



HAGER CLIC

Introducción a la fotografía y tips

INSPYRAME UE



LA LUZ

aspectos básicos

LA FOTO

ajustes y composición

REVELAR

formatos y retoques



Natural mejor que artificial





**Primera luz utilizada
para contar historias:
Difusa y natural.**

**Primera luz usada
para hacer cine:
Difusa y natural.**



Luz eléctrica: Directa / indirecta y artificial.

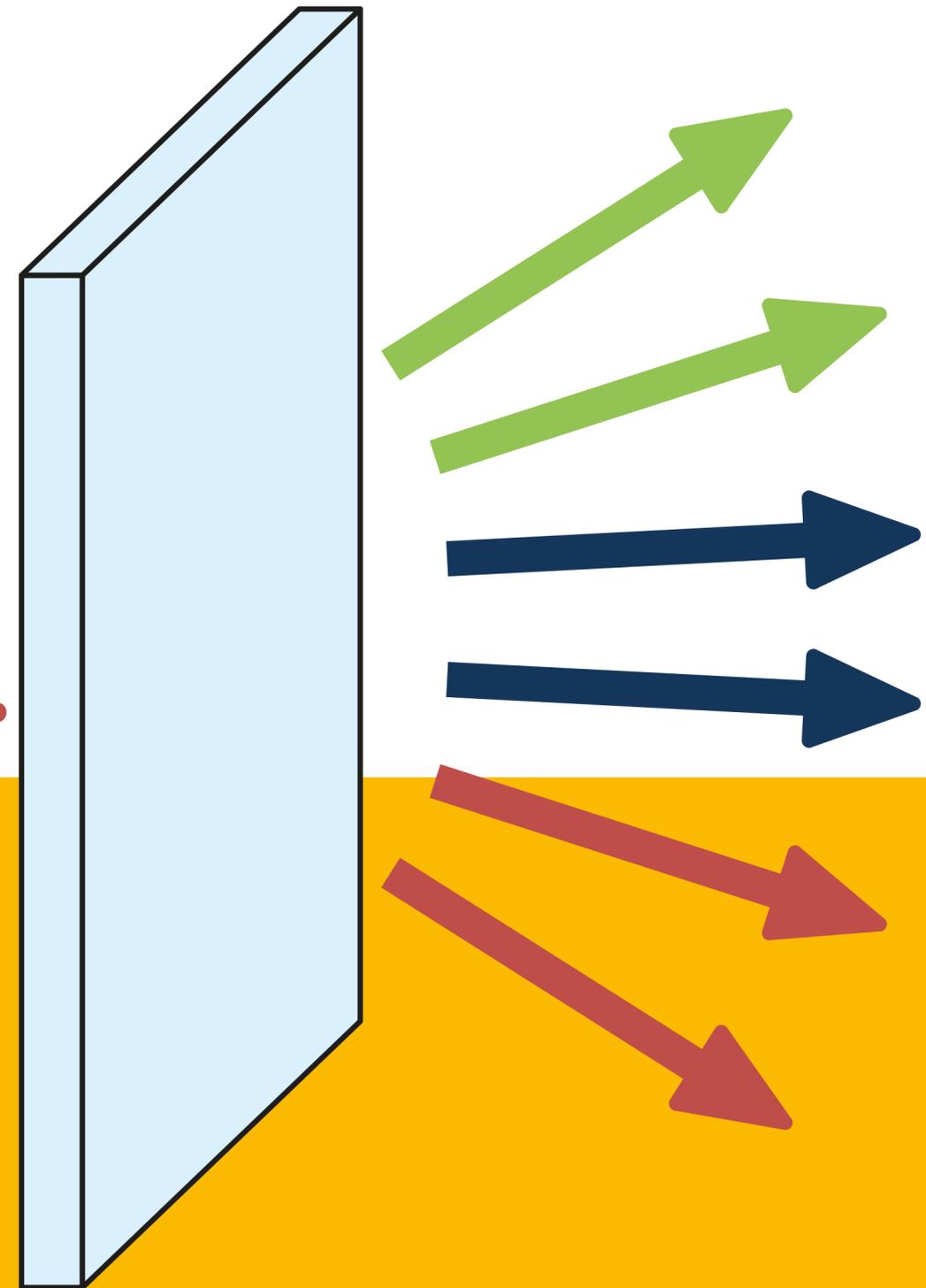


Reflexión y refracción



Transmisión Directa
La luz atravieza
sin cambios

Reflexión y refracción



Transmisión Difusa
La luz atraviesa
con cambios

La dirección y la superficie donde incide la luz afectaran directamente al resultado del color y contraste de nuestras fotos.

La distancia y la intensidad de la fuente de luz afectan las sombras haciendolas más duras (sentido dramático) o más difusas.

Las sombras son clave para generar volumen. Vemos más detalles en las sobras que en las altas luces.





Amanecer: colores fríos.



Mediodía: alto contraste.



Tardecita: colores cálidos.



Contraluz: afecta al contraste.

Exteriores:

- Los mejores momentos del día: 8 a 10 de la mañana y 17 a 19 de la tarde.
- Las nubes o los árboles son filtros ideales.



Interiores:

- **Identifica cual es la fuente de luz principal y las secundarias. Si hay ventanas y es de día, corre las cortinas.**
- **Muevete hasta tener a la luz principal incidiendo a 45 grados de tu dirección de disparo. Mejorará el volumen de tu sujeto.**
- **Medir la luz sobre nuestro sujeto.**

CÁMARA

**Características y ajustes
que todas las cámaras
tienen en común**

- **El tamaño del sensor y el mito de los megapíxeles**
Sensores con celdas fotosensibles a la luz.

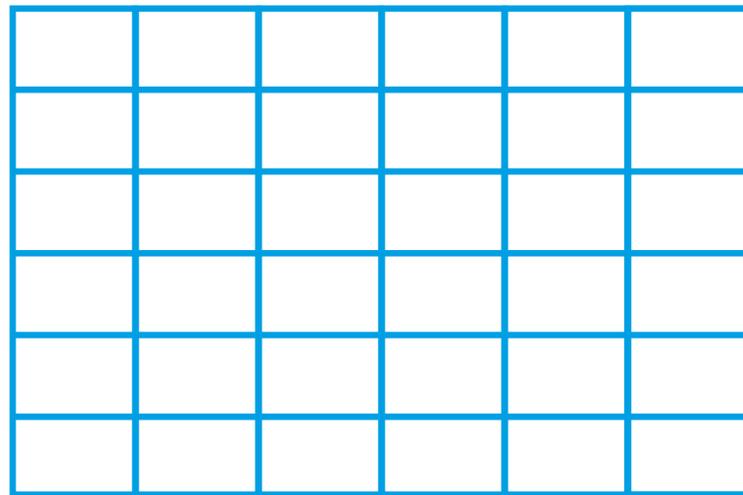
A mayor tamaño de sensor, mejor aprovechamiento de la luz que recibimos.

La cantidad de los pixeles están relacionados con la **cantidad de detalles** de la imagen.

La calidad de los pixeles está relacionada a la **nitidez, color y contraste.**

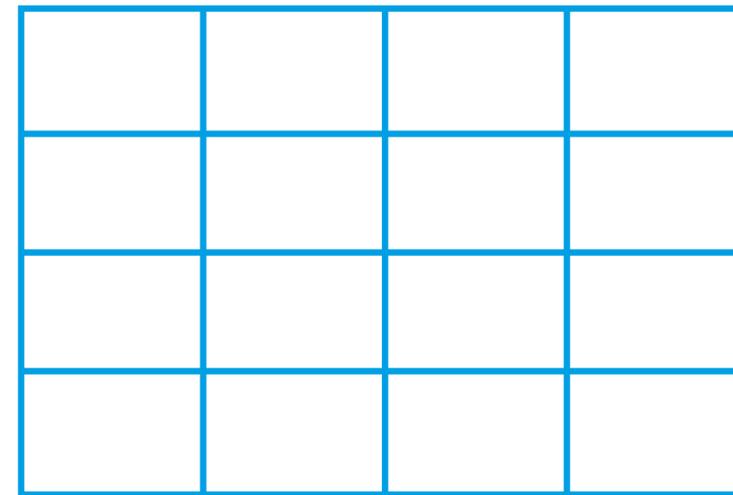
Si compras una cámara, busca la mejor relación costo beneficio.

Sensor Full Frame



36 Mp

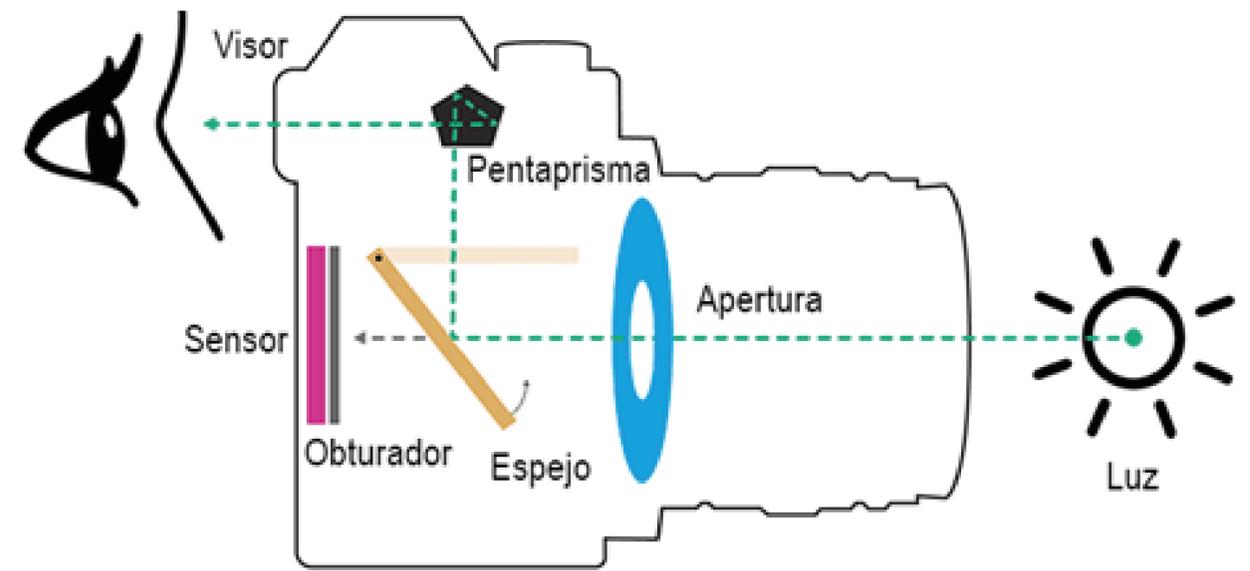
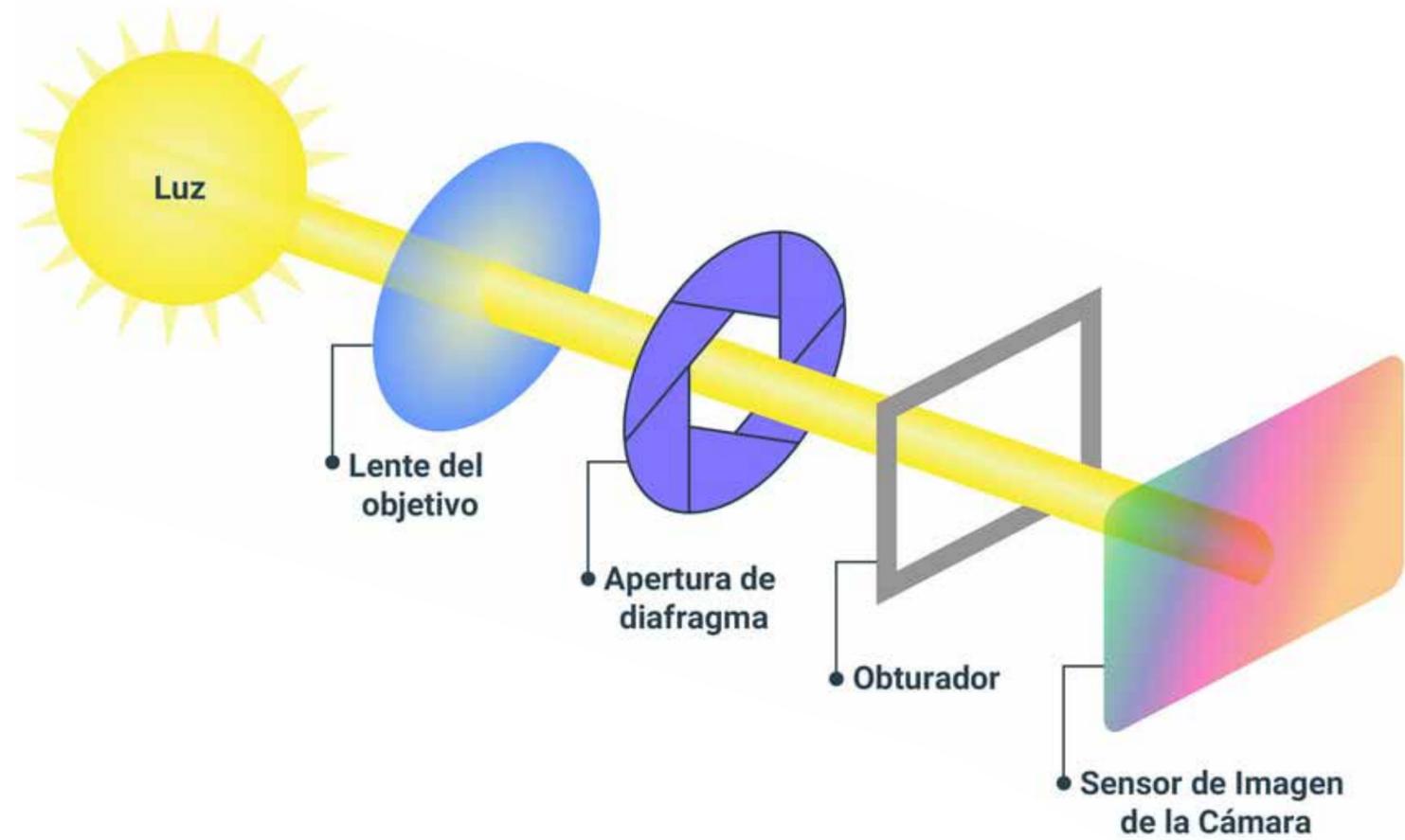
Más celdas
pero más pequeñas



16 Mp

Menos celdas
pero más grandes

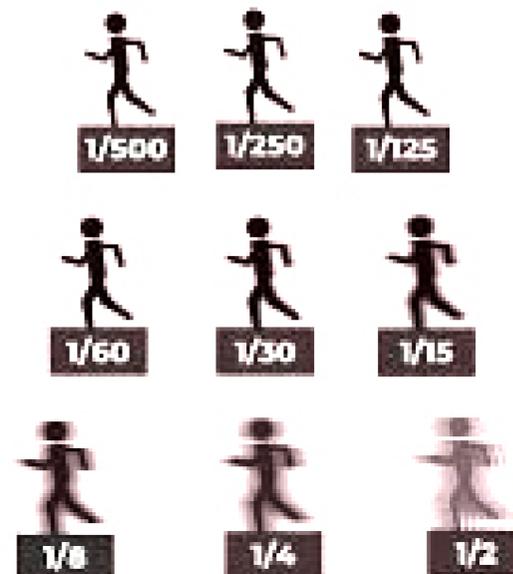
Sensor



- **Obturador:** Cortina que se abre y cierra para dejar entrar la luz.

+ lento = + luz

+ rápido = - luz

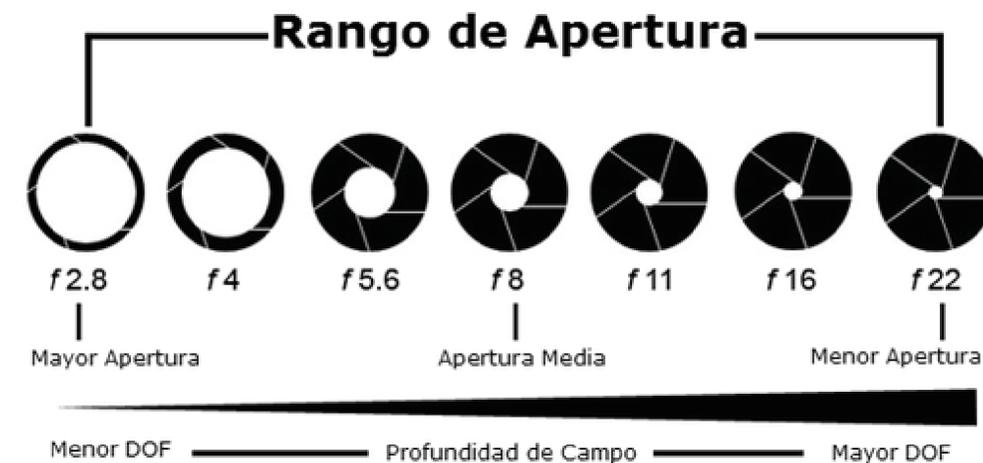
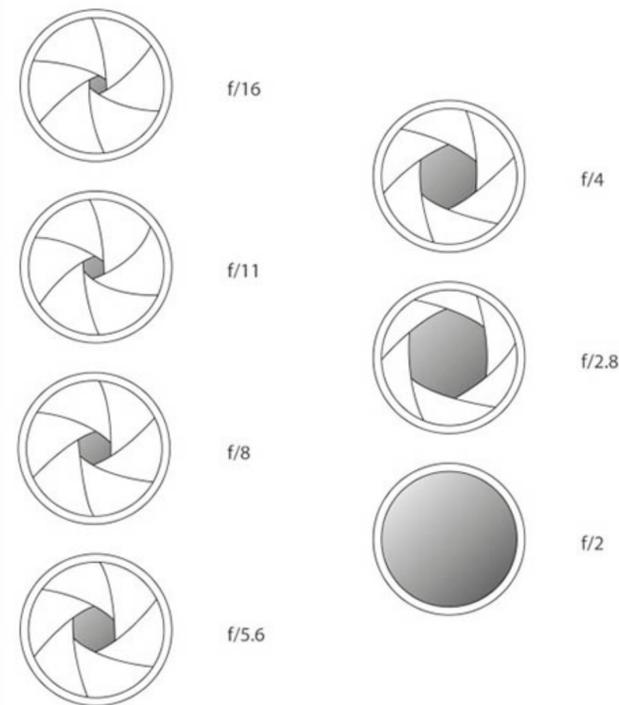


- **ISO:** Actúa sobre la sensibilidad a la luz en nuestro sensor. Con ISOs altos aparece el ruido en la imagen, se pierde nitidez y color.



LA ÓPTICA

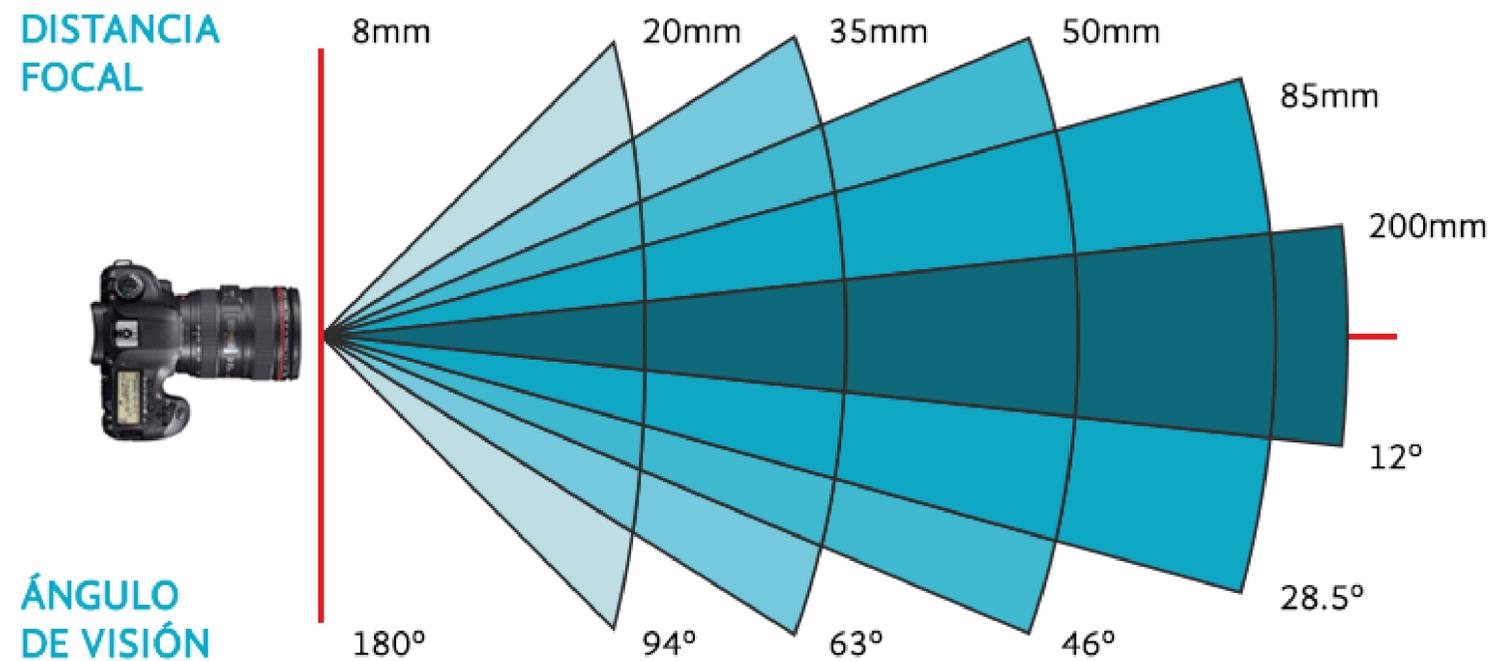
- Diafragma: Las ópticas tienen una capacidad limitada de acceso a la luz definida por el número **f**. La mayor apertura se corresponde con el número más pequeño (ej. **f1.4**) y la menor apertura con el número más grande (ej. **f22**). Ejemplo del iris del ojo.

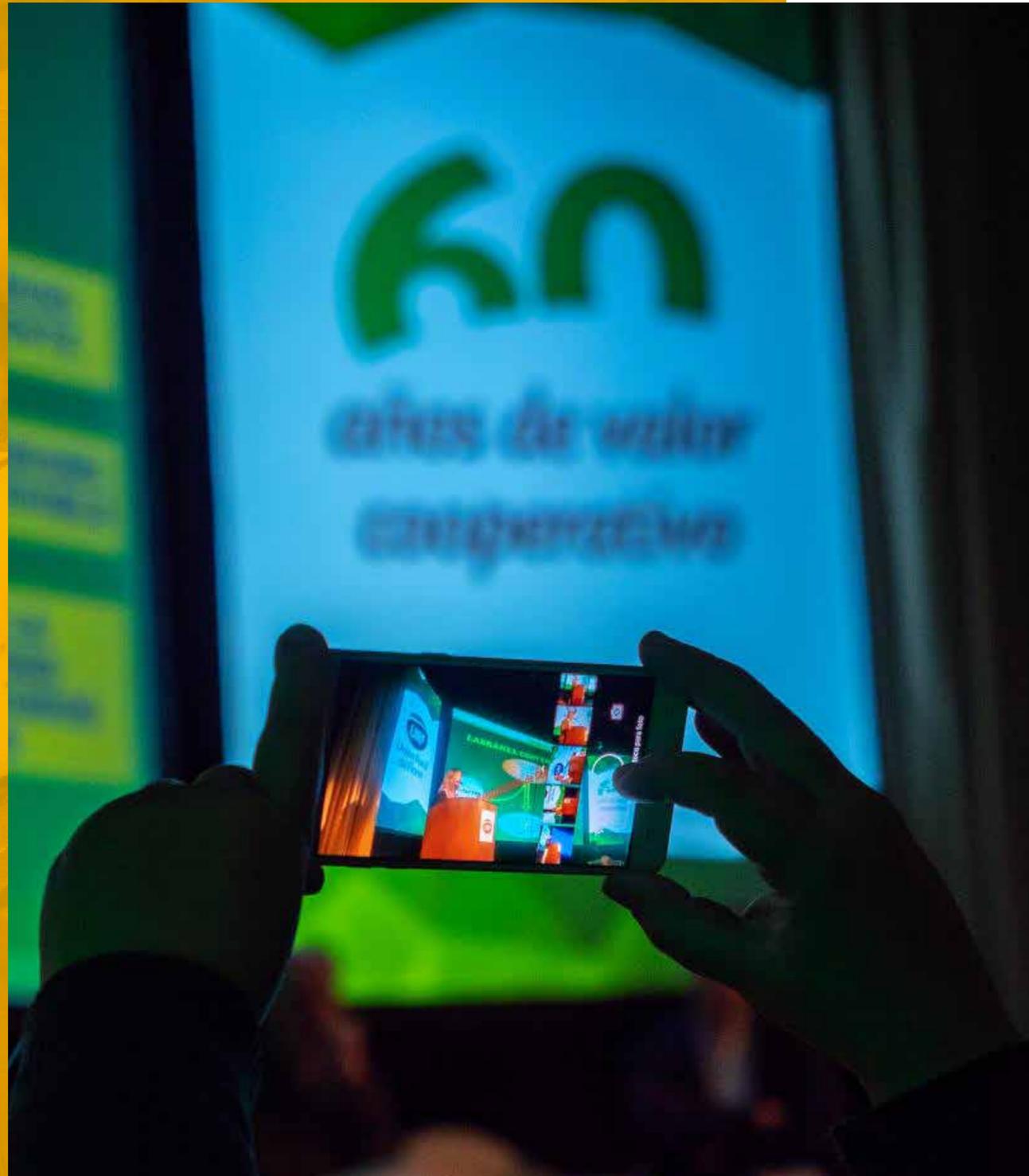




- **Distancia focal:** esta relacionada al ángulo de visión.

Las ópticas se clasifican en gran agulares, normales y teleobjetivos. Se miden en mm y las más conocidas son 18mm, 24mm, 50mm, 85mm, 200mm. Existen ópticas con distancias focales variables por ejemplo el 24-70 que es el estandar para fotografía de eventos.





- **Foco:** es un punto en la imagen donde la imagen se hace nítida.

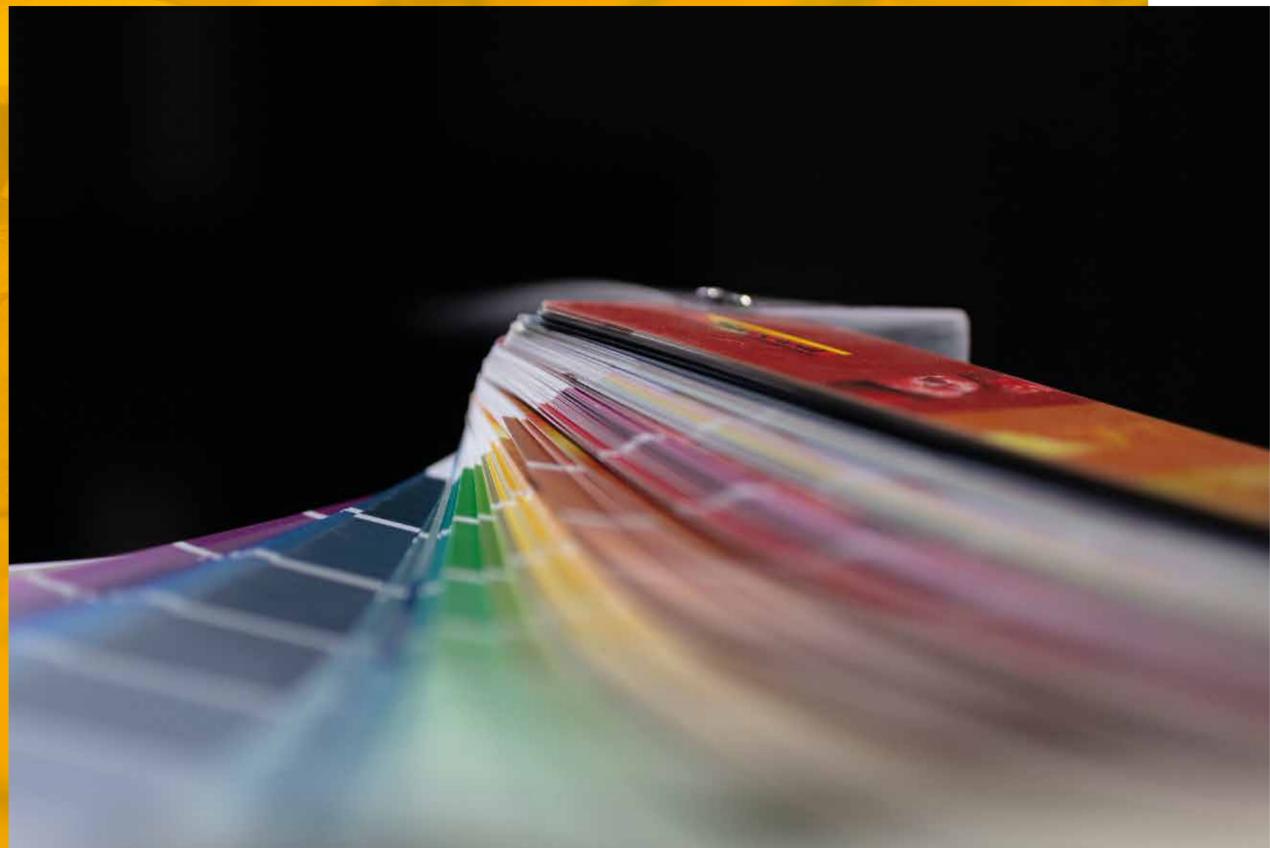
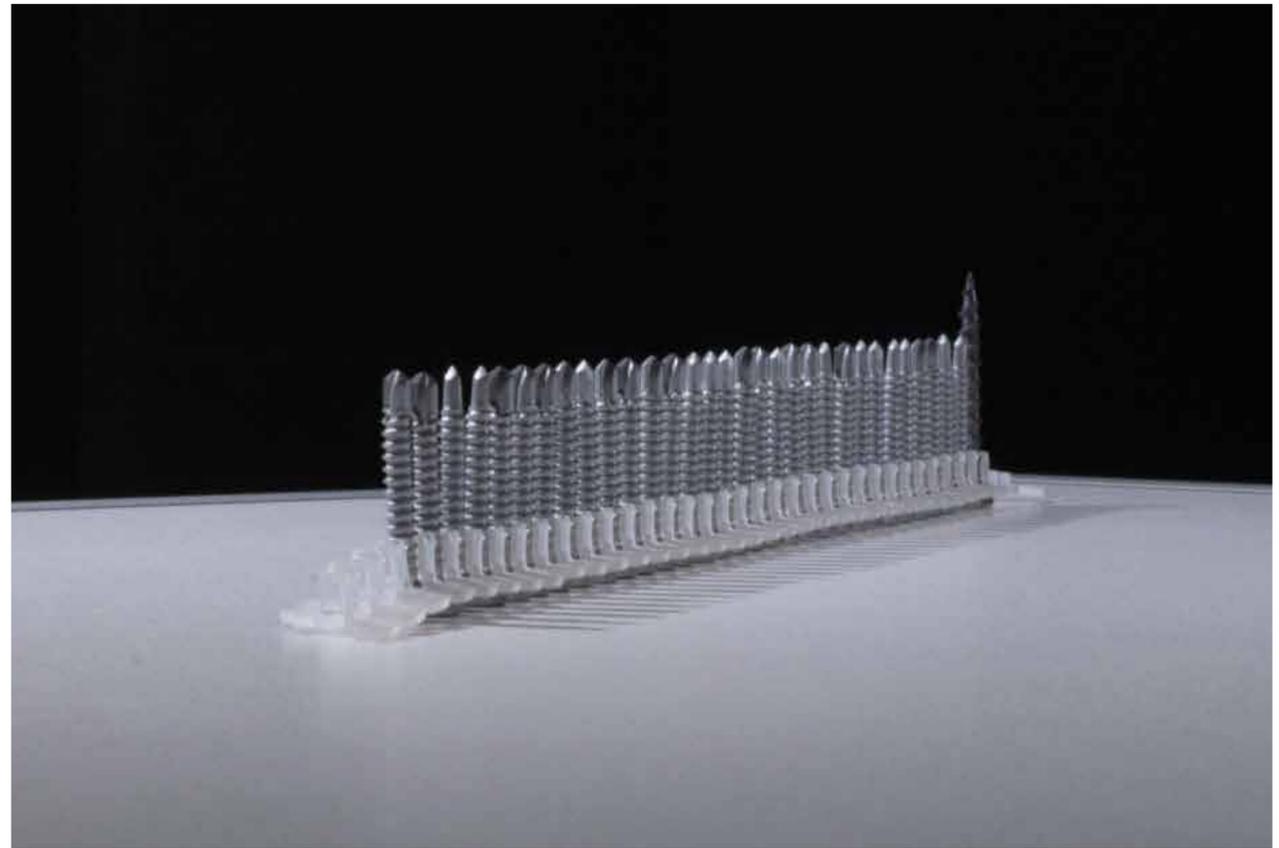
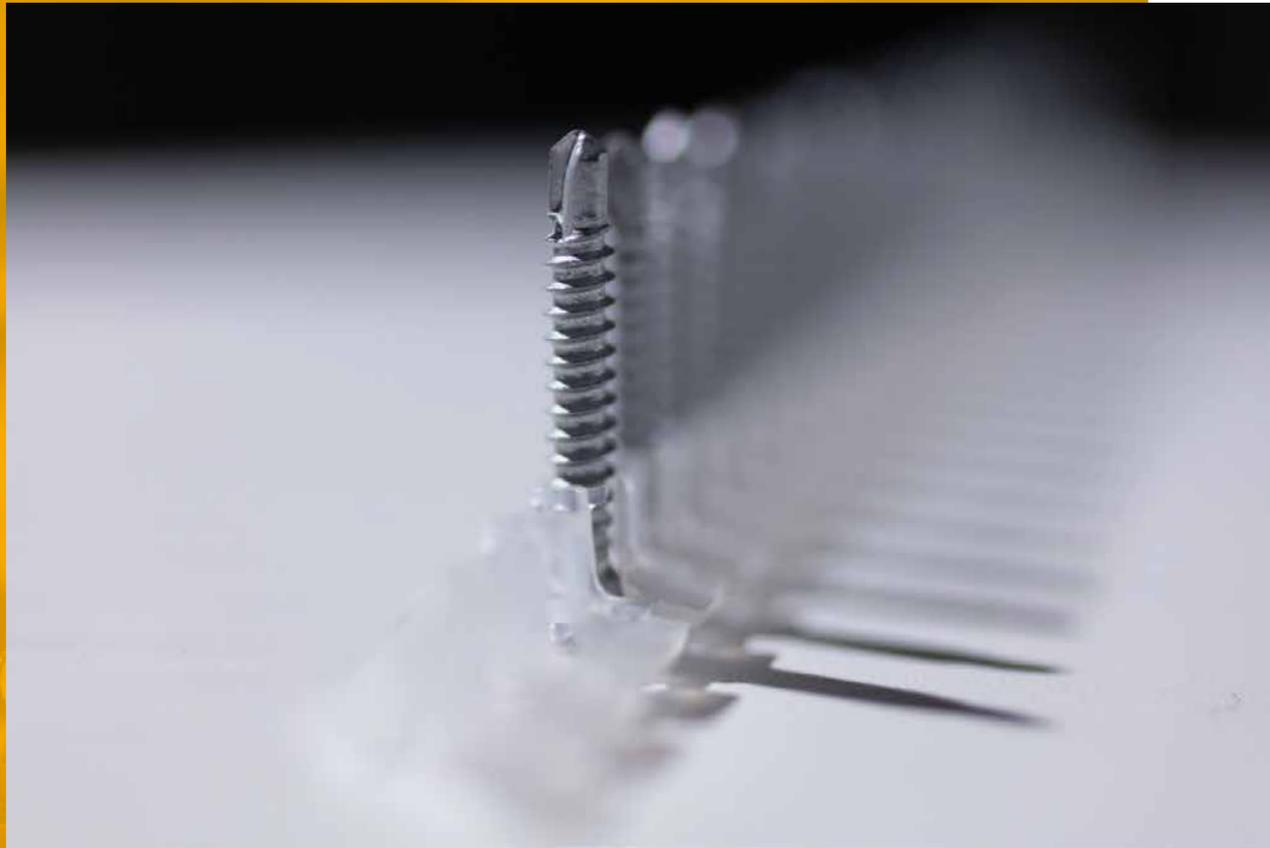
PROFUNDIDAD DE CAMPO

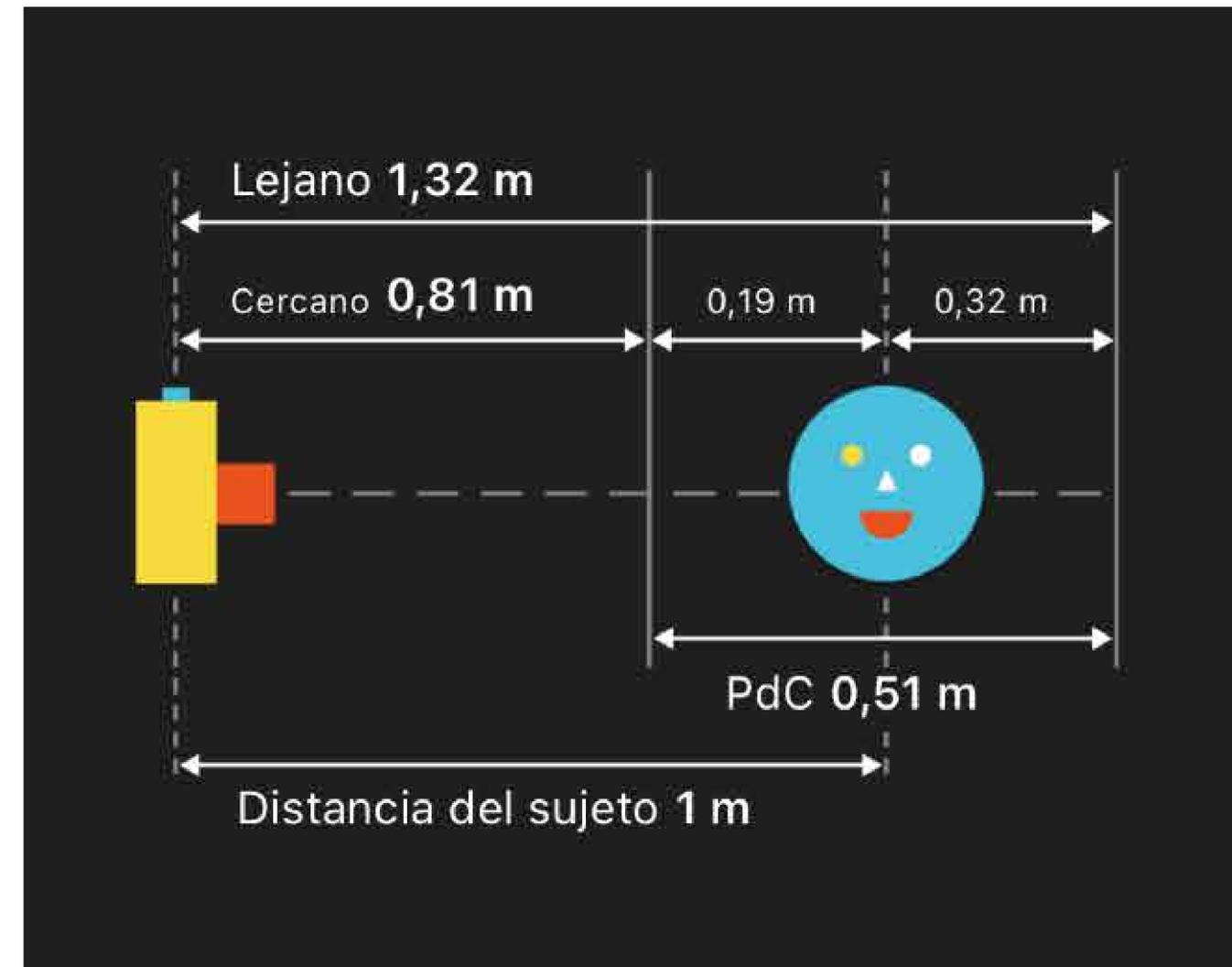
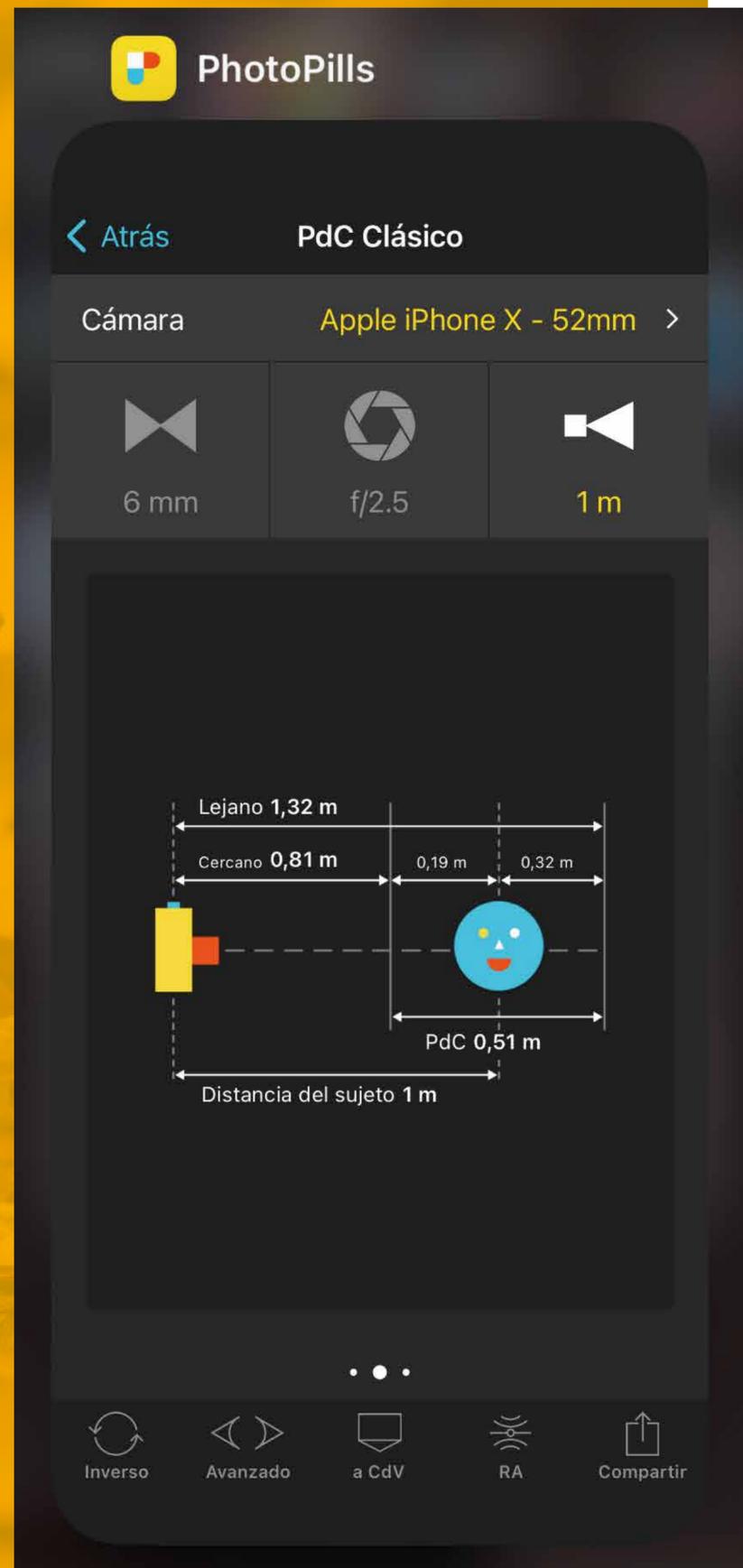
El tamaño del sensor, la apertura del diafragma, la distancia focal, y la distancia del sujeto a la cámara afectan a la profundidad de campo. Este concepto se refiere a la zona en la que vemos la imagen más nitida. El punto focal tiene zonas de nitidez hacia delante y hacia atrás, y su profundidad varían según alteramos cualquiera de estas variables.

Para lograr una menor profundidad de campo, con sujetos enfocados y fondos desenfocados las variables que participan son:



- + sensor**
- + apertura**
- + distancia focal**
- distancia del sujeto**





EXPOSICIÓN

La cantidad de luz que vamos a dejar llegar al sensor se puede controlar usando:

- velocidad de obturación (+ velocidad = - luz - movimiento del sujeto)
- apertura de diafragma (+ apertura = + luz – profundidad de campo)
- ISO (+ ISO = + luz - calidad)

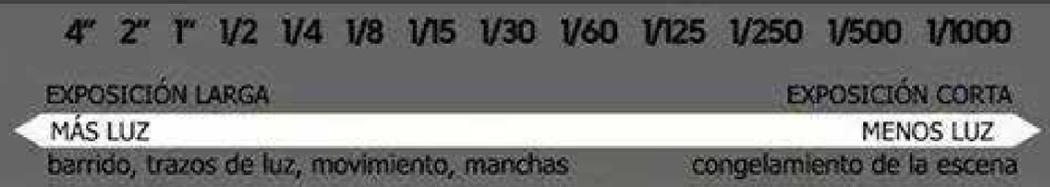
exposición

NIKON		CANON
+1...0...-1	EXPOSICIÓN NORMAL	2...1...0...1...2
+1...0...-1	SOBREEXPOSICIÓN	2...1...0...1...2
+1...0...-1	SUBEXPOSICIÓN	2...1...0...1...2

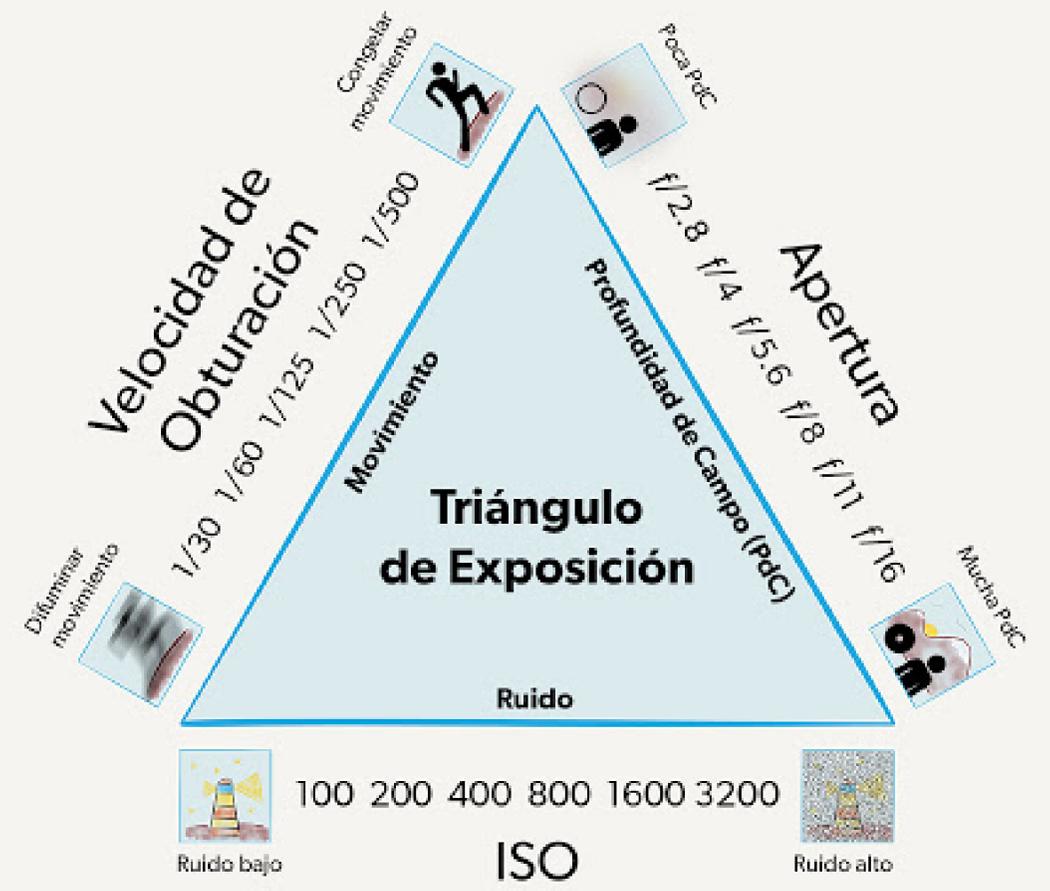
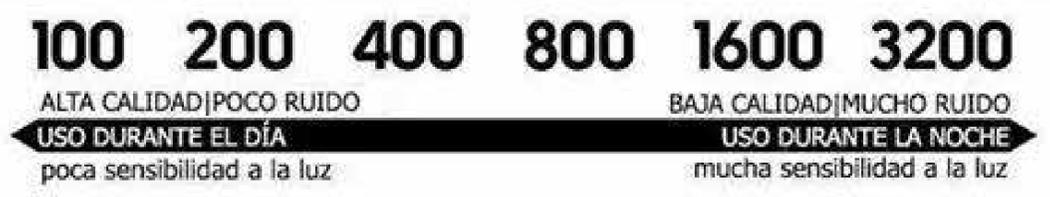
abertura (f)



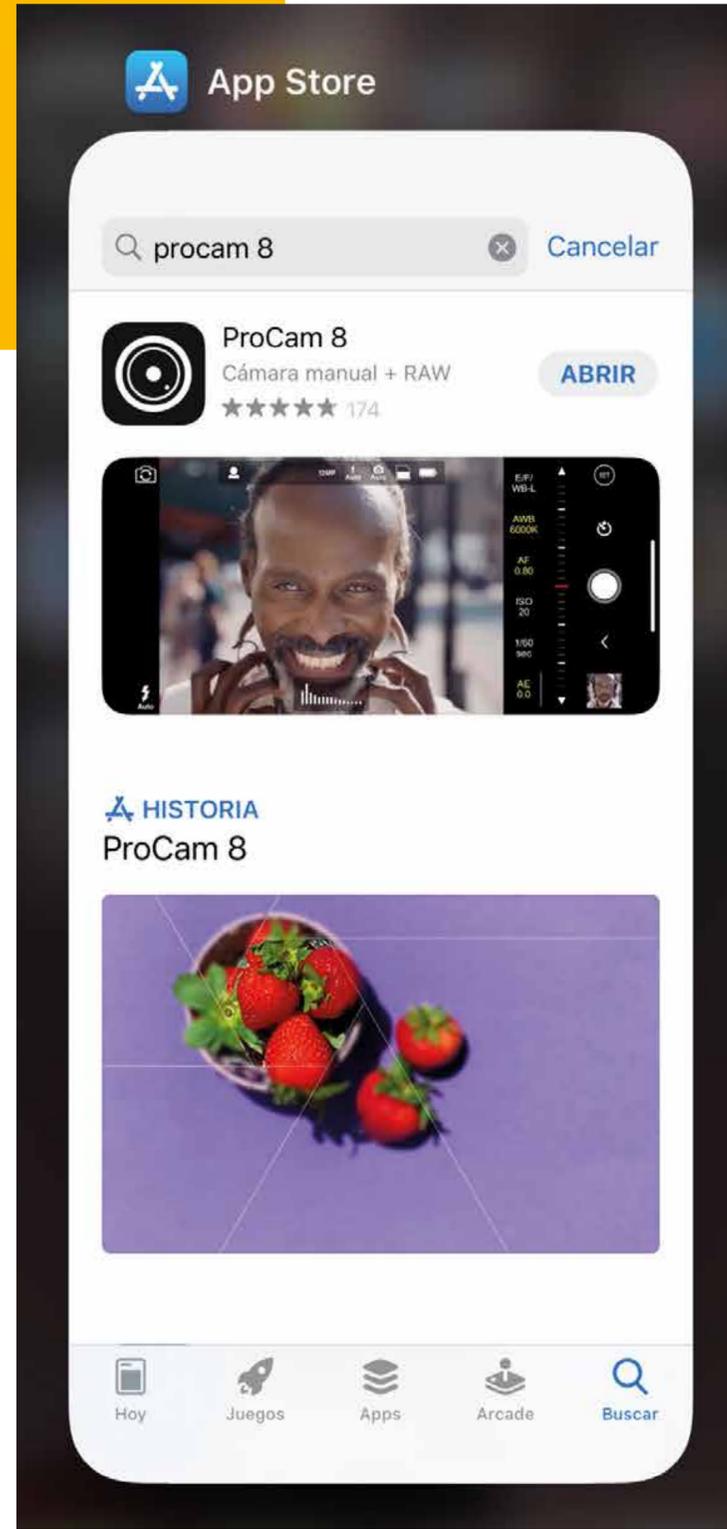
velocidad



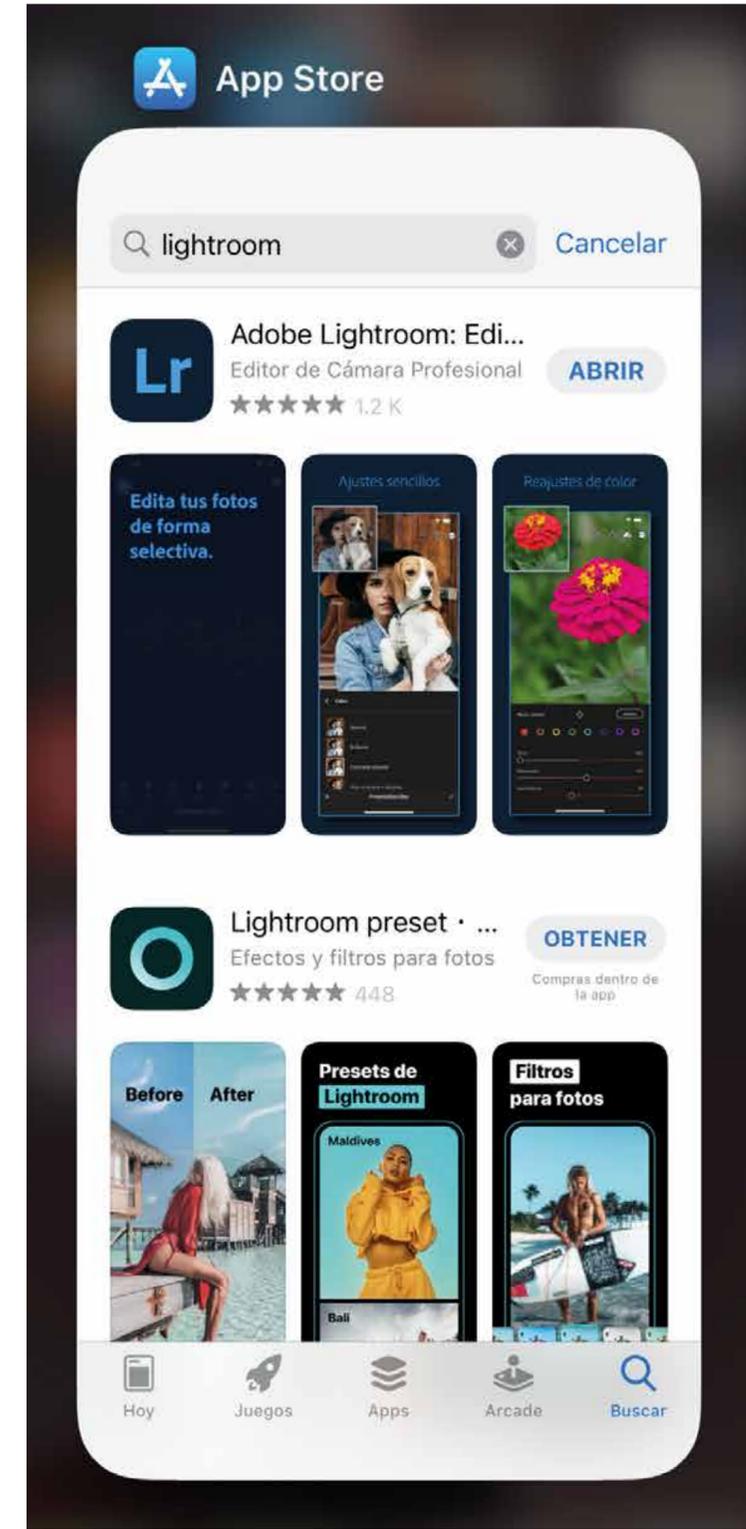
iso | asa



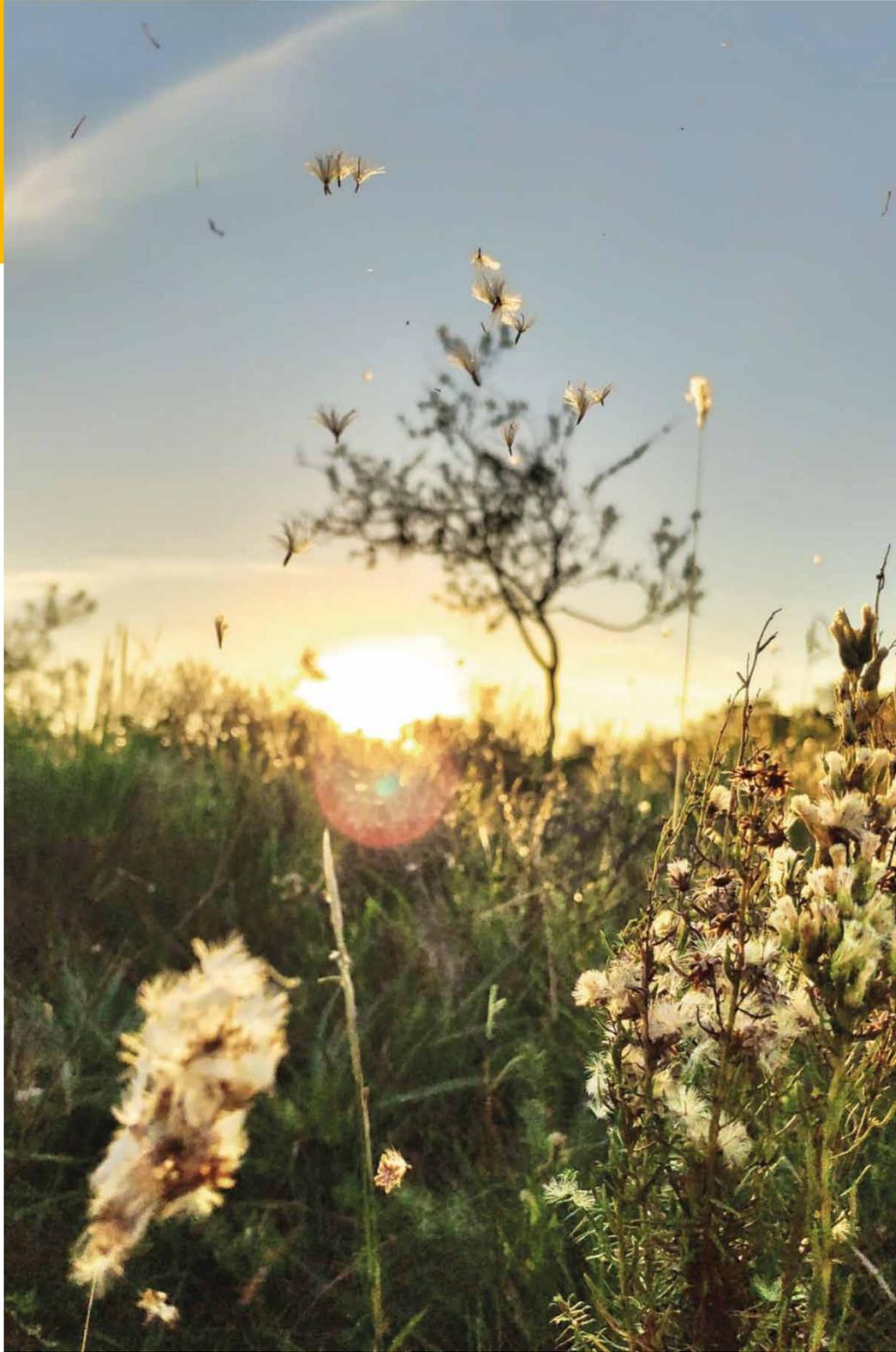
App



ProCam 8



Lightroom



COMPOSICIÓN

El sujeto, primero siempre

Habitualmente el sujeto es el motivo por el que estás disparando una fotografía. El caso más claro es la fotografía de retrato. Pero también puede ser un grupo de personas, objetos o formas. En todos los casos, el sujeto deberá tener jerarquía sobre los demás elementos presentes en el cuadro.

Cuando vamos a sacar una foto y no hemos elegido al sujeto, en un paisaje por ejemplo, esa imagen se nos presentará caótica. Una foto sin sujeto es una foto sin orden de lectura.





Dónde miramos primero

Si centramos nuestro sujeto en el cuadro, tendremos la máxima atención sobre él, y al mismo tiempo, el entorno perderá toda jerarquía.

La regla de los tercios nos ayudará a guiar la mirada a los puntos de intercesión de líneas de tercios, jerarquizando a nuestro sujeto sin perder el significado del entorno.

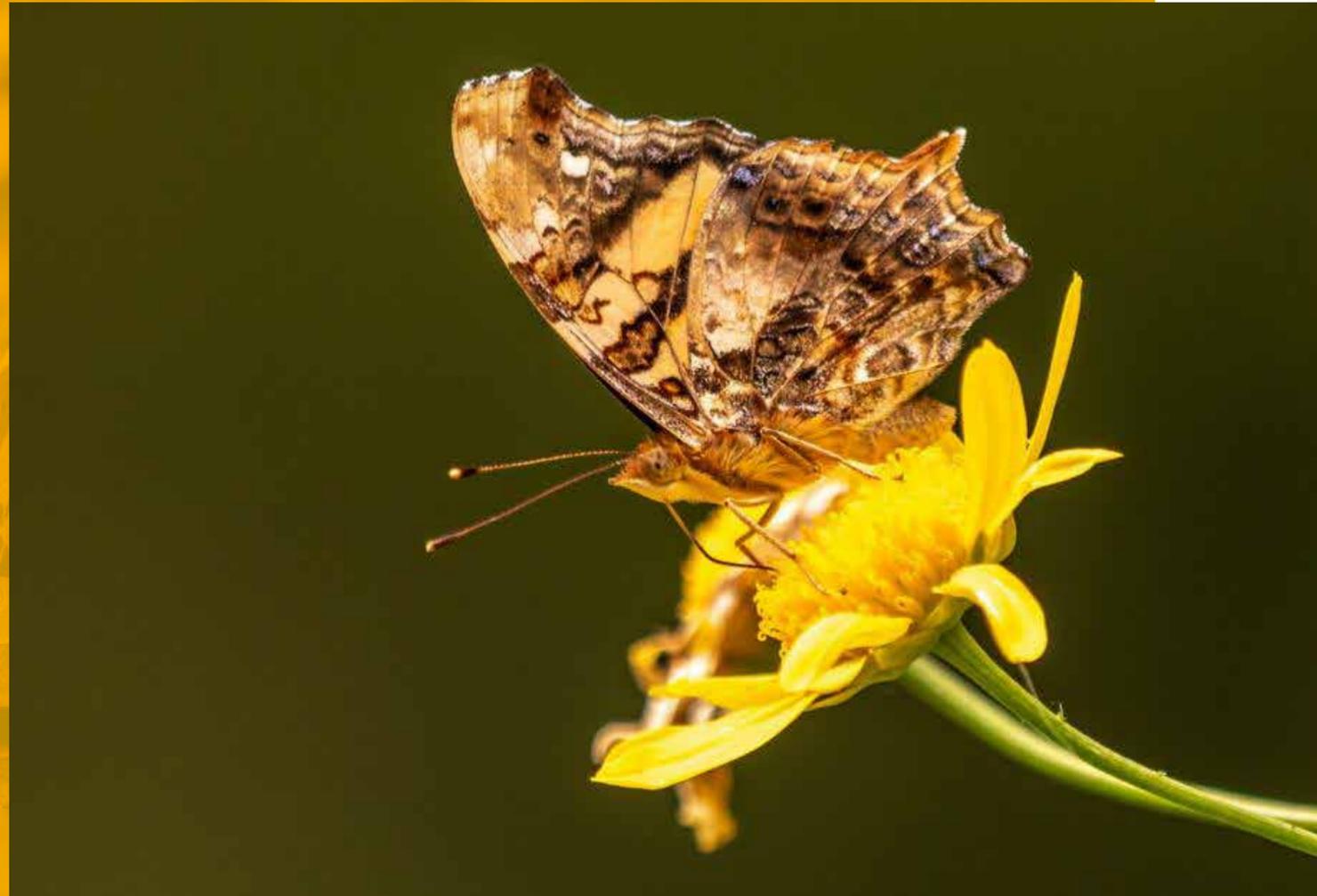


MARCOS FRANCIA

El entorno

Neutro: El sujeto tendrá toda la atención y la fotografía demandará un menor tiempo de lectura. (ejemplo fotografía publicitaria).

Profundo: un sujeto rodeado de un paisaje profundo, podrá tener tres o más planos de lectura. Cuando mayor cantidad de planos en perspectiva tenga la fotografía mayor tiempo de lectura, mayor interés. (ejemplo fotografía de paisaje).



Neutro



Profundo

Líneas

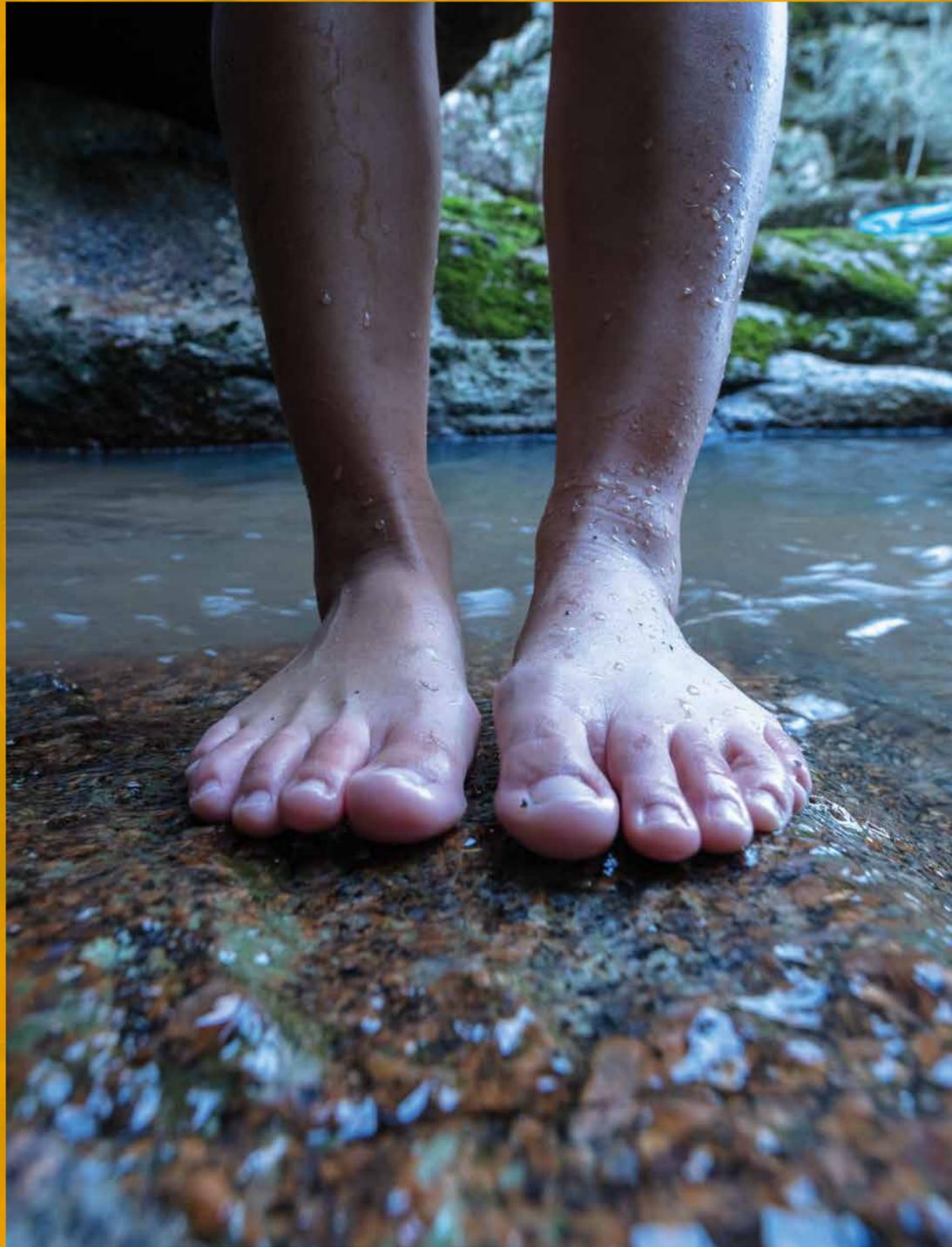
Las líneas que forman nuestro sujeto o el escenario al que fotografiamos, guiarán también de forma poderosa nuestra lectura. En interiores, la propia arquitectura del lugar nos dará líneas, y si estamos en la naturaleza, nos ayudarán los horizontes, los caminos, las sombras, o cualquier línea que identifiquemos. Si son horizontales, priorizaremos una composición apaisada. Y si son verticales, volvaremos la cámara para aprovechar esas líneas.



Horizontes

Los horizontes inclinados tienen nombre propio (plano holandés) y se utiliza frecuentemente en cine para intruducir un sentimiento de desequilibrio o inestabilidad emocional.

En todo las demás situaciones, los colocaremos perfectamente alineados con la línea del tercio superior, si nuestro sujeto está por debajo del horizonte, o con el tercio inferior, si nuestro sujeto está sobre él.





Simetrías axiales

Lo podemos poner cuando encontremos un eje axial, lo podemos al centro, esa simetría siempre aportará armonía a la fotografía.



Planos

Una buena serie de fotografías es mejor que una buena fotografía. Podemos ir variando la relación de nuestro sujeto con el cuadro. Si es un retrato, nos aseguraremos de estar lo suficientemente cerca para que el sujeto ocupe más de la mitad del espacio. Pero también retrataremos a nuestro sujeto con su entorno. Si es un evento, ambos planos, lejano y cercano, nos ayudarán a contar una mejor y más completa historia.

Siempre encontrarás un mejor encuadre si te acercas.

Retratos









REVELAR Formatos y retoques

Del RAW al JPG

Los formatos de archivo tienen diferente grado de compresión.

El revelado con menor compresión es el **RAW** y el más popular de los comprimidos es el **JPG**.

Imaginen una hoja cuyo grosor está asociada a la cantidad de información disponible para editar.

Ventajas:

A mayor grosor, mayor margen de extraer tonos de colores, información en altas luces y sombras, etc.

Desventajas:

A mayor grosor, mayor demanda de espacio de memoria.



Ajustes de reencuadre

- Orientación vertical y horizontal
- Relaciones de aspecto estandares:

4:3 (clásico origen HD)

16:9 (apaisado para pantallas origen fullhd)

1:1 (cuadrado popular en Instagram origen formato medio).

Hay ventajas en cumplir siempre con los estandares preestablecidos.

1:1

16:9

4:3

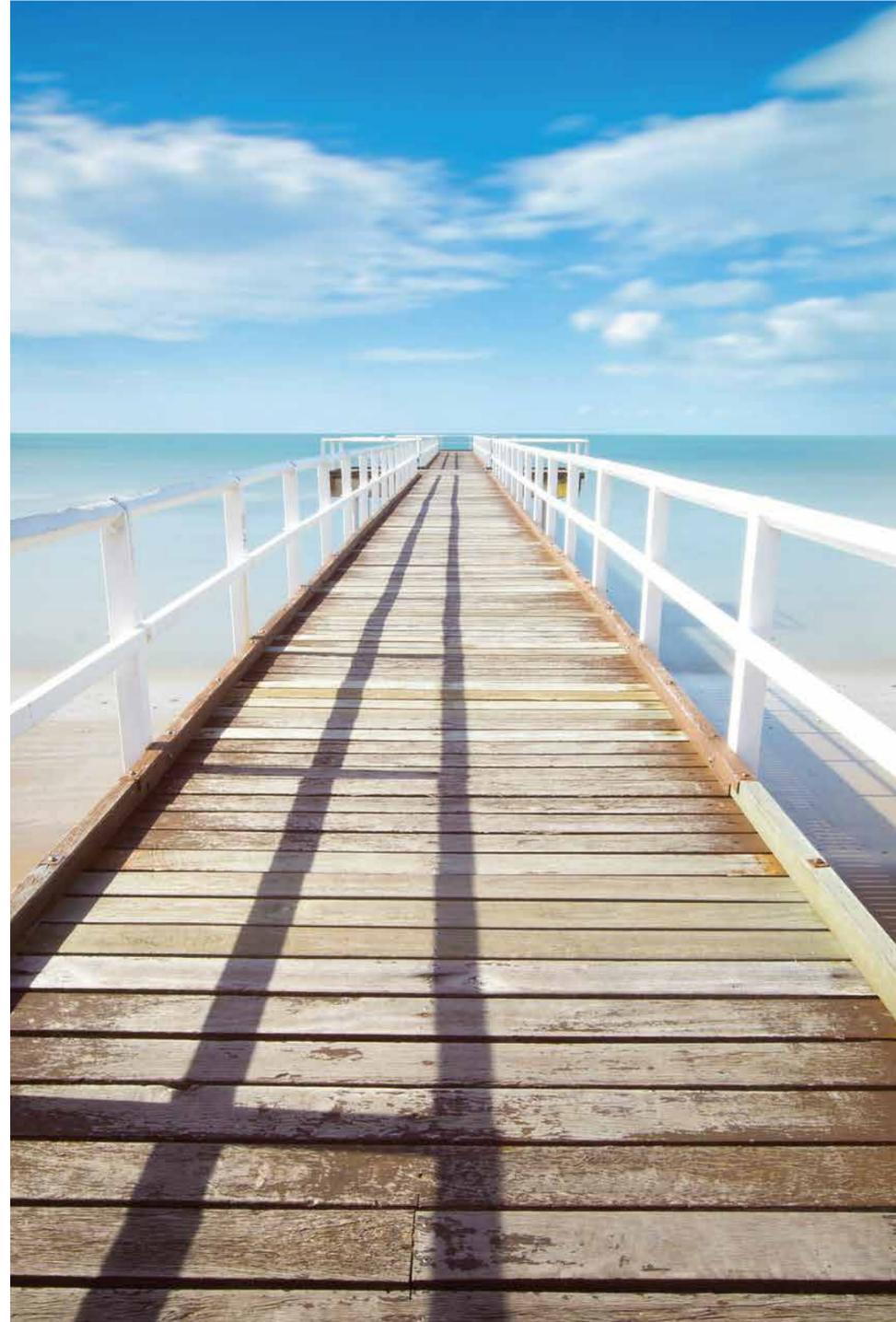
9:16

Editar la relación de tamaño de la base y altura de la fotografía de forma libre, generará inconvenientes en la publicación en plataformas digitales.

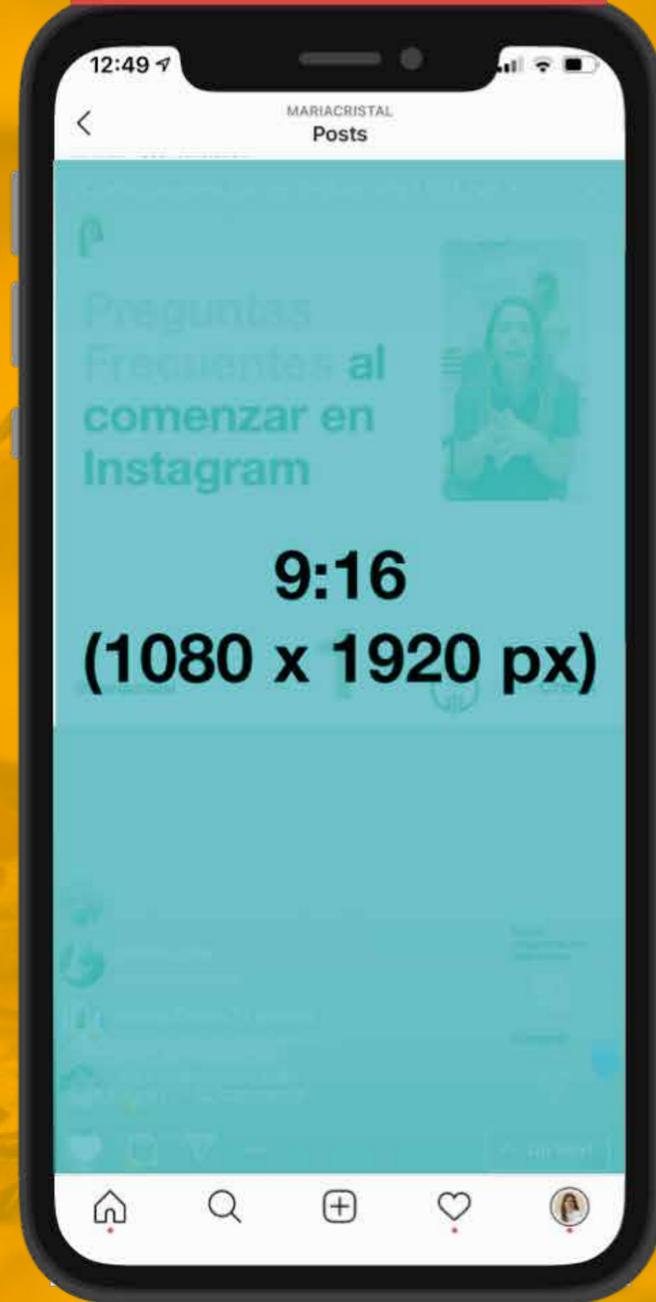
Un criterio es elegir la orientación y la relación de aspecto en función de la composición. **Líneas verticales, por ejemplo, nos llevarían a un 9:16 vertical.**

Y el otro criterio es adaptar la foto a la relación de aspecto estandar de la red en la que publicaremos. Las formas circulares, como los rostros de un retrato irán muy bien en **1:1**, y las líneas horizontales serán desaprovechadas en un formato vertical **9:16** para el estandar de historias.

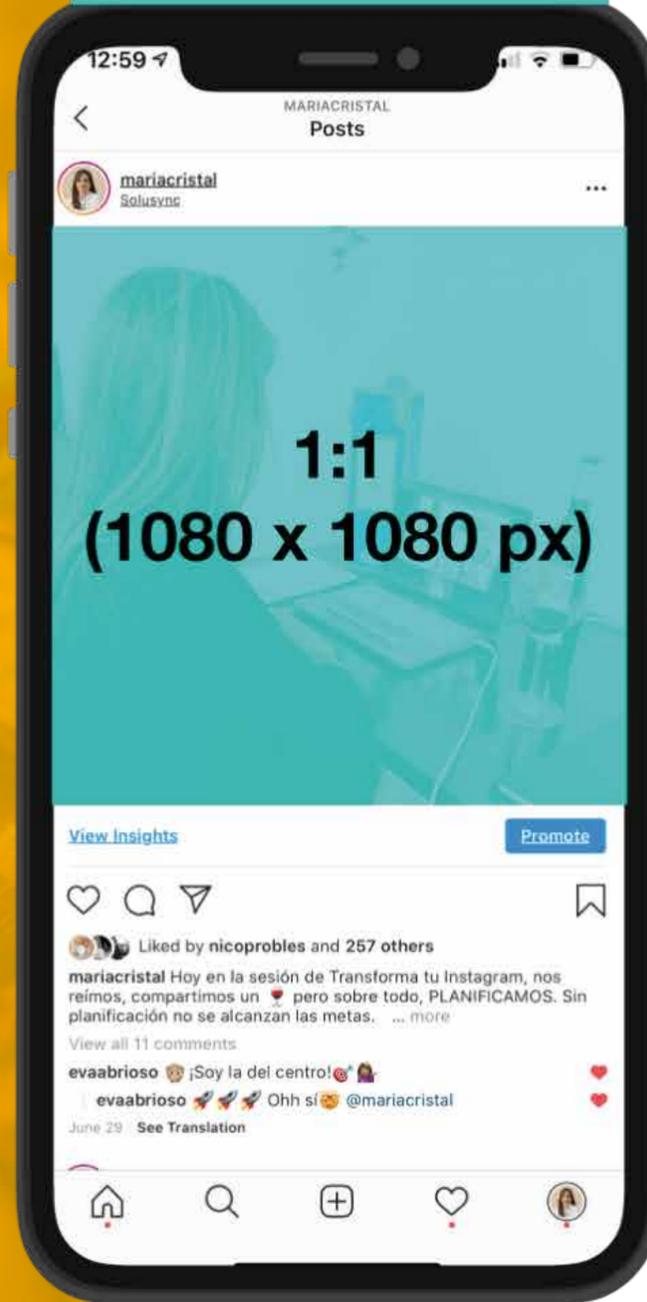




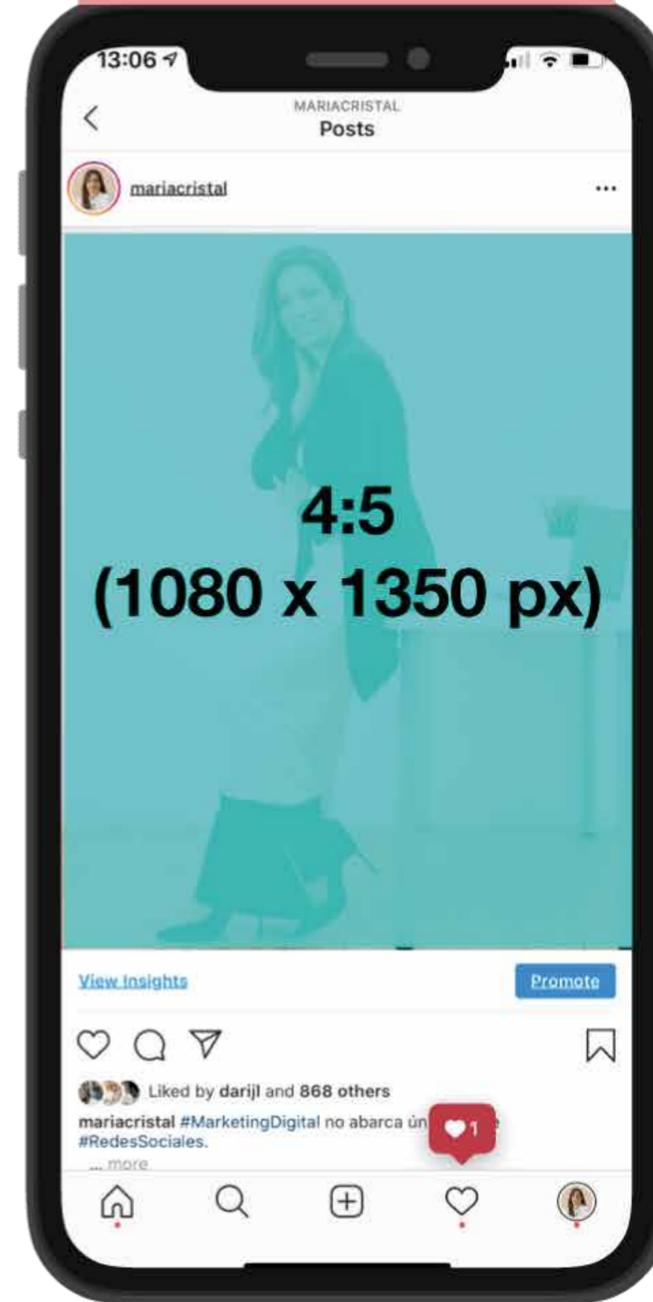
Post Vertical



Post Cuadrado



Post Retrato





MARCOS FRANCIA

Comunicación y Producción Audiovisual

Es licenciado en ciencias de la comunicación, egresado de la Universidad de la República. Durante el ejercicio de su profesión se ha desempeñado como periodista en prensa escrita y radio.

Entre 2011 y 2017 fue Jefe de Sustentabilidad y Comunicación de Montes del Plata. También ha sido responsable de comunicación y marketing de la Federación Uruguaya de Grupos CREA – FUCREA-. En su actividad independiente se ha desempeñado en producción de eventos, fotografía, contenidos audiovisuales y prensa escrita.



ALEX GERONTAKIS

Egresado en el año 1996 de la carrera Publicidad Gráfica de la U.T.U. Escuela de Arte y Artesanías Dr. Pedro Figari. Ese mismo año comenzó a trabajar en la agencia de publicidad Slogan DDB, The DDB Needham Worldwide, pasando por Núcleo / Leo Burnett, Grey Uruguay y Corporación Thopson. Su desarrollo como diseñador gráfico comenzó, como arte finalista, diseño, creatividad hasta ser parte de la dirección de arte. Trabajó para marcas nacionales e internacionales, como: Ministerio de Turismo, Conaprole, Antel, Establecimiento Juanico, Tabacalera Montepaz, Banco HSBC, Roche, Novartis, GSK, entre otras.

En el año 2003 comenzó a estudiar fotografía, especializándose en foto de producto, también con desarrollos de fotos publicitarias en general y sociales.

Desde el 2014 se desempeña de forma independiente desarrollando trabajos para Grupo Bimbo Uruguay, Tabacalera Montepaz, Agencia Berlín, Amec, Aerolínea Amazonas, Goldfarb, La Cigale, Experimax, Polifilms, Grupo Radar, Embajada de Corea entre otras empresas y marcas.

Obtuvo varios reconocimientos por sus trabajos en publicidad, premios EFFIE, Desachate, Campana de oro y en la revista Lürzer's Archive (Viena - Austria)

098 926 064

belvedere_design