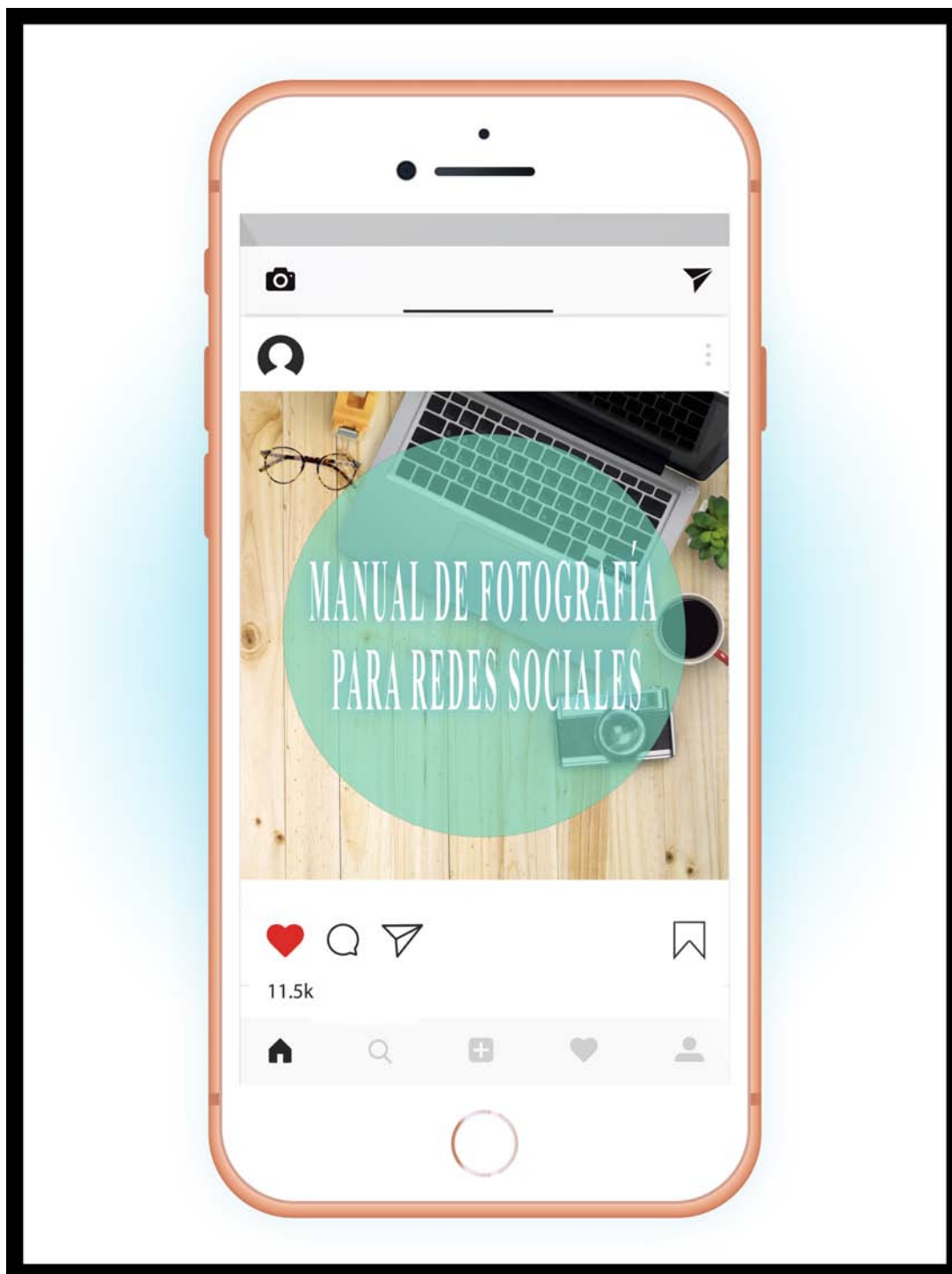




Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO



AYUNTAMIENTO DE GRANADA
Concejalía de Turismo y Comercio



**PROGRAMA
EMPLE@JOVEN**



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO



AYUNTAMIENTO DE GRANADA
Concejalía de Turismo y Comercio

PROGRAMA OPERATIVO DE EMPLEO JUVENIL



AYUNTAMIENTO DE GRANADA

Iniciativa Cooperación Social Comunitaria Emple@Joven y Emple@30+, financiada por la Junta de Andalucía y por el Fondo Social Europeo procedente del Programa Operativo FSE Andalucía 2014-2020 o, en su caso, Programa Operativo de Empleo Juvenil.



ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Introducción.....	4
1. Introducción.....	4
1.1. Fotografía de producto.....	4
1.2. Fotografía de producto “lifestyle” o usabilidad.....	5
1.2. Fotografía de producto “lifestyle” o usabilidad.....	5
2. Conceptos Básicos.....	5
3. Conceptos Avanzados.....	5
3.1. Composición de la imagen.....	5
3.2. Iluminación Avanzada.....	8
3.3. Tipos de planos.....	10
3.4. Ángulo de plano.....	11
4. Aplicación para móvil. Snapseed.....	12
5. Bancos de imágenes.....	13

MANUAL DE FOTOGRAFÍA PARA REDES SOCIALES

1. Introducción

El avance de la redes sociales en la actualidad es innegable. Cada vez es más sencillo hacer y compartir imágenes online, por eso, el uso de la fotografía es una de las **herramientas más importantes** para aumentar el compromiso de nuestra marca con el consumidor.

- *Se retiene el 80% de lo que se ve y solo el 20% de lo que se lee o el 10% de lo que se escucha.*
- *El 90% de la información que recibe nuestro cerebro es visual.*

La elección de un buen contenido visual que ilustre nuestra publicación es clave para poder despertar sentimientos en el receptor. Una buena fotografía en redes sociales, hace mejorar la imagen de marca.

El uso de imágenes de calidad, que atraigan la atención del consumidor, ayuda a **ofrecer un buen posicionamiento**, a fomentar las visitas a nuestro comercio y a **incrementar las ventas** en la tienda.

De la misma forma, **las fotografías atractivas animan al usuario a interesarse con nuestra marca**, a dar su opinión y compartir el contenido con sus contactos.

En la fotografía para redes sociales diferenciaremos dos tipos:

- **1.1. Fotografía de producto:** La atención recae en el producto que se quiere mostrar, aquí se podrá jugar con luz externa artificial, como pueda ser un flexo o cualquier lámpara, para resaltar ciertos aspectos que se consideren oportunos (nombre de la marca, detalles del producto, textura...).



- **1.2. Fotografía de producto “lifestyle” o usabilidad:** En este tipo de fotografía se enseñará el producto en el contexto de su uso, casi siempre mostrando a una persona utilizándolo. Evitaremos elementos innecesarios que desvíen la atención, como un rostro o un fondo muy llamativo y recargado.



2. Conceptos Básicos

Lo **primero** a tener en cuenta, es que nuestra imagen tiene que reflejar la calidad de nuestro producto, por ello, **es muy importante cuidar la realización y edición de nuestra fotografía**. Al igual que el comercio debe mantenerse limpio y ordenado, en nuestra imagen no pueden aparecer elementos innecesarios, manchas, polvo o huellas dactilares en el producto que vamos a fotografiar. También hay que poner atención en que la lente de nuestra cámara o móvil esté limpia.

La iluminación es la parte mas importante de la fotografía, sin luz, no hay foto. Para nuestras imágenes en redes sociales, se utilizará una iluminación básica, intentando siempre que sea con luz natural (la del sol) y no directa, ya que ésta siempre va a reproducir los colores mejor que cualquier luz artificial.

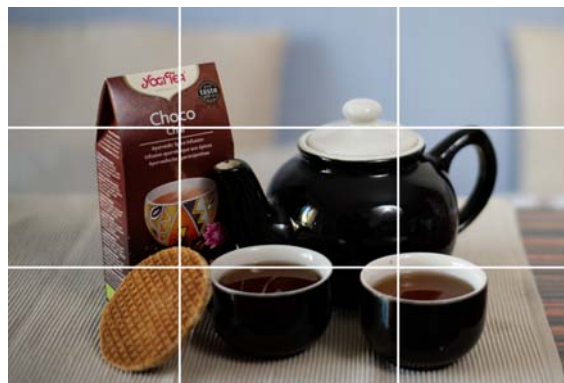
Se usarán **como norma general fondos neutros** (blanco o negro) o que no nos distraigan de lo importante, que es nuestro producto. También puede ser interesante utilizar fondos que hagan destacar el objeto a fotografiar.

3. Conceptos Avanzados

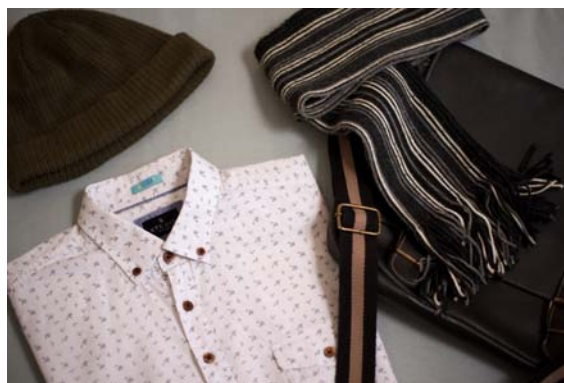
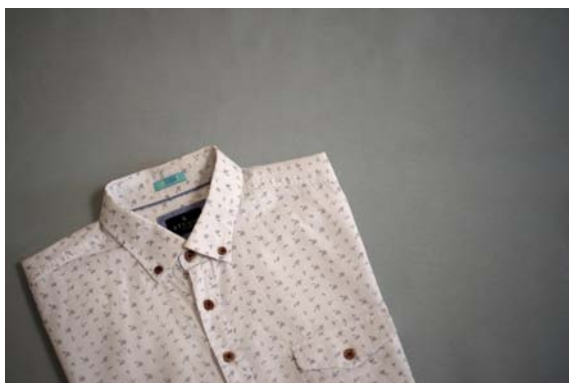
3.1. Composición de la imagen

Uno de los puntos claves en la imagen es la composición, hay que tener en cuenta los siguientes puntos, aunque dependiendo la fotografía se podrán utilizar unos u otros.

- **El centro de interés.** Nuestro centro de interés siempre será el producto que queremos vender. No implica que el producto tenga que estar en el centro de la imagen, pero si debe destacar por encima de todo en la fotografía. Uno de los recursos mas utilizados para destacar el centro de interés, es la **regla de los tercios**, consistente en dividir con dos líneas imaginarias verticales y horizontales nuestra fotografía y colocar el producto en las intersecciones.



- **Rellenar el encuadre.** Nuestro producto tiene que ocupar la mayor parte posible de la fotografía.



- **Recursos visuales.** Para destacar nuestra fotografía o para ayudar a la lectura de la imagen, nos apoyaremos en recursos visuales tales como el uso de líneas, texturas y la creación de ritmo a través de la repetición.



- **Temperatura de color.** Hay que diferenciar entre colores cálidos y colores fríos. Los primeros (rojo, naranja, amarillo) transmiten cercanía y viveza, mientras que los segundos (azul, violeta, verde) se asocian a la tranquilidad y serenidad.



- **Grupo de tres.** Se intentará en la medida de lo posible, componer nuestra foto con tres elementos, siempre y cuando el producto sea el principal. Con esto evitaremos imágenes recargadas o demasiado simples.



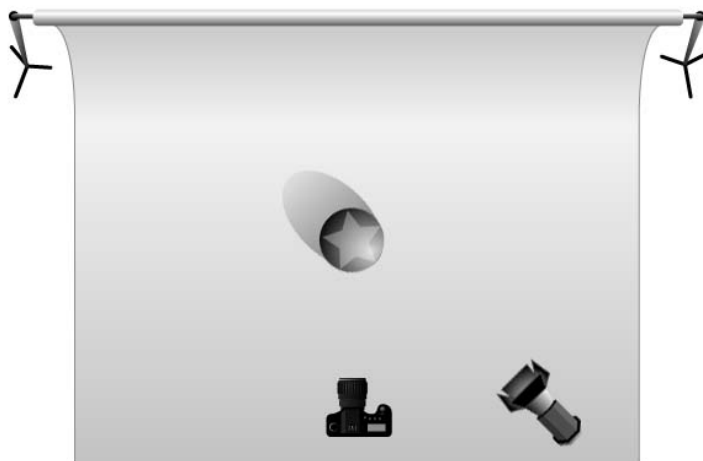
3.2. Iluminación Avanzada

Si la iluminación natural no es suficiente, se podrán usar fuentes de luz externas en nuestras fotografías. Según la iluminación que utilicemos, nuestro producto puede transmitir distintas sensaciones:

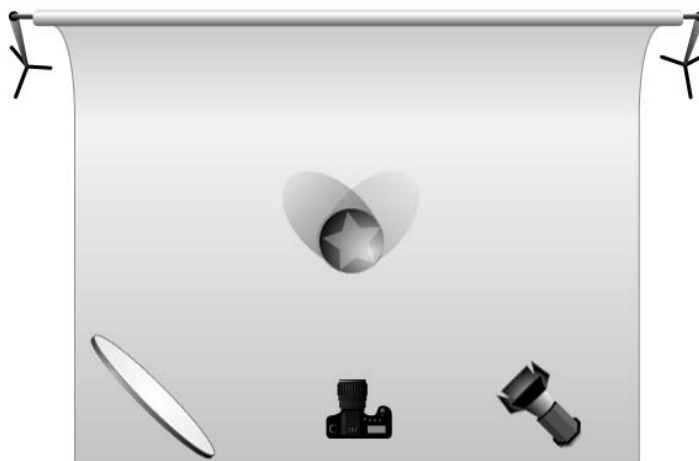
- **Luz a 0°.** Con una luz frontal, se coloca la fuente de luz justo detrás y por encima de la cámara de fotos. Esta luz aplastará el objeto, por lo que le restará volumen.



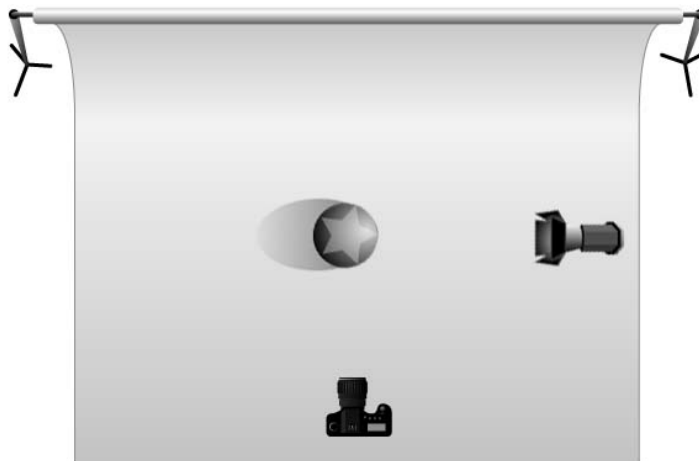
- **Luz a 45°.** Al poner aquí nuestro foco, se crearán sombras que darán volumen a la imagen, dejando una zona de claridad y otra de oscuridad.



Cuando colocamos una fuente de luz a 45°, podremos usar un reflector (una cartulina blanca puede hacer la función de reflector casero). Esto hará que la luz del foco se refleje en la zona oscura, eliminando así la dureza de las sombras.



- **Luz a 90°.** Cuando se sitúa una luz a 90°, se crearán contraste entre ambos laterales de nuestra escena. Una zona estará completamente iluminada y otra sombría.



3.3. Tipos de planos

Dependiendo del tipo de plano que utilicemos, se dará una intención distinta a la fotografía. Existen una gran variedad de tipos de plano, pero los mas recurrentes son:

- **Plano general.** Es un plano muy común en la fotografía “lifestyle”.



- **Primer plano.** Hace destacar el producto del fondo, acercándonos a él.



- **Plano detalle.** Solo se usará cuando queramos mostrar un punto fuerte del producto.



3.4. Ángulo de plano

Existen diversos **tipos de ángulos** a la hora de tomar las fotos:

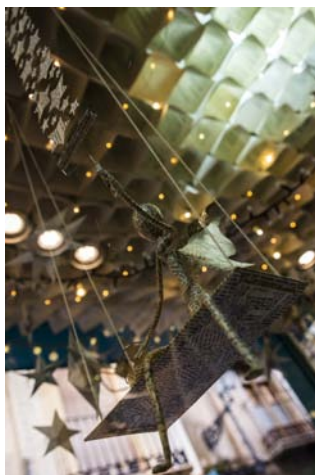
- **Normal.** En este ángulo, el eje de la cámara se situará en paralelo con el suelo.



- **Picado.** Para hacer una foto “picada” se coloca la cámara en una posición superior al producto.



- a) **Contrapicado.** La cámara está por debajo del objeto a fotografiar.



- **Cenital.** Se situará nuestra cámara en perpendicular con el suelo.



4. Aplicación para móvil. Snapseed

A continuación, se dará información de una App muy completa para llevar a cabo un retoque básico para vuestras fotografías. Snapseed trae unos cuantos filtros predeterminados para las personas más inexpertas, pero también tiene multitud de herramientas para un retoque personalizado. Aquí, se pasará a mostrar como descargar la aplicación y como usarla.

- **Android**

Para descargar la App nos dirigiremos a nuestra aplicación de GooglePlay desde el móvil y teclearemos “Snapseed” en el buscador.

- **Ios**

Para descargar la App nos dirigiremos a nuestra aplicación de AppStore desde el móvil y teclearemos “Snapseed” en el buscador.

Primeros pasos con Snapseed

Para abrir nuestra fotografía tocaremos ABRIR en la esquina superior izquierda, y en el menú emergente elegiremos ABRIR DESDE DISPOSITIVO.

Después de abrir una imagen, toca HERRAMIENTAS para acceder a "Herramientas" y "Filtros" y editarla. Mediante las herramientas, puedes perfeccionar la imagen, desde recortarla y enderezarla hasta quitarle manchas y rasguños. A continuación, puedes aplicarle los filtros para darle estilo.

Una vez retocada la fotografía guardaremos las modificaciones, tocando EXPORTAR y seleccionando Guardar.

Se puede consultar el siguiente enlace para una mayor información sobre la App y sus características, <https://www.xatakandroid.com/xatakandroid/curso-de-fotografia-con-android-x-como-editar-fotos-con-snapseed>.



5. Bancos de imágenes

Otro recurso al que se puede optar, ya sea o por que no tenemos los medios para crear la fotografía deseada o por que no tenemos la capacidad para llevarla a cabo, son las agencias de venta de imágenes. Estas agencias, llamadas de microstock o de macrostock, funcionan como si se tratara de un almacén de fotografías online, en el que buscaremos la imagen que más concuerde con nuestra idea entre una gran variedad y estilos de fotografías, para después comprarlas sin tener que acreditar al autor.

Las agencias de macrostock suelen tener precios algo más caros, pero obtendremos así una mayor exclusividad en la imagen, mientras que las agencias de microstock ofertan fotografías de una manera más "industrial", llevando esto a una pérdida total de la exclusividad pero dándonos unos precios mucho más reducidos en comparación al macrostock. Algunos ejemplos de bancos de imágenes son los siguientes:

Macrostock

- Getty
- Corbis
- Alamy

Microstock

- Shutterstock
- Fotolia
- iStockphoto
- Dreamstime