

V
Ca 1186-1187-72

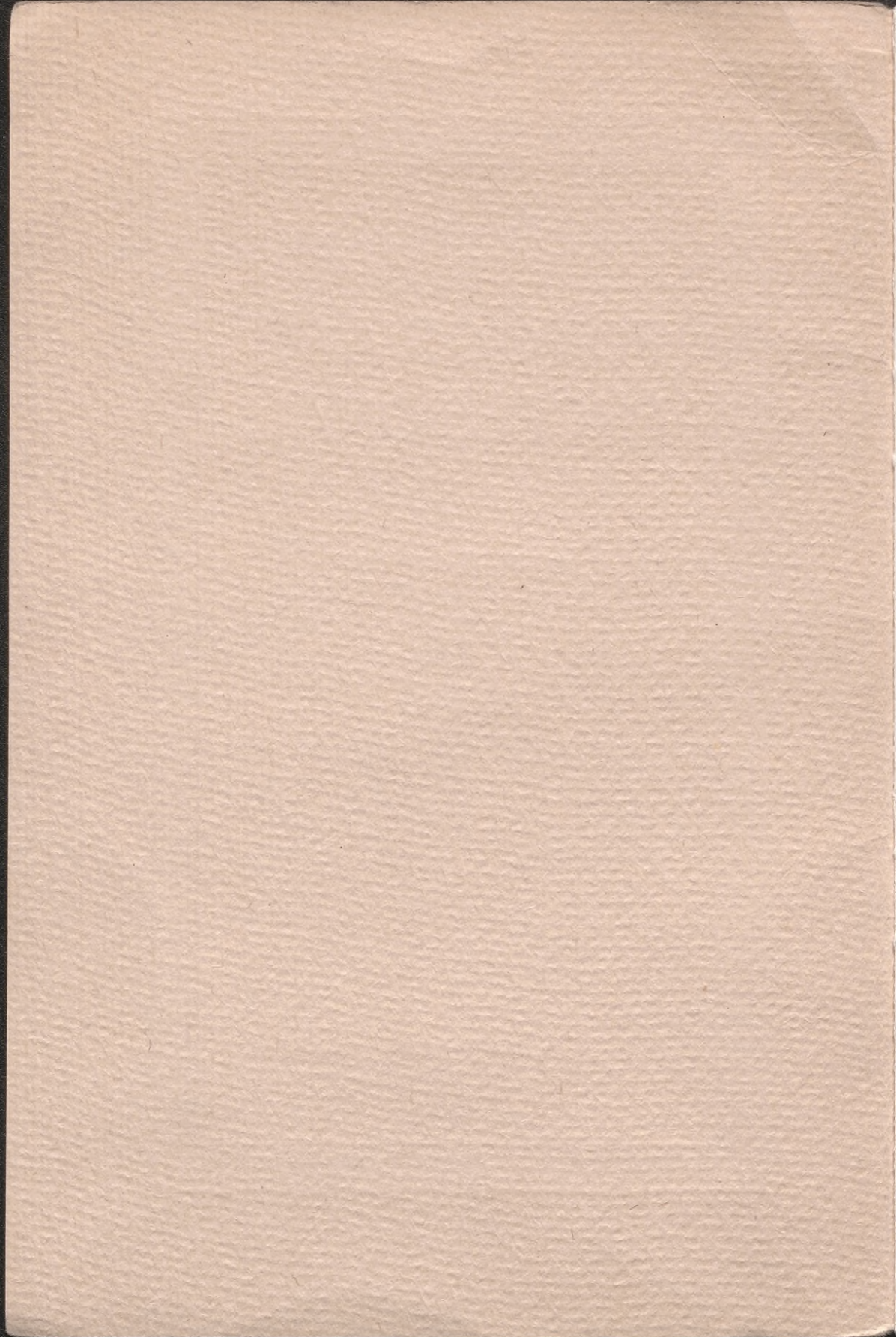
D/14190

EL FOTÓGRAFO PROFESIONAL

ABRIL-MAYO 1930

Núm. 63

KODAK-MADRID
Puerta del Sol, núm. 4



D/14190

EL FOTOGRAFO PROFESIONAL

ABRIL-MAYO 1930

SUMARIO

	PÁGINAS
La naturalidad en los retratos.....	3
Ilustraciones.....	5-6
Ventaja desconocida del Portrait Film Eastman.....	8
Buenos anuncios para fotógrafos.....	10
Preparación y mezcla de soluciones.....	12
Tratamiento de los papeles Kodura y Bru- nora.....	15

Núm. 63



KODAK-MADRID
Puerta del Sol, Núm. 4

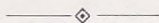
El peso y el volumen

son dos factores importantes que el fotógrafo debe tener en cuenta cuando en su laboratorio se acumulan las negativas.

El difícil problema que presenta el archivo de las placas, desaparece empleando la película, la que elimina además todo riesgo de pérdida por causa de rotura.

Sea Ud. moderno... emplee Ud.

Portrait Film Eastman



KODAK, S. A.

Venta al por mayor:

MADRID - BARCELONA - SEVILLA - BILBAO

Naturalidad en los retratos

Son muchos los fotógrafos que creen que lo importante en un retrato es, ante todo, que sea de una calidad técnica irreprochable. Por muy bien fundada que sea esta creencia, lo cierto es que no responde en modo alguno al deseo que suele animar hoy día a cuantas personas se hacen retratar. Hablando en términos generales, claro está que la calidad técnica de un retrato es muy de tenerse en cuenta, pero es, sin embargo, secundaria. Lo que sobre todo importa a la persona que se retrata es hallar en su fotografía una imagen cuya expresión le sea característica, y que al mismo tiempo le proporcione la satisfacción de poderse decir a sí mismo: «Este soy yo.» Del parecido, en efecto, depende en realidad y casi exclusivamente el juicio favorable o adverso que el cliente forme de su retrato.

Para que el lector pueda darse cuenta por sí mismo de la veracidad de esta aseveración, no tiene más que mostrar a una persona conocida dos fotografías de un mismo individuo: una de ellas, perfecta desde el punto de vista técnico, será la reproducción pura y simple de un rostro sin expresión, una imagen falta de relieve; la otra, aun cuando esté, por ejemplo, algo sub-expuesta y falta de iluminación, será siempre, por el contrario, una imagen llena de vida y de acción, que poseerá una naturalidad y un parecido notables. Si usted pregunta luego a esa persona que le diga cuál de las dos fotografías que le muestra prefiere, es seguro que invariablemente le señalará la segunda.

El fotógrafo que así sabe personificar en sus retratos el natural de cada uno de sus modelos, cuenta con muchas más probabilidades de éxito que aquel cuya atención se concentra únicamente en la calidad técnica de sus trabajos. El interés de este último está, pues, en perfeccionarse, a fin de responder entera y satisfactoriamente a los deseos de su clientela.

Desde luego, no es posible dar ninguna fórmula que indique la marcha a seguir en tales casos. Cada uno debe comprender que

la obtención de imágenes llenas de naturalidad y de vida es más bien una cuestión de psicología y de interpretación personal. Sólo pueden darse indicaciones de orden general para que puedan servir de guía al fotógrafo que desee mejorar la calidad de sus trabajos. No se trata, en modo alguno, de modificar su instalación; lo único que debe hacer principalmente es observar, penetrar hasta los más pequeños detalles, e ingeniarse en perder las malas costumbres adquiridas.

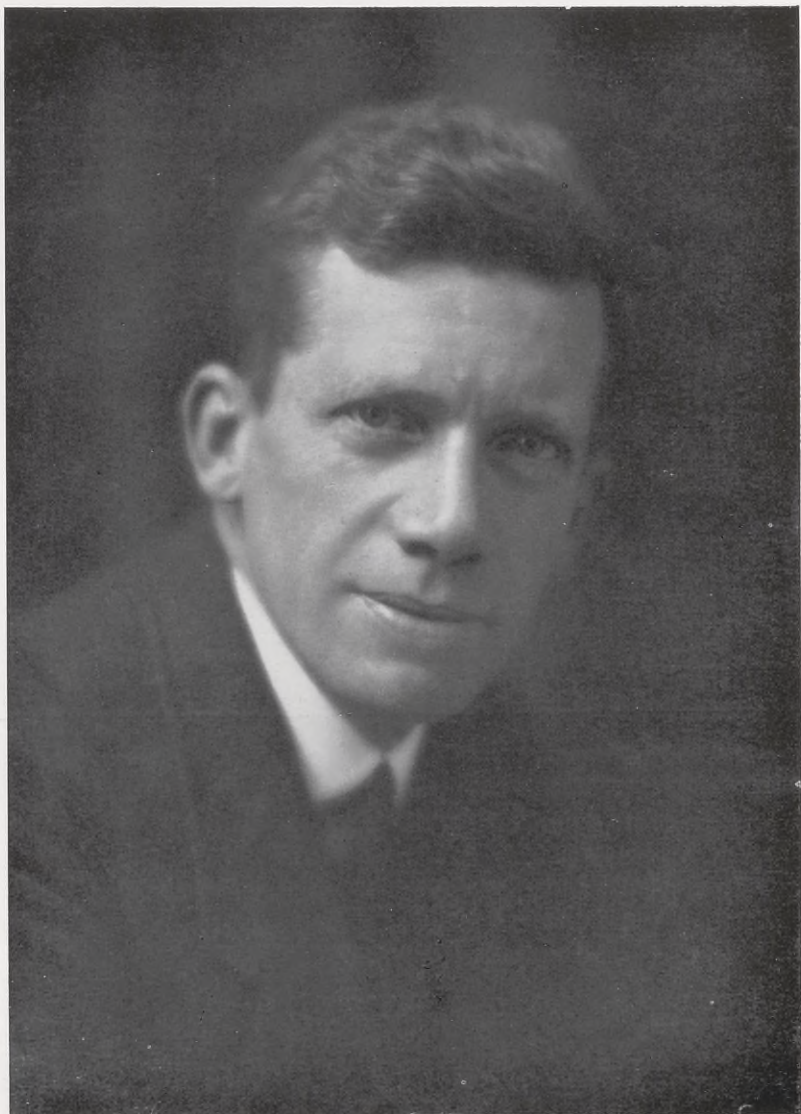
Es, por lo tanto, completamente inútil esperar el momento en que el modelo entre en el estudio para arreglar en su presencia las luces, el fondo, las pantallas, los accesorios y hasta regular el enfoque de la cámara. Esa es una falta tan imperdonable como sería para un cirujano hacer entrar a una persona en la sala de operaciones, hacerla tomar asiento, y preparar delante de ella los instrumentos que precisa para operarla.

El ensayo y regulación de los aparatos de iluminación, de las pantallas, de los muebles y accesorios más o menos útiles, no puede crear nunca buena impresión en los clientes.

Cuando usted haya de recibir la visita de un cliente a una hora determinada, arréglese para preparar de antemano su estudio, y disponer en buen sitio todos los elementos que necesite para operar. Así producirá usted en el cliente un efecto favorable, que repercutirá en el resultado final. En el momento que usted recibe a un cliente en su estudio, debe usted haber tomado ya una resolución respecto a la *pose* que ha de hacerle adoptar y la clase y fuerza de iluminación que va a utilizar.

En general, los preliminares para la impresión de un clisé, siempre molestos para todo el mundo, deben abreviarse todo cuanto sea posible. Para que usted pueda operar con la mayor rapidez, su estudio debe estar dispuesto para que el modelo adopte la *pose* exacta en que usted haya decidido retratarlo, y sus aparatos de iluminación deben, asimismo, estar listos para funcionar, y poder conseguir instantáneamente los efectos deseados. Su cámara deberá estar también enfocada y cargada de antemano. De ese modo trabajará usted de una manera rápida, tranquila y eficaz. Una vez todo en regla, usted entablará conversación con su modelo para evitarle toda preocupación por las diferentes operaciones que usted tenga que efectuar en su presencia.

Y, llegamos a la operación propiamente dicha, al momento en que muchos fotógrafos aun pronuncian las palabras lapidarias:



Clisé en Portrait Film Eastman.
Positive en Papier Brunora.

M. P. Delbo. Paris.



Clisé en Portrait Film Eastman.
Positiva en Papel Bromuro Kodak.

M. Christian Duvivier, Paris.

«¡Quieto! ¡Sonríase! ¡Mire hacia acá! ¡Muy bien... gracias!»... y todo para obtener solamente imágenes de rasgos sin expresión, esos retratos faltos de relieve y de carácter de que hemcs hablado precedentemente.

Por fortuna pasaron ya los tiempos en que la falta de medios obligaba al fotógrafo a operar de ese modo. Hoy día se dispone de sistemas de iluminación capaces de suministrar una cantidad de luz considerable; tiene a su disposición objetivos de gran abertura y películas extra-rápidas. Estos elementos constituyen una poderosa ayuda para el fotógrafo, y le permiten cortar el tiempo de exposición. Utilícelos usted, pues, e ingéniense para retener la atención del modelo por medio de una conversación apropiada a su modo de ser. Al mismo tiempo estudie usted con cuidado las características físicas y morales de su cliente, y cuando note en él una expresión natural, apriete entonces el disparador. Esta es la única manera de obtener retratos llenos de relieve, de acción y de vida.

Algunos fotógrafos pretextarán que así se verán obligados a impresionar tres o cuatro clisés para conseguir uno bueno. Esto es cierto, pero en cambio tenga usted en cuenta que un retrato así tendrá para sus clientes y para usted mismo mucho más valor que una docena de fotografías técnicamente perfectas, en las que las imágenes no posean el debido parecido con el modelo.

El asunto de la conversación presenta gran importancia. Claro que algunos fotógrafos se preguntarán qué es lo que podrán decir a sus clientes a fin de retener su atención durante el tiempo necesario para obtener varias *poses*; mas en realidad no faltarán nunca al fotógrafo asuntos susceptibles de interesar a sus clientes, sin necesidad de tener que recurrir nunca a hablar de sí mismo ni de sus trabajos.

Cuando el asunto agrade a su interlocutor, su rostro se iluminará, y estudiando durante la conversación los movimientos del rostro, de los ojos, de los labios, de su cliente, usted podrá capturar expresiones agradables, típicas, de un parecido perfecto. Esta manera de operar no es más difícil de seguir que la adoptada por usted hasta aquí; exige solamente, de su parte, como ya le hemos dicho, cierta psicología, un poder de interpretación personal y una gran perspicacia, pero en cambio le permite hacer retratos de un parecido maravilloso y llenos de vida. ¿No es ese, después de todo, el porqué de su profesión? ¿No es también ese el más ardiente deseo de toda persona que se hace retratar?

Una ventaja hasta aquí desconocida del Portrait-Film Eastman

Los operadores cinematográficos son, por lo general, gente muy ingeniosa: para ellos es empresa facilísima fingir apariciones y producir toda clase de efectos extraordinarios, recurriendo a la superposición de películas. Pero usted no podía imaginarse nunca que usted podía hacer también otro tanto, ¿verdad?

Como demostración de ello, le daremos a conocer el sorpren-



Fig. 1.—Fotografía tomada de noche.

dente resultado obtenido por uno de sus colegas, al llevar a cabo un trabajo que hasta aquí nadie se hubiera atrevido a creer que era posible realizar.

Habiendo recibido el encargo de hacer una fotografía, fiel reproducción de la portada y de los escaparates de una tienda, creyó lo más acertado operar de noche, pero con ello sólo logró reproducir bien el interior del escaparate (fig. 1), resultando la portada sumergida en densas sombras chinescas, por falta de iluminación. Repitió la operación en pleno día, y, como es natural, el resultado fué todo lo contrario: la portada se reprodujo con todos sus detalles, pero en los cristales de las puertas y de los

escaparates se reflejaban lastimosamente las casas de enfrente, como pone en evidencia la fotografía de la figura 2.



Fig. 2.—Fotografía tomada en pleno día.

En vista de ello se le ocurrió la idea de superponer las dos películas obtenidas, y por medio de un ajuste perfecto de ambas obtuvo la fotografía completa que se reproduce en la figura 3.

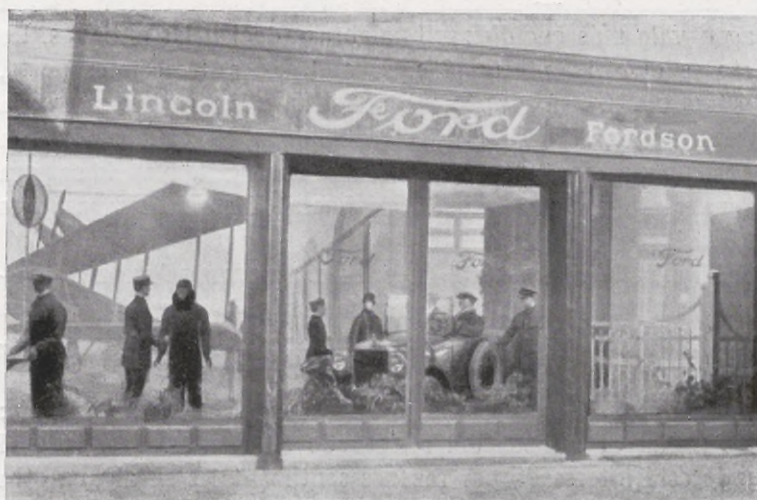


Fig. 3.—Fotografía completa obtenida por la superposición de las dos negativas precedentes.

Este hecho, que tan altamente habla en favor del Portrait Film Eastman, pone de relieve una vez más sus innegables cualidades de finura de grano, de regularidad, así como igualmente sus propiedades antihalo.

En esta demostración debe observarse en especial que el clisé que se tomó de noche recibió una exposición de 15 minutos. Ese tiempo exagerado no impidió, sin embargo, que los detalles aparecieran con toda nitidez; la lámpara eléctrica que alumbraba el interior del escaparate, no obstante su gran intensidad, aparece sin halo, sin el menor fenómeno de irradiación; apareciendo sólo en la negativa el filamento surexpuesto. Ciertamente, con una placa no habría sido posible ejecutar tan delicada operación, y sobre todo llegar a obtener semejante satisfactorio resultado.

Buenos anuncios para fotógrafos

(CONTINUACION)

Si todo anuncio en general debe llenar los cuatro requisitos precedentemente mencionados, veamos cómo han de cumplirlos, en particular, los buenos anuncios de los fotógrafos. Para llamar la atención—condición obvia con la que no cumple sólo un nombre y una dirección—¿habrá algo mejor que una fotografía? «Una imagen vale más que diez mil palabras», decían los antiguos. Lo cierto es que el texto no siempre se lee, o se lee sólo en parte, mientras que una fotografía no puede menos de verse... y verla es incitar la curiosidad del lector. Es más: a veces, basta una imagen para narrar un relato, un relato comercial provechoso para el anunciante, mejor que pudieran hacerlo las palabras; ¡muchas palabras!

El llamar la atención del lector es como conseguir una audiencia con un comprador. Pero eso no basta: hay que tener algo verdaderamente interesante que decir... y decirlo en forma interesante.

Para *crear interés*, el fotógrafo tiene un argumento convincente: el de apelar al corazón del retratando en ciernes. Casi todo el mundo está interesado por razones sentimentales en alguna otra persona: los enamorados, uno en otro (u otra); los padres en sus hijos, etc. Además, a todos se les puede hacer ver el valor que, pasa-

dos los años, tendrán los retratos como recuerdo inolvidable. He ahí, pues, dos puntos interesantes y efectivos que puede repetir el fotógrafo en sus anuncios, con variaciones del mismo tema, naturalmente.

Una vez interesado el cliente en perspectiva, se incita el *deseo*, mediante la redacción sencilla y convincente del texto del anuncio, texto que puede ser algo sentimental, sin caer por eso en el sentimentalismo. La presentación, por medio de la ilustración adecuada; de la persona o personas en que pueda estar interesado



Clase de ilustraciones que conviene utilizar en la confección de anuncios especiales para fotógrafos.

el retratando, el apelar en el texto a casos que cuadren al interesado: he ahí medios que, repetidos, no pueden menos de crear un deseo.

Del deseo puede, y suele, venir la acción. Es decir, que el último requisito puede ser efecto de los anteriores. Sin embargo, un buen anuncio, como un buen vendedor, debe hacer lo que en inglés llaman «cerrar» la venta; algo así como conseguir un contrato «en firme». Para esto, si el anuncio ha cumplido verdaderamente con los tres requisitos mencionados, puede incluir una invitación a que el lector visite la galería del fotógrafo. Es decir, debe determinar *acción* y ventas.

Por supuesto, todo lo anterior no es sino un resumen superficial y elementalísimo de un tema, no tan elemental, acerca del cual se podrían escribir, y se escriben, volúmenes. Pero, poco a poco...

Si estas breves líneas les han llamado la atención, si les han interesado y creado en ustedes el deseo—aur que sólo sea

deseo, de anunciar, ya es bastante por ahora. Pero conste que volveremos a insistir hasta conseguir que ese deseo se convierta en acción: sabemos por experiencia que el anuncio ha de ser sistemático.

Para terminar, recordemos el dicho conocido: «el que no anuncia, no vende».

Generalidades sobre la preparación y mezcla de las soluciones

Salvo en raras excepciones, puede decirse que la mayoría de los cuerpos sólidos son más solubles en caliente que en frío.

Se dice que una solución está saturada cuando contiene la cantidad máxima del cuerpo soluble que el disolvente empleado es capaz de disolver a una temperatura dada. Esta cantidad determina para esa temperatura la solubilidad del cuerpo disuelto. A veces ocurre que cuando una solución saturada se enfría se mantiene en sur-saturación, es decir, que no deja que se depositen cristales del cuerpo disuelto. En ese momento el líquido contiene, pues, una cantidad del cuerpo disuelto superior a la que corresponde a la nueva temperatura debida al enfriamiento. Si entonces se agita el líquido o se le agrega un pequeño cristal del cuerpo disuelto, el falso equilibrio precedente se rompe, y el líquido deja que se deposite la cantidad del cuerpo disuelto que contenía en exceso. El fenómeno de sur-saturación ocurre frecuentemente en las soluciones de hiposulfito.

Para soluciones de reserva es práctico emplear soluciones saturadas porque su fuerza es constante y conocida. Además, no es necesario efectuar pesadas exactas para prepararlas, porque basta tratar un exceso del cuerpo a disolver, sin que sea útil conocer exactamente el peso. La solución saturada podrá después graduarse en la forma que se desee, echando agua.

Se sabe que para obtener rápidamente la disolución de un cuerpo en el agua es bueno utilizar agua caliente; de la misma manera, cuanto más pulverizado esté el cuerpo que se va a disolver, más rápidamente se efectúa su disolución. Por último, agitando la solución se acelera notablemente la disolución.

Sin embargo, cuando se quiere preparar una gran cantidad de

solución saturada (por ejemplo de hiposulfito), a veces es molesto agitar la masa líquida. Entonces se puede acelerar la disolución sin agitarla, empleando uno de los dos dispositivos que se ilustran en las figuras 1 y 2. En el primer caso, fig. 1, el producto que se desea disolver se coloca en un embudo de cuello largo, completamente inmerso. El agua penetra en la masa del producto contenido en el embudo, y la disolución comienza. La solución pasa por el cuello del embudo y va a acumularse al fondo de la vasija. Por la parte superior del embudo, el sólido a disolver está, pues,

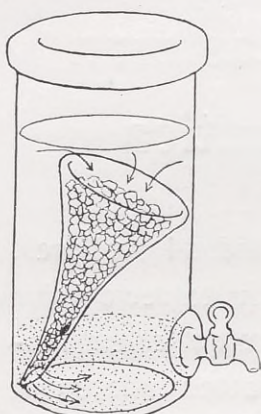


Fig. 1.

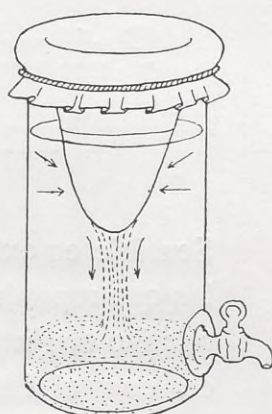


Fig. 2.

en contacto con la solución menos concentrada, que se halla en la parte superior, y que permite una rápida disolución. Lo mismo ocurre con el dispositivo de la fig. 2. En este caso se emplea un colador de tela de trama gruesa (tela de saco) que contiene el producto a disolver. El mecanismo de la disolución es semejante al del dispositivo precedente. Si se emplea una tela fina para hacer el colador, se efectúa al mismo tiempo una filtración. Por el contrario, si se limita a colocar el producto a disolver en el fondo del recipiente, estará siempre en contacto con la solución más concentrada, más pesada, que se halla en el fondo de la vasija, y, por consiguiente, la disolución se efectuará penosa y muy lentamente.

Cuando se disuelve un sólido en el agua, el volumen de la solución obtenida es generalmente mayor que el del disolvente solo. Por otra parte, cuando se mezclan dos líquidos solubles el uno en el otro, el volumen de la mezcla puede ser mayor o menor

Si el trabajo pancromático moderno ha llegado a ocupar un puesto importante en la fotografía comercial hoy día, se debe principalmente a la inimitable

Película Eastman Pancromática

Sensible en extremo a todos los colores, los que reproduce con su correcto valor relativo original, siempre que es empleada con el filtro Wratten adecuado. La generalidad de los fotógrafos la han adoptado para trabajos pancromáticos, y muchos, además, para sus retratos.



KODAK, S. A.

Venta al por mayor:

MADRID - BARCELONA - SEVILLA - BILBAO

que la suma de los dos volúmenes que se mezclen. Por ejemplo: a la temperatura de 20° C., 50 volúmenes de alcohol, agregados a 50 volúmenes de agua, dan 97 volúmenes de mezcla y no 100 volúmenes.

Cuando se quiera, pues, obtener una solución de volumen determinado, es preciso disolver él o los cuerpos que se desea poner en solución en un volumen de líquido inferior al que se quiere obtener. Terminada la disolución, se completa el volumen agregando suficiente cantidad de disolvente. Así, cuando se trata de preparar una solución a 10 por 100, es decir 10 grs. de un cuerpo por 100 centímetros cúbicos de solución (y no por 100 c. c. de disolvente), se disuelven los 10 grs. de producto en, por ejemplo, 70 c. c. de agua, y cuando el cuerpo esté completamente disuelto se agrega el volumen de agua necesario para tener 100 c. c. Operando de esta manera se está seguro de no sobrepasar el volumen indicado.

Tratamiento de los papeles Kodura y Kodura Brunora

Contestando a las numerosas preguntas que hemos recibido, recordamos a todos nuestros clientes fotógrafos que los papeles Kodura y Brunora se tratan absolutamente de la misma manera. De preferencia a cualquier otra fórmula, recomendamos el empleo del revelador siguiente, que permite obtener hermosos tonos negros calientes:

Elón.	1,75 grs.	
Hidroquinona	7 »	
Sulfito de sosa cristalizado.	45 »	(22,05 anhidro).
Carbonato de sosa cristalizado	45 »	(17,05 anhidro).
Bromuro de potasa.	6 »	(o bien 60 c. c. de
Agua, hasta.	1.000 c. c.	solución a 10 %).

Para su empleo, mézclese una parte de esta solución con otra de agua.

El revelado a la temperatura de 20° C debe ser de un minuto y medio a dos minutos; un revelador más corto daría pruebas sin contraste. Enjuagar inmediatamente las pruebas y llevarlas al baño fijador.

Una expresión natural

es el resultado de una corta exposición. Ud. puede reducir considerablemente el tiempo de exposición y obtener imágenes llenas de relieve, de acción y de vida, empleando el

Portrait Film Eastman

Super Speed

Por su extremada sensibilidad, su gran latitud, su amplia escala de gradación, sus propiedades anti-halo, el

Portrait Film Eastman

Super Speed

ofrece a usted en todas circunstancias el máximo de garantía.

—◆—
KODAK, S. A.

Venta al por mayor:

MADRID - BARCELONA - SEVILLA - BILBAO

