidad y en última instancia el cine. Este proceso ha tenido consecuencias sin precedentes en la organización de la sociedad y la expresión estética, económica y en los valores morales (Breward, 2003).

La fotografía de moda ha estado presente prácticamente desde los inicios de la fotografía y tiene como propósito principal la presentación comercial de productos (Hall-Duncan, 1979).

2.2 Fotografía Publicitaria

Se presenta como una herramienta específica dentro del amplio conjunto de recursos publicitarios, donde se emplea la imagen fotográfica con objetivos comerciales. Su origen se encuentra en la segunda mitad del siglo XIX, fuertemente influida por la vanguardia y sus artistas. Estos buscaban plasmar en sus obras elementos urbanos, maquinaria, fábricas y el contexto contemporáneo que experimentaban. Este entorno se caracterizaba por una mirada hacia adelante, orientada al progreso y es precisamente en este marco que la publicidad se desenvuelve (Martín de Blas, 2019).

Por lo tanto, ya en los años 20 y 30 del siglo XX es cuando se puede ver la fotografía como una creación en la comunicación publicitaria. Ya que en esta fotografía se puede apreciar una serie de valores documentales como la representación del presente y los valores estéticos, en los diversos trabajos fotográficos. En la publicidad se mezclan Corrientes como la fotografía documental, de moda y artística, aunque también podemos incluir la seducción y en los mejores casos,

inspiración. La fotografía publicitaria constituye una parte constitutiva de la publicidad con unos objetivos comerciales y corporativos. La imagen publicitaria no busca ni verdad ni belleza, aunque en ocasiones puede ser ambas cosas (Eguizábal, 2001).

La fotografía publicitaria se presenta como un medio de comunicación visualmente impactante que emplea imágenes con el propósito de promover productos, servicios o marca, como podemos observar en la imagen 10. Interpretación del fotógrafo publicitario Richard Avedon, se define como una “orquestración visual” donde la importancia recae en la totalidad de las imágenes que forman un mensaje, más que la imagen individual. En este contexto, la fotografía publicitaria no se limita a representar simplemente un objeto, sino que aspira a transmitir un mensaje más amplio y persuasivo durante una cuidadosa composición y presentación visual.

IMAGEN 10

FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA.

FUENTE: DE EMILIO SIMÓN, S.F., “FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA” [FOTOGRAFÍA], EMILIO SIMÓN ([HTTPS://EMILIOSIMON.COM/FOTOGRAFIA-PUBLICITARIA](https://emiliosimon.com/fotografia-publicitaria)).



2.3 Fotografía de moda.

Según Erguizábal (2001), la fotografía publicitaria y la fotografía de moda, aunque tienen enfoques y objetivos específicos, comparten varias similitudes y están estrechamente relacionadas. Ambas disciplinas utilizan técnicas avanzadas de fotografía y estilización para promover productos y captar la atención del público, desempeñando roles cruciales en el marketing y la comunicación visual.

La fotografía de moda, uno de los géneros más ampliamente reconocidos en el mundo de la fotografía, se centra en presentar artículos de moda como prendas de vestir, productos cosméticos o accesorios de manera creativa y persuasiva para facilitar su comercialización. Para lograr este objetivo, el fotógrafo debe mostrar su talento y creatividad al mismo tiempo, que domina las técnicas avanzadas de fotografía e iluminación (Ruiz García, 2018).

La fotografía de moda es una herramienta fundamental para exhibir y promocionar una línea de ropa, accesorios e incluso en una colección de maquillaje, con el propósito de dar a conocer y comercializar nuestros productos de manera efectiva como lo podemos ver en la imagen 11. Esta forma de fotografía es crucial, ya que permite mostrar los productos de manera realista sin necesidad de tenerlos físicamente disponibles al momento de presentarlos al público. Por esta razón, es de suma importancia que este tipo de trabajo se haya realizado con precisión y habilidad, destacando la creatividad y transmitiendo la percepción deseada al espectador a través de catálogos, revistas o medios digitales (Granda, 2019).

IMAGEN 11

FOTOGRAFÍA DE MODA.

FUENTE: DE VOGUE MÉXICO, 2023, "MODA OTOÑO-INVIERNO 2023" [FOTOGRAFÍA], VOGUE ([HTTPS://WWW.VOGUE.MX/ARTICULO/MODA-OTONO-INVIERNO-2023](https://www.vogue.mx/articulo/moda-otono-invierno-2023)).



Según Granda (2019), la fotografía de moda busca captar la atención del cliente mesa mientras hojea una revista o un *lookbook*, con el objetivo principal de inducir a la compra del producto. Por lo tanto, es esencial que la imagen sea cautivadora y logre el impacto deseado en el espectador. Sin embargo, va más allá de simplemente tomar una buena fotografía; también implica estar al tanto de las últimas tendencias en moda y mantenerse informado sobre los acontecimientos relevantes en el mundo del diseño de vestuario.

2.4 Fotografía de producto

Las fotografías de modelos fotografías del producto, aunque se especializan en diferentes áreas, comparten múltiples objetivos y técnicas que las interrelacionan estrechamente. Ambas disciplinas buscan resaltar las características y atributos de los productos de manera atractiva y precisa, influenciando positivamente la percepción del consumidor y estimulando el interés de la compra (Pérez, 2020).

Pérez (2020), define la fotografía de producto como un género especializado que se enfoca en la captura visual de productos individuales de manera que resalten sus

características, detalles y atributos de manera atractiva y precisa. Este tipo de fotografía tiene como objetivo principal presentar los productos para influir positivamente en la percepción de los consumidores y estimular el interés en la compra. Además, el producto puede ser capturado junto a otros accesorios relacionados, manteniendo una conexión y coherencia visual. No obstante, el producto actúa como el elemento principal de la imagen, atrayendo la atención del espectador de manera inmediata.

El propósito fundamental de la fotografía de producto es dirigir nuestra atención exclusivamente hacia el producto en cuestión. Esta modalidad busca resaltar las características y técnicas formales del producto, permitiendo así la obtención de una mayor cantidad de información visual como podemos observar en la imagen 12. Según Camacho (2018), las imágenes de productos que una marca comercializa son de vital importancia, ya que estas imágenes tienen el poder de vender por sí solas. Por lo tanto, es crucial prestar una atención especial a este tipo de imágenes, asegurándose de que tenga un impacto visual que llame la atención al observador de manera efectiva.

IMAGEN 12

FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO.

FUENTE: DE ADOBE, S.F., "PRODUCT PHOTOGRAPHY" [FOTOGRAFÍA], ADOBE
([HTTPS://WWW.ADOBE.COM/MX/CREATIVECLOUD/PHOTOGRAPHY/DISCOVER/PRODUCT-PHOTOGRAPHY.HTML](https://www.adobe.com/mx/creativecloud/photography/discover/product-photography.html)).



2.5 Composición fotográfica

Pérez (2020), sostiene que la composición constituye el lenguaje fundamental de la fotografía, ya que vamos más allá de simplemente colocar el elementos dentro de un encuadre. Para él, la composición es el arte de narrar una historia y su esencia en una imagen capturada. En otras palabras, si una fotografía carece de una composición adecuada, no podrá comunicar un mensaje ni evocar emociones en los espectadores.

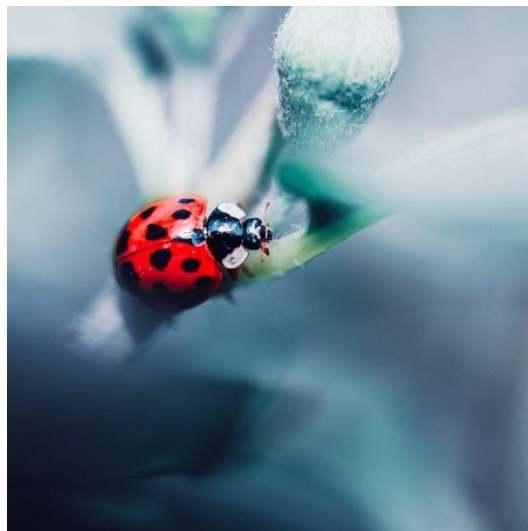
Poseer una cámara digital, un entorno preparado y elementos, aunque esencial no siempre garantiza una toma de calidad. Freeman (2014), presenta algunas técnicas que deben emplearse para lograr una composición fotográfica exitosa:

- **Enfoque:** el fotógrafo toma la decisión de qué objeto, lugar o persona capturar. La mayoría de las ocasiones se conoce de antemano el objetivo de la fotografía. No obstante, la nitidez del enfoque es fundamental ya que establece de manera inequívoca que el punto de enfoque se convierte en el foco central de atención, como podemos observar en la imagen 13.

IMAGEN 13.

ENFOQUE EN LA FOTOGRAFÍA.

FUENTE: DE FOTO24, 2017, "ENFOQUE SELECTIVO" [FOTOGRAFÍA], BLOG FOTO24 ([HTTPS://BLOG.FOTO24.COM/ENFOQUE-SELECTIVO](https://blog.foto24.com/enfoque-selectivo)).



- **Encuadre:** Las fotografías se generan dentro de un contexto y en el caso de la cámara digital se visualizan a través del marco del visor, como podemos observar en la imagen 14. El encuadre representa la imagen estática que se va a capturar y que una vez tomada puede ser modificada posteriormente.

IMAGEN 14

ENCUADRE EN LA FOTOGRAFÍA.

FUENTE: DE LA PRESTAMPA, S.F., "ENCUADRE: FACTORES" [FOTOGRAFÍA], LA PRESTAMPA ([HTTPS://LAPRESTAMPA.COM/PROCESO-AUDIOVISUAL/PRODUCCION/ENCUADRE-FACTORES](https://laprestampa.com/proceso-audiovisual/produccion/encuadre-factores)).

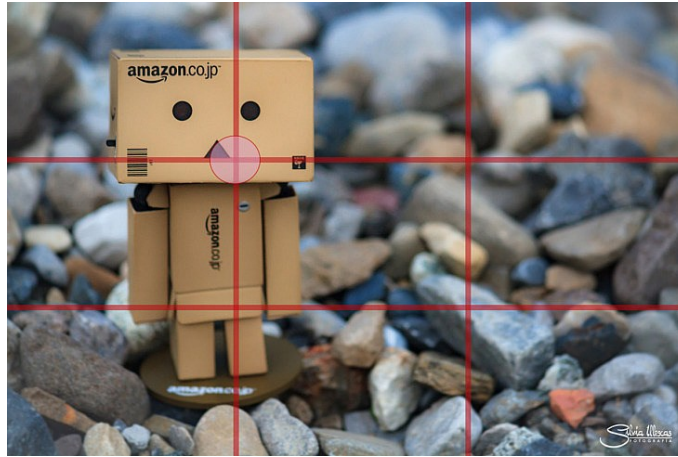


- **Ubicación:** Después de haber seleccionado el objeto o sujeto para la fotografía, es fundamental encontrar una ubicación o entorno que tenga coherencia estética y lógica. Además, la posición adoptada por el objeto o sujeto debe evitar que la imagen resulte monótona o aburrida, Como podemos apreciar en la imagen 15. Mantener el objeto en el centro de la imagen puede hacer que este dinamismo. Por el contrario, ubicar el sujeto ligeramente descentrado parece más integrado y comprometido con el contexto.

IMAGEN 15

UBICACIÓN.

Fuente: De dZoom, s.f., “Ubicación en la fotografía” [Fotografía], dZoom (https://www.dzoom.org.es/wp-content/uploads/2006/09/img_5827-3-734x489.jpg).

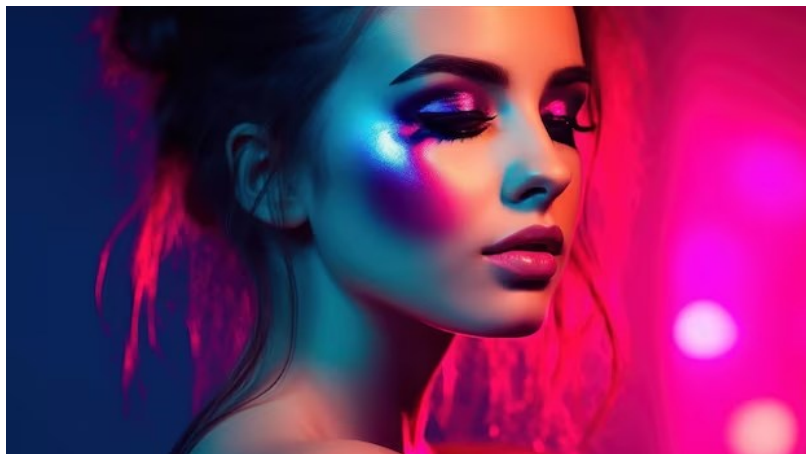


- **Luz y color:** es esencial posicionarse en un entorno donde la exposición visualmente realza los tonos y colores de los elementos a capturar como por ejemplo en la imagen 16. El fotógrafo debe elegir cuidadosamente un lugar en el que el fondo proporcione un contraste adecuado y donde las líneas y formas generan un efecto único en términos de tamaño, cantidad y dureza. Estos tonos a su vez tienen un impacto significativo en la percepción humana, apelando tanto al gusto como a la cultura. Además, proporcionan efectos emocionales y contextuales que enriquecen la imagen.

IMAGEN 16

LUZ Y COLOR.

Fuente: De FREEPIK, s.f., “LUZ Y COLOR” [FOTOGRAFÍA], FREEPIK ([HTTPS://WWW.FREEPIK.ES](https://www.freeipk.es)).



2.6 Estilo Fotográfico

La estética personal en la fotografía es lo que distingue las imágenes de un fotógrafo de las de otros, creando una conexión visual entre ellas que permite identificar la producción fotográfica con solo observarla (Vidal, 2013).

Para establecer el estilo fotográfico es esencial partir de la personalidad de la marca. Por ejemplo, si la marca se centra en valores como la sencillez y la transparencia, sus imágenes deberían reflejar claridad y minimalismo. En contraste, una marca que promueve la superación debería optar por imágenes dinámicas y llenas de movimiento. Además de esto, es que el fin de ir los encuadres adecuados; por ejemplo, una imagen que evoca libertad requerirá encuadres amplios y abiertos. Así mismo, el tono, los contrastes y los colores deben estar en armonía con la identidad de la marca. Dado que la imagen tiene un gran poder comunicativo, es fundamental mantener la coherencia en el estilo fotográfico. Aunque el mensaje o la esencia de la marca puedan cambiar con el tiempo, las imágenes deben seguir siendo coherentes con estos aspectos (Franquès Pla, 2017).

Tipos de estilo fotográfico

La fotografía de producto y particularmente en la creación de un *lookbook* digital para huaraches de correa blanca, la elección del estilo fotográfico desempeña un papel fundamental en la presentación y comunicación del producto. A continuación, se describen varios estilos fotográficos relevantes cada uno con su propio enfoque estético y funcional.

Estilo Minimalista

Se caracteriza por el uso de composiciones limpias, fondos neutros y la ausencia de elementos visuales que distraigan. “Este estilo permite centrar toda la atención en los detalles del producto, lo que es particularmente importante para la artesanía y los materiales utilizados (Yarinsky, 2018)”. Este ciclo es eficaz para transmitir calidad y precisión en el entorno visual simple y elegante.

Estilo Editorial

Es ideal para contar una historia a través de la fotografía. En lugar de simplemente mostrar el producto; se utiliza un enfoque narrativo que sitúa al producto dentro de un contexto más amplio. “Este estilo puede integrar elementos de la cultura y del ambiente artesanal en la imagen, conectando emocionalmente con el espectador (Germain, 2019)”.

Estilo Rústico

Este estilo utiliza elementos naturales y una paleta de colores cálidos para resaltar la autenticidad y la conducción del producto con la naturaleza y la tradición. "Se pueden destacar los orígenes artesanales del producto mostrando escenarios que transmitan la sencillez y el valor del trabajo hecho a mano (Collins, 2020)."

Estilo Publicitario

El estilo publicitario se enfoca en crear imágenes visualmente atractivas que capten rápidamente la atención del consumidor. Usa iluminación precisa y técnicas de post producción avanzadas para resaltar los aspectos únicos del producto. “Este estilo es ideal para plataformas digitales y redes sociales, donde la atracción visual es clave para generar ventas (Parsons, 2017)”.

Estilo *Lifestyle* (Fotografía de Estilo de Vida)

En este estilo, el producto se presenta en uso dentro del contexto de la vida diaria. Las imágenes suelen incluir personas o escenas que muestran el producto en situaciones naturales y cotidianas. “Este estilo ayuda a los consumidores a visualizar el uso del producto resaltando no sólo su aspecto estético, sino también su funcionalidad (Taylor, 2020)”.

Estilo *Flat Lay*

Consiste en organizar los productos sobre una superficie plana y fotografiarlos desde arriba. Es un estilo muy utilizado en redes sociales por su capacidad para mostrar varios detalles en una sola imagen. “Puede ser útil para destacar tanto el

diseño del calzado, los elementos adicionales, materiales de producción o elementos culturales asociados (Simpson, 2018)".

Estilo *High-Key*

Te lo dice iluminación brillante para crear imágenes claras y limpias con los fondos blancos o muy luminosos. El estilo *high-key* es útil para destacar productos de manera sofisticada, creando una sensación de frescura y modernidad. "Este enfoque podría resaltar la pureza de los materiales y el diseño artesanal con una estética pulida (Jackson, 2016)".

Estilo *Dark & Moody*

A diferencia del *high-key*, este estilo utiliza una iluminación baja y sombras profundas para crear imágenes dramáticas y atmosféricas. "Este estilo puede ser eficaz para destacar los contrastes y las texturas de los productos, dando una sensación de misterio o lujo (Thompson, 2017)".

2.7 Iluminación

La iluminación constituye el fundamento de la fotografía; de hecho, sin luz no sería posible capturar una imagen. Se distinguen dos tipos de fuentes de luz: la luz natural, qué elementos naturales como el sol, y la luz artificial, creada por seres humanos mediante dispositivos como bombillas, linternas o flashes. Eso es la fotografía de producto, donde se busca un control preciso de la iluminación, se puede utilizar luz artificial ya que la posición y dirección del sol son variables y difíciles de controlar (Sans, 2019).

En la fotografía, dentro de la categoría de la luz artificial, podemos identificar 2 tipos; la luz continua y la luz flash. La luz continua es una fuente de iluminación que mantiene su intensidad lumínica de manera constante, mientras que la luz flash emite destellos cortos de luz. En términos de potencia lumínica, medida del lúmenes, la luz continúa consume energía equivalente en vatios. Una ventaja de la

luz continua es su capacidad para permitir el uso de obturación de la cámara a la velocidad deseada, mientras que en el caso del flash, es necesario ajustarse a la velocidad de sincronización de la cámara (Garci, 2020).

La iluminación en la fotografía desempeña un papel fundamental como el componente más crucial para lograr una imagen impactante. La luz y la destreza del fotógrafo para capturar la constituyen los elementos de cualquier fotografía. Para un fotógrafo, los principios más importantes de la luz son aquellos que predicen su comportamiento (Hunter, 2007). Conocer a fondo los principios de la iluminación es esencial, pero igual de importante es la capacidad de aplicar conocimiento en la práctica para obtener imágenes con una iluminación espectacular. Cuando nos referimos a la iluminación en fotografía, estamos hablando del tamaño de la fuente de luz, los tipos de reflejos generados, el ángulo, la dirección y muchos otros factores. La iluminación de la escena influye directamente en la apertura del diafragma y la velocidad de obturación de la cámara; en resumen, la luz se convierte en la clave fundamental de la fotografía.

La luz dura se caracteriza por producir sombras bien definidas y de bordes nítidos. Este tipo de luz proviene de fuentes pequeñas o intensamente direccionales, como el Sol en un día despejado o una lámpara sin difusor. Al ser muy direccionada, la luz dura genera un contraste marcado entre las zonas iluminadas y las sombras, lo que hacen todas las texturas y detalles del sujeto (Hunter, 2007).

En la fotografía de retrato o producto, la luz puede utilizarse para resaltar características específicas o para dar un aspecto dramático. La luz suave por el contrario, se distingue por producir sombras suaves, con bordes difuminados y transiciones graduales entre las áreas iluminadas y sombreadas. Este tipo de luz proviene de fuentes más grandes o dispersas, como un día nublado o una lámpara con un difusor o *softbox*. La luz suave envuelve al sujeto de manera uniforme, resaltando el contorno y destacando las texturas (Schneider, 2014).

La fotografía de producto, la luz suave es especialmente útil cuando se desea una iluminación más natural o menos agresiva. En el caso de los productos como los huaraches, la luz suave puede ayudar a mostrar los detalles sin que las sombras fuertes resten protagonismo, creando una representación más equilibrada y visualmente agradable.

La elección entre la luz dura y la suave depende del efecto que se quiera lograr en la fotografía. La luz dura es excelente para generar drama, resaltar texturas o crear un aspecto gráfico. Con alto contraste, mientras que la luz suave es preferida para retratos, productos y situaciones donde se busca un aspecto más natural como podemos ver en la imagen 17.

IMAGEN 17

ILUMINACIÓN EN LA FOTOGRAFÍA.

FUENTE: DE DZOOM, S.F., "CONOCE LAS 5 PROPIEDADES DE LA LUZ Y APRENDE A MODIFICARLAS EN TUS FOTOGRAFÍAS" [FOTOGRAFÍA], DZOOM ([HTTPS://WWW.DZOOM.ORG.ES/CONOCE-LAS-5-PROPIEDADES-DE-LA-LUZ-Y-APRENDE-A-MODIFICARLAS-EN-TUS-FOTOGRAFIAS](https://www.dzoom.org.es/conoce-las-5-propiiedades-de-la-luz-y-aprende-a-modificarlas-en-tus-fotografias)).



2.8 Parámetros Fotográficos

El control de la exposición en fotografía se va antes factores clave, el ISO, velocidad de obturación y apertura. Esos 3 elementos conforman el triángulo de exposición y su correcta configuración es esencial para capturar imágenes correctamente expuestas, tanto en situaciones técnicas como creativas (Pérez, 2020).

ISO viene la sensibilidad del sensor de la cámara a la luz. Cuanto más bajo es su valor, menor es la sensibilidad, lo que da como resultado imágenes de mayor calidad y con menos ruido digital. Valores altos permiten capturar imágenes en condiciones de poca luz, pero tienden a aumentar el ruido, lo que puede reducir la nitidez (Ang, 2016).

Para la fotografía de producto un ISO bajo es ideal. Esto se debe a que se trabaja generalmente con iluminación controlada, donde la prioridad es mantener la mayor calidad posible y capturar texturas y detalles finos sin que el ruido afecte la imagen (London, 2013).

Velocidad de obturación es el tiempo que el obturador de la cámara permanece abierto, permitiendo que la luz llegue al sensor. Una velocidad rápida, como 1/250 o 1/1500 de segundo, es efectiva para congelar el movimiento, mientras que una velocidad más lenta permite mayor entrada de luz pero puede generar imágenes borrosas si el sujeto o la cámara se mueven (Freeman M. , 2019).

La fotografía de productos con una iluminación controlada, donde no hay movimiento significativo, una velocidad de obturación media, como 1/125 o 1/160, es suficiente para obtener imágenes nítidas sin desenfoque (Peterson, 2020). Esta velocidad permite una exposición adecuada sin comprometer la calidad de la imagen.

En la fotografía de productos con iluminación controlada, donde no hay movimiento significativo, una velocidad de obturación media, como 1/125 o 1/160, es suficiente para obtener imágenes nítidas sin riesgo de desenfoque (Peterson, 2020).

La apertura controla la cantidad de luz que entra a la cámara y también afecta a la profundidad de campo. Un número f-stop bajo, como un f-2.8 o f-4, indica una apertura grande, que permite más luz y produce una menor profundidad de campo, ideal para destacar un objeto específico desenfocando el fondo. En contraste una

apertura pequeña, como f-8 8 f-11 proporciona una mayor profundidad de campo, lo que es útil para mantener todos los elementos del producto enfocados (Langford, 2017).

Peterson (2020,) afirma que "la apertura no solo controla la cantidad de luz que ingresa a la cámara, sino también la profundidad de campo, que es esencial para obtener imágenes nítidas y bien enfocadas".

Relación entre ISO, Velocidad de Obturación y Apertura

El triángulo de exposición funciona como un sistema interdependiente donde ajustar uno de los tres parámetros afecta a los otros dos. Un ISO más alto permite una velocidad de obturación más rápida o una apertura más pequeña, pero puede generar ruido en la imagen. De forma similar, una apertura más pequeña, pero a costa de generar ruido en la imagen. De forma similar una apertura amplia permite utilizar una velocidad de obturación rápida, aunque esto afectará la profundidad de campo. En definitiva, la configuración de estos ajustes dependerá de las condiciones de luz y del efecto que se quiera lograr (Peres, 2014).

2.9 Post producción

Hedgeocce (2007) considera que la postproducción es un proceso al que sometemos a la imagen una vez que ha sido capturada. Este proceso incluye ajustes técnicos como curvas, niveles, formato, tamaño, procesado entre otros. También abarca la gestión de color, el retoque fotográfico, y la preimpresión, entre otros aspectos.

La postproducción es un término que se refiere a una serie de procesos aplicados a la producción de la imagen fotográfica. Consiste en realizar mejoras o ajustes a las fotografías con el fin de lograr un acabado final antes de su publicación (Bustos, 2009).

2.10 Retoque Fotográfico

La definición proporcionada por la RAE para el término “retocar” se refiere a la acción de aplicar ciertos retoques, con el objetivo de eliminar imperfecciones. En fotografía esta acción se convierte en una técnica mediante la cual se transforman las imágenes con el fin de mejorar su calidad, añadir realismo o modificar la realidad y generar composiciones completamente nuevas.

La aparición del retoque fotográfico puede vincularse con los inicios de la fotografía. En ese momento, los artistas y fotógrafos comenzaron a sentir la necesidad de buscar la perfección en sus imágenes, ya que la fotografía ofrecía la posibilidad de capturar la realidad de una manera más fiel que otras formas de arte visual. Por lo tanto, el retoque se convirtió en una herramienta fundamental para la corrección de imperfecciones, la mejora en la calidad de la imagen y, en muchos casos, para expresar la visión artística del fotógrafo. Desde entonces, el retoque ha evolucionado junto con la tecnología, convirtiéndose en una práctica común en la industria y en parte del proceso creativo para muchos artistas visuales (Communication., 2009).

En 1957, cuando se creó la primera imagen digital a través de un dispositivo de transformación de la imagen en matrices de unos y ceros (Jullier, 2004)., el proceso de retoque era considerablemente diferente. En aquel entonces no utilizaban *softwares* como en la actualidad, sino que se realizaba en los cuartos de revelado o cuartos oscuros. En estos lugares se utilizaban técnicas manuales, como el uso de tinta o pintura. Estos pigmentos aportan color a la imagen y se aplicaban directamente sobre los negativos durante el proceso de revelado. Durante esta etapa, los fotógrafos para corregir defectos, realizar montajes o composiciones y eliminar imperfecciones tenían que realizarlo a mano. Este proceso requería de habilidad y precisión y era considerada una parte integral del arte de la fotografía en ese momento.

En la actualidad existen numerosos *softwares* que facilitan y agilizan considerablemente el proceso de retoque, lo que resulta en una mejora significativa en la calidad de la imagen en comparación con la fotografía original. Además, se amplía la gama de efectos que se pueden aplicar y las diversas opciones técnicas que se pueden modificar (Suárez, 2016). Según Álvarez (s.f.), el retoque digital es una herramienta que utiliza el diseñador para corregir cualquier tipo de imperfección o para manipular una imagen.

2.11 Mensaje, signo, significado y significante.

En la artesanía la fotografía de producto no solo se limita a capturar imágenes, sino que se convierte en un medio de comunicación persuasivo que transmite mensajes y significados. En este contexto, la obra “Retórica y manipulación masiva” de Daniel Prieto ofrece una perspectiva valiosa acerca de los conceptos de mensaje, signo, significado y significante, que son fundamentales para comprender cómo la fotografía de producto puede influir en la percepción de los consumidores.

El mensaje en la fotografía se refiere al contenido comunicativo que se transmite a través de las imágenes. En el caso de la propuesta para los huaraches de Vicente Osorio, busca destacar la calidad y la belleza, así como su arraigo en la tradición y la cultura local. Este mensaje se construye a partir de la selección de elementos visuales que enfatizan las características distintivas de los productos artesanales.

Los signos son los elementos visuales que representan los productos y transmiten información sobre ellos. Estos signos pueden incluir la composición de la imagen, los colores, las texturas presentes y otros aspectos visuales que comunican la esencia y el carácter de las creaciones de Osorio. Cada signo seleccionado en la imagen contribuye a la construcción de la narrativa visual que busca resaltar la artesanía.

El significado es la interpretación que los espectadores atribuyen a los signos presentes en la imagen. El significado puede variar dependiendo de la percepción individual de cada espectador, pero se busca transmitir valores como la tradición, autenticidad y belleza.

El significante se refiere a la manifestación física o perceptible de los signos en la imagen. En la propuesta de fotografía de producto para los huaraches el significado está representado por los elementos visuales, como la iluminación, el encuadre y la disposición estratégica de los productos. Estos significantes son los que captan la atención del espectador y le invitan a explorar y apreciar los detalles.

Al comprender y aplicar estos conceptos en la fotografía de producto para la promoción, se puede crear una experiencia visual que no solo informa, sino que también emociones y conecte con los consumidores. Esta integración de elementos y narrativas contribuirán a la identidad y el reconocimiento de los huaraches.

2.12 Lookbook

El *lookbook* constituye una recopilación visual que se emplea en diversos ámbitos de la industria de la moda, abarcando desde modelos hasta empresas dedicadas a la confección, calzado y joyería. Estos compilados pueden adoptar distintos formatos, adaptándose y siendo concebidos con un propósito específico. En el caso de buscar la venta al por mayor, los *lookbooks* deben reflejar la esencia de la marca, centrándose en el producto mediante imágenes claras desde varios ángulos, resaltando colores y variaciones de prendas, proporcionando información detallada (De las Heras, 2022).

El formato del *lookbook*, según la iniciativa *Paperless* (Uzcátegui, 2019), ha evolucionado de ser un catálogo predominantemente impreso a convertirse en una herramienta digital en los últimos años. Aunque el autor señala que catálogo no es

la traducción precisa de *lookbook*, reconoce que se acerca a comprender la esencia de este formato.

Obsidiana, empresa mexicana nacida en 2015 dedicada a brindar información de arte, moda y negocios, respalda esta perspectiva al afirmar que, si bien el *lookbook* no tiene una traducción exacta, en español se puede equiparar a lo que comúnmente se le conoce como catálogo. Este formato, que inicialmente tuvo una presencia impresa, ha evolucionado hacia lo digital y se presenta como experiencia visual completa en la moda, permitiendo a los consumidores explorar y enamorarse de las colecciones.

Es importante destacar que, aunque *lookbook* y catálogo no son idénticos, comparten similitudes en su contenido y estructura. La diferencia principal radica en que el catálogo incluye precios, mientras que el otro no. A pesar de esta distinción, ambos formatos, ya sea en su versión digital o impresa, requieren un arte cuidadoso en el diseño de la fotografía, ya que esto desempeña un papel importante en la promoción y venta de los productos que se presentan en ellos en la actualidad (Castillo, 2021)

El *lookbook* de moda ha desempeñado roles significativos como elemento gráfico e informativo al recopilar todos los productos de una colección. Estos desempeñan dos funciones esenciales, en primer lugar, establecer una estética común y, en segundo, cumplir con propósitos informativos y comerciales. En comparación con el catálogo tiene una naturaleza más diversa, ya que se dirige principalmente a compradores, sirviendo como soporte informativo crucial para la venta. Por lo tanto, los objetivos incluyen la presentación del producto y la comunicación con profesionales, no limitándose exclusivamente al consumidor, como suele suceder con los catálogos (De las Heras, 2022).

2.13 Moodboard

Según Smith (2020), un *moodboard* es una herramienta visual utilizada en el diseño que consiste en una composición gráfica que combina imágenes, texto, colores y elementos visuales para representar y comunicar una idea, tema o concepto específico. Estos tableros de inspiración son ampliamente utilizados en diferentes campos creativos, como el diseño gráfico, la arquitectura, la moda, el cine y la publicidad, entre otros, para ayudar en el proceso de conceptualización y visualización de proyectos.

Los *moodboards* son una forma efectiva de organizar y presentar ideas de manera visual, permitiendo explorar diferentes estilos, paletas de colores, tipografías y elementos creativos antes de comenzar con la fase de producción. Al contar con una variedad de elementos visuales en un solo lugar, facilitan la comunicación de la visión creativa y sirven como punto de referencia durante el proceso de diseño. Los elementos pueden ser utilizados de forma individual o como equipos colaborativos, y su flexibilidad los convierte en una herramienta versátil para la generación de ideas e inspiración (Smith, 2020).

CAPÍTULO 3.

Fase creativa

En este capítulo, se llevará a cabo la fase creativa del proyecto, se explorarán diversas opciones para la fotografía de los huaraches de correa blanca. El proceso comenzará con la creación de un *moodboard* que incluirá elementos representativos de la región mixteca, los cuales servirán como componentes visuales para la composición fotográfica.

Se realizaron pruebas fotográficas para ajustar los aspectos técnicos, como iluminación, encuadre y composición, así como la creación de un *checklist* del equipo necesario para asegurar que todas las herramientas estén preparadas para la sesión final. Esta fase culminará con una serie de imágenes que representarán de forma fiel la esencia artesanal de los huaraches, asegurando que se capturen tanto su valor cultural como estético.

3.1 Moodboard

La selección de elementos culturales en el *moodboard* para la fotografía de producto de los huaraches de Vicente Osorio está arraigada en la riqueza cultural y artesanal de la Mixteca Oaxaqueña. Cada elemento, cuidadosamente seleccionado, contribuye a construir una narrativa visual que no solo enriquece la estética del producto, sino que también refleja la importancia cultural. Se justifica cada uno de estos elementos con referencias a estudios y autores que han investigado estas expresiones culturales (Ver imagen 18).

Elementos Visuales

IMAGEN 18.

MOODBOARD. CREACIÓN PROPIA



a) Falda.



b. Rebozo mixteco



c) Tejamanil



d) Tapete



e) Paleta de colores terrarios

Significado de los elementos visuales

- **Falda del Jarabe Mixteco.** Emblema de la danza tradicional del mismo nombre, representativa de la mixteca y la Guelaguetza, festival que celebra la diversidad cultural en Oaxaca. Esta danza tiene raíces en la historia de la región y representa la unión de diferentes tradiciones indígenas y mestizas que forman parte del patrimonio cultural intangible de Oaxaca. Esta prenda subraya la conexión entre los huaraches y la identidad cultural, resaltando su origen en las tradiciones locales (Martínez A. , 2015).
- **Rebozo mixteco.** Un simbolismo en la cultura mexicana, y su importancia ha sido documentada por López (2019), quien explora su historia como una

prenda de uso cotidiano y ceremonial. En la mixteca representa no solo la feminidad y la elegancia,, sino también una conexión con las tradiciones indígenas. Este elemento resalta como los huaraches pueden complementar la vestimenta tradicional, destacando el valor estético y cultural de ambos productos artesanales.

- **Tejamanil.** Madera utilizada comúnmente en la construcción de viviendas tradicionales en la Mixteca, es un símbolo de la sostenibilidad y la adaptación a los recursos locales. Investigadores como Ruiz García (2018), quien ha estudiado la arquitectura vernácula de Oaxaca, destacan el uso del tejamanil como un material que refleja la armonía entre las comunidades y su entorno natural. Su inclusión en el *moodboard* enfatiza el compromiso con el uso de materiales locales, un valor compartido en la elaboración de los huaraches (Ruiz García, 2018).
- **Tapete de Palma.** Es un ejemplo clásico de la habilidad artesanal en Oaxaca, y su elaboración ha sido documentada por etnógrafos como Luna (2016), quien describe cómo la técnica de tejido de palma ha sido transmitida a lo largo de generaciones en la Mixteca. Este tipo de tapete es un símbolo de la continuidad de las técnicas tradicionales y de la calidad del trabajo artesanal. Al incluirlo, se resalta la destreza de los artesanos y la relación entre diferentes formas de artesanía en la región (Luna, 2016).
- **Paleta de colores.** La paleta de colores terrosos utilizada, inspirada en los tonos de la tierra y el paisaje mixteco, ha sido estudiada por Navarrete, J. (2014), quien analiza el uso del color en las expresiones visuales y textiles de Oaxaca. Estos colores, que evocan el paisaje natural y la arquitectura tradicional, no solo proporcionan una estética armoniosa y refuerzan la autenticidad de los productos presentados. En la fotografía de producto, esta paleta permite que los detalles artesanales de los huaraches destaquen (Navarrete, 2014).

Cada elemento del *moodboard* es cuidadosamente seleccionado para resaltar la autenticidad, la tradición y la conexión con el entorno natural de la mixteca. Estos elementos, apoyados por investigaciones de expertos en la materia, contribuyen a construir una narrativa visual que refuerza el valor de los productos artesanales. Así, los huaraches se presentan como productos de alta calidad y como piezas que forman parte integral del patrimonio mixteco.

3.2 Composición Fotográfica

La captura eficaz de los huaraches en la fotografía de producto requiere de técnicas de composición que resalten la calidad del calzado, el valor cultural y artesanal detrás de su elaboración. Estas técnicas se basan en principios de la fotografía que han sido estudiados y aplicados por expertos en el campo, y que permiten que los huaraches sean apreciados en todo su esplendor.

Algunas ideas para la composición fotográfica avaladas por expertos en el campo son:

- Luz natural fundamental para resaltar texturas y detalles del cuero trabajado a mano, complementando con reflectores o lámparas suaves para evitar sombras duras. La luz natural difusa es ideal para fotografía de producto, ya que crea un equilibrio entre sombras y luces, realzando las texturas del material sin sobreexponer los detalles. En el caso de los huaraches utilizar un *softbox* en interiores puede suavizar las sombras y mejorar la percepción de la calidad del cuero (Freeman M. , 2014).
- Para hacer que los huaraches sean el foco principal, se sugiere utilizar fondos neutros como el blanco o negro que eliminen distracciones y concentren la atención del espectador en el producto. Sin embargo, para este trabajo es adecuado utilizar fondos que añadan contexto cultural, esto

no solo complementará el producto y añadirá profundidad narrativa a la imagen como menciona Rowse (2012).

- Colocar en primer plano detalles del trenzado y costuras del cuero son esenciales para transmitir la calidad artesanal. Praker (2012), destaca que las lentes son herramientas poderosas para revelar estos detalles, permitiendo que el espectador aprecie el trabajo del artesano. Estos acercamientos detallados pueden crear una conexión emocional al mostrar la destreza y dedicación, y en el caso de los huaraches subrayan el proceso artesanal meticuloso de Vicente Osorio.
- Diferentes perspectivas permite ofrecer una visión más completa del producto. Las tomas laterales enfatizan la forma y estructura del producto, mientras que los ángulos bajos generan una sensación de grandeza. Para los huaraches utilizar diferentes tipos de ángulos permite mostrar versatilidad, así como la calidad y la resistencia del calzado. Esta variedad muestra también la funcionalidad (Buhmann, 2016).
- La regla de los tercios es una técnica que ayuda a equilibrar las composiciones y hacerlas visualmente atractivas. Dividir la imagen en una cuadrícula imaginaria de tercios y colocar los elementos en las intersecciones, ayuda a guiar el ojo del espectador hacia el punto focal de manera natural. Fotografiar los huaraches utilizando esta técnica nos ayuda a enfatizar su importancia en la imagen, mientras se mantiene una composición equilibrada que retiene la atención del espectador (Kelby, The Digital Photography Book: Part 1., 2015).
- En el contexto de la fotografía de los huaraches, las líneas convergentes pueden ser utilizadas para guiar la atención, mientras que las formas repetitivas en el entorno, como los patrones en el tejamanil, el tejido del petate o el de palma pueden complementar a los huaraches. Esto añade

dinamismo a la composición y refuerza la conexión entre el producto y su contexto cultural (Barnbaum, 2017)

- Los elementos humanos como los pies, humanizan la imagen y crea conexión emocional con el espectador. Mostrar los huaraches en uso enfatiza su funcionalidad y durabilidad, reforzando la conexión entre el artesano y el consumidor final. Además, las imágenes que muestran el proceso de fabricación pueden narrar una historia más completa sobre la artesanía (Bordwell, 2015).
- Los elementos del entorno del artesano en la fotografía permiten contar una historia más completa. Fotografiar productos en su contexto cultural añade autenticidad, haciendo que el espectador entienda mejor el origen y el significado del producto. Al capturar los huaraches en el taller artesanal de Vicente Osorio, se puede vincular el producto y herencia del artesano, promoviendo un entendimiento del proceso y el valor cultural que representan (Pritchard, 2014).

La aplicación de estas técnicas de composición fotográfica no solo resalta la belleza y calidad de los huaraches de Vicente Osorio, sino que también permite contar una historia visual completa que conecta el producto con su rica tradición cultural y artesanal. Al utilizar fondos adecuados, capturar detalles, variar perspectivas y mostrar los huaraches en su entorno, se logra una representación auténtica y atractiva que potencia el valor del producto en el mercado.

Ejemplos de composición

- **Fotografía de detalle.** Capturar primeros planos enfatiza los detalles del producto, destacando la calidad y precisión del trabajo artesanal. Prakerl (2012), resalta que en fotografía, los primeros planos permiten apreciar los detalles y texturas que definen el producto. En el caso de los huaraches un utilizando un primer plano mostraría la textura y la meticulosidad del

proceso artesanal, mientras que en un fondo desenfocado se mantendría el enfoque exclusivamente en el detalle, una técnica comúnmente recomendada para productos elaborados a mano.

- **Fotografía en uso.** El uso real de los productos en la fotografía ayuda a crear una conexión entre los huaraches y el espectador. Según Bordwell (2015), usar elementos humanos en la composición aporta un sentido de familiaridad, facilitando al espectador imaginarse usando el producto.
- **Fotografía de contexto.** Pritchard (2014), afirma que situar al producto en su contexto cultural, ayuda a contar una historia más completa y envolvente. En el caso de los huaraches, colocarlos sobre tejamanil o algún otro elemento de este estilo, nos ayudará no solo a ver el producto sino a conectar con las tradiciones y el lugar donde se produce. Por otro lado, añadir algunas herramientas en la fotografía, refuerza la idea de que la artesanía es el resultado de un trabajo manual detallado.

Siguiendo estos principios de composición recomendados por expertos como Praker, Freeman y Pritchard, se logra una representación visual que no solo es estéticamente atractiva, sino que también comunica una historia y el valor cultural del producto. Estas técnicas promueven los huaraches como productos artesanales y celebran la tradición que los rodea, potenciando su impacto visual.

3.3 Selección de escenarios

La selección adecuada de escenarios en la fotografía es fundamental para comunicar la calidad y el contexto cultural que lo rodea. Para el caso de los huaraches de correa blanca, es esencial encontrar un balance entre un entorno controlado y un espacio que refleje la historia y la tradición que hay detrás de su elaboración.

En esta tesis, se consideran 3 escenarios: Set fotográfico de la Universidad Tecnológica de la Mixteca, el taller artesanal del maestro Vicente Osorio y Casa Huaxuapa, este último considerado un centro cultural vinculado con la identidad huajuapeña.

Justificación del Uso del Set Fotográfico de la UTM

Este espacio controlado resulta esencial para captar la calidad del producto de manera profesional. Un entorno de este tipo permite un control preciso sobre los elementos como la iluminación, los ángulos y los fondos, aspectos vitales para resaltar los detalles de los huaraches.

Un set profesional permite ajustar la iluminación para evitar sombras no deseadas y resaltar las texturas del cuero. De acuerdo con investigaciones recientes, el uso adecuado de la luz difusa mejora significativamente la percepción del producto en términos de calidad visual (Rodríguez, 2022).

Los fondos neutros, como el blanco y el negro, ayudan a centrar la atención en los huaraches, lo que es ideal para fotografías de catálogo. Además, estos fondos permiten mantener coherencia en las series fotográficas, lo que es de suma importancia para el *branding* y la presentación del producto en plataformas de comercio electrónico (Chen, 2021).

Integrar elementos culturales como un tapete de palma o una falda del jarabe mixteco, añade profundidad visual y refuerza el vínculo entre el producto y su contexto artesanal. Algunos estudios han demostrado que elementos visuales relacionados con el patrimonio cultural pueden aumentar la percepción de autenticidad y valor de los productos (Vargas, 2020).

En el set propuesto se utilizarán cámaras de alta resolución y lentes especializados, permitiendo captar cada detalle de los huaraches con precisión. La disponibilidad

de herramientas de edición garantiza también que las imágenes finales sean de alta calidad, un factor determinante en la presentación visual de los productos artesanales (Gómez, 2023).

Justificación del Uso del Taller del Artesano

Utilizar el taller del artesano como escenario para fotografiar los huaraches dará autenticidad y contexto a las imágenes. Este entorno enriquece la representación del producto y permite contar la historia detrás de su creación, conectando al espectador con el proceso artesanal.

El taller es un escenario ideal para mostrar parte del proceso de elaboración de los huaraches, revelando las herramientas, materiales y técnicas empleadas. Según diversos estudios, las imágenes que muestran el proceso de fabricación artesanal generan un mayor valor entre los consumidores, asociando los productos con exclusividad y calidad (Martínez J. O., 2021).

El artesano trabajando en sus huaraches humaniza el producto y crea una conexión emocional con el público. Esta estrategia es efectiva en productos artesanales, donde el cliente valora la historia detrás del objeto. La incorporación de elementos humanos en la fotografía puede influir significativamente en el comprador, haciendo que parezca más cercano y auténtico (González, 2022).

El taller de Vicente Osorio, con sus texturas, materiales y herramientas proporciona un fondo visual complementario para los huaraches. Integrando estos elementos en la composición fotográfica se refuerza la autenticidad y se añade narrativa que destaca el proceso de creación (Cabrera, 2022).

Justificación del Uso de Casa Huaxuapa y Modelo

Casa Huaxuapa es considerado un espacio cultural que aporta contexto para la fotografía de los huaraches. Su arquitectura tradicional proporciona un escenario visualmente atractivo, por otro lado, la modelo en las imágenes añade un componente estratégico que mejora el vínculo emocional con los espectadores.

La modelo utilizando los huaraches ayuda a los clientes a visualizar cómo se verían al usarlos. Esta estrategia muestra la versatilidad del producto y facilita la identificación del consumidor con el artículo, lo que puede aumentar la intención de compra (Sánchez, 2023).

La Casa Huaxuapa con su riqueza arquitectónica, refuerza la conexión de los huaraches con su entorno originario. Investigaciones en marketing visual han demostrado que los escenarios culturales pueden aumentar el valor y autenticidad en los productos artesanales (Ramírez, 2021).

El mostrar los huaraches en los pies de una modelo añade estilo y crea una conexión con la tradición y la modernidad. Mostrando que los huaraches se pueden integrar a contextos contemporáneos, se amplía un atractivo para la audiencia joven (Navarro, 2022).

La combinación de estos escenarios ofrece una narrativa visual más completa y cautivadora para los espectadores de los huaraches. Esta dualidad entre lo técnico, lo artesanal y lo emocional son clave para comunicar tanto la calidad como la herencia cultural del producto.

3.4 Pruebas Fotográficas

Para determinar la configuración de iluminación para resaltar las características de los productos artesanales, se realizaron en el set fotografico una serie de pruebas

con fondo blanco y negro, esto con la intención de ampliar las posibilidades creativas y evaluar el impacto de diferentes tonalidades en la percepción visual de los productos.

Equipo Utilizado

- Cámara Nikon© serie D3500.
- Lente Sigma 70-300 mm.
- 3 lámparas LED Neewer© de 5600 K, *softbox* de luz continua de 60 x 60 cm y lámpara de 64 leds con filtro cálido color azulado.
- Fondos blanco y negro.
- Set fotográfico para fotografía de producto.
- Trípode para cámara marca Nikon.

Configuración del Estudio

El set de fotografía se configuró de la siguiente manera:

- Fondo blanco, utilizando ISO 100-200, Velocidad 1/125, Apertura f/8. Iluminación suave y ambiente frío.
- Fondo negro, usando ISO 100, Velocidad 1/125, Apertura f/5.6-8. Iluminación envolvente con más contraste y ambiente cálido.
- Iluminación
 - Softbox se colocó detrás del producto para crear una iluminación de fondo suave y eliminar sombras duras.
 - Dos lámparas LED Neewer© se posicionaron en forma de triángulo para proporcionar una iluminación envolvente y resaltar la textura.
 - Una lámpara LED se colocó frontalmente al producto para controlar los brillos y resaltar los detalles.
 - Una lámpara de 64 leds se colocó en contrapicada al producto para dar un toque de carácter a la fotografía.

- Una cámara se colocó frente al set fotográfico con la flexibilidad de moverse para obtener un mejor ángulo del producto.

Estas pruebas nos permitieron

- Confirmar que el equipo de fotografía e iluminación utilizado es adecuado para las necesidades de las sesiones fotográficas.
- Comparar los resultados obtenidos con diferentes posiciones de las lámparas y ajustes de intensidad.
- Determinar qué fondo es el más apropiado para el producto, considerando que en este caso ambos fondos realzan los huaraches.
- Establecer el flujo de trabajo eficiente para las siguientes sesiones fotográficas.

Análisis del equipo

Una cámara réflex digital de nivel intermedio como la Nikon® D3500, combinada con un lente zoom sigma 70-300 mm, permite obtener imágenes de calidad con un buen nivel de detalle. La temperatura de color de 5600 k de las lámparas LED proporcionó una luz diurna que se adaptó perfectamente a los huaraches fotografiados. El *softbox* ayudó a suavizar la luz y eliminar sombras duras, creando una iluminación uniforme y agradable.

Estas pruebas realizadas proporcionaron una guía sobre cómo manejar la iluminación al capturar las imágenes en un entorno controlado. Las configuraciones de iluminación probadas aseguraron que los fondos blancos y los negros pueden utilizarse eficazmente, destacando los detalles y la calidad de los huaraches. Esta información es fundamental para planificar y ejecutar las sesiones de fotografía de producto de manera eficiente y eficaz, optimizando los recursos y garantizando resultados visuales con impacto.

Fotografías de la prueba

En esta serie de imágenes de prueba, se experimentó con fondos blanco y negro para evaluar el comportamiento de la luz y el contraste en la representación del producto. Estos fondos fueron seleccionados para ofrecer una comparación visual que resalta diferentes aspectos de los huaraches, como las texturas y los detalles.

Las fotografías sobre el fondo blanco generaron una atmósfera limpia y neutral, eliminando distracciones y permitiendo que el producto sea el principal punto de atención. Por otro lado, las imágenes con fondo negro crean un contraste marcado, destacando la silueta y realzando los detalles a través de sombras sutiles, proporcionando una sensación cálida y envolvente.

Es importante destacar que estas fotografías se encuentran en una fase fría de desarrollo, lo que significa que se utilizaron configuraciones iniciales de iluminación y ajustes básicos de cámara. Los parámetros técnicos y la calidad de la iluminación están aún en proceso de refinamiento para obtener el resultado final deseado. Las pruebas realizadas hasta ahora nos permiten obtener una base sólida sobre la cual realizar ajustes de color, textura y composición para las sesiones en la fase de producción.

IMAGEN 19.

ILUMINACIÓN



IMAGEN 20.

CÁMARA



IMAGEN 21.

SET FOTOGRÁFICO



IMAGEN 22.

FONDO BLANCO



IMAGEN 23.

HUARACHES SOBRE PUESTOS



IMAGEN 24.

SOMBRAS SUAVES



IMAGEN 25.

DETALLES



IMAGEN 26.
SIN SOMBRAS



IMAGEN 27.
FONDO NEGRO



IMAGEN 28.

FILTRO AZUL



Checklist de Equipo para Sesiones Fotográficas

Para garantizar la preparación adecuada y la calidad de las fotografías, se elaboró un checklist con el equipo necesario para las sesiones fotográficas, basándose en las pruebas realizadas.

Set Fotográfico

- Set de fotografía para producto
- Back de tela en negro

Equipo fotográfico

- Cámara Nikon© serie D3500.
- Lente Sigma© 70-300 mm.

Iluminación

- 3 lámparas LED Neewer© con intensidad ajustable (100% para fondo blanco, 10% para fondo negro) y temperatura de color: 5600 K.
- 1 lámpara de 64 leds con filtro azul (para resaltar detalles dar carácter y calidez).
- 1 lámpara softbox (para iluminación difusa desde atrás).

Soportes y Trípodes

- Trípode de la marca Nikon© para cámara.
- Soportes para lámparas LED y softbox.

Accesorios Adicionales

- Filtro azul para lámpara adicional.
- Paños de microfibra (para limpieza de huaraches y equipo).

CAPÍTULO 4.

Fase de Producción

Este capítulo se centra concretamente en la realización de las imágenes, detallando los procedimientos llevados a cabo durante la toma de las imágenes, incluyendo la configuración del equipo fotográfico, la iluminación y la selección inicial de fotografías. Esta etapa resulta importante para la obtención de los datos que serán analizados en los capítulos posteriores.

4.1 Sesión en estudio fotográfico de la UTM

La sesión fue realizada utilizando iluminación controlada con lámparas ajustadas al 68% de su capacidad, con una temperatura de color de 3200 K. Esta selección fue para emular una luz cálida, similar a la iluminación natural durante el atardecer, lo que realza los tonos terrarios en las telas y los accesorios usados en la composición. La temperatura de 3200 K ayudó a crear una atmósfera más acogedora y rica en matices, resaltando la calidez de los colores sin que se volvieran artificiales o se saturaran (ver imágenes 29,30, y 31).

IMAGEN 29.

CONFIGURACIÓN DEL SET



IMAGEN 30

LÁMPARAS DEL SET FOTOGRÁFICO



IMAGEN 31

FOTOGRAFIANDO



Accesorios Utilizados

- a. Tapete de Palma elegido base para las composiciones debido a su textura natural y rústica, lo que se alinea con la temática de la artesanía. La elección de parámetros como 1/100, f16 e ISO 1600 permitió capturar tanto los detalles de la palma como mantener la profundidad de campo necesaria para

destacar los elementos situados sobre el tapete sin perder nitidez (ver imagen 32).

IMAGEN 32

PETATE DE PALMA



- b.** Falda del Jarabe Mixteco, fue seleccionada para añadir un elemento cultural fuerte, representando la identidad mixteca en la fotografía. El enfoque en f16 mantuvo la riqueza del tejido y los patrones tradicionales enfocados, mientras que el ISO 1600 permitió captar todos los detalles bajo las condiciones de luz artificial controlada. Esta prenda no solo funcionó como símbolo cultural, sino también como un elemento de gran contraste (ver imagen 33).

IMAGEN 33

FALDA DEL JARABE MIXTECO



- c. El rebozo mixteco (utilizando los parámetros 1/60, f18, ISO 1600), siendo una pieza de gran valor artesanal, aporta elegancia y autenticidad a la escena. Se utilizó para complementar el tema étnico de la sesión, dando cohesión a los huaraches a través de su color y textura (ver imagen 34). El uso del rebozo ayudó a equilibrar la imagen, dirigiendo la atención hacia los detalles y proporcionando una narrativa visual que conecta la historia y la cultura mixteca.

IMAGEN 34.

REBOZO MIXTECO



- d. Las telas en tonos terrarios, como verde olivo, rojo, durazno, café y beige, fueron seleccionadas para crear una paleta cromática armoniosa y en sintonía con los huaraches. Estos colores tienen una connotación terrestre, evocando paisajes áridos y vegetación seca, que dialogan directamente con el tapete de palma y el estilo artesanal de la sesión (ver imagen 35). Estos tonos permiten que las prendas y los detalles sobresalgan sin competir visualmente con los demás elementos.

IMAGEN 35

TELAS DE COLORES TERRARIOS



- e. El papel celofán en colores azul, rojo y amarillo fue utilizado como parte del fondo de los huaraches de correa blanca. Estos papeles, ubicados estratégicamente en la composición, añadieron vibración visual y profundidad al entorno de los huaraches (ver imagen 36). El celofán azul evoca sensaciones de frescura y tranquilidad, mientras que el rojo simboliza la fuerza y la pasión, contrastando con los tonos más neutros del ambiente. El amarillo, por su parte, aportó un toque cálido y luminoso, que resaltó los huaraches y equilibró la paleta cromática de la escena.

IMAGEN 36

PAPEL CELOFÁN Y LOS HUARACHES



- f. El fondo de tejamanil fue seleccionado por su textura visual rica y su capacidad para añadir una dimensión artesanal y rústica a la composición. El tejamanil, utilizado tradicionalmente en la construcción de techos en comunidades rurales, representa la conexión con la arquitectura tradicional mixteca, lo que refuerza el enfoque cultural de la sesión (ver imagen 37). Su color cálido y la irregularidad de sus tablones crean un contraste visual sutil que enmarca los productos, como los huaraches, sin desviar la atención de estos.

IMAGEN 37

TEJAMANIL DE FONDO



Cada uno de estos elementos fue cuidadosamente seleccionado y utilizado con la intención de crear una narrativa visual que celebra la tradición, la cultura y la artesanía de la región mixteca. La inclusión del tejamanil, junto con las telas y el tapete de palma, reforzó la conexión con el entorno artesanal. La iluminación, los colores y los textiles funcionan en conjunto para evocar un sentimiento de identidad regional, al mismo tiempo que destacan la importancia de los detalles artesanales. La combinación de colores terrarios y la luz cálida crea un entorno visual que resalta la belleza de los productos tradicionales en un contexto contemporáneo de fotografía de producto.

4.2 Sesión fotográfica en el taller del Artesano Vicente Osorio

El objetivo de esta actividad fue documentar de manera integral el entorno, las técnicas y la conexión que el artesano tiene con su oficio, reflejando tanto el trabajo manual como su contexto personal.

Esta sesión tuvo un enfoque dirigido a mostrar diversos aspectos del proceso artesanal. Se realizaron acercamientos a las manos de Vicente Osorio, capturando el manejo del cuero y las herramientas. Estas imágenes buscaban destacar la textura de los materiales y la destreza en los movimientos del artesano. Sin embargo, seguir el ritmo rápido y preciso del maestro durante su trabajo representa un reto, exigiendo ajustes continuos de la configuración de la cámara.

Además de los detalles del proceso, también se capturaron imágenes de los huaraches terminados, donde se resaltaron sus detalles y la calidad de su manufactura. Estas fotografías permitieron destacar el producto final, subrayando la belleza y autenticidad de la artesanía local.

Estas tomas no sólo buscan mostrar al artesano en acción, sino también transmitir su vínculo con la tradición y la cultura que representa. Las fotografías de cuerpo entero mientras trabaja aportan una perspectiva humana al relato visual, integrando al artesano en la narrativa de los huaraches.

4.2.1 Parámetros técnicos

Apertura f/4.5, nos ayudó a obtener una profundidad de campo que permitiera destacar tanto el artesano como los detalles de los huaraches y las herramientas utilizadas.

Velocidad de obturación 1/715, esta velocidad permite capturar el movimiento del trabajo manual siendo lo suficientemente lenta para capturar la luz disponible, pero requería un control preciso para evitar el desenfoque por movimiento.

ISO 800, se usó para compensar la falta de luz natural en el taller sin comprometer demasiado la calidad de la imagen ni generar exceso de ruido.

4.2.2 Preparación del entorno

Aunque el taller cuenta con algunos detalles visuales, se utilizaron algunas luces suaves para resaltar las manos y herramientas sin alterar la atmósfera original. Se mantuvo la iluminación natural del espacio tanto como fue posible.

Las primeras imágenes se centraron en los detalles de las manos del artesano trabajando el cuero, así como en sus herramientas y la forma en la que interactúa con los materiales. Este enfoque permite mostrar la dedicación y precisión del proceso manual.

También se fotografiaron los huaraches terminados, destacando sus detalles únicos. Estas tomas sirven para mostrar el producto completo y su valor como pieza artesanal. Para completar la documentación, se tomaron retratos completos de don Vicente mientras trabajaba, estas imágenes capturan tanto su expresión facial como su postura, transmitiendo la experiencia del maestro huarachero.

La sesión fotográfica en el taller de Vicente Osorio nos permitió capturar tanto el proceso artesanal como al artesano en su entorno natural. Las imágenes obtenidas no sólo documentan la creación de los huaraches, sino también la conexión entre el artesano y su trabajo, destacando tanto los detalles técnicos del producto como la parte humana del proceso. Estas fotografías son un elemento visual clave para contextualizar la importancia cultural y artística de los huaraches del jarabe mixteco.

Fotografías de la sesión

IMAGEN 38

MANOS ARTESANAS



IMAGEN 39

VICENTE OSORIO



IMAGEN 40

HUARACHES EN TALLER



IMAGEN 41

DON VICENTE Y ANNEMIE



Esta segunda sesión nos permitió capturar imágenes que destacan la conexión entre el artesano y su oficio, documentando el proceso de creación de los huaraches de correa blanca, mostrando la destreza en el manejo de los materiales. Las fotografías de sus manos, las herramientas y los huaraches terminados reflejan la autenticidad y calidad de su trabajo, mientras que los retratos de cuerpo completo

aportan la parte humana a la narrativa. Esta sesión proporciona material valioso que será esencial para contar la historia del artesano y su obra.

4.3 Sesión fotográfica en Casa Huaxuapa

Se seleccionó la casa Huaxuapa, un lugar emblemático y lleno de historia en Huajuapán de León. Este espacio, que durante muchos años fue la cárcel de la ciudad, se ha convertido en un centro de arte y cultura. Una de sus características más llamativas son las paredes recubiertas de un polvo de cantera roja, un material típico de la región mixteca que le da al edificio un tono característico unificando visualmente sus más de 100 años de antigüedad. Este lugar ofreció el escenario ideal para enmarcar la propuesta de fotografía de producto enfocada en los huaraches del jarabe mixteco, destacando su valor artesanal y su relevancia cultural.

Casa Huaxuapa también cuenta con un jardín etnobotánico, que incluye plantas endémicas de la región mixteca. Dichas plantas han sido donadas por diferentes jefes de colonias de la ciudad y agentes municipales, lo que le otorga al jardín un sentido de pertenencia y colaboración comunitaria. Este entorno natural sirvió para establecer una conexión visual entre el producto y el paisaje natural de la región.

En esta sesión, se integró una modelo para darle un toque de estilo y contexto contemporáneo a las imágenes de los huaraches. Se realizaron tomas entradas en los pies de la modelo en varias áreas del edificio y en el jardín antes mencionado, capturando la interacción de los huaraches con el entorno natural y urbano. Estas imágenes buscan mostrar cómo los huaraches, además de ser una pieza tradicional, forman parte de un estilo de vida actual práctico y estéticamente atractivo.

Así mismo, se tomaron fotografías de cuerpo completo de la modelo aprovechando las paredes de cantera roja como fondo. Estas tomas ayudan a resaltar los detalles

del calzado y a presentar los huaraches en escenarios cotidianos y en armonía con la arquitectura y naturaleza del lugar.

4.3.1 Parámetros técnicos

Se seleccionaron cuidadosamente los parámetros técnicos para capturar de manera óptima tanto el entorno histórico como el producto artesanal. El espacio presenta retos y oportunidades en los términos de iluminación y composición.

4.3.2 Iluminación

Debido a que la casa Huaxuapa es un edificio antiguo con paredes de cantera roja que absorben mucha luz, fue fundamental controlar la iluminación para evitar sombras fuertes y preservar la naturalidad de los colores.

Espacio abierto con empresarios al aire libre, se aprovecha la luz natural para capturar los detalles del producto y el entorno. Sin embargo, para evitar sombras duras, se utilizó un difusor en algunas tomas, particularmente en aquellas realizadas en el jardín etnobotánico.

Fue necesario utilizar un *softbox* de luz continua de 60 x 60 cm que fue colocado como luz principal en las tomas de la modelo, para emular la luz de día. Esto ayudó a integrar de manera armoniosa la emanación artificial con la luz natural.

4.3.3 Configuración del equipo

Para capturar con precisión tanto los detalles de los huaraches como el entorno, se utilizó una cámara Nikon© serie D3500 con un lente de 70 a 300 mm f/1.8, Ideal para retratos de fotografía de producto por su calidad de crear un enfoque nítido con un fondo difuminado.

Se utilizó una apertura de f/4.0 para permitir una profundidad de campo suficiente que destacarán los huaraches, pero al mismo tiempo crear un efecto de *bokeh* (técnica fotográfica que consiste en crear un área nítida y otra desenfocada en una misma imagen) suave en el fondo. Este ajuste fue especialmente útil en las tomas del jardín de no botánico, donde se buscaba desenfocar el entorno para dar protagonismo al producto.

La velocidad de obturación fue ajustada a 1/200 para evitar el desenfoque por movimiento, ya que en algunas tomas la modelo se encontraba caminando o moviendo los pies de forma natural.

El ISO 400 fue suficiente para las tomas realizadas en exteriores con luz natural, mientras que, en interiores, como las áreas más oscuras de Casa Huaxuapa, se elevó a ISO 800 para mantener una buena exposición sin generar ruido.

4.3.4 Enfoque

Este enfoque resalta tanto el producto artesanal como el entorno histórico y cultural de casa Huaxuapa, para lograr una composición equilibrada.

En las tomas de los pies de la modelo y huaraches, se emplea un enfoque selectivo para resaltar los materiales y detalles del calzado.

Esto permitió una mayor inmersión en la textura y los colores del producto. En las fotografías de cuerpo completo la modelo se situó frente a las paredes de cantera roja, integrando el entorno con el producto para transmitir un mensaje de uso cotidiano.

4.4 Fotografías de la sesión

IMAGEN 42

MODELO EN CASA HUAXUAPA



IMAGEN 43

PIES CRUZADOS



IMAGEN 44

POSE



IMAGEN 45

AGAVE





4.5 Selección de Fotografías

Una vez finalizadas las sesiones fotográficas, se procedió a realizar una primera selección de imágenes basándose en parámetros como la nitidez, la iluminación, originalidad, coherencia visual y la composición. Este proceso tiene como objetivo seleccionar fotografías que se consideran adecuadas para la propuesta para el *lookbook* digital. La selección corresponde a criterios técnicos y narrativos, ya cuentan una historia por sí mismas.

En las fotos capturadas en el taller del artesano, a pesar de las limitaciones en el entorno, para profundizar en su trabajo, se logró capturar su esencia única, las imágenes de sus manos trabajando en los huaraches, junto con su presencia en el lugar en que le fue heredado esta tradición artesanal, transmiten de manera genuina la importancia de su oficio. Estas fotografías son un reflejo del legado cultural que él representa.

Por otro lado, en la imágenes de la modelo, aunque se tomaron fotos de cuerpo completo, se determinó que los pies calzados con los huaraches son las más viables para esta propuesta, ya que enfatizan el uso del producto y su funcionalidad. Este

tipo de imágenes resultan más efectivas para resaltar los huaraches en un contexto de vida cotidiana.

Finalmente, las fotografías realizadas en el estudio de la UTM permitieron destacar los elementos culturales que rodean los huaraches, otorgándoles un trasfondo visual que conecta con las tradiciones y costumbres de la mixteca. El uso de la falda, el tejamanil, las telas de colores terrarios y otros elementos característicos de la región representan los colores de la tierra, la cantera roja, refuerzan el carácter simbólico del producto artesanal. Estas composiciones enmarcan los huaraches en un contexto estético y cuentan una historia visual que recuerda la riqueza de la mixteca y su cultura. Este enfoque fotográfico resalta el producto y transmite un mensaje de identidad y pertenencia que es fundamental para esta propuesta.

4.6 Selección de fotografías

IMAGEN 47

FONDO BLANCO



IMAGEN 48
FONDO NEGRO



IMAGEN 49
JEANS



IMAGEN 50
TRIÁNGULO



IMAGEN 51
ROCA



IMAGEN 52
AGAVE EDITADO



IMAGEN 53
PIES CRUZADOS



IMAGEN 54
TEJAMANIL



IMAGEN 55
TEJAMANIL 2



IMAGEN 56

PETATE



IMAGEN 57

PETATE 2



IMAGEN 58

PETATE 3



IMAGEN 59

FALDA



IMAGEN 60

FALDA 2



IMAGEN 61

REBOZO



IMAGEN 62
REBOZO 2



IMAGEN 63
COLORES



IMAGEN 64

MANOS



IMAGEN 65

MANOS ARTESANAS



IMAGEN 66
DON VICENTE



IMAGEN 67
ARMADO DE HUARACHE





Se concluye resaltando la importancia de utilizar la imagen como una herramienta narrativa, que muestra el producto y comunica su contexto cultural. La selección cuidadosa de las imágenes, basada en parámetros técnicos y narrativos, garantiza que las fotografías capturen la esencia del producto y su historia. Las fotos tomadas en el taller del artesano logran transmitir autenticidad y el legado cultural que representa Vicente Osorio. A través de la conexión entre sus manos y los huaraches que hace.

Por otro lado, las imágenes de la modelo refuerzan el uso práctico y cotidiano de los huaraches, mostrando su funcionalidad en un entorno real. En cuanto a las fotografías de estudios, se los elementos culturales otorgan profundidad y valor simbólico al producto, enmarcando los huaraches en un contexto que evoca la riqueza cultural de la Mixteca.

En conjunto este enfoque fotográfico resalta el producto desde una perspectiva estética, refuerza su identidad cultural y su significado en la región. Este tipo de representación es importante para la comercialización del producto y para preservar su legado en futuras generaciones.

4.7 Fase de Postproducción

La edición de fotografías en un lookbook es esencial para una presentación profesional y coherente. Este proceso permite resaltar detalles, corregir imperfecciones y mantener una consistencia visual que refuerza la identidad de la marca.

Según Yuca Studio (2023), el retoque fotográfico es fundamental para destacar los colores, texturas y patrones del producto, asegurando que cada imagen refleje la calidad e historia en cada diseño. Además, una edición adecuada mejora la iluminación y la paleta de colores, creando una atmósfera visual que se alinea con la estética de la marca.

La coherencia visual en las imágenes es crucial para ofrecer una experiencia fluida al espectador. una edición consistente garantiza que todas las fotografías sigan un estilo, lo que facilita la conexión de la audiencia con la marca y sus productos (Studio, 2023).

Por otro lado, la edición fotográfica permite corregir aspectos técnicos como la exposición, el contraste y la saturación mejorando la calidad e impacto visual en las imágenes. Esto es relevante en la fotografía digital, donde la postproducción es una extensión del proceso creativo del fotógrafo (Arnaiz, 2021).

Para la edición de las imágenes se utilizó *Adobe Photoshop* que proporciona herramientas avanzadas que permiten realizar selecciones detalladas, trabajar con capas y aplicar efectos que mejoran la percepción de los huaraches y *Lightroom* que facilita un flujo de trabajo eficiente gracias a su capacidad de edición no destructiva, organización de archivos y sincronización de ajustes en múltiples imágenes, lo que garantiza una uniformidad en todas las fotografías (Fotonatura, 2015).

El uso combinado de estos dos programas optimiza el proceso de edición y mejora la calidad de los resultados, asegurando que cada imagen transmita fielmente la esencia y el valor de cada par (Adobe, 2023).

En resumen, la edición de las 24 fotografías seleccionadas para este proyecto es una inversión necesaria para presentar imágenes atractivas y profesionales que comuniquen efectivamente la esencia y la calidad del trabajo de Vicente Osorio.

4.7.1 Fotografías Editadas

IMAGEN 69

FONDO BLANCO



IMAGEN 70
FONDO NEGRO



IMAGEN 71
TRIÁNGULO



IMAGEN 72

ROCA



IMAGEN 73

AGAVE EDITADO



IMAGEN 74

JEANS



IMAGEN 75
PIES CRUZADOS



IMAGEN 76

TEJAMANIL



IMAGEN 77

TEJAMANIL 2



IMAGEN 78

PETATE



IMAGEN 79

PETATE 2



IMAGEN 80

PETATE 3



IMAGEN 81

FALDA



IMAGEN 82

FALDA 2



IMAGEN 83

REBOZO

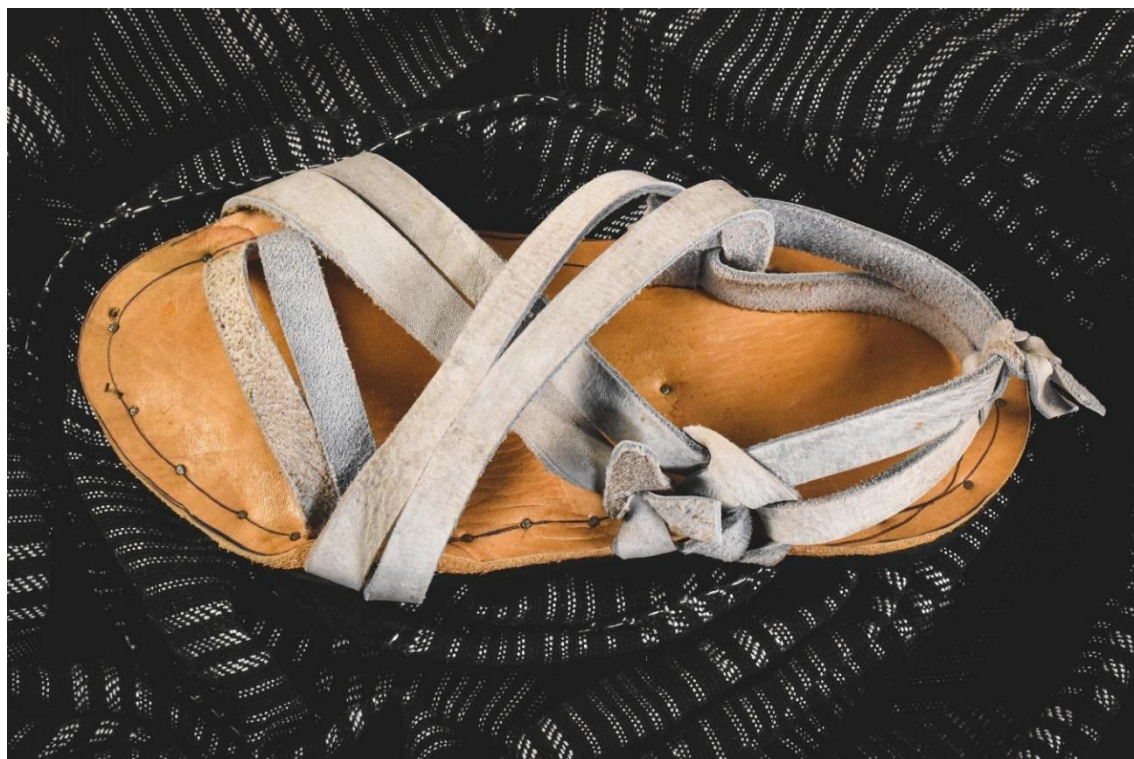


IMAGEN 84

REBOZO 2



IMAGEN 85

COLORES

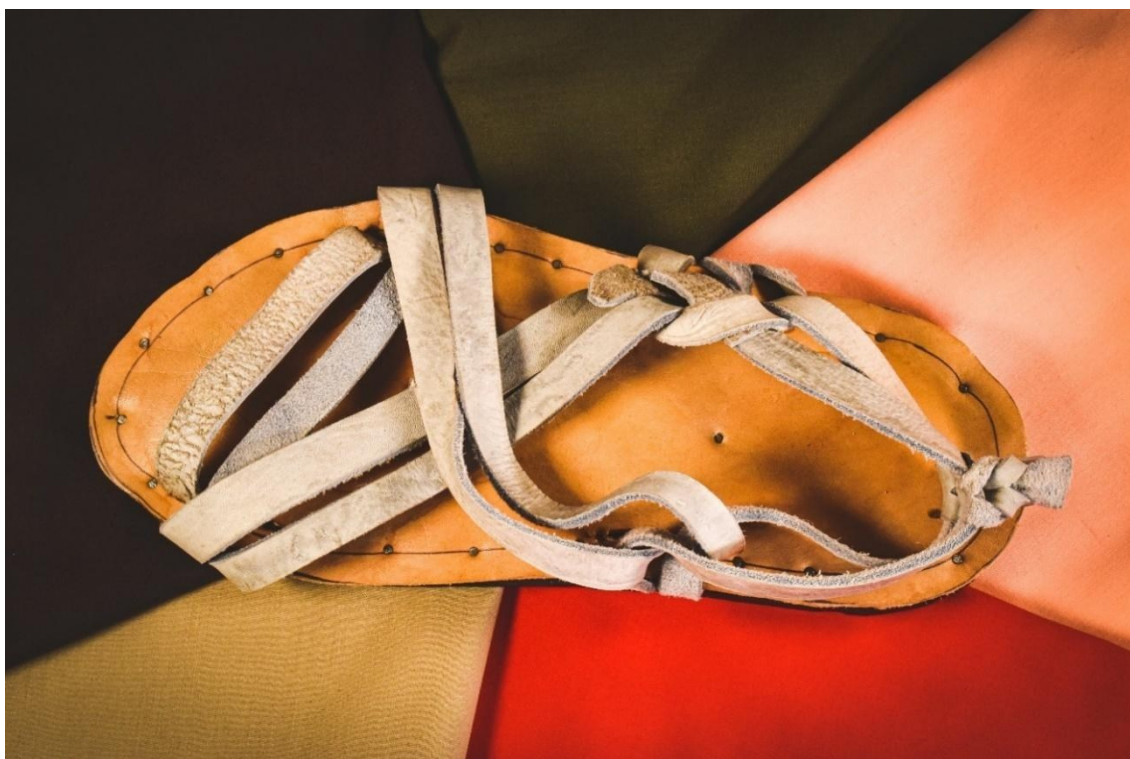


IMAGEN 86
COLORES 2



IMAGEN 87
MANOS



IMAGEN 88

MANOS ARTESANAS



IMAGEN 89

MANOS ARTESANAS 2



IMAGEN 90

ARMADO DE HUARACHE



IMAGEN 91

DON VICENTE



IMAGEN 92

MODELO 1



IMAGEN 93

MODELO 2



IMAGEN 94

MODELO 3



4.8 Pruebas de visualización en plataformas digitales

La eficacia de las pruebas en plataformas digitales fue comprobada al asegurar que las fotografías de los huaraches de correa blanca cumplen con los formatos específicos y requerimientos de cada red social, asegurando su correcta visualización y adaptación. El uso de imágenes optimizadas adecuadamente incrementa la probabilidad de favorecer el contenido que se ajusta a sus parámetros técnicos.

4.8.1 Facebook©

Es una de las redes más populares, especialmente para públicos que van desde los jóvenes adultos hasta las personas mayores. De acuerdo con las directrices de imagen de esta plataforma, las imágenes deben tener un tamaño mínimo de 1200 x 630 píxeles para evitar la pérdida de calidad y poder mostrarlas adecuadamente en los diferentes dispositivos (facebook©, 2023). Las fotografías de los huaraches fueron optimizadas, asegurando se mantenga la nitidez en las publicaciones (ver imagen 95 y 96).

Por otro lado, el uso de imágenes en *facebook*© puede aumentar la tasa de interacción, dado que el algoritmo de la plataforma tiende a priorizar publicaciones con alto *engagement* (nivel de compromiso que tienen los consumidores con una marca visual (Smith A. &, 2021).

IMAGEN 95

Facebook© 1

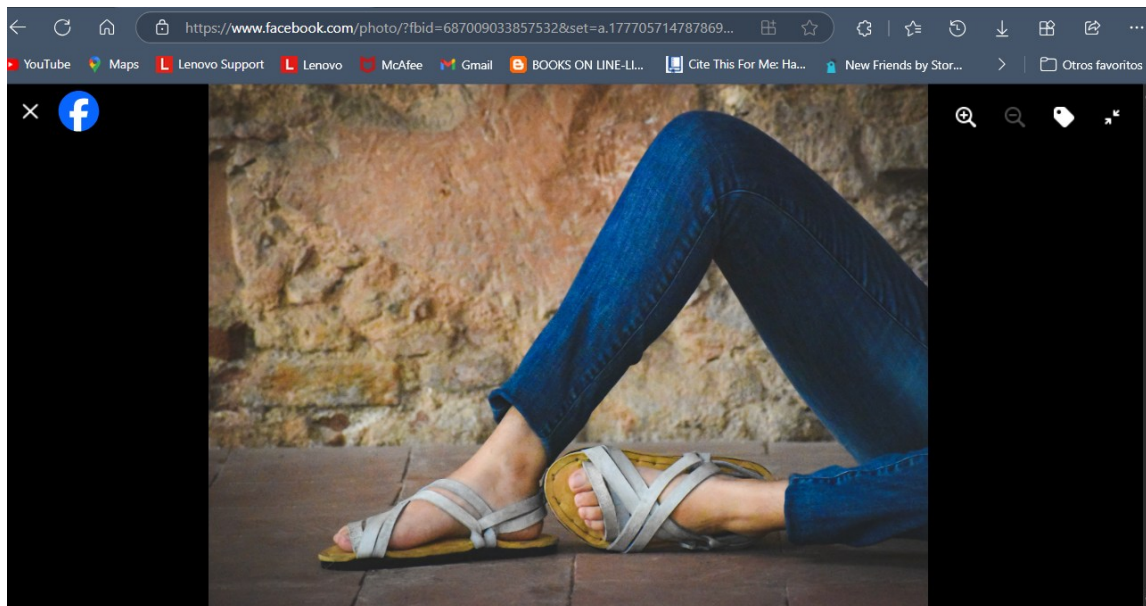
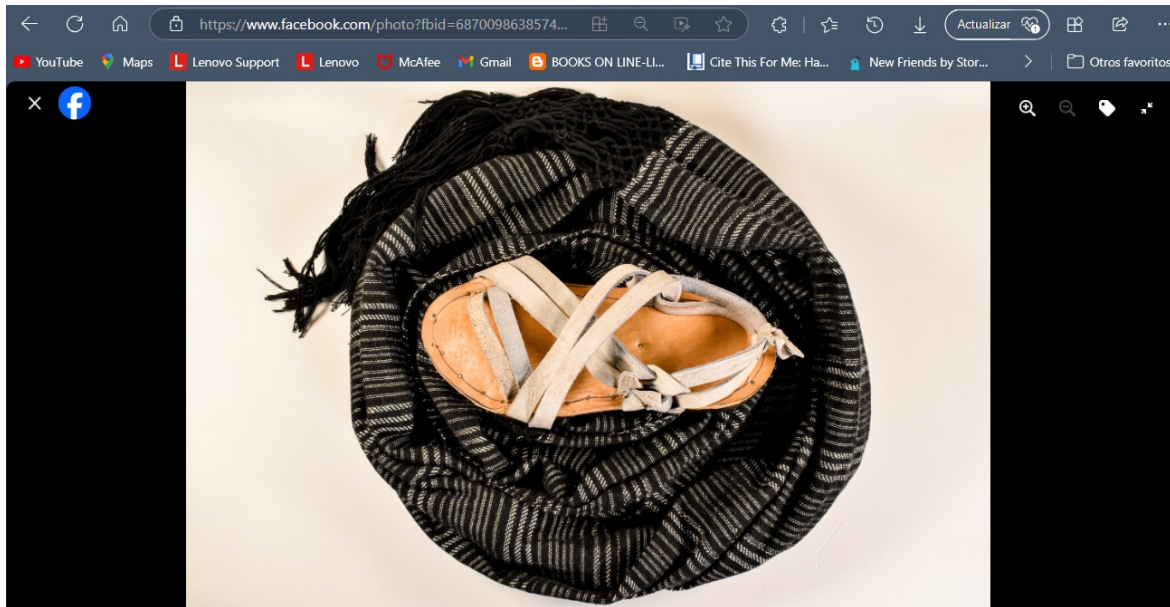


IMAGEN 96

Facebook© 2



4.8.2 Instagram©

Esta plataforma se centra exclusivamente en el contenido visual, por lo que la calidad de las imágenes es fundamental para captar la atención del público. Las fotografías deben tener un tamaño recomendado de 1080 x 1080 píxeles para publicaciones cuadradas y 1080 x 1920 para historias (Instagram©, 2022). Las pruebas realizadas demostraron que las imágenes se adaptan correctamente a estos formatos sin perder calidad (ver imagen 97 y 98).

El uso de fotografías profesionales optimizadas mejora significativamente su rendimiento en términos de *likes*, comentarios y alcance (Jones, 2021). En esta plataforma los huaraches no solo cumplen con los requisitos técnicos, también se adaptan a los estándares de contenido visual que atraen audiencia.

IMAGEN 97
Instagram© 1



IMAGEN 98
Instagram© 2



4.8.3 Tiktok©

Tiktok© aunque es una plataforma de video, las imágenes pueden desempeñar un papel importante en la creación de promoción visual de productos. Para este propósito, las imágenes deben tener una resolución mínima de 1080 x 1920 píxeles, la cual es recomendada para contenido vertical (*Tiktok*©, 2022). Las pruebas demostraron que las imágenes de los huaraches, al ser utilizadas como miniaturas y en formato de video, lograron destacar por su claridad y detalle (ver imágenes 99 y 100).

La alta calidad visual es esencial en *Tiktok*© debido al rápido desplazamiento de contenido, por lo que las primeras impresiones visuales son determinantes para captar la atención del usuario (Baker, 2022). La adaptabilidad de las fotografías a este formato permitió que se visualizarán correctamente.

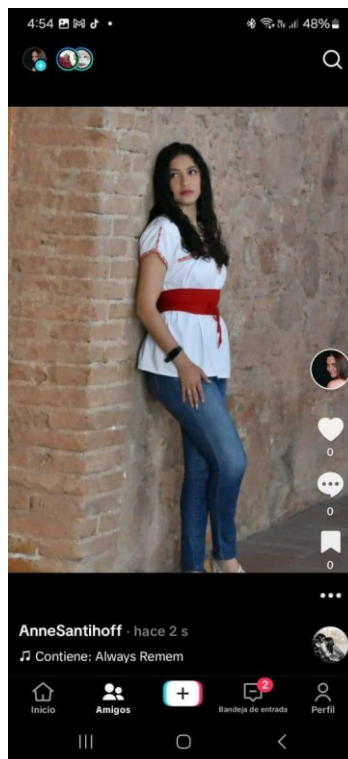
IMAGEN 99

Tiktok© 1



IMAGEN 100

Tiktok© 2



4.8.4 X Corp (Twitter)©

Es una plataforma en la que el contenido juega un papel fundamental para incrementar la interacción, a pesar de ser una red basada en texto. Las imágenes publicadas deben tener una resolución mínima de 1200 x 675 píxeles para garantizar su correcta visualización (X Corp©, 2022). Las fotografías de los huaraches se ajustaron a este formato para que el producto sea presentado con claridad y nitidez en las publicaciones (ver imágenes 101 y 102).

Un estudio reciente destaca que los *twits* que contienen imágenes obtienen hasta un 150% más *retuits* que aquellos que solo utilizan texto (Taylor J. &., 2020).

IMAGEN 101

X Corp© 1



IMAGEN 102

X Corp© 2



Las pruebas realizadas en las principales plataformas digitales demostraron que las fotografías de los huaraches cumplen con los requisitos de formato y calidad establecidos por cada red social. El cumplimiento de estos parámetros no solo garantiza una correcta visualización, sino que también aumenta la interacción y el alcance de las publicaciones. Al estar optimizadas para cada plataforma, las imágenes generan un impacto positivo en el público objetivo, mejorando la visibilidad y la percepción del producto en entornos digitales.

CAPÍTULO 5

Evaluación

Con el objetivo de evaluar la propuesta fotográfica centrada en los huaraches de correa blanca y su aplicación potencial en la preproducción de un *lookbook* digital, se llevó a cabo una evaluación cualitativa y cuantitativa mediante un *focus group* conformado por cinco expertos multidisciplinarios. Este grupo estuvo integrado por fotógrafos profesionales, bailarines del Jarabe Mixteco, así como especialistas en historia y artes visuales, lo que permitió un análisis profundo desde distintas perspectivas técnicas, culturales y simbólicas.

La evaluación se diseñó para analizar cuatro categorías fundamentales:

- **Calidad técnica de la fotografía**
 - ¿Considera que la calidad de la imagen (nitidez, enfoque, resolución) es adecuada para la presentación de un producto artesanal?
 - ¿La iluminación utilizada en las fotografías resalta adecuadamente la textura del material de los huaraches?
 - ¿La edición fotográfica mantiene la fidelidad visual del producto sin alterar su apariencia real?
- **Comunicación visual del producto**
 - ¿La propuesta fotográfica transmite adecuadamente la calidad artesanal de los huaraches?
 - ¿Percibe una coherencia visual entre todas las imágenes presentadas?
 - ¿Las fotografías permiten al espectador entender el proceso manual o dedicación involucrada en la elaboración del calzado?
- **Identidad cultural y simbólica**
 - ¿Considera que la propuesta fotográfica respeta y comunica el contexto cultural al que pertenecen los huaraches?

- ¿Las imágenes evocan o comunican adecuadamente el uso tradicional del calzado (por ejemplo, en el Jarabe Mixteco)?
- ¿Los elementos utilizados en el fondo o ambientación fotográfica son apropiados para resaltar la identidad mixteca del producto?
- **Pertinencia para un *lookbook* digital**
 - ¿Las fotografías presentadas podrían integrarse en un lookbook digital sin requerir ajustes significativos?
 - ¿La propuesta visual es lo suficientemente atractiva para ser difundida en redes sociales o plataformas de e-commerce?
 - ¿Considera que el conjunto fotográfico cumple con los objetivos planteados para esta preproducción?

Cada uno de estos criterios fue evaluado a través de tres preguntas específicas, lo que permitió obtener un diagnóstico más preciso y detallado. Las puntuaciones mostradas en la tabla siguiente corresponden al promedio de las respuestas a esas preguntas por criterio, facilitando así una lectura integrada y representativa del juicio de cada experto.

Para ello, se empleó una escala de valoración del 0 al 5, complementada con preguntas abiertas que enriquecieron el análisis cualitativo.

Escala de evaluación:

- **5** = Excelente / Totalmente de acuerdo
- **4** = Muy bueno / De acuerdo
- **3** = Bueno / Neutral
- **2** = Regular / En desacuerdo
- **1** = Deficiente / En total desacuerdo
- **0** = No aplica / No cumple

5.1 Resultados del Focus Group

Tabla 1

Participante	Calidad Técnica de la fotografía	Comunicación visual del producto	Identidad cultural y simbólica	Pertinencia para un lookbook digital	Total	Promedio
Mtro. Ubaldo Máximo Sánchez Méndez	4.3	4.6	5.0	5.0	18.9	4.73
Ehecatl Pablo Montes Victoria	5.0	4.0	4.0	4.0	17.0	4.25
Ing. Adm. Camacho Jiménez	4.0	4.3	4.3	5.0	17.6	4.40
Lic. Ofelia Pineda Ortiz	4.6	4.6	4.3	5.0	18.5	4.63
Lic. Inés Pérez Reyes	4.6	5.0	4.3	4.0	17.9	4.48

Conclusión cuantitativa

Los resultados reflejan respaldo sólido por parte de los evaluadores de la propuesta fotográfica. Las puntuaciones evidencian que las imágenes cumplen de manera satisfactoria con los estándares técnicos y conceptuales esperados, siendo altamente pertinentes para su inclusión en un *lookbook* digital. La estructura del instrumento basada en tres preguntas por criterio permitió capturar de manera más completa las percepciones de los expertos, otorgando mayor confiabilidad a los resultados obtenidos.

Existe un consenso entre los participantes que valida la calidad, coherencia y capacidad comunicativa de las fotografías, destacando su eficacia para transmitir el valor cultural y artesanal del producto.

5.2 Resumen cualitativo por participante

Además de la evaluación numérica, el instrumento aplicado al *focus group* incluyó una sección de preguntas abiertas, con el fin de obtener una perspectiva más profunda sobre la propuesta fotográfica. Esta parte cualitativa permitió que los expertos compartieran sus impresiones personales, identificaran aspectos destacados, sugirieran mejoras y reflexionaran sobre la conexión emocional y simbólica del producto con el público.

Se presenta un resumen individual de las aportaciones cualitativas realizadas por cada participante:

Participante 1: Ing. Ubaldo Máximo Sánchez Méndez

- Emociones: Rescate de conocimiento ancestral.
- Elemento destacado: Elaboración y evolución del huarache.
- Sugerencia: Profundizar la investigación sobre la evolución del producto.
- Conexión con el público: Sí, de forma objetiva.

Participante 2: Ehecatl Pablo Montes Victoria

- Emociones: Limpieza, uso rudo, trabajo artesanal.
- Elemento destacado: Luz y sombra en fondo blanco y fondo negro.
- Sugerencia: Agregar elementos femeninos tradicionales.
- Conexión con el público: Sí, pero sugiere más cercanía con lo cotidiano.

Participante 3: Ing. Admin Camacho Jiménez

- Emociones: Producto artesanal hecho a mano con identidad local.
- Elemento destacado: Manejo de fondos y variedad de elementos.

- Sugerencia: Más ángulos, tomas macro, fotos en el taller, diferentes tallas.
- Conexión con el público: Sí, pero se puede expandir a otros tipos de contenido.

Participante 4: Lic. Ofelia Pineda Ortiz

- Emociones: Trabajo artesanal e identidad comunitaria.
- Elemento destacado: Uso de materiales biodegradables y reutilizables.
- Sugerencia: Las imágenes ya son muy buenas.
- Conexión con el público: Sí, las fotos pueden atraer al público.

Participante 5: Lic. Inés Pérez Reyes

- Emociones: Nostalgia, curiosidad, emoción.
- Elemento destacado: Uso del rebozo, fondo de madera, petate, fondo blanco.
- Sugerencia: Narrativa visual desde el taller hasta la modelo.
- Conexión con el público: Totalmente, destaca la falta de recursos en los artesanos.

IMAGEN 103

FOCUS GROUP





Los resultados del focus group muestran una valoración muy positiva de la propuesta fotográfica. De acuerdo con los resultados las imágenes capturan eficazmente la esencia del producto artesanal, destacando su identidad cultural y su potencial en un contexto digital. La retroalimentación válida la calidad del trabajo y ofrece recomendaciones para mejorar la narrativa y la conexión emocional con el público. Esta evaluación confirma que la propuesta cumple sus objetivos y es una herramienta visual significativa en el diseño y difusión cultural.

La evaluación conjunta cuantitativa y cualitativa de la propuesta fotográfica enfocada en los huaraches de correa blanca evidencia una sólida validación por parte del grupo de expertos participantes. Desde el punto de vista cuantitativo, los puntajes obtenidos reflejan un alto nivel de aprobación en las cuatro categorías analizadas: calidad técnica, comunicación visual del producto, identidad cultural y simbólica, y pertinencia para un *lookbook* digital. La utilización de tres preguntas por criterio permitió obtener promedios representativos y consistentes, lo que da solidez a los resultados obtenidos.

Por otro lado, los aportes cualitativos enriquecen notablemente el análisis, al aportar matices emocionales, interpretaciones simbólicas y sugerencias prácticas que trascienden la medición numérica. Los expertos destacaron elementos visuales clave como el uso de materiales tradicionales, el tratamiento de la luz, los fondos utilizados y la narrativa implícita en las imágenes. Asimismo, ofrecieron observaciones orientadas a mejorar la propuesta, como la inclusión de más tomas detalladas, la incorporación de elementos femeninos tradicionales o el fortalecimiento del relato visual desde el proceso artesanal hasta el producto final.

En conjunto, ambos enfoques permiten concluir que la propuesta fotográfica cumple con los estándares técnicos y estéticos esperados, se logra establecer una conexión significativa con la identidad cultural del producto y con el público al que se dirige.

Esta combinación de cualidades la posiciona como una herramienta visual eficaz y pertinente para su aplicación en un *lookbook* digital orientado a la difusión del calzado artesanal con enfoque patrimonial.

5.3 Conclusiones

La investigación desarrollada permitió comprobar que la fotografía de producto constituye una herramienta estratégica para fortalecer la comunicación visual de los huaraches artesanales de Vicente Osorio. El proceso metodológico que integró entrevistas, sesiones fotográficas en distintos escenarios, postproducción y validación mediante focus group evidenció que una propuesta visual bien estructurada enriquece la percepción estética del producto y realza su valor cultural y simbólico.

Los resultados del análisis cuantitativo mostraron que las imágenes alcanzaron niveles de aprobación en cuanto a calidad técnica, coherencia visual y pertinencia para su aplicación en un *lookbook* digital. En paralelo, la retroalimentación cualitativa de los expertos aportó matices valiosos sobre la conexión emocional de las fotografías con el público y sobre la manera en que estas transmiten la identidad

mixteca.

Asimismo, las pruebas de visualización en plataformas digitales confirmaron que las fotografías, al ser adaptadas a los requerimientos técnicos de cada medio, optimizan su alcance y recepción, lo que incrementa el potencial de difusión del producto en un entorno dominado por la inmediatez visual.

De manera integral, puede concluirse que el objetivo planteado fue alcanzado: se diseñó una propuesta fotográfica capaz de mejorar la comunicación visual de los huaraches de correa blanca, mostrándolos como un producto artesanal de alta calidad y como un elemento representativo de la herencia cultural de la región. Este trabajo sienta las bases para futuros proyectos que busquen articular tradición, innovación y estrategias visuales dentro del ámbito de la moda y el diseño digital.

Como parte del alcance social de esta investigación, el material visual fue entregado al artesano Vicente Osorio para su uso comercial y promocional. Tras la difusión de estas imágenes en sus plataformas digitales, el productor reportó una aceptación inmediata y orgánica por parte de la audiencia, logrando que su labor trascendiera fronteras nacionales y despertara el interés de un público internacional.

Finalmente, la entrega del producto fotográfico promueve la trayectoria del artesano, quien manifestó su satisfacción y gratitud ante este aporte a su oficio. Este hecho no solo valida la eficacia de la propuesta visual, sino que sienta las bases para futuros proyectos que busquen articular tradición, innovación y estrategias visuales dentro del ámbito de la moda y el diseño digital, demostrando el valor de la fotografía como un puente entre la técnica artesanal y el mercado actual.

Referencias

- Alegre García, A. (2017). *Alegre Garc Evolución de la Fotografía de Moda. Estudio teórico y propuesta fotográfica propia (Bachelor's thesis)*. Universidad de extremadura.
- Ang, T. (2016). *Fundamentos de la fotografía: Una guía completa para fotógrafos*. Blume.
- Báez, R. (2015). *El Huarache Mexicano: Tradición y Desarrollo*. . CONACULTA.
- Barnbaum, B. (2017). *The art of photography: An approach to personal expression (2ª ed.)*. Rocky Nook.
- Barragán, Z. S. (20 de mayo de 2024). Huaraches de la familia Osorio. (A. S. Hoffmann, Entrevistador)
- Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Barthes, R. (2006). *La cámara lúcida. Notas de fotografía*. Barcelona: Páidos.
- Berger, J. (1972). *Ways of Seeing*. . British Broadcasting Corporation and Penguin Books.
- Bolter, J. D. (2019). *The digital plenitude: The decline of elite culture and the rise of new media*. mit Press.
- Bordwell, D. (2015). *Narration in the fiction film*. . University of Wisconsin Press.
- Bourgeot, E. (2018). *Fotografía publicitaria: El poder de la imagen*. Madrid: Grupo Anaya.
- Breward, C. (2003). *Fashion*. . USA.: Oxford University Press.
- Buhmann, R. (2016). *Professional product photography: Techniques and images from master photographers*. . Amherst Media.
- Bustos, A. (2009). *Fotografía creativa*. Recuperado el 11 de abril de 2024, de <http://www.alfonsobustos.com>
- Cabrera, A. M. (2022). La percepción del valor en productos artesanales. . *Journal of Cultural Marketing*, 15(2), 74-89.
- Camacho, J. (2018). *Jose Camacho Fotografía*. Recuperado el 14 de abril de 2024, de josecamachofotografia.com: <https://josecamachofotografia.com/tipos-fotografia-moda>
- Carretero, M. C. (2002). Metodologías de diseño para la industria textil y cerámica, basadas en el concepto de ingeniería concurrente. *Revista Virtual Pro*. Obtenido de <http://www.revistavirtualpro.com/biblioteca/metodologias-de-diseno-para-la-industriatextil-y-ceramica-basadas-en-el-conceptode-ingenieria-concurrente>.
- Casajus Quirós, M. (1993). *Historia de la fotografía de moda (Aproximación estética a unas nuevas imágenes)*. Madrid: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.
- Casas, A. O.-A.-N.-B. (2007). In situ management and domestication of plants in Mesoamerica. *Annals of Botany*. 100(5), 1101-1115. Recuperado el 30 de octubre de 2024, de <https://doi.org/10.1093/aob/mcm126>
- Castillo, C. (Ed.). (8 de mayo de 2021). *Obsidiana*. Recuperado el 25 de noviembre de 2023, de www.obsidiana-blog.com/negocios/que-es-un-fashion-lookbook-y-como-crearlo
- Chen, H. W. (2021). Product photography in e-commerce: Techniques and impact. . *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102-118.
- Collins, M. &. (2020). Rustic Aesthetics in Product Photography: Balancing Tradition and Commerce. . *Journal of Visual Communication*.
- Communication., B. &. (2009). *Un pequeño paseo por la historia del retoque fotografico*. Recuperado el 22 de marzo de 2024, de <https://mediactiu.com/historia-del-retoque-fotografico>

- de las Heras, D. &. (2022). De la fotografía de moda a la imagen digital del e-commerce: Aproximaciones y estrategias metodológicas hacia un nuevo estilo fotográfico. *Comunicación & Métodos*, Vol. 4 No. 2 Art. 168.
- Dilg, B. (2017). *Photography: The Definitive Visual History*. . DK Publishing.
- Edwards, M. ,. (2018). *Photographing Indigenous Communities: The Role of Ethical Visual Representation in Cultural Preservation*. . Visual Anthropology,.
- Eguizábal, R. (2001). *Fotografía publicitaria*. Madrid: Cátedra.
- Entwistle, J. (2015.). *The Fashioned Body: Fashion, Dress, and Modern Social Theory*. John Wiley & Sons. Recuperado el noviembre 2023, de <https://www.gob.mx/fonart?tab=turismo>
- FONART. (05 de noviembre de 2023). Obtenido de FONART <https://www.gob.mx/fonart?tab=turismo> (Acceso noviembre 2023).
- Franquès Pla, A. (2017). *La comunicación visual de las marcas a través de la fotografía. La nueva relación entre fotógrafos, marcas y audiencia en la era digital*. Barcelona.
- Freeman, M. (2014). *The photographer's eye: Composition and design for better digital photos*. . Focal Press.
- Freeman, M. (2019). *Manual de fotografía: La guía definitiva para fotógrafos profesionales y aficionados*. Anaya Multimedia.
- Garci, A. (2020). *El retrato, Técnicas de iluminación dirección de poses y calidad de luz*. 1st Ed. Anaya Multimedia.
- Germain, D. (2019). Editorial Photography: Telling Stories Through Images. . *Visual Arts Journal*.
- Gómez, J. &. (2023). La fotografía comercial: Tendencias en la era digital. . *Journal of Photography and Digital Arts*, 22(1), 45-58.
- González, M. &. (2022). El poder de la fotografía emocional en el marketing de productos artesanales. . *Journal of Consumer Research*, 49(3), 67.
- Granda, T. &. (2019). *Proceso de la fotografía de moda, que sirva como guía para empresas, marcas y diseñadores de moda*. Ibarra, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra.
- Hall-Duncan, N. (1979). *The history of fashion photography*. International Museum of Photography at George Eastman. Alpine Book Co.
- Hedgeoce, J. (2007). *El Arte de la Fotografía Digita*. Barcelona: Editorial TURSEN.
- Hunter, F. (2007). *La iluminación en la fotografía*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Jackson, P. (2016). High-Key Photography in Commercial Product Shoots. . *Professional Photography Insights*.
- Jobling, P. (1999). *Fashion spreads: word and image in fashion photography since 1980*. Berg.
- Jullier, L. (2004). *La Imagen Digital: De la Tecnología a la Estética*. JBuenos Aires.
- Kelby, S. (2015). *The Digital Photography Book: Part 1*. Peachpit Press.
- Kelby, S. (2017). *The digital photography book Part 1*. Peachpit Press.
- Langford, M. F.-S. (2017). *Langford's Basic Photography: The guide for serious photographers*. Focal Press.
- Ledezma, O. (14 de Marzo de 2024). Presidente de la Academia del Jarabe Mixteco Ñuu Savi. (A. S. Hoffmann, Entrevistador)

- Light, M. (2008). *The Product Photography Handbook*. . Amphoto Books.
- London, B. S. (2013). *Photography*. . Pearson Education.
- López, E. (2019). *El rebozo en la vida ceremonial de Oaxaca*. . Editorial Itaca.
- Luna, A. (2016). *El arte del tejido en palma: Técnicas tradicionales de la Mixteca*. . Universidad Nacional Autónoma de México.
- Martín de Blas, D. (2019). *Fotografía: arte y publicidad*. Segovia, España: Universidad de Valladolid.
- Martínez, A. (2015). *La danza y la identidad cultural en la Guelaguetza oaxaqueña*. . Fondo Editorial Tierra Adentro.
- Martínez, J. O. (2021). La autenticidad como factor clave en la percepción del producto artesanal. . *Revista de Investigación en Marketing*, 18(1), 103-119.
- Müller Brockmann, J. (1998). *Historia de la comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili .
- Navarrete, J. (2014). *Colores de Oaxaca: Expresiones visuales en textiles indígenas*. Museo Textil de Oaxaca.
- Navarro, D. &. (2022). Modernidad y tradición en la fotografía de moda artesanal. . *Fashion Marketing Journal*, 12(2), 55-69.
- Northrup, T. (2014). *Tony Northrup's DSLR Book: How to Create Stunning Digital Photography*. Mason Press.
- Osorio, V. (15 de Octubre de 2023). HUarachero de la Mixteca. (A. Santibáñez, Entrevistador)
- Parsons, S. (2017). Commercial Photography and Visual Appeal: Capturing Consumer Attention. . *Marketing & Media Review*.
- Peres, M. R. (2014). *The Focal encyclopedia of photography: Digital imaging, theory and applications, history, and science*. . CRC Press.
- Pérez, M. (15 de noviembre de 2020). *Composición Fotografica. Mega guía con consejos y trucos* . Obtenido de <https://www.blogdelfotografo.com/consejos-trucos-composicion-fotografica/>
- Peterson, B. (2020). *Understanding Exposure: How to Shoot Great Photographs with Any Camera*. . Amphoto Books.
- Prada, J. M. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet* . (Vol. 13). Ediciones Akal.
- Prakel, D. (2012). *Lighting for product photography*. . AVA Publishing.
- Prieto, C. D. (1998). *Retórica y Manipulación Masiva*. México, DF: Ediciones Coyoacan S.A. de C.V.
- Pritchard, L. (2014). *Storytelling photography: Visual narratives in the digital age*. . Focal Press.
- Ramírez, E. &. (2021). La importancia del contexto cultural en la fotografía de productos artesanales. *International Journal of Cultural Studies*, 27(4), 145-160.
- Rivas, G. (2017). *Joyería tradicional de Oaxaca: Historia y técnicas*. Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías.
- Rodríguez, A. P. (2022). Lighting and texture in commercial product photography. *Journal of Visual Marketing*, 34(3), 89-106.
- Rogers, A. (2019). The Power of Lookbooks: A Visual Narrative Approach to Promoting Handmade Artisanal Products. . *Journal of Fashion Marketing and Management*, , 23(4), 567-582.
- Rowse, D. (2012). *Digital photography for dummies (2ª ed.)*. Wiley.

- Rubino, G. Á. (Julio de 2010). *Metodologías proyectuales para el diseño de indumentaria*. Obtenido de <https://www.palermo.edu/dyc/congreso-latino/pdf/Rubino.pdf>
- Ruiz García, R. (2018). *Arquitectura vernácula en Oaxaca: Materiales y técnicas tradicionales*. . Editorial Trillas.
- Ruiz, N. (14 de Febrero de 2017). *BlogDsigno. Fotografía de moda*. Recuperado el 15 de abril de 2024, de <https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/la-fotografia-de-moda>
- Sánchez, A. G. (2023). El uso de modelos en la fotografía comercial: Impacto en la intención de compra. *Journal of Consumer Psychology*, 21(4), 112-130.
- Sans, M. (2019). *Aprende a fotografiar productos como un profesional*. (1st ed.). Gustavo Gili.
- Schneider, D. (2014). *Manual de iluminación fotográfica: Cómo modelar la luz para obtener fotografías impactantes*. . Anaya Multimedia.
- Shinkle, E. (2017). The feminine awkward: Graceless bodies and the performance of femininity in fashion photographs. . *Fashion Theory*, Vol. 21(2), 201-217.
- Simpson, L. (2018). Simpson, L. (2018). Mastering Flat Lay Photography for Social Media. . *Modern Photography Journal*.
- Sint, S. (2013). *Digital Still Life Photography: Art, Business & Style*. . Lark Books.
- Smith, J. (2020). *Concepto de un Moodboard*. . Enciclopedia del Diseño Creativo (pp. 123-124). Editorial Creatividad.
- Sontag, S. (2001). *On photography* (Vol. Vol. 48). Macmillan.
- Studio, Y. (2023). *Importancia del retoque fotográfico en un lookbook*. Obtenido de <https://www.yucastudio.com/importancia-retoque-fotografico-lookbook>
- Suárez, B. (2016). *Glamour, antes y después del retoque digital*. Recuperado el 25 de marzo de 2024
- Taylor, J. &. (2020). Lifestyle Photography: Integrating Products into Real-Life Scenarios. . *Journal of Marketing and Visual Strategy*.
- Thompson, R. (2017). Moody Photography Techniques for Product Differentiation. . *Visual Arts Perspectives*.
- Tulloch, C. (. (2002). Tulloch, C. (2002). Letter from the Editor,. *Fashion Theory*, 6.
- Uzcátegui, A. (2019). La iniciativa paperless, innovación al servicio de la conservación del medio ambiente. *Revista Luna Azul*, 121-134.
- Vargas, C. C. (2020). Elementos culturales en la fotografía de productos: Un análisis de percepción. *Cultural Heritage and Marketing Journal* , 10(2), 78-95.
- Vidal, M. (2013). *Dzoom.com*. (M. Vidal, Productor) Recuperado el 13 de abril de 2024, de <https://www.dzoom.org.es/el-estilo-fotografico-claves-para-reconocerlo-y-pistas-para-relacionarte-con-tu-estilo-propio/>
- Villagómez, G. C. (28 de Octubre de 2023). La artesanía en la Mixteca. (A. Santibáñez, Entrevistador)
- Wilson, E. (2008). *Vestirsi di sogni: Moda e modernità*. Franco Angeli.
- Yarinsky, A. (2018). The Art of Minimalist Photography. . *Photography Press*.

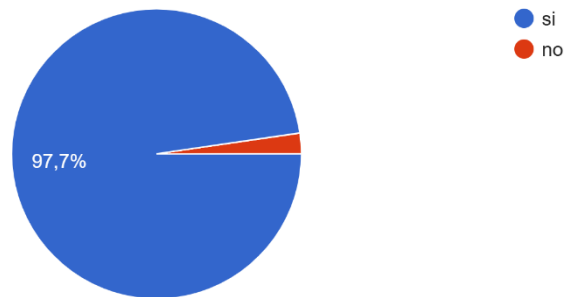
Anexos

a) Encuestas

Encuestas realizadas a personas de entre 18 a 65 años de Huajuapán de León Oaxaca.

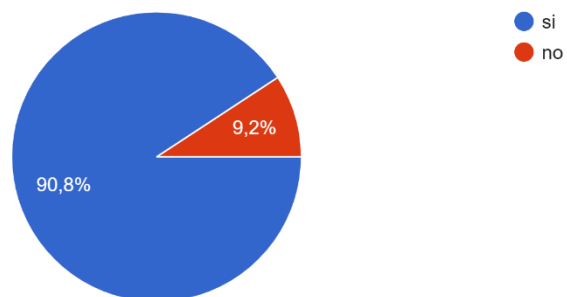
Sabes que es la Guelaguetza?

130 respuestas



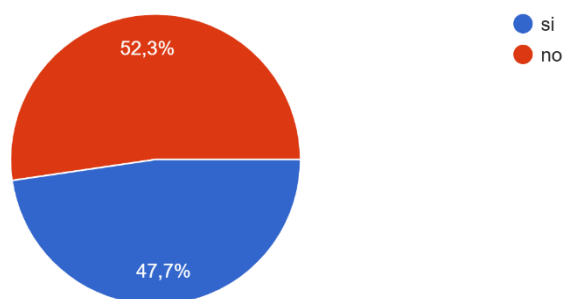
Conoces el vestuario de la Delegación del Jarabe Mixteco?

130 respuestas



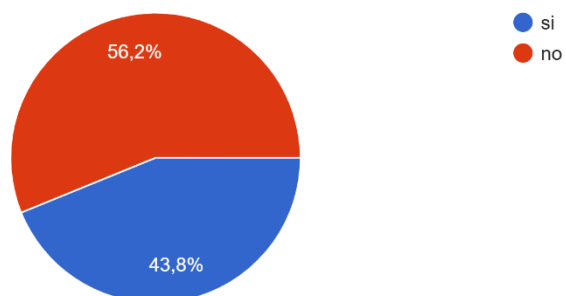
Sabes en donde comprar el vestuario del Jarabe Mixteco?

130 respuestas



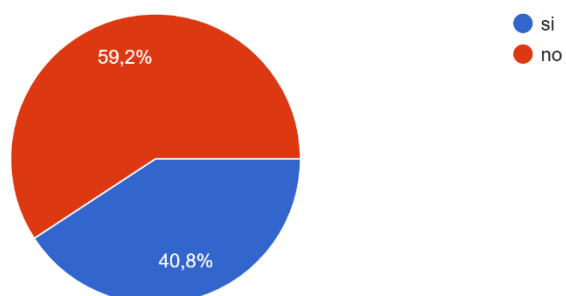
Sabes si hay diferencia entre los huaraches de hombre y los de mujer del Jarabe Mixteco?

130 respuestas



Sabes quién es Vicente Osorio?

130 respuestas



La encuesta realizada a 130 personas, de edades comprendidas entre los 18 y 65 años, resulta de gran importancia para comprender el nivel de conocimiento y percepción que el público tiene acerca de la cultura y tradición relacionada con la Guelaguetza, el vestuario del Jarabe Mixteco y específicamente con los huaraches de correa blanca producidos por Vicente Osorio. A través de las preguntas se logró obtener una visión más clara sobre la familiaridad de las personas con estos elementos.

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados (127 de 130) saben que es la Guelaguetza, lo que evidencia el conocimiento general de este evento tan significativo para los Oaxaqueños. Sin embargo, solo 118 personas conocen el vestuario de la delegación del Jarabe Mixteco, y aún menos (68) saben dónde adquirirlo. Esto demuestra la necesidad de mejorar los canales de comunicación visual de la indumentaria tradicional y de los productos artesanales, como los huaraches.

También, esta encuesta nos revela una falta de conocimiento entre las diferencias de los huaraches de hombre y mujer, con 73 personas desconociendo estas distinciones. Asimismo, 77 de los encuestados no conocen al artesano, lo que resalta la importancia de aumentar su reconocimiento, a nivel local y regional.

Los datos recabados en la encuesta nos sirven para comprender los vacíos informativos y la falta de conexión entre la tradición y el público, lo que refuerza la importancia de esta tesis para fortalecer la proyección y contribuir a preservar el legado artesanal de la Mixteca a través de un enfoque visual que resalte el producto, la historia y la identidad cultural.

Esta encuesta fue aplicada a través de *Google Forms*, lo que permitió recopilar los datos de manera efectiva y eficaz. Esta herramienta facilitó llegar al público diverso dentro del rango de edad, y nos proporcionó datos concretos. Al ser un medio digital, garantiza la facilidad de acceso para los encuestados.

b) Entrevistas

Lic. Guillermo Cirigo Villagómez

Jefe de la Unidad de Culturas Populares Región Mixteca

1. ¿Cuáles son las características para considerar una artesanía como parte de una comunidad?

Existen 3 características importantes para que una artesanía sea considerada como tal, lo primero es que debe ser comunitario, reconocido y captado por la misma comunidad, en el caso de Osorio así fue, pero ahora solo es una sola persona que realiza el oficio, sin embargo hubo comunidad y por tal hecho cumple con esta característica. La segunda es ancestral, porque la práctica viene desde el siglo XVIII y la última es patrimonio vivo, que esté vigente y se siga reproduciendo. Aquí está debilitado este último punto ya que solo es una persona la que se dedica a esta noble arte.

2. ¿Qué son los patrimonios enlazados?

Es a que está ligado el huarache del jarabe mixteco, el cual justamente está ligado a una práctica, a un uso. Lo importante de esto es que las prácticas se están perdiendo y el principal riesgo es que las personas que hacen estos oficios no tienen marcos referenciales para poder ejercer, o darle continuidad a la práctica. De ahí viene el abandono ya que se pierde el interés en los hijos.

3. ¿Por qué Vicente Osorio es considerado el último huarachero de la región?

Es la única persona de la que se tiene registro que aún hace el trabajo con la piel (curtición) hasta el producto final que es el huarache. Este proceso realizado por Osorio es considerado artesanal porque sigue con métodos de generaciones anteriores. En dicho trabajo va intrínseco todo el aprendizaje del artesano.

Actualmente hay quien hace huaraches, pero en muchos de los casos los hacen con métodos y materiales diferentes, sin elementos que los consideren artesanías

debido a la falta de las 3 características importantes a la hora de considerar que es una artesanía.

4. ¿Por qué es importante el trabajo de Vicente Osorio?

Es relevante debido a la persistencia, continuidad y al permitir que la expresión artística siga viva, además que es referirse al último huarachero de Huajuapán. Siendo una responsabilidad y preocupación por el artesano que sabe que su legado puede acabarse, por lo que es importante apoyarlo en la medida de lo posible.

5. ¿Cómo la fotografía puede ayudar al trabajo de Vicente Osorio?

La fotografía es una herramienta indispensable que permite documentar, reconstruir historias, sensibilizar, y promover el trabajo de nuestros artesanos, por medio de imágenes que representan el arte de nuestra identidad cultural.

En la Unidad Regional Huajuapán de Culturas Populares hemos financiado e impartido algunos cursos de fotografía para artesanos que les permite obtener imágenes de sus productos y posteriormente utilizarlas en sus redes sociales como herramienta de comercialización y promoción de su trabajo e historia.

6. ¿Qué o quienes avalan el trabajo de Vicente Osorio para considerarlo como artesanía?

La ley de actividades del estado de Oaxaca menciona que artesanía es: obras y/o productos terminados elaborados de acuerdo con herramientas, técnicas y procesos ancestrales que tienen por objeto imprimir características culturales, históricas, folklóricas, estéticas o utilitarias, originarias de una región determinada, como lo es en este caso la talabartería.

Por otro lado FONART (Fondo Nacional de las Artesanías en México), explica en su matriz artesanal, no todo lo que se hace a mano es artesanía, sin embargo, en el caso de Vicente Osorio se reconocen sus huaraches como artesanías por que cumple con las características indispensables como son: Tradición y conocimiento

heredado de padres a hijos, ancestral ya que la materia prima es producida y procesada en el lugar y comunitario, en este último hizo énfasis que aun cuando solo hay un artesano, se toma en cuenta que anteriormente hubo una comunidad artesanal de talabarteros.

7. ¿Por qué considera que los huaraches del jarabe mixteco de Vicente Osorio son importantes?

Vicente Osorio toda la vida fueron curtidores y mucho del amor al trabajo en generaciones de este oficio es porque a pesar de que no es un trabajo redituable lo hacen por el amor a su tierra, por las tradiciones tan arraigadas. Debemos darnos cuenta que los huaraches son parte del patrimonio. Deben ser importantes no solo para los danzantes del Jarabe Mixteco sino para todos pues es una artesanía que vale la pena resaltar a nivel nacional y dar a conocer tan maravilloso oficio.

Es necesario identificar la expresión, registrar cada una de las etapas del oficio, documentar debidamente con historia, memorias visuales, entrevistas de audio y video, fotografía para dar pie para la conservación de este oficio. Debemos pensar que como parte del proceso necesario para conservarlo.

8. ¿Considera que haya algo para ayudar a Vicente Osorio y dar a conocer su trabajo?

En algunos casos debemos probar cosas que en otra etapa no se harían, podríamos hacer locuras como desfiles de moda, fotografías creativas, video, etc. Pero lo más importante es darnos cuenta de que es parte de nuestra identidad cultural y abrazarla, para así dar a conocer una artesanía que está a punto de perderse y generar el interés de los jóvenes para retomar este oficio. Con esto podemos darle mayor difusión.

Lic. Ozziel Ledezma Rivera

Ex director de la Casa de la Cultura

Integrante de la comisión Comunitaria de Huajuapán de León

Presidente de la Academia del Jarabe Mixteco y folklor Nuu Savi.

1. ¿Qué representa el Jarabe Mixteco?

Es un símbolo de identidad cultural, un ensamble de sones y pasos representativos de toda nuestra región mixteca, mucho se ha hablado de que Huajuapán poco a poco se ha ido apropiando, ya que hay algunos municipios que han reclamado su origen. Pero con base en análisis que un servidor ha realizado muy minuciosamente sobre este tema, es que Huajuapán tiene un motivo muy importante por el cual puede presumir al mundo que le pertenece el jarabe mixteco, y es que el maestro Antonio Martínez Corro hizo las partituras para piano, adaptadas para otros tipos de bandas, pero además existe un documento en donde no solo se tienen las partituras, sino también los sones y los pasos que cualquier persona puede ejecutar correctamente en este Jarabe. Una compilación de las mixtecas (oaxaqueña, guerrerense y la poblana). El ensamble se crea a modo de rapsodia; en los años 20's compitió con lo que hoy conocemos como Jarabe Nacional (Jarabe Tapatío), porque lo que quería mostrar el maestro Martínez Corro era la belleza, el arte, la cultura de Oaxaca, en especial de nuestra mixteca en tiempos del Nacionalismo Mexicano, en donde estábamos buscando identidad, después de haber pasado por la revolución mexicana que nos dejó totalmente desmembrados, y poder identificarnos con algo que fuera de todos.

Y en esta propuesta es en donde toma importancia Don Cipriano Villa Hernández, reconocido hasta el día de hoy como uno de los máximos exponentes del Jarabe Mixteco.

Entonces la mancuerna que realizan el maestro Martínez Corro y Cipriano Villa, da como resultado que en Huajuapán se preserve de generación en generación y que hoy en día sea reconocido Huajuapán, ejecutar tan maravillosamente nuestro Jarabe. Todos y cada uno de los pasos deben ser ejecutados con gran maestría y agilidad.

2. ¿Qué representa la indumentaria del Jarabe Mixteco?

Es una alegoría a su flora, a su fauna, a los colores de esta región. es un homenaje a toda la mixteca. Se debe seguir proyectando con las nuevas generaciones para salvaguardar nuestras tradiciones.

3. ¿Existe polémica acerca de la indumentaria, por qué?

Si existe una polémica debido a que muchos no conocen de donde provino el sombrero, de donde surgieron los huaraches, porque lleva determinado número de listones, porque el tipo de collares y demás, un tema muy interesante en el que muchos investigadores, en su mayoría de la mixteca han indagado para poder dar sus diferentes puntos de vista. De hecho, nuestra máxima casa de estudios La Universidad Tecnológica de la Mixteca ha hecho algunos ejercicios para obtener los documentos que puedan servir como acervo cultural.

4. ¿Considera que el trabajo de Vicente Osorio es importante para el tema de la indumentaria del Jarabe Mixteco?

Todo mi reconocimiento a Vicente Osorio y a toda su familia, han sido una dinastía de artesanos que se han dedicado a la elaboración de los huaraches de correa blanca, que no solo se utilizan para ejecutar el jarabe mixteco, sino además se utilizan para labores del campo. Don Vicente trae la influencia de su abuelo, su tío Miguel, su papá. Es importante revalorar como a lo largo de todos estos años que es el único que sigue la tradición.

5. ¿Qué podría suceder si no se sigue esta tradición?

En diferentes círculos hemos comentado que puede pasar el día que Don Vicente no deje a otras personas a cargo de este taller o que no pueda compartir sus conocimientos para que otras generaciones conozcan este trabajo tan maravilloso. De hecho, en diferentes entrevistas ha externado que tiene diseños propios como el nudo mixteco o el petatillo por la forma y el diseño en que los ha elaborado. No son los que hace para bailar el jarabe mixteco ya que en el caso de los hombres se utilizan tres correas blancas y en el caso de las mujeres dos correas y en ese sentido

Don Vicente tiene muy claro que tan importante es este elemento para la indumentaria y la ejecución del baile, tan es así que el tiene dos tipos de huaraches, los que son para bailar y los que son para las labores del campo.

6. ¿Qué significa Don Vicente Osorio para los huajuapeños?

Tiene un gran valor como persona y en su trabajo no nada más es el que realiza o diseña los huaraches, sino además es curtidor, él y su familia aprendieron a hacer todo este proceso que le permite trabajar con excelente maestría este material. Por todos es conocido que, en el barrio de los chirundos, llamados así porque se metían sin camisa y andaban con su calzón de manta, curando las pieles para estas piezas tan bien elaboradas.

Hoy, considero que las instituciones culturales y los gobiernos deben poner especial atención, para no perder este símbolo de identidad que son los huaraches, no solos para los huajuapeños, los mixtecos sino para todos mexicanos, ya que el huarache es un elemento e identidad nacional.

No podemos imaginarnos un traje del jarabe mixteco sin sus huaraches y cada uno de los elementos que lo conforman.

7. ¿Considera que los huaraches deben estar en algún lugar en especial para su venta?

Definitivamente deben contar con un lugar permanente en el que los visitantes nacionales y extranjeros puedan adquirirlos, no solo en épocas de Guelaguetza, así podrán adquirirlos en cualquier momento y si se animan a bailar nuestro Jarabe Mixteco, tendrán doble satisfacción. Obtendrán no sólo una artesanía de esta categoría por la trayectoria de la Familia Osorio sino, además, ejecutar un baile tan significativo, tan emblemático y que nos da identidad a los huajuapeños.

8. ¿Es Vicente Osorio el último huarachero de Huajuapán?

Es el último huarachero de por qué de todos los personajes antes mencionados y que ya no viven, es el único que continuó con esta tradición, es el único que consiguió la manera de preservar este oficio, que incluso él ha referido en muchas

ocasiones que cuenta con armas y herramientas que pertenecieron a su abuelo, a su papa y en honor a eso, ha continuado con este quehacer tan importante para la vida cultural de los huajuapeños y los mixtecos, porque de otras poblaciones vienen a adquirir sus huaraches, quizá no para bailar, pero sí para sus labores en el campo,, por lo que es un elemento si cultural, pero también de comercialización, que al día de hoy debería estar más posicionado para redituarle más beneficios, sin embargo él ha comentado que tiene un gran orgullo por seguir elaborando y seguir contribuyendo a fortalecer esta parte cultural de la Ciudad.

9. ¿Cómo poder preservar este maravilloso trabajo de Vicente Osorio?

Desafortunadamente al no existir talleres u otro tipo de actividades que fomenten la creación del huarache de esta naturaleza con estos materiales, está destinado a perderse y el siendo el último, creo que más allá del reconocimiento que nosotros le podamos dar, tendríamos que estar buscando la manera de que su legado a través de cursos, talleres, conferencias, todo los que pueda abonar a que esta tradición de correa blanca pueda permanecer en el tiempo.

Lic. Santiago Barragán Zamora

Cronista Municipal de Huajuapán de León

1. ¿Quién es para usted Vicente Osorio?

Es un artesano que trabaja la talabartería, que nos representa a todos en esta Ciudad. Lo conocí en la primaria. Tuve la oportunidad en 1965 más o menos cuando visité su casa y vi el extraordinario taller que tenía su abuelo, con herramientas para la talabartería y la curtición de pieles. Hace algunos años regresé a su taller y me quedé admirado de ver que su taller sigue igual, como hace muchos años. Me contó que él sigue confeccionando los huaraches de los jóvenes que nos representan en la Guelaguetza año con año. Le pregunté si hay alguien que siga la tradición además de él, a lo que me dio mucha tristeza escuchar que hoy los jóvenes no están interesados en la preservación de este oficio tan importante.

2. ¿Qué importancia tiene el trabajo de Vicente Osorio?

Es muy importante el pertenece a una familia de talabarteros de abolengo de un barrio muy famoso y conocido por todos, el barrio de San José, conocido también como el barrio de los chirundos, llamado así porque los que curtían la piel estaban en shorts por la comodidad de estar cerca de sus casas y en el río donde limpiaban las pieles, ya que era muy incómodo doblarse el pantalón o andarse cambiando. Chirundo para los huajuapeños significa desnudo.

3. ¿Por qué es considerado como el último huarachero de la Región?

Porque Vicente Osorio ha conservado una tradición que le fue heredada por sus ancestros, la cual él, no ha querido perder, es un honor, un orgullo que una persona conserve lo que le dejaron sus padres y sus abuelos y por eso que su amor a este trabajo lo hace merecedor a un homenaje.

4. ¿Por qué en Huajuapán no es reconocido, como lo es en la capital del estado y en otros lugares?

Porque son muy pocas las personas que tienen el interés de conocer su trabajo.

5. ¿Considera que la fotografía es una herramienta para Vicente Osorio?

Por supuesto, considero que la fotografía sería una ventana para todo el mundo y dar a conocer su trabajo. Le daría una apertura al mundo.

6. ¿Qué va a pasar el día que ya no esté con nosotros Vicente Osorio?

Esta es una pregunta muy interesante, porque un trabajo de tantas años, incluso de cientos de años que da como resultado esta tradición que hereda de su familia y que le da fama, no solo local, nacional sino internacional al barrio y si ya no tenemos quien lo confecciona no sé qué pueda suceder con la indumentaria del jarabe mixteco sin esta prenda tan necesaria.

7. ¿Cuándo se integran los huaraches a la indumentaria del Jarabe Mixteco?

Por el año de 1929, Cipriano Villa con sus hijas, no tenía bien definido el traje, pero después de esa fecha fueron haciendo un vestuario más autóctono y es cuando la familia Osorio se integra para proporcionar estas prendas, que eran desde luego de uso popular, eran del pueblo; ya que ellos se dedicaban a hacer este calzado para la población. No había en ese tiempo una tienda de zapatos de zapatos de fábrica, por lo que las personas iban a estos talleres para que les realizarán sus zapatos. Es una lástima que solo los ejecutantes del jarabe mixteco sean los únicos que los usen. Se deben rescatar las tradiciones e interesarnos como usted en su tesis para que sea un fundamento para que esto se salve del olvido, de la negra noche del tiempo y caer en un olvido total.

Debemos hacer referencia en que las piezas de la indumentaria han sufrido cambios, sin embargo, los huaraches de la familia Osorio son la única pieza que preserva su originalidad como desde esos entonces.

c) Curriculum Vitae de los participantes en el focus group

Lic. Inés Perez Reyes. Licenciada en danza por la BUAP. Pareja representativa del jarabe mixteco en la Guelaguetza 2019. Actualmente docente de danza en la Escuela de Iniciación Artística Asociada al INBAL en Huajuapán de León, Oaxaca.

Lic. Ehecatl Pablo Montes Victoria. Licenciado en Administración de negocios Internacionales. Maestrante en docencia, Investigación educativa. Actualmente Coordinador de Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”. Representante en el jarabe mixteco en la Guelaguetza 2008.

Lic. Ofelia Pineda Ortiz. Licenciada en relaciones internacionales. Profesora investigadora en la UTM. Investigadora de la lengua Mixteca.

Ing. Admin Camacho Jimenez. Ing. En Diseño. Actualmente fotógrafo profesional.

Mtro. Ubaldo Máximo Sánchez Méndez. Ingeniero y Maestro en Ciencias. Actualmente Presidente del Patronato del MUREH, Investigador de la Cultura Mixteca y Director del COBAO plantel 08, Huajuapán de León Oaxaca.

Lic. Efraín González Flores. Licenciado en Artes visuales. Actualmente colabora en el MUREH. Huajuapán de León Oaxaca.

Mtro. Oziel Ledezma Rivera. Maestro en Administración de instituciones educativas. Presidente de la Academia del Jarabe Mixteco y Folclor Ñuu Savi A.C. en Huajuapán de León Oaxaca.

d) Encuestas focus group

Focus Group 27.05.25

Tesis: "Propuesta de fotografía de producto para la preproducción de un
lookbook digital"

M.A. Annemie Santibáñez Hoffmann

Universidad Tecnológica de la Mixteca

En escala de valoración de 0 a 5, donde:

- 5 = Totalmente de acuerdo / Excelente
- 4 = De acuerdo / Muy bueno
- 3 = Neutral / Bueno
- 2 = En desacuerdo / Regular
- 1 = Totalmente en desacuerdo / Deficiente
- 0 = No aplica / No cumple

Evaluación de expertos

Categoría: Calidad técnica de la fotografía

1. ¿Considera que la calidad de la imagen (nitidez, enfoque, resolución) es adecuada para la presentación de un producto artesanal? 5
2. ¿La iluminación utilizada en las fotografías resalta adecuadamente la textura del material de los huaraches? 4
3. ¿La edición fotográfica mantiene la fidelidad visual del producto sin alterar su apariencia real? 4

Categoría: Comunicación visual del producto

4. ¿La propuesta fotográfica transmite adecuadamente la calidad artesanal de los huaraches? 5
5. ¿Percibe una coherencia visual entre todas las imágenes presentadas? 4
6. ¿Las fotografías permiten al espectador entender el proceso manual o dedicación involucrada en la elaboración del calzado? 5

Categoría: Identidad cultural y simbólica

7. ¿Considera que la propuesta fotográfica respeta y comunica el contexto cultural al que pertenecen los huaraches? claro muy bien
8. ¿Las imágenes evocan o comunican adecuadamente el uso tradicional del calzado (por ejemplo, en el Jarabe Mixteco)? Excelente logro
9. ¿Los elementos utilizados en el fondo o ambientación fotográfica son apropiados para resaltar la identidad mixteca del producto? muy bien

Categoría: Pertinencia para un lookbook digital

10. ¿Las fotografías presentadas podrían integrarse en un lookbook digital sin requerir ajustes significativos? buena propuesta
11. ¿La propuesta visual es lo suficientemente atractiva para ser difundida en redes sociales o plataformas de e-commerce? bien ^{y buen} objetivo (claro)
12. ¿Considera que el conjunto fotográfico cumple con los objetivos planteados para esta preproducción? Así es muy buena propuesta y objetivos acertados

Preguntas abiertas para discusión (tipo cualitativo)

Estas preguntas permitirán que los expertos amplíen sus respuestas, compartan experiencias o sugieran mejoras:

1. ¿Qué emociones o sensaciones le transmiten las imágenes presentadas? El rescate de un conocimiento ancestral. Hoy en día felicitó a la maestra Anemie por su trabajo
2. ¿Qué elemento destacaría como más exitoso dentro de la propuesta fotográfica? El conocimiento para la elaboración de los huarachos y su evolución
3. ¿Qué sugerencias haría para mejorar la comunicación visual del producto? Profundizar en la investigación de la evolución del producto. Pero en lo general buena comunicación entre el objeto y el espectador.
4. ¿Cree que estas fotografías conectan adecuadamente con el público que valora el trabajo artesanal? De forma completamente objetiva

Focus Group 27.05.25

Tesis: "Propuesta de fotografía de producto para la reproducción de un
lookbook digital"

M.A. Annemie Santibáñez Hoffmann

Universidad Tecnológica de la Mixteca

En escala de valoración de 0 a 5, donde:

- 5 = Totalmente de acuerdo / Excelente
- 4 = De acuerdo / Muy bueno
- 3 = Neutral / Bueno
- 2 = En desacuerdo / Regular
- 1 = Totalmente en desacuerdo / Deficiente
- 0 = No aplica / No cumple

Evaluación de expertos

Categoría: Calidad técnica de la fotografía

1. ¿Considera que la calidad de la imagen (nitidez, enfoque, resolución) es adecuada para la presentación de un producto artesanal? 5
2. ¿La iluminación utilizada en las fotografías resalta adecuadamente la textura del material de los huaraches? 5
3. ¿La edición fotográfica mantiene la fidelidad visual del producto sin alterar su apariencia real? 5

Categoría: Comunicación visual del producto

4. ¿La propuesta fotográfica transmite adecuadamente la calidad artesanal de los huaraches? 4
5. ¿Percibe una coherencia visual entre todas las imágenes presentadas? 4
6. ¿Las fotografías permiten al espectador entender el proceso manual o dedicación involucrada en la elaboración del calzado? 4

Categoría: Identidad cultural y simbólica

7. ¿Considera que la propuesta fotográfica respeta y comunica el contexto cultural al que pertenecen los huaraches? 4
8. ¿Las imágenes evocan o comunican adecuadamente el uso tradicional del calzado (por ejemplo, en el Jarabe Mixteco)? 3
9. ¿Los elementos utilizados en el fondo o ambientación fotográfica son apropiados para resaltar la identidad mixteca del producto? 5

Categoría: Pertinencia para un lookbook digital

10. ¿Las fotografías presentadas podrían integrarse en un lookbook digital sin requerir ajustes significativos? 4
11. ¿La propuesta visual es lo suficientemente atractiva para ser difundida en redes sociales o plataformas de e-commerce? 4
12. ¿Considera que el conjunto fotográfico cumple con los objetivos planteados para esta preproducción? 4

Preguntas abiertas para discusión (tipo cualitativo)

Estas preguntas permitirán que los expertos amplíen sus respuestas, compartan experiencias o sugieran mejoras:

1. ¿Qué emociones o sensaciones le transmiten las imágenes presentadas? limpieza, con ruido, trabajo artesanal

2. ¿Qué elemento destacaría como más exitoso dentro de la propuesta fotográfica?
→ luz y sombra en fondo blanco.
→ Fotografía con fondo negro, por que sobresale el producto.

3. ¿Qué sugerencias haría para mejorar la comunicación visual del producto?
• Agregar elementos femeninos, como joyería, listones.
que se usen en la indumentaria del Jefe Mexicano.

4. ¿Cree que estas fotografías conectan adecuadamente con el público que valora el trabajo artesanal?
→ hacia el trabajo artesanal donde está solo.
→ Sugiero que la modelo puede estar más en lo cotidiano.
→ Agregar la frase, ¿Quién hizo mi prenda?

Focus Group 27.05.25

Tesis: "Propuesta de fotografía de producto para la preproducción de un
lookbook digital"

M.A. Annemie Santibáñez Hoffmann

Universidad Tecnológica de la Mixteca

En escala de valoración de 0 a 5, donde:

- 5 = Totalmente de acuerdo / Excelente
- 4 = De acuerdo / Muy bueno
- 3 = Neutral / Bueno
- 2 = En desacuerdo / Regular
- 1 = Totalmente en desacuerdo / Deficiente
- 0 = No aplica / No cumple

Evaluación de expertos

Categoría: Calidad técnica de la fotografía

1. ¿Considera que la calidad de la imagen (nitidez, enfoque, resolución) es adecuada para la presentación de un producto artesanal? 5
2. ¿La iluminación utilizada en las fotografías resalta adecuadamente la textura del material de los huaraches? 3
3. ¿La edición fotográfica mantiene la fidelidad visual del producto sin alterar su apariencia real? 4

Categoría: Comunicación visual del producto

4. ¿La propuesta fotográfica transmite adecuadamente la calidad artesanal de los huaraches? 5
5. ¿Percibe una coherencia visual entre todas las imágenes presentadas? 4
6. ¿Las fotografías permiten al espectador entender el proceso manual o dedicación involucrada en la elaboración del calzado? 4

Categoría: Identidad cultural y simbólica

7. ¿Considera que la propuesta fotográfica respeta y comunica el contexto cultural al que pertenecen los huaraches? 5
8. ¿Las imágenes evocan o comunican adecuadamente el uso tradicional del calzado (por ejemplo, en el Jarabe Mixteco)? 4
9. ¿Los elementos utilizados en el fondo o ambientación fotográfica son apropiados para resaltar la identidad mixteca del producto? 4

Categoría: Pertinencia para un lookbook digital

10. ¿Las fotografías presentadas podrían integrarse en un lookbook digital sin requerir ajustes significativos? 5
11. ¿La propuesta visual es lo suficientemente atractiva para ser difundida en redes sociales o plataformas de e-commerce? 5
12. ¿Considera que el conjunto fotográfico cumple con los objetivos planteados para esta preproducción? 5

Preguntas abiertas para discusión (tipo cualitativo)

Estas preguntas permitirán que los expertos amplíen sus respuestas, compartan experiencias o sugieran mejoras:

1. ¿Qué emociones o sensaciones le transmiten las imágenes presentadas? Que es un producto artesanal hecho a mano de una localidad en específico
2. ¿Qué elemento destacaría como más exitoso dentro de la propuesta fotográfica? el manejo de los fondos, hay variedad de elementos.
3. ¿Qué sugerencias haría para mejorar la comunicación visual del producto? Más ángulos, Tomas macro, otro tipo de situaciones para la modelo, hacer más fotos en el taller, manejar diferentes tellos, tal vez eliminar a la modelo y solo usar pies
4. ¿Cree que estas fotografías conectan adecuadamente con el público que valora el trabajo artesanal? Si claro, las personas que lo aprecian disfrutan de este contenido, pero para llegar a mas publico se puede generar otro tipo de contenido

Focus Group 27.05.25

Tesis: "Propuesta de fotografía de producto para la preproducción de un lookbook digital"

M.A. Annemie Santibáñez Hoffmann

Universidad Tecnológica de la Mixteca

En escala de valoración de 0 a 5, donde:

- 5 = Totalmente de acuerdo / Excelente
- 4 = De acuerdo / Muy bueno
- 3 = Neutral / Bueno
- 2 = En desacuerdo / Regular
- 1 = Totalmente en desacuerdo / Deficiente
- 0 = No aplica / No cumple

Evaluación de expertos

Categoría: Calidad técnica de la fotografía

1. ¿Considera que la calidad de la imagen (nitidez, enfoque, resolución) es adecuada para la presentación de un producto artesanal? 5
2. ¿La iluminación utilizada en las fotografías resalta adecuadamente la textura del material de los huaraches? 4
3. ¿La edición fotográfica mantiene la fidelidad visual del producto sin alterar su apariencia real? 5

Categoría: Comunicación visual del producto

4. ¿La propuesta fotográfica transmite adecuadamente la calidad artesanal de los huaraches? 5
5. ¿Percibe una coherencia visual entre todas las imágenes presentadas? 5
6. ¿Las fotografías permiten al espectador entender el proceso manual o dedicación involucrada en la elaboración del calzado? 5

Categoría: Identidad cultural y simbólica

7. ¿Considera que la propuesta fotográfica respeta y comunica el contexto cultural al que pertenecen los huaraches? 4
8. ¿Las imágenes evocan o comunican adecuadamente el uso tradicional del calzado (por ejemplo, en el Jarabe Mixteco)? 4
9. ¿Los elementos utilizados en el fondo o ambientación fotográfica son apropiados para resaltar la identidad mixteca del producto? 5

Categoría: Pertinencia para un lookbook digital

10. ¿Las fotografías presentadas podrían integrarse en un lookbook digital sin requerir ajustes significativos? 3
11. ¿La propuesta visual es lo suficientemente atractiva para ser difundida en redes sociales o plataformas de e-commerce? 5
12. ¿Considera que el conjunto fotográfico cumple con los objetivos planteados para esta preproducción? 4

Preguntas abiertas para discusión (tipo cualitativo)

Estas preguntas permitirán que los expertos amplíen sus respuestas, compartan experiencias o sugieran mejoras:

1. ¿Qué emociones o sensaciones le transmiten las imágenes presentadas? trabajo artesanal e identidad comunitario de una región y sus habitantes.
2. ¿Qué elemento destacaría como más exitoso dentro de la propuesta fotográfica? la utilización de material biodegradable y reutilizable de las mantas
3. ¿Qué sugerencias haría para mejorar la comunicación visual del producto? me parece muy buenas imágenes
4. ¿Cree que estas fotografías conectan adecuadamente con el público que valora el trabajo artesanal? Sí, considero que las fotografías son excelentes y que pueden llamar la atención al público.

Focus Group 27.05.25

Tesis: "Propuesta de fotografía de producto para la reproducción de un
lookbook digital"

M.A. Annemie Santibáñez Hoffmann

Universidad Tecnológica de la Mixteca

En escala de valoración de 0 a 5, donde:

- 5 = Totalmente de acuerdo / Excelente
- 4 = De acuerdo / Muy bueno
- 3 = Neutral / Bueno
- 2 = En desacuerdo / Regular
- 1 = Totalmente en desacuerdo / Deficiente
- 0 = No aplica / No cumple

Evaluación de expertos

Categoría: Calidad técnica de la fotografía

1. ¿Considera que la calidad de la imagen (nitidez, enfoque, resolución) es adecuada para la presentación de un producto artesanal? 5
2. ¿La iluminación utilizada en las fotografías resalta adecuadamente la textura del material de los huaraches? 4
3. ¿La edición fotográfica mantiene la fidelidad visual del producto sin alterar su apariencia real? 5

Categoría: Comunicación visual del producto

4. ¿La propuesta fotográfica transmite adecuadamente la calidad artesanal de los huaraches? 4
5. ¿Percibe una coherencia visual entre todas las imágenes presentadas?
4
6. ¿Las fotografías permiten al espectador entender el proceso manual o dedicación involucrada en la elaboración del calzado? 5

Categoría: Identidad cultural y simbólica

7. ¿Considera que la propuesta fotográfica respeta y comunica el contexto cultural al que pertenecen los huaraches? 4
8. ¿Las imágenes evocan o comunican adecuadamente el uso tradicional del calzado (por ejemplo, en el Jarabe Mixteco)? 4
9. ¿Los elementos utilizados en el fondo o ambientación fotográfica son apropiados para resaltar la identidad mixteca del producto? 5

Categoría: Pertinencia para un lookbook digital

10. ¿Las fotografías presentadas podrían integrarse en un lookbook digital sin requerir ajustes significativos? 5
11. ¿La propuesta visual es lo suficientemente atractiva para ser difundida en redes sociales o plataformas de e-commerce? 5
12. ¿Considera que el conjunto fotográfico cumple con los objetivos planteados para esta preproducción? 5

Preguntas abiertas para discusión (tipo cualitativo)

Estas preguntas permitirán que los expertos amplíen sus respuestas, compartan experiencias o sugieran mejoras:

1. ¿Qué emociones o sensaciones le transmiten las imágenes presentadas? Me transmiten nostalgia, y curiosidad por saber más sobre los huarache; incluso hasta ~~emociones~~ emoción por ver las fotografías en redes.
2. ¿Qué elemento destacaría como más exitoso dentro de la propuesta fotográfica? La propuesta con rebozo; sobre el fondo de madera, ~~petate~~ en fondo blanco fueron mis favoritos, realmente realza el huarache.
3. ¿Qué sugerencias haría para mejorar la comunicación visual del producto? Como una historia en el orden de fotos. podría ser desde el taller hasta la modelo.
4. ¿Cree que estas fotografías conectan adecuadamente con el público que valora el trabajo artesanal? Totalmente.
La mayoría de artesanos no tienen los recursos y herramientas para dar a conocer sus productos.

e) Fotos del Focus group



