

ISO GRAFIC-BANCO DE IMÁGENES DE ANTIOQUIA

MARISOL OLAYA GARCIA
CAMILO ANTONIO PALENCIA CRIOLLO

TECNOLÓGICO PASCUAL BRAVO
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
DECANATURA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y AFINES,
TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO
MEDELLÍN 2013

ISO GRAFIC-BANCO DE IMÁGENES DE ANTIOQUIA

MARISOL OLAYA GARCIA
CAMILO ANTONIO PALENCIA CRIOLLO

Trabajo de grado para optar por el título
de Tecnólogos en Diseño Gráfico.

Asesor
LINA ARROYAVE SIERRA
DISEÑADORA GRÁFICA

TECNOLÓGICO PASCUAL BRAVO
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
DECANATURA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y AFINES,
TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO
MEDELLÍN 2013

NOTAS DE ACEPTACIÓN

Presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Medellín, noviembre de 2012

A nuestros familiares y amigos cercanos...
gran apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS

“Agradecemos a Dios por la esperanza que nos mueve y el amor que nos da felicidad.

A nuestros padres, por su amor, comprensión y paciencia.

A nuestros tíos por su apoyo.

A nuestros amigos y compañeros de trabajo, por sus sueños

A nosotros mismos por el gran apoyo que nos dimos para realizar este proyecto.

A nuestra asesora de grados por toda su ayuda y dedicación

Y a la institución por el acompañamiento.”

CONTENIDO

| | |
|---|----|
| GLOSARIO..... | 3 |
| RESUMEN..... | 5 |
| INTRODUCCIÓN..... | 9 |
| 1. EL PROBLEMA..... | 10 |
| 1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA..... | 10 |
| 1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 11 |
| 1.3. FORMULACION DEL PROBLEMA..... | 11 |
| 2. JUSTIFICACIÓN..... | 12 |
| 3. OBJETIVOS..... | 13 |
| 3.1. OBJETIVO GENERAL..... | 13 |
| 3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS..... | 13 |
| 4. MARCO REFERENCIAL..... | 14 |
| 4.1.1 ¿HISTORIA DE LA FOTOGRAFIA?..... | 14 |
| 4.1.2 LA FOTOGRAFÍA EN LA PUBLICIDAD: ARCHIVOS, BANCOS DE IMÁGENES, Y CENTROS DE DOCUMENTACIÓN EN EL SIGLOXXI..... | 15 |
| 4.1.3 LA COMPOSICIÓN FOTOGRAFÍCA..... | 19 |
| 4.1.4 LA IMAGEN EN LA PUBLICIDAD: LA FOTOGRAFÍA AL SERVICIO DE LA DOCUMENTACIÓN PUBLICITARIA Y LOS DERECHOS DE AUTOR..... | 24 |
| 4.1.5 FOTOGRAFIAS DE STOCK..... | 25 |
| 4.1.6 DERECHOS DE AUTOR..... | 27 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| 4.2. MARCO CONTEXTUAL..... | 30 |
| 4.2.1 LA MARCA..... | 31 |
| 4.2.2 RAZÓN SOCIAL..... | 31 |
| 4.2.3 SLOGAN..... | 32 |
| 4.2.4 DEFINICIÓN DE LA MARCA..... | 32 |
| 4.2.5 DISTINTIVO VISUAL..... | 32 |
| 4.2.6 LOGO SÍMBOLO..... | 33 |
| 4.2.7 COLORES CORPORATIVOS..... | 35 |
| 4.2.8 FOTOGRAFÍAS..... | 35 |
| 4.2.9 BRIEF..... | 54 |
| 5. DISEÑO METODOLÓGICO..... | 56 |
| 6. CONCLUSIONES..... | 57 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 58 |

ANEXOS

ANEXO 1 DVD con todo el registro fotográfico que hará parte inicial del banco de imágenes de los lugares del departamento de Antioquia

GLOSARIO

Banco de Imágenes: Son colecciones de fotografías, grabados, dibujos, imágenes en general. Sirven como archivo de referencia y como punto de partida para muchas actividades.

Calidad en la Imagen: Indica cuánto detalle puede observarse en esta. El término es comúnmente utilizado en relación a imágenes de fotografía digital, pero también se utiliza para describir cuán nítida es una imagen de fotografía convencional. Tener mayor resolución se traduce en obtener una imagen con más detalle o calidad visual.

Composición: Es la forma en la que se ordenan los objetos vistos dentro del encuadre.

Imagen: Es una representación visual, que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario. Aunque el término suele entenderse como sinónimo de representación visual, también se aplica como extensión para otros tipos de percepción, como imágenes auditivas, olfativas, táctiles, sinestésicas, etcétera. Las imágenes que la persona no sabe y vive interiormente son denominadas imágenes mentales, mientras que se designan como imágenes creadas (o bien como imágenes reproducidas, según el caso) las que representan visualmente un objeto mediante técnicas diferentes: dibujo, diseño, pintura, fotografía o vídeo, entre otras.

Fotografía: Es aquella forma de arte que utiliza para sus fines la técnica de grabar imágenes sobre un material sensible a la luz, en base a ciertos fenómenos ópticos y químicos.

Simetría: Es un rasgo característico de formas geométricas, sistemas, ecuaciones y otros objetos materiales, o entidades abstractas, relacionada con su invariancia bajo ciertas transformaciones, movimientos o intercambios.

Balance de Blancos: Es el ajuste electrónico que consigue una reproducción fotográfica de color correcta sin mostrar dominantes de color, con independencia del tipo de luz que ilumina la escena.

Perspectiva: Es el arte de dibujar para recrear la profundidad y la posición relativa de los objetos comunes. En un dibujo, la perspectiva simula la profundidad y los efectos de reducción. Es también la ilusión visual que, percibida por el observador, ayuda a determinar la profundidad y situación de objetos a distintas distancias.

Colgar: Poner una cosa suspendida de otra sin que apoye o descansa la parte inferior.

BANCO DE IMÁGENES DE ANTIOQUIA

Autores: Marisol Olaya García – Camilo A. Palencia Criollo

Asesora: Lina María Arroyave S.

Palabras Clave: Banco de imágenes, Fotografías, Alta calidad, Innovación.

Resumen

Los bancos de imágenes son básicamente colecciones de fotografías, grabados, dibujos... imágenes, en general. Sirven como archivo, como referencia, y como punto de partida para muchas actividades.

En la actualidad, los bancos de imágenes por internet, ofrecen la posibilidad de publicar y consultar millones de imágenes de usuarios de todo el mundo. Las potentes opciones de indexado y búsqueda permiten acceder prácticamente a cualquier contenido buscado con unos pocos clicks de ratón.

Sus usos:

Particular: para uso personal, muchos de estos bancos de imágenes permiten cargar fotos privadas, ordenadas en directorios y con ciertas palabras clave, para facilitar la búsqueda.

Esto nos puede permitir, por ejemplo, "colgar" nuestras fotos online y compartirlas con nuestros familiares y amigos, sin necesidad de tener un servidor instalado en nuestro ordenador. Las fotos estarán disponibles en todo momento y desde cualquier lugar del mundo.

También podemos indicar si queremos que sean de acceso público, para cualquier visitante del banco de fotos.

Profesional - compra de fotografías e imágenes: El uso principal de los bancos de imágenes es el de proporcionar imágenes de referencia como punto de partida

para trabajos de edición, ya sea preparación de revistas, portadas de libros, artículos (prensa, blogs)...

Para ello, la mayoría de bancos de imagen dan la opción de comprar las imágenes a su propietario (fotógrafo, artista, agrupación). Mediante este proceso, se compran, total o parcialmente, los derechos de reproducción y uso de la imagen concreta.

La forma de trabajo es similar a la de cualquier tienda online; generalmente, para comprar fotos se requiere un registro personal, y el pago se realizará mediante el típico "carrito". La entrega es por correo (imágenes en papel o CD), o bien como descarga por internet.

Uso profesional - venta de fotografías e imágenes: El punto anterior nos lleva al último punto de este artículo. Una opción interesante para obtener unos ingresos extra de vez en cuando.

Muchos fotógrafos (profesionales y aficionados) cargan sus fotos en estas webs, obteniendo en algunos casos buenos resultados. Sin embargo, deberás tener en cuenta algunos puntos importantes:

El pago por foto es (salvo excepciones) relativamente bajo. Es una "carrera de fondo", de cara a generar unos ingresos posiblemente bajos pero (con suerte) frecuentes. Deberás indicar una cuenta bancaria.

Tus fotos deben ser "especiales", destacando del resto: será la única forma de venderlas frente a tus competidores. Deberás buscar tu propio estilo o tema.

Algunos bancos de imágenes te pedirán exclusividad para tus fotos. A cambio, pagarán un poco más.

IMAGE BANK OF ANTIOQUIA

Authors: Marisol Olaya García – Camilo A. Palencia Criollo

Advisor: Lina María Arroyave S.

Keywords: Bank of images, pictures, High Quality, Innovation

Summary

Image banks are basically collections of photographs, prints, drawings ... images in general. They serve as an archive and as a reference and as a starting point for many activities. Currently, the online image banks offer the ability to post and view images million users worldwide. Powerful indexing and searching options allow access to virtually any desired content with a few mouse clicks.

Its uses:

Private: For personal use, many of these images let you load banks private photos, sorted into directories and with certain keywords for easy searching. This can allow us, for example, "hang" our photos online and share them with family and friends, without having a server installed in our computer. The photos will be available at all times and from anywhere in the world. We can also indicate whether we want to be publicly accessible to any visitor to the photo bank.

Professional - buy photographs and images: The primary use of image banks is to provide reference images as a starting point for editing work either preparation of magazines, book covers, articles (newspapers, blogs)...

To do this, most image banks give the option of buying your own images (photographer, artist, group). Through this process, are purchased in whole or in part, the rights of reproduction and use of the particular image. The way it works is similar to any online store, usually, to buy pictures you require a personal record, and payment is made by the typical "shopping cart". Delivery is by mail (paper or CD images), or as a download on the Internet.

Professional use - selling pictures and images: The previous point leads to the last point of this article. An interesting option for extra income from time to time. Many photographers (professional and amateur) upload their photos on these sites, obtaining good results in some cases. However, you should consider some important points: The payment per photo is (with exceptions) relatively low. It is a "race to the bottom", in order to generate lower revenue but possibly (hopefully) frequent. You must indicate a bank account. Your photos must be "special", highlighting the rest: it will be the only way to sell against your competitors. You will find your own style or theme. Some banks will ask exclusive images for your photos. In return, they will pay a little more.

INTRODUCCIÓN

El banco de imágenes que se realizara en este proyecto, es con el fin de mostrar lugares de Antioquia, salir de las imágenes particulares y convencionales de algunos lugares o sitios en especial.

Queremos destacar varios lugares de Antioquia donde mostraremos imágenes menos convencionales y más innovadoras donde se sacará provecho de esto para suplir necesidades personales, escolares, laborales, entre otras. Tendremos un banco lleno de alternativas y de soluciones dando a conocer y mostrar los más hermosos lugares que tiene el departamento de Antioquia; mostrando su historia, fauna y flora.

Cualquier persona podrá tener acceso al banco para ver las imágenes que hay en él, y podrá tener acceso a ellas de acuerdo con el uso que se le valla a otorgar, puede ser en campañas publicitarias o promocionales.

Algunas de nuestras imágenes tendrán acceso de descargas gratuitas donde serán las imágenes más convencionales de Antioquia, ya si la persona desea un grupo de imágenes exclusivas se le brindará el paquete a un buen precio y las imágenes de alta calidad.

No se presentará ninguna restricción para que puedan acceder a las imágenes, ya que las puede solicitar desde una persona natural hasta los profesionales como: estudiantes, coleccionistas, viajeros, fotógrafos profesionales, entre otros.

Como conclusión, mostraremos un banco de imágenes de los lugares del departamento de Antioquia, reflejando en ellas que el departamento en un lugar que tiene mucho más que mostrar que no solo son dos lugares en especial, si no mostrar la gran diversidad que hay en él, donde todos podrán tener acceso para verlo reflejado en imágenes, y que así puedan tener acceso a ellas y conocer un poco más de los lugares de Antioquia.

Crearemos el banco de imágenes, ya que hemos detectado que no hay uno que se enfoque realmente en los lugares de Antioquia, y que solo obtenemos unas imágenes básicas y convencionales de ella. La propuesta es mostrar más del departamento, que conozcan otros lugares bellos que hay en el, y que todas las personas puedan observar que de Antioquia hay mucho que conocer, observar y admirar; esto con el fin de que puedan tener acceso a las imágenes ya sea para trabajos estudiantiles, profesionales, con usos publicitarios, comerciales, entre otras más.

1. EI PROBLEMA

1.1. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

Hemos identificado una cantidad de bancos de imágenes donde se muestran una gran variedad de las mismas fotografías de Colombia, pero a nivel general, donde se muestran los sitios turísticos más conocidos de ella, pero después de observar, llegamos a una conclusión, que no hay un banco de imágenes que sea solo enfocado en el departamento de Antioquia, y ya que vivimos en él hemos decidido realizar uno con el fin de mostrar más del departamento y profundizar en otros lugares diferentes y salirnos de los lugares y las imágenes más convencionales que nos muestran de Antioquia.

Por este motivo queremos hacer un banco de imágenes no solo donde la gente pueda observarlas, sino que también pueda tener acceso a ellas a precios muy cómodos y con una gran calidad y resolución en sus imágenes.

El banco se realizará con el fin de que la gente pueda conocer más a fondo del departamento donde no solo se pueda tener un acceso a las imágenes y por qué no, darlo a conocer como un sitio turístico más de Colombia, pero que sea solo enfocado en Antioquia donde se mostrará lugares bellos, historias, fauna, flora entre otras.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

No hay en el mercado un banco de imágenes que solo sea del departamento de Antioquia, lo que hay es muy básico y convencional, por eso crearemos uno donde se pueda mostrar al departamento de una forma más realista, histórica y moderna. Brindaremos imágenes de muy alta calidad, implementaremos paquetes de imágenes como lo mencionábamos anteriormente donde las personas (de cualquier tipo o estrato socioeconómico) puedan acceder a ellas con precios cómodos y donde tendrán cada vez más actualizaciones de las imágenes de Antioquia.

Es una estrategia más que se implementará, no solo mostrando algo novedoso, si no que mostraremos y daremos a conocer a Antioquia como un lugar de mucha belleza que tiene muchas zonas más por conocer, mostrando su fauna y flora, y por qué no, un poco más de la historia de Antioquia.

1.3. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Es viable realizar un banco de imágenes de Antioquia cuando existen otros bancos donde se da a conocer al departamento.

2. JUSTIFICACIÓN

Con este proyecto se creará un banco de imágenes donde se mostrará los lugares de Antioquia, ofreciendo la posibilidad al público de obtenerlas; sea con fines lucrativos, educativos, profesionales, entre otros.

Se realiza con el fin de mostrar varios aspectos de lo que es el departamento en sí; nos hemos informado de varios bancos de imágenes y no son tan enfocados a lo que queremos mostrar de Antioquia, donde las mismas fotografías serán de nuestra autoría.

El banco estará enfocado en mostrar varios aspectos del departamento de Antioquia; para garantizar un óptimo servicio del banco de imágenes, se ofrecerán fotografías con alta resolución y mostraremos varios aspectos de los lugares de Antioquia. Las personas pueden tener un fácil acceso a las imágenes más convencionales y serán gratuitas, pero si las personas desean otro tipo de imágenes pueden obtener un buen paquete de fotografías a un precio asequible.

Se mostraran imágenes innovadoras, ya que destacaremos varios elementos y aspectos de cada lugar del departamento, tenemos varias opciones que destacaremos en nuestro banco de imágenes:

1. La fauna
2. La flora
3. La historia
4. El turismo
5. Arquitectura

Queremos obtener un buen resultado de este banco de imágenes donde todas las personas sin importar el estrato socioeconómico ni tampoco la ocupación, puedan obtener las fotografías, y con el fin que cada persona le desee otorgar.

Es importante aclarar que las fotografías serán tomadas por nosotros mismos, serán de nuestra propia autoría donde estará presente la marca de agua con la identificación de la empresa del banco de imágenes.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Crear un banco de imágenes donde se enfoque directamente al departamento de Antioquia.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar un banco de imágenes donde todas las personas sin importar ocupación o estrato pueden acceder a ellas.
- Innovar con las fotografías mostrando diferentes aspectos de los lugares de Antioquia
- Crear un banco de imágenes que sea de nuestra propia autoría y ofrecerlas al público, y así se pueda tener acceso a los paquetes de fotografías que ofrecerá nuestro banco.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1.1 ¿HISTORIA DE LA FOTOGRAFIA?

EL ARTE DE ATRAPAR LA IMAGEN

La palabra fotografía, se deriva del griego foto (luz) y grafos (escritura) y fue usada por primera vez en 1938, desde tiempo antes se tenía conocimiento de los procesos ópticos y químicos que hacen posible el proceso fotográfico, pero fue hasta el siglo XIX que se pudo fijar la imagen en una superficie.

Como proceso químico se descubren sustancias que son sensibles a la luz y como proceso óptico nace la cámara oscura, que es de la que se deriva la cámara fotográfica.

El mérito de la obtención de la primera imagen duradera fija e inalterable a la luz, es tomada por Joseph Nicephore Niepce (1765-1833), pero en 1835 Jacques Daguerre experimento a su manera, consiguiendo una imagen apenas visible, pero que su tiempo de exposición era más corto, a esto se le llamo Daguerrotipo, experimentando logro mejorarla en una sociedad que creo con Niepce quien muere al poco tiempo; el procedimiento era costoso, de difícil manipulación y solo se podía producir una copia; abriendo de esta manera lo que es la fotografía.

La popularidad del retrato hizo que aparecieran los estudios fotográficos; que por lo que más se preocupaban era la comodidad del modelo que debía someterse a largos tiempos de exposición.

Fue en 1837 que se empezó con ideas de imagen sobre papel, ideas de Bayard y Talbot, obteniendo inicialmente imágenes negativas, al proceso se le llamo Calotipo; seria ya a finales de 1840 que con unos cambios conseguirían una imagen positiva, permitiendo de un negativo sacar varias copias.

Rápidamente este proceso pasa a otro que se le llama Colodión haciendo posible una imagen instantánea (1850), sobre diferentes soportes como vidrio, cuero, otros plásticos y cerámicas, su problema era la difícil forma de manipular este método en el exterior por qué se debía revelar inmediatamente después de su exposición; llevando esto a investigar la placa seca y fue Charles E. Bennett en 1978, quien invento una plancha seca cubierta de gelatina y bromuro de plata.

Siguieron las investigaciones hasta 1861 que con el procedimiento aditivo del color, se logró la primer fotografía a color por James Clerk Maxwell, ya posteriormente en 1884 George Eatsman fabrico la primera película de carreta con 24 exposiciones o tomas, y apareció el nuevo invento Kodak conocido como la primer cámara fotográfica y casa de revelado (1854-1932) que utiliza el método que actualmente se sigue usando.

En 1907 se comercializo la primera película para fotografías a color y se generó gran demanda para las ilustraciones publicitarias y este arte se hizo importante porque permitía reflejar una imagen parecida a la real y conservarla para sus descendientes.

En 1923 aparece la primer cámara fotográfica ligera y pequeña, de bajo costo, lo que la hizo famosa, la llamaron Leica 1925, en 1941 se generalizo el uso de la película de color Kodacolor, en 1947 se hizo posible la fotografía instantánea con la cámara Polaroid Land.

La fotografía en todas sus formas cumple la función de documentación, interpretación, memoria histórica, de investigación social y antropológica.

En la actualidad con la aparición de tecnologías y de la fotografía digital, la fotografía es algo asequible para todos, teniendo en cuenta que para lograr ciertos objetivos en una imagen es necesario tener ciertos conocimientos técnicos.

*Nos basamos en la historia de la fotografía ya que es el ítem principal para nuestro banco de imágenes, es importante saber desde cuando y como se creó la fotografía, quien la inventó, que elementos se utilizaban para poder plasmar una imagen y cómo se hacían desde un principio, y así poder comparar y ver la evolución que ha obtenido la fotografía.

4.1.2 LA FOTOGRAFÍA EN LA PUBLICIDAD: ARCHIVOS, BANCOS DE IMÁGENES, Y CENTROS DE DOCUMENTACIÓN EN EL SIGLO XXI

Las imágenes son partes muy importantes dentro de cualquier medio de publicidad y el autor lo explica claramente cuando dice: “La estrategia de comunicación publicitaria está formada por varios elementos, cada uno de ellos independientes, pero todos en conexión forman un mensaje que pretende entrar en la mente del consumidor para que tome una decisión de compra.

La publicidad es creatividad, arte, comunicación, investigación, etc., pero, también, todos aquellos elementos que completan su creación, como puede ser la música, la imagen fija (fotografía), o en movimiento (vídeo) y la manera en que se conjugan los diferentes elementos que apoyan la idea creativa.

Es muy cierto que una imagen vale más que mil palabras, que los creativos pueden valerse de una muy buena imagen para transmitir el mensaje correcto, y generar en el público la reacción que se busca, la imagen se convierte en una manera clara de dar otro aire a las noticias o comunicaciones.

La publicidad y las comunicaciones para ser más exitosas se deben completar con unas muy buenas imágenes, que ayuden a reforzar el concepto de la comunicación. Imágenes, que al ser parte de un banco de imágenes propio, evita problemas legales que pueden presentarse al utilizar una imagen sin los respectivos derechos de autor. Ahora con las nuevas tecnologías donde hay infinidad de formas de tener acceso a las imágenes, el internet es una fuente que con una buena combinación de los elementos de la comunicación puede acercar los productos a los consumidores.

Es una afirmación con fundamento decir que casi siempre “En un centro de documentación una fotografía sin texto adjunto es, con muchas probabilidades, un documento muy difícil de tratar de tal manera que en ocasiones llegará a ser un documento rechazado [...] Sin embargo, la información global ofrecida por una fotografía será incompleta si el que la contempla no es capaz de reconocer a las personas que aparecen en la foto o saber realmente qué es lo que refleja la foto” (Valle Gastaminza , 2001: 1).

En general, la mayoría de las personas que trabajan con la publicidad prefieren trabajar con fotógrafos antes que acudir a imágenes de archivo, pero muchas veces en la práctica por falta de tiempo lo hacen, esto lo argumenta José Luis Moro, en la revista El Publicista: “En un mundo ideal preferiría fotógrafos, porque siempre te da más libertad creativa que teniendo que partir de algo que ya estaba hecho. Sin embargo, en la práctica, teniendo en cuenta la premura de tiempo habitual y que los presupuestos casi nunca permiten grandes alegrías, trabajar con imágenes de archivo es una opción cada vez más interesante. Pero en este último caso, lo ideal es empezar el proceso creativo sabiendo que trabajaremos con imágenes de archivo. Lo que suele ser mala idea es tratar de hacer con imágenes de archivo algo que estaba pensando para hacer con fotógrafo” (El Publicista, nº 175: 22).

El mercado de archivos de imágenes está controlado por un grupo pequeño de grandes empresas, otro tanto está formado por grupos de fotógrafos, y otros que trabajan de forma individual, entre los más destacados están:

Shutterstock: Agencia de fotografía que contiene un depósito de más de 10 millones de imágenes. Para poder descargarlas hay que suscribirse.

Dreamstime: Banco de imágenes con un total de 7.865.126 imágenes. Se pueden descargar imágenes gratis, pero para las descargas de alta calidad y sin marca de agua se debe estar registrado.

Inmage: Banco de imágenes general que incluye más de 3,5 millones de imágenes.

Science Photo Library: Base de datos de imágenes, fundada en 1981, que cuenta con una colección de más de 350.000 imágenes.

Yale Image Finder: En esta página se pueden encontrar las imágenes y los datos de más de 448.046 documentos de PubMed Central.

Wellcome Images: Es un banco de imágenes especializado de biomedicina, que contiene más de 40.000 imágenes de este ámbito.

Hon Media: Directorio general de imágenes médicas de la Health on the Net Foundation. Contiene 6.800 imágenes médicas y vídeos.

Fotobanco de la Unesco: Imágenes para los ámbitos de la Educación, Ciencias, Ciencias Sociales, Cultura y Comunicación.

Flirck Bluemountain: Buscador de Flirck facilita la búsqueda al mostrar rápidamente las imágenes en miniatura del concepto que necesitas junto con los detalles de licencia.

EduPic Science Images: Fotografías y gráficos tomadas por el profesor William Vann, que las cede para proyectos educativos.

Arspublik: Imágenes sobre el cuerpo humano, de dominio público.

MedPix: Imágenes radiológicas, no todas son de dominio público.

gettyimages.es/)

<http://openphoto.net/>

<http://freenaturephoto.com/> fotos de la naturaleza y animales.

<http://nonprofitphoto.com/> Fotos gratuitas para organizaciones no lucrativas!

<http://www.photaki.es>

<http://www.photaki.es/portfolio-gratis>

<http://www.fotocolombia.com/>

<http://bdi.conabio.gob.mx/fotoweb/>

Stock.xchng es uno de los más conocidos, ofreciendo miles de imágenes de todo tipo de muy alta calidad. Excelente clasificación y coste cero.

MorgueFile permite el download sin necesidad de registro. Podemos usar las imágenes para prácticamente cualquier trabajo gracias a su tipo de licencia.

Openphoto clasifica miles de fotos con licencia CC: Attribution-ShareAlike, siendo necesario la mayoría de las veces informar el nombre del autor.

PhotoRack ofrece un excelente buscador que permite encontrar fotos libres de uso para cualquier tipo de trabajo.

Unprofound.com tiene un sistema de filtros por colores que permite encontrar maravillas libres para usar en proyectos personales y comerciales.

Freerange Stock Siendo necesario el registro, podemos navegar por las imágenes y visitar las más populares.

FreeDigitalPhotos tiene un plan no gratuito que permite bajar fotos en mayor resolución, ideal para proyectos comerciales que necesiten grandes tamaños.

FreeFoto tiene miles de imágenes que pueden usarse para fines no comerciales.

FreePixels es una colección de fotos de muy alta calidad, aunque no hay un gran número de imágenes.

Public Domain Photos Sin necesidad de registro, ofrece más de 15.000 fotos de todo tipo.

DesignPacks Ofrece la posibilidad de bajar paquetes de 15 imágenes. No hay mucha cantidad, pero compensa en calidad.

Everystockphoto.com ofrece más de 5 millones de fotos obtenidas de diferentes bancos de imágenes.

Flickr es un sitio web gratuito que permite almacenar, ordenar, buscar, vender y compartir fotografías y videos en línea.

Marcos Recio, JC, (2005), *La fotografía en la publicidad: archivos, bancos de imágenes, y centros de documentación en el siglo XXI*, recuperado el 2 de octubre de 2012 de:

http://148.224.96.118/dokeos/courses/ECLABS21004/document/Publicidad/Leccion_7._Fotografia_en_la_publicidad.pdf?cidReq=ECLABS21004 en pdf.

4.1.3 LA COMPOSICIÓN FOTOGRAFÍCA

En una buena fotografía es importante tener en cuenta la composición para mejorar la calidad y darle fuerza a la imagen.

La regla de los tercios

Consiste en dividir la imagen, con líneas ficticias en tres partes iguales, tanto verticalmente, como horizontalmente y los puntos donde se cruzan estas, se llaman puntos de interés. Es sobre estos puntos y líneas, donde debemos situar nuestro tema principal, para que la vista se fije más en ellos, no es necesario usar todas las líneas ni puntos.

Composición simétrica

El horizonte en el centro rompe la regla de los tercios, pero también tiene su encanto, si se sabe cuándo hacerlo, una imagen cortada por la mitad, por el horizonte hace que tengan el mismo predominio visual las dos partes. Usado con reflejos simétricos, hace que nuestra fotografía tenga equilibrio e impacto visual.

Aparte del paisaje, muchas cosas que fotografiamos tienen simetrías, personas, animales, objetos. Una composición simétrica es solemne, formal y fría.

Composición con líneas

Las líneas pueden estar presentes en la imagen o ser imaginarias uniendo elementos dentro de esta. Estas deben ser ordenadas, que no se crucen, que confluyan en alguno de los puntos fuertes o que guíen la mirada hacia el tema principal. Las líneas largas convergentes atraen la mirada hacia el punto de convergencia.

Las líneas pueden ser rectas o curvas. Las curvas transmiten más dinamismo y plasticidad. Una repetición de curvas causan un efecto armonioso y tranquilizador, pero para impactar más conviene contrastarlas con líneas rectas.

Las líneas rectas, dependiendo de su orientación, transmiten una u otra cosa, vamos a verlo:

Líneas diagonales: dan la sensación de estar cayendo o a punto de hacerlo, por ello transmiten dinamismo y tensión.

Líneas horizontales y verticales: dan sensación de orden formalidad y estabilidad. Las horizontales transmiten más tranquilidad, calma, espacio y las verticales alturas grandiosidad.

El ritmo

El ritmo se obtiene repitiendo líneas, formas, volúmenes, tonos o colores, una imagen rítmica puede ser por ejemplo un tablero de ajedrez, campos de dunas, fincas cultivadas, etc. Una imagen totalmente rítmica, puede ser el motivo de la foto por sí sola, aunque también puede quedar un poco pobre, si ponemos algún objeto (si es en uno de los puntos fuertes mejor) discordante conseguiremos romper el ritmo y darle más fuerza a la imagen.

Las imágenes rítmicas que más impacto son las que ocupan toda la imagen, dándonos a entender que sigue más allá de esta.

El ritmo puede ser regular, cuando esta geoméricamente ordenados, como por ejemplo un panal de miel, o irregular como un montón de tomates.

El centro de interés

Cuando vamos a fotografiar algo que nos parece interesante, lo primero que debemos preguntarnos, es que ha sido lo que nos ha llamado la atención, para tratarlo como protagonista de nuestra imagen y componerla basándonos en él.

Otro aspecto a tener en cuenta es el fondo, nuestro tema debe destacar sobre él, bien con tonos opuestos, bien con la iluminación, bien desenfocándolo si está alejado.

También debemos procurar que el tema principal llene el encuadre, que no quede demasiado pequeño en la imagen, ya que una fotografía donde la mayoría de ella es fondo, da la sensación de vacío, siempre y cuando no sea esto lo que queramos expresar, una persona en una fotografía dejando mucho espacio a su alrededor da la sensación de soledad.

El ángulo de la toma, la Perspectiva

Si fotografiamos siempre de frente al motivo, nuestras fotografías carecerán de distorsiones y mostraran de forma clara y descriptiva al sujeto, pero, serán todas iguales y nuestra colección parecerá un catálogo.

Para conseguir encuadres originales, debemos buscar distintos puntos de vista, pero teniendo cuidado, pues si por ejemplo, fotografiamos personas podemos distorsionar partes de su cuerpo, que hacen que exageren sus tamaños, sobre todo si usamos grandes angulares. Si fotografiamos desde arriba, exageraremos su cabeza, si fotografiamos desde abajo (desde el suelo) aparte de la distorsión, destacaran demasiado la mandíbula y los agujeros de la nariz.

Para retratos, la mejor perspectiva, la formal, sería: Si la toma es de busto, disparar a la altura de los ojos, si es un niño o está sentado el modelo, agacharnos

Si la toma es de medio cuerpo: nos pondremos a la altura de su busto.

Si la toma es de cuerpo entero: desde la cintura.

Si evitamos usar el gran angular, las fotos carecerán de deformaciones por causa de la perspectiva.

Para los objetos, el jugar con las perspectivas, deformando los tamaños y proporciones, puede dar buenos resultados, imaginarnos una seta en primer plano con un gran angular y los árboles al fondo más pequeños que esta. Las vías del tren, fotografiadas desde el suelo, que se juntan en el horizonte, un edificio desde su base, etc..

Las formas

Las formas pueden ser el tema principal de una fotografía, imaginarnos un objeto a contraluz en un amanecer. Solo con su silueta lo reconoceríamos.

La textura

Las cámaras ven en dos dimensiones, al contrario que nuestros ojos. Para darle volumen a una escena e intentar dar la sensación de tridimensional debemos añadir texturas.

Por textura se entiende la capa superficial de un material. Las texturas pueden ser lisas o rugosas, siendo estas últimas las que tienen más interés.

Resaltando las texturas de los objetos, estimulamos el sentido del tacto y adquiere tridimensionalidad.

El factor que más hace resaltar la textura es sin duda la iluminación, una luz frontal y suave, la oculta, sin embargo si es dura y rasante, la potencia, al resaltar más las sombras.

Profundidad

La fotografía es una imagen en dos dimensiones, por lo tanto es interesante conseguir representar la tercera con pequeños detalles.

La manera de conseguirlo es usando la perspectiva, el enfoque selectivo, o situando objetos en primer plano, si situamos algún objeto en primer plano, hay que procurar que este enfocado y que llame demasiado la atención, para no despistarnos del tema principal.

Horizontal o vertical

La orientación de la foto viene dado por los elementos que lleven esta, si estamos fotografiando un paisaje, el formato más recomendado es el apaisado u horizontal, y si estamos sacando un retrato, el vertical o de retrato, esto funciona para la mayoría de las fotos, pero no todas tiene que ir así. Si queremos llenar el

encuadre lo mejor es adoptar el formato del sujeto principal, así si estamos fotografiando una torre debemos elegir el vertical, a no ser que la queramos mostrar en su entorno, entonces es mejor el horizontal descentrándola y llevándola a uno de los puntos de interés. Si se tiene dudas, lo mejor es echar las dos y luego elegir.

El horizonte

Aparte, de la regla de los tercios, al fotografiar horizontes, hay que procurar que estos no estén inclinados, que estén paralelos al lado superior o inferior de nuestra fotografía pues produce una sensación de falta de equilibrio.

Clave alta, clave baja

Se entiende por fotografía en clave alta, aquella que usa solo los tonos blancos de la escala, las fotografías tomadas en clave alta sugieren frescura, inocencia, libertad, etc.

La clave baja es la contraria, usa los tonos oscuros y sugiere misterio, drama, obsesión, etc.

En ambos casos, son imágenes con poco contraste.

Los colores

Cada color tiene unas cualidades distintas y no hacen reaccionar de una manera u otra, siempre se ha oído que hay colores relajantes y colores estresantes.

El rojo, por ejemplo, es un color cálido, da mucha vida a las fotografías, un poco de rojo, llama poderosamente la atención. El azul es un color frío y relajante, asociado a la serenidad y estabilidad. El amarillo da sensación de alegría y optimismo, al igual que el rojo, siempre destaca en una fotografía. El verde es de los más relajantes, las sensaciones que da es de esperanza, paz, estabilidad.

A la hora de componer con colores, se puede hacer con colores semejantes o con colores contrarios, los colores semejantes evocan calma, serenidad y los colores contrarios, hacen que destaquen. Para saber cuáles son los colores semejantes y contrarios nos valemos del círculo cromático.

Los colores primarios: rojo, azul y amarillo; los secundarios: verde, violeta y naranja; y los terciarios: rojo violáceo, rojo anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso y azul violáceo.

Pacco, A. (2003). *La composición fotográfica*. Recuperado el día 13 de noviembre de 2012 de:
<http://fotografiarte.bligoo.cl/media/users/23/1175433/files/330099/composicionfotograficabyn.pdf>

Lo anterior refleja lo que se necesita para obtener muy buena calidad en las imágenes, como influyen los colores, las texturas, las formas entre otros elementos que utilizamos para poder tomar muy buenas fotografías e incluirlas en nuestro banco de imágenes, con el fin de causar buenas sensaciones a las personas que puedan tener acceso a ellas.

4.1.4 LA IMAGEN EN LA PUBLICIDAD: LA FOTOGRAFÍA AL SERVICIO DE LA DOCUMENTACIÓN PUBLICITARIA Y LOS DERECHOS DE AUTOR.

La imagen como medio de comunicación es fundamental. Todas las campañas publicitarias son apoyadas por una imagen que permita retener el mensaje de lo que se está vendiendo

Históricamente podemos ver la importancia de la imagen, en las ruinas del coliseo de roma hay evidencias que en sus paredes se encontraban avisos publicitarios que hacían referencia a los productos que se vendían en ese lugar.

En el comienzo el texto el protagonista, pero con la incursión de la televisión en el siglo XX, el texto es solo un acompañante para vender la imagen y que esta tenga recordación en los televidentes. Las diferentes formas de usar la imagen son: el cine, la televisión y la fotografía estos elementos forman un triángulo que permite al ser humano retener la imágenes en su retina.

Existen variedad de referentes que refuerzan o complementan una idea que se quiere expresar, la imagen es una de las principales, por lo que puede aportar para que su efectividad sea mayor, llegando a tal punto de recortar cada vez más las palabras en una campaña para que la imagen sea la protagonista, reforzando la idea que se busca rescatar.

Existe una doble lectura de la imagen, el de la imagen fija empleada en textos, impresos, folletos y el de la imagen en movimiento que se utiliza en el cine y la

televisión, siendo una de la otra complemento para que la campaña a realizar sea más exitosa, y su mensaje sea claro, breve, sencillo y eficaz.

Así mismo la aplicación de las nuevas tecnologías exige un análisis y estudio del producto que se quiere publicitar, de la competencia y quien será el cliente final, su nivel socio cultural y económico, ya que como cliente potencial es a quien se le debe definir sus necesidades, para con los nuevos productos lograr satisfacerlos, valiéndose de los medios artísticos para lograrlo, convirtiéndose la imagen en una de las más utilizadas, ya que puede informar la existencia del producto, cuáles son sus características y que necesidades puede suplir.

Es importante saber que para la creación y producción de una imagen, son varias personas las que intervienen en este proceso, siendo importante proteger los derechos de autor, cumpliéndose la legislación vigente al respecto.

Marcos Recio, JC.Juan Miguel, SG.(2005). *La imagen en la publicidad: la fotografía al servicio de la documentación publicitaria y los derechos de autor*. Recuperado el día 16 de noviembre de <http://ibersid.eu/ojs/index.php/scire/article/view/1524/1502> pdf.

4.1.5 FOTOGRAFIAS DE STOCK

Es una forma de comercializar el trabajo fotográfico. El fotógrafo mantiene la posesión del copyright y cede el uso de la fotografía al comprador mediante una variedad muy amplia de licencias.

Las empresas que se dedican a comercializar las fotografías de stock trabajan por volumen, un gran número de fotógrafos envían sus instantáneas mediante su conexión a Internet.

Las fotografías cubren todo el espectro temático. Desde fotografías de modelos (necesitándose licencias o autorizaciones firmadas por el modelo o modelos retratados), macros, arquitectura, paisajes, fotocomposiciones, fotografías de animales, de naturaleza, diseños propios, alimentos, deportes,....

El cliente encuentra una forma sencilla de adquirir material gráfico original, con los términos legales muy claros.

Los clientes son muy diversos, desde revistas que necesitan fotografías para artículos, a revistas electrónicas, empresas de publicidad, empresas que necesitan una fotografía atractiva para estampar en un producto, etc.

La ventaja de las páginas de Stock es que trabajan con fotógrafos profesionales o amateurs dependiendo, que envían sus mejores fotografías, que son además valoradas y seleccionadas según su potencial comercial. Este sistema optimiza la calidad ofrecida en estos negocios, y hace que la competencia sea muy dura.

Consultamos sobre la fotografía stock ya que nos ayuda a implementar y completar nuestras bases para el banco de imágenes, como inicialmente se trabajara por medio web consultamos sobre este método, ya que comercializaremos nuestras fotografías a través de este medio, con esto queremos obtener grandes beneficios donde le dedicaremos gran parte de nuestro tiempo a este gran proyecto.

¿Qué imágenes se venden mejor?

Realmente se vende lo que demanda el cliente, lo importante es que sea comercial, que uno mismo vea la fotografía y piense en una publicidad donde esa imagen pudiera reflejar un mensaje claro. Hay maravillosas imágenes que podrían venderse bien en una galería de arte y sin embargo no son ni siquiera aceptadas por los editores por los desenfocos creativos, el grano o ruido o cualquier otra causa. Buscan imágenes claras, bien iluminadas, con un concepto definido, perfectamente enfocadas, sin ruido (importante no disparar con sensibilidades altas), imágenes que se puedan recortar para insertar en otros fondos, incluso los fondos donde los grafistas vayan a insertar las imágenes recortadas, cuando uno se pone a pensar surgen miles de aplicaciones... pero resumiremos diciendo que la imagen debe ser técnicamente acorde a los requisitos de los stocks y deben mostrar una idea clara de lo que se quiere mostrar o transmitir. Las fotos familiares en vacaciones, las fotos de tu perro o gato, de tus pies, de la puerta de tu casa, de un paisaje que cualquiera podría disparar.... son temas que debes evitar, busca y encontrarás mejores inspiraciones. La misma filosofía que aplicamos para los fotógrafos y sus fotografías, la aplicaremos para las ilustraciones, gráficos, clips de vídeo y audio.

¿Cuáles son las imágenes más descargadas?

Después de realizar varias investigaciones, hemos verificado que las fotografías que más descargan son de paisajes como ríos, atardeceres, nevadas, cataratas, lagos, etc. Aunque también verificamos que descargan muchas fotografías donde incluye la flora. Con base a esto podemos agregar más ideas de fotografías para

nuestro banco de imágenes, como lo mencionábamos anteriormente incluiremos imágenes de arquitectura, fauna, historia entre otras.

4.1.6 DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de autor constituyen uno de los principales derechos de propiedad intelectual, cuyo objetivo es dar solución a una serie de conflictos de intereses que nacen entre los autores de las creaciones intelectuales, los editores y demás intermediarios que las distribuyen y el público que las consume (Bondía, 1988).

Junto a los derechos de autor se encuentran los denominados derechos afines, conexos o vecinos, entre los que podemos mencionar los de los artistas intérpretes o ejecutantes sobre sus interpretaciones o ejecuciones, los derechos de los productores de fonogramas sobre sus grabaciones y los derechos de los organismos de radiodifusión sobre sus programas de radio y de televisión. Si utilizamos el término en inglés (*intellectual property*), su sentido es todavía más amplio, ya que también incluye lo que en España se denomina propiedad industrial, esto es, patentes, marcas, diseños industriales, etc.

La legislación española sobre derecho de autor sigue el modelo del sistema jurídico latino-continental, cuyas principales raíces en este caso se encuentran en el derecho francés y, en menor medida, en el germánico. Su esencia es que está constituido por un conjunto de normas y principios que regulan, por un lado, los derechos morales y, por otro, los patrimoniales que la ley concede a los autores por el simple hecho de la creación de una obra literaria, artística o científica. Ese doble carácter moral y patrimonial es característico de esta visión “continental” (*droit d’auteur*), en contraposición con la visión anglosajona (*copyright*), donde el componente moral no se ha incorporado hasta muy recientemente, y además con escaso entusiasmo (Fernández-Molina & Peis, 2001).

El término “copyright”, tan utilizado internacionalmente, proviene del derecho anglosajón. En concreto, el Estatuto de la Reina Ana (1709), en Inglaterra, fue la primera norma en el mundo sobre los derechos de autor, y sirvió de inspiración para las legislaciones nacionales de otros países anglosajones, entre ellos Estados Unidos.

Hoy en día ambos términos, copyright y derecho de autor, han ido convergiendo

hasta convertirse en sinónimos. Tanto es así que el diccionario de la R.A.E., en su avance de la vigésimo tercera edición, incluye la palabra “copyright” como derecho de autor, y éste a su vez es: *“El que la ley reconoce al autor de una obra intelectual o artística para autorizar su reproducción y participar en los beneficios que esta genere”*.

Obras Protegidas

Las obras protegidas por el derecho de autor son muy variadas. En términos generales, cualquier creación original artística, literaria o científica expresada por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro, tal y como establece el artículo 10 de nuestra Ley de propiedad intelectual. Esta declaración genérica es completada por una lista de obras protegidas, que aun siendo bastante completa, tiene carácter meramente ilustrativo, es decir, estará protegida también cualquier otra obra, aunque no esté en esta lista, si se trata de una creación original artística, literaria o científica:

- a. Los libros, folletos, impresos, epistolarios, escritos, discursos y alocuciones, conferencias, informes forenses, explicaciones de cátedra y cualesquiera otras obras de la misma naturaleza.
- b. Las composiciones musicales, con o sin letra Las obras dramáticas y dramático-musicales, las coreografías, las pantomimas y, en general, las obras teatrales.
- c. Las obras cinematográficas y cualesquiera otras obras audiovisuales.
- d. Las esculturas y las obras de pintura, dibujo, grabado, litografía y las historietas gráficas, tebeos o comics, así como sus ensayos o bocetos y las demás obras plásticas, sean o no aplicadas.
- e. Los proyectos, planos, maquetas y diseños de obras arquitectónicas y de ingeniería.
- f. Los gráficos, mapas y diseños relativos a la topografía, la geografía y, en general, a la ciencia.
- g. Las obras fotográficas y las expresadas por procedimiento análogo a la fotografía.
- h. Los programas de ordenador.

Por otra parte, el título de una obra, cuando sea original, quedará protegido como parte de ella.

Además de las obras originales en sentido estricto, las leyes de derecho de autor protegen las denominadas obras derivadas, es decir, aquéllas que son el resultado

de la transformación de otras obras preexistentes. Los ejemplos más habituales son las traducciones y adaptaciones; las revisiones, actualizaciones y anotaciones; los compendios, resúmenes y extractos; y los arreglos musicales (artículo 11 de la LPI). La razón de su protección es muy simple: su elaboración exige esfuerzo creador.

Muy similar es el caso de las colecciones y las bases de datos, también el resultado del uso de obras preexistentes. Así, el artículo 12 de la LPI protege las colecciones de obras ajenas, de datos o de otros elementos independientes como las antologías y las bases de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales, sin perjuicio, en su caso, de los derechos que pudieran subsistir sobre dichos contenidos. Esta protección se refiere únicamente a su estructura en cuanto forma de expresión de la selección o disposición de sus contenidos, no siendo extensiva a éstos. En este caso, la originalidad, y por tanto la razón de su protección, se encuentra en “la selección o disposición de sus contenidos”. Por tanto, si no hay una mínima aportación creativa en la selección o en la disposición de los componentes de la colección o la base de datos, no tendrá derechos de autor.

Finalmente, hay que decir que hay una serie de obras que están excluidas de la protección de los derechos de autor, en concreto, las disposiciones legales o reglamentarias y sus correspondientes proyectos, las resoluciones de los órganos jurisdiccionales y los actos, acuerdos, deliberaciones y dictámenes de los organismos públicos, así como las traducciones oficiales de todos los textos anteriores (artículo 13 LPI).

Para nuestro banco de imágenes es importante tener conocimiento sobre los derechos de autor, ya que el mismo se enfocaran en las fotografías tomadas por nosotros mismos, crearemos imágenes que salgan de lo convencional.

sobre el departamento de Antioquia; creando así un sello único en cada imagen tomada, destacando hasta el más mínimo detalle de cada lugar. Con esto queremos mostrar un banco de imágenes con fotografías únicas y dejando siempre nuestra marca personal.

4.2. MARCO CONTEXTUAL

El banco de imágenes es una opción donde podemos ofrecer una gran cantidad de fotografías para todo tipo de público, sea el estudiantil, profesional o natural, crearemos este banco con el fin de mostrar imágenes de Antioquia y por qué no, darla a conocer mucho más; queremos enfocarnos en destacar otros sitios del departamento ya que él tiene muchas cosas más que mostrar.

En este proyecto mostraremos mucho más, aparte de mostrar imágenes innovadoras queremos proyectar la calidad de las imágenes donde las personas los pueden adquirir, sean con fines publicitarios, educativos, coleccionables, entre otras.

Este trabajo está orientado a crear un banco de imágenes donde nos enfocaremos en un lugar en especial, porque en este banco encontraran imágenes con muy buena composición, la resolución de las imágenes, la perspectiva desde donde serán tomadas las fotos y entre otros elementos más.

Nos hemos basado para este proyecto en varios banco de imágenes para poder realizar nuestro trabajo ya que no hay uno que sea enfocado a lo que queremos mostrar, hay algunos que muestran imágenes pero muy pocas y no describen tanto al departamento como lo mostraremos en nuestro banco de imágenes.

En Antioquia no hay muchos bancos de imágenes y esto fue una gran motivación para crear el nuestro, ya que será un trabajo único donde crearemos nuestra propia imagen y daremos a conocer una marca y la gran calidad de nuestro trabajo; donde se encontrará una gran variedad de estilos e imágenes del departamento , donde creamos un gran análisis de que fotografías podríamos tomar para poder mostrar nuestro trabajo como: las fotografías de fauna, flora, historia, turismo, arquitectura y entre otras más; que ha medida del tiempo iremos evolucionando cada vez más en las estructuras de nuestras fotografías.

Antioquia es un departamento de Colombia, localizado al noroeste del país. Ocupa un territorio de unos 63.000 km² siendo el 6º departamento más extenso de

Colombia y el 2º más poblado, tras el distrito capital de Bogotá. Tiene 125 municipios agrupados en nueve subregiones y su capital es la ciudad de Medellín.

Limita al norte con el mar Caribe y con el departamento de Córdoba; al occidente con el departamento del Chocó; al oriente con los departamentos de Bolívar, Santander y Boyacá; y al sur con los departamentos de Caldas y Risaralda. Goza de una inmejorable ubicación geo-estratégica en el continente americano, dada su cercanía a los océanos atlántico y pacífico, y al hecho de ser equidistante de los principales centros urbanos de Colombia.

Antioquia es una de las entidades territoriales más antiguas de Colombia, siendo creada en 1576 con el nombre de Provincia de Antioquia, el cual conservó hasta 1856 cuando se conformó en Estado Soberano. En 1886 se convirtió en el actual departamento con la desaparición de los Estados Unidos de Colombia.

Nosotros como fotógrafos de ISO GRAFIC, sacaremos provecho de los grandes recursos que ofrece el departamento; mostrando su belleza y grandeza en imágenes de alta calidad, mostrándole al público que Antioquia es un departamento grande y con mucha riqueza natural.

4.2.1 La Marca

Para nuestro banco de imágenes crearemos un logo que pueda causar fácil recordación combinando frases y elementos de la fotografía, la cual hemos decidido llamar a nuestro banco de imágenes como ISO GRAFIC. Ya que queremos que todo sea un conjunto y una secuencia de lo que estamos creando y realizando.

4.2.2 Razón social

Mostrando lo que realmente es.

4.2.3 Slogan

Creando imagen.

4.2.4 Definición de la marca

¿Por qué Iso Gráfico?

Queremos enfocarnos a lo que es realmente de la fotografía, incluimos en nuestro distintivo visual términos y elementos de la fotografía, donde pasamos por un proceso evolutivo para llegar a definir nuestro logo.

4.2.5 Distintivo Visual

Distintivo Visual de “Iso Gráfico”- Creación propia



Explicación

Queremos transmitir una imagen donde mostraremos nuestra creatividad, donde daremos a conocer a “Iso Gráfico” como un banco de imágenes moderno e innovador no solo en su imagen sino también en su trabajo. Para el logo implementamos elementos y términos que son conocidos por los fotógrafos. Después de buscar una imagen innovadora para el banco de imágenes creamos este distintivo visual.

4.2.6 Logo Símbolo

Estructura final Logo símbolo "Iso Grafic"- Creación propia



Explicación

Queremos transmitir con nuestro logo que no solo son términos fotográficos, sino también los elementos de la fotografía, como es la cámara, que es el objeto principal para poder plasmar las imágenes que tendrán nuestro banco, de esa forma se ve representado el objetivo de la cámara en nuestro logo.

Proceso evolutivo creación logo símbolo

Iso.
Gráfico
Creando Imagen.

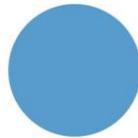
Iso.
Gráfico
Creando Imagen.

Iso.
Gráfico
Creando Imagen.

4.2.7 Colores Corporativos



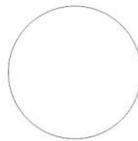
C=0
M=0
Y=0
K=100



C=72
M=18
Y=0
K=0



C=36
M=28
Y=26
K=0



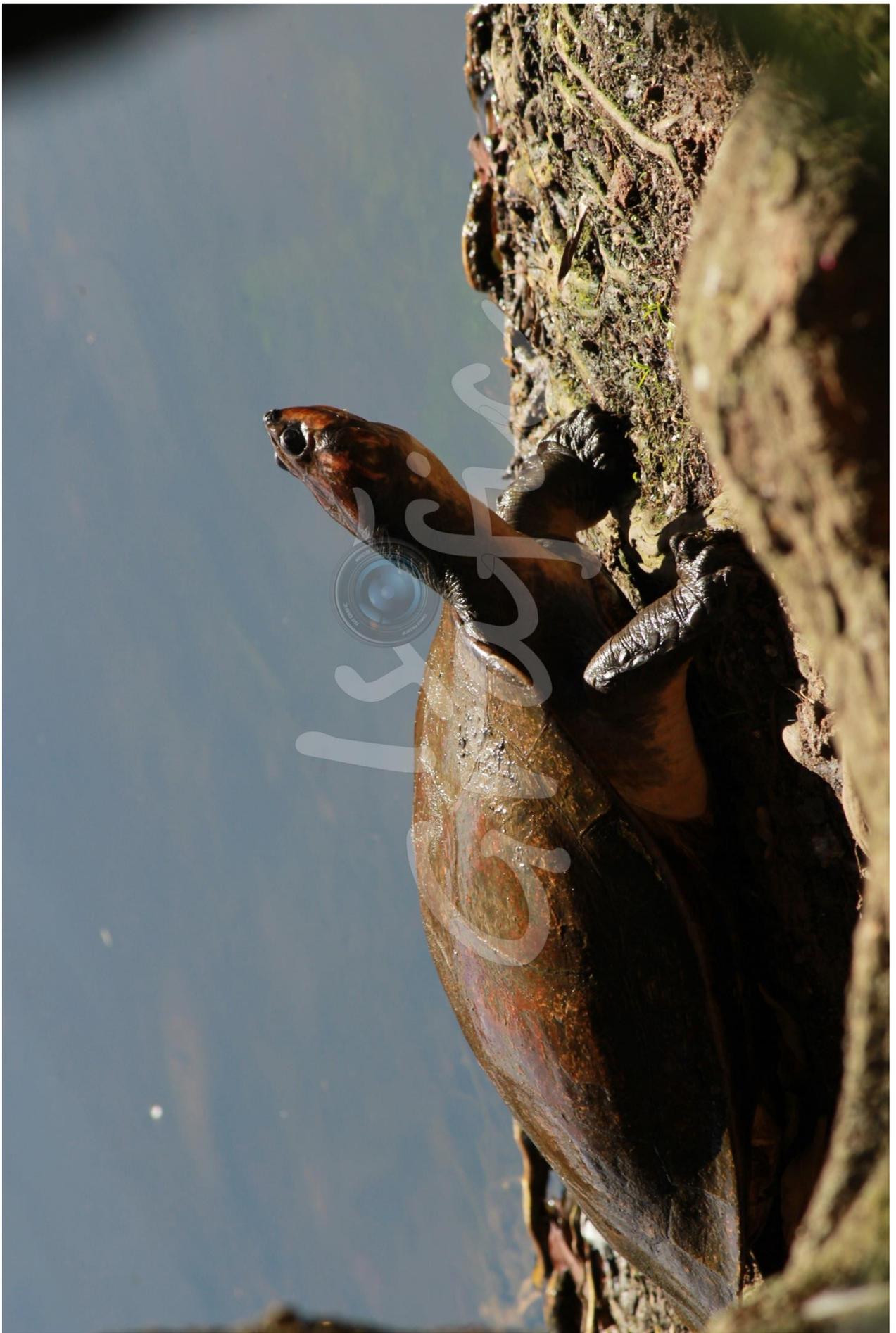
C=0
M=0
Y=0
K=0

4.2.8 Fotografías

















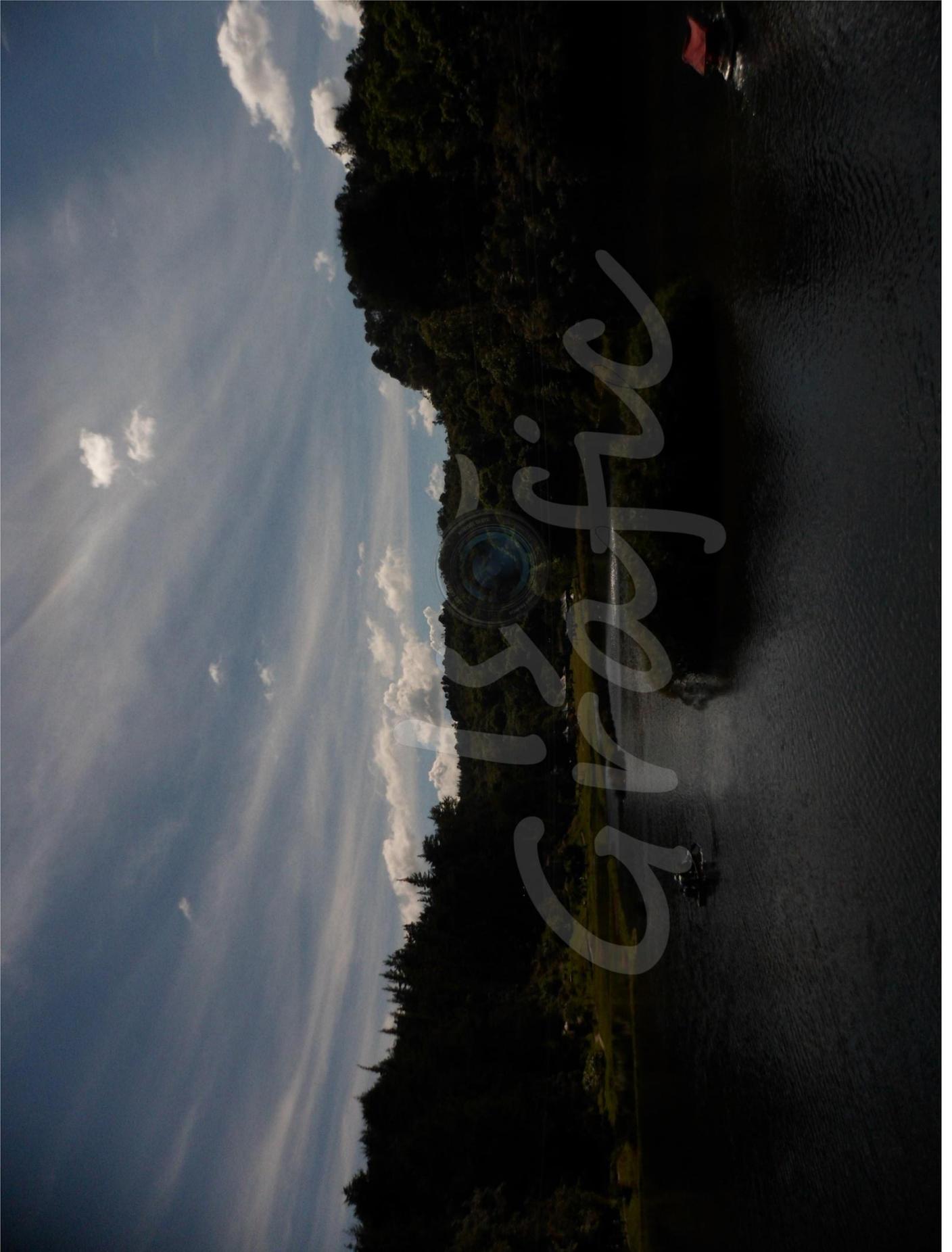






















4.2.9 BRIEF

Para el desarrollo de nuestro banco de imágenes, realizaremos un brief para dar a conocer nuestro trabajo por medio de la fotografía, posicionando a Iso Grafic como uno de los banco de imágenes más importantes del departamento de Antioquia y llegar hacer reconocidos a nivel nacional.

El brief se determina de esta manera:

BRIEF

1. A que se dedica, misión, mega, valores (empresa)

Nos dedicamos a plasmar imágenes del departamento de Antioquia por medio de la fotografía, para poder enseñar las cualidades y características de cualquier lugar sean con un fin educativo, lucrativo o profesionales. También ofrecemos paquete de imágenes de acuerdo a la solicitud del cliente y del lugar que requieran.

MISIÓN

Somos una empresa dedicada a la fotografía de distintos lugares del departamento de Antioquia, ofreciendo nuestro trabajo por medio de paquetes de imágenes o individuales de acuerdo al requerimiento del cliente.

MEGA

En el 2018 seremos el banco de imágenes más reconocido a nivel departamental, destacándonos por la calidad en nuestro trabajo y en especial en las fotografías, ofreciendo los mejores servicios y paquetes para nuestros clientes y cada vez innovando más en las imágenes.

VALORES

Respeto
Responsabilidad
Compromiso
Confianza
Unión
Creatividad
Cumplimiento
Disciplina
Autenticidad

2. Objetivo del banco de imágenes

***¿Que desea lograr?**

Mostrar imágenes que saquen de lo convencional al departamento de Antioquia, destacaremos hasta los aspectos más mínimos de los lugares, donde revelaremos la historia, estructuras, fauna y flora entre otras.

***¿Mensaje que quiere transmitir?**

Queremos transmitir varias sensaciones al ver nuestras imágenes como calidez que sientan la sensación de conocer ese lugar o de estar en ese lugar.

***¿Cuáles son las aspiraciones que desea transmitir?**

-Lograr evoluciones, es decir; actualizando imágenes para que cada uno de nuestros usuarios puedan adquirirlas

-Tener un banco de imágenes que pueda ser enfocado exclusivamente al departamento de Antioquia con fotografías únicas.

***¿Quiénes son los consumidores y cuantos hay?**

Nuestros principales consumidores son los estudiantes, fotógrafos y personas naturales (hombres-mujeres) desde los 18 en adelante; de un estrato socioeconómico número 3 hasta 6.

3. Principales competidores

Nuestros competidores son varios y los mencionamos anteriormente en nuestro proyecto, pero no hay uno que tenga un enfoque especial a lo que nosotros queremos destacar en nuestro banco de imágenes.

4. Necesidades

*Ofrecer imágenes de alta calidad

5. Descripción del producto

Nuestro banco de imágenes se presentara de forma virtual, crearemos una página web donde Iso Grafic mostrara sus fotografías de alta calidad.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

En el Desarrollo del proyecto se hace importante la resolución de la pregunta de investigación: ¿Es viable realizar un banco de imágenes de Antioquia cuando existen otros bancos donde se da a conocer al departamento? que dio pie para la consolidación de cada uno de los procesos para analizar la información recopilada y realizar así sus conclusiones. Este es un proyecto de investigación aplicada.

5.1. Método de Investigación

Investigamos y exploramos varios bancos de imágenes que nos sirvieron de referencia para crear nuestro banco de imágenes, debido a esto nace ISO GRAFIC, un lugar que será creado para mostrar fotografías en alta resolución de los lugares del departamento de Antioquia, donde ofreceremos imágenes de alta calidad para que cada uno de nuestros clientes tengan fácil acceso a los paquetes de imágenes que ofreceremos.

5.2. Tipo de Estudio

Nuestro estudio es exploratorio ya que quisimos lograr un objetivo y es crear nuestro propio banco de imágenes, investigamos sobre los bancos de imágenes existentes y llegamos a un acuerdo de crear este banco de imágenes que sea enfocado a un tema o lugar en especial.

6. CONCLUSIONES

Crearemos un banco de imágenes enfocado en el departamento de Antioquia, como lo hemos mencionado durante el desarrollo del proyecto, para destacar los lugares del departamento, exponiendo su innovación, historia y cualidades.

Nuestra motivación para este proyecto fue el amor y la pasión que tenemos por la fotografía, y con base a nuestra investigaciones verificamos que no hay muchas imágenes que puedan mostrar realmente como es el lugar donde vivimos y nacimos; por lo que fue una gran inspiración crear nuestro propio banco de imágenes donde destacamos hasta los más pequeños detalles de cada lugar.

Crearemos un banco de imágenes para que todo el público objetivo pueda tener un fácil acceso a las fotografías, como lo hemos mencionado anteriormente por medio de paquetes y ofertas individuales.

Nuestro banco de imágenes es la opción de poder mostrar nuestro talento y amor hacia la fotografía, donde también exhibiremos imágenes del lugar donde vivimos; esta es la opción que implementaremos para nuestro trabajo de grados y lo tomamos como una gran reto personal para poder destacar nuestra creatividad en cada una de las fotografías y composiciones que plasmaremos en cada una de ellas.

BIBLIOGRAFIA

-Herrera U, Luis Fernando. Estudio y procesos fotográficos, Medellín.UPB, 1964.

-The Making of 40 Photographs". Ansel Adams. Editorial Little, Brown and Company.

Collecting Souls / Going Candid (Fotografía Urbana) – Link-
<http://fstoppers.com/two-free-books-on-street-photography>.

-[http://www.arturogoga.com/2012/03/29/7-esenciales-libros-de-fotografia-gratis-pdf/Mastering Digital SLR Photography](http://www.arturogoga.com/2012/03/29/7-esenciales-libros-de-fotografia-gratis-pdf/Mastering-Digital-SLR-Photography).

-<http://openphoto.net/>

-<http://freenaturephoto.com/> fotos de la naturaleza y animales.

-<http://nonprofitphoto.com/> Fotos gratuitas para organizaciones no lucrativas!

-<http://www.photaki.es>

-<http://www.photaki.es/portfolio-gratis>

-<http://www.fotocolombia.com/>

-<http://bdi.conabio.gob.mx/fotoweb/>