

DUC IN ALTUM



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CHILE

MANUAL DE IDENTIDAD FOTOGRAFICA

**DIRECCIÓN CORPORATIVA DE
COMUNICACIONES**

*DIRECCIÓN GENERAL DE VIDA
UNIVERSITARIA Y COMUNICACIONES*



UNIVERSIDAD AUTONOMA
DE CHILE

MANUAL DE IDENTIDAD FOTOGRAFICA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
LA COMPOSICIÓN FOTOGRÁFICA	
Reglas básicas, usos y prohibiciones	7
Centro de Interés	7
Regla de los tercios	11
Ley del horizonte	12
El enfoque	13
PROHIBICIONES GENERALES	
La mirada y el espacio	16
Expresiones corporales	18
Reglas específicas de disposición	19
PROPORCIONES FOTOGRÁFICAS	
Proporción fotográfica adecuada	22
FOTOGRAFÍAS DE EVENTOS	
Fotografías en podio	24
Fotografías en pedestal	25
Fotografías sociales	27

FOTOGRAFÍAS PARA LA WEB

Características generales	30
Imagen de cabecera	30
Sección de noticias	31
Primera fila de noticias	31
"Conoce más"	32
"En portada"	32
"Noticias destacadas"	33
"Conectemos"	33
"También te puede interesar"	34
Optimización de fotografías	34

FOTOGRAFÍAS PARA REDES SOCIALES

Instagram	35
Facebook	37
X (Ex Twitter)	37
LinkedIn	37

CONCLUSIONES	38
--------------------	----

INTRODUCCIÓN

LA COMPOSICIÓN FOTOGRAFICA

REGLAS BÁSICAS, USOS Y PROHIBICIONES

La composición de la imagen es la forma en que se encuadra y ubican los objetos comprendidos en una fotografía. Debemos tomar en cuenta varios aspectos al realizar fotografías según el uso y contexto que debamos darle.

- ▶ Centro de interés
- ▶ Regla de los tercios
- ▶ Ley del horizonte
- ▶ El enfoque

CENTRO DE INTERÉS

Cada fotografía debe tener un centro de interés que debe responder a la pregunta “¿De qué se trata la fotografía?”. En este sentido, el centro de interés no quiere decir que el objeto deba estar en el centro u ocupar la mayor parte de la fotografía. Cuando pretendemos hacer uso de imágenes para comunicar o con fines publicitarios, este debe tener un foco de atención.

Recomendación: debemos destacar la presencia del objeto de interés sobre los demás elementos que conforman la fotografía. Este puede ser un objeto, una persona, un edificio, entre otros.



Centro de interés correcto

Sujeto destacado frente a otros objetos. La dirección de su mirada se entiende gracias al computador.



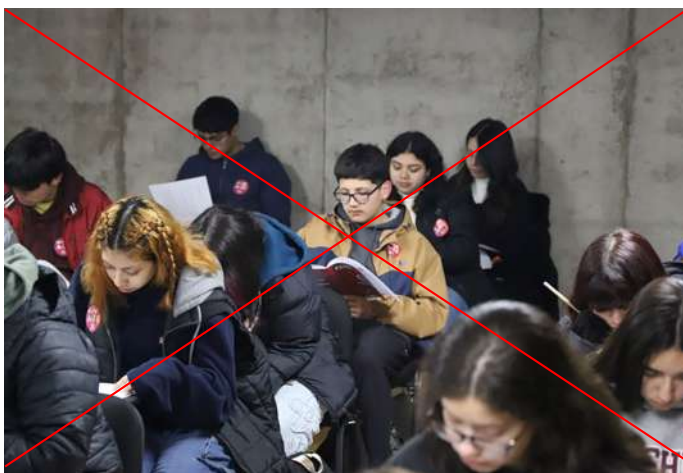
Centro de interés incorrecto

No se logra distinguir claramente cuál es el objeto de interés ni el contexto de la fotografía. Además, la imagen está inclinada hacia la izquierda, lo que no corresponde con la composición.



Centro de interés correcto

El sujeto está enfocado en el centro de la imagen y destaca frente a los demás sujetos.



Centro de interés incorrecto

No se logra distinguir cuál es el objeto o sujeto de interés debido a la presencia de objetos o sujetos que distraen.



Centro de interés correcto

Sujetos enfocados en el centro de la imagen, con la mirada dirigida hacia quien toma la foto y una correcta distinción frente a otros sujetos.



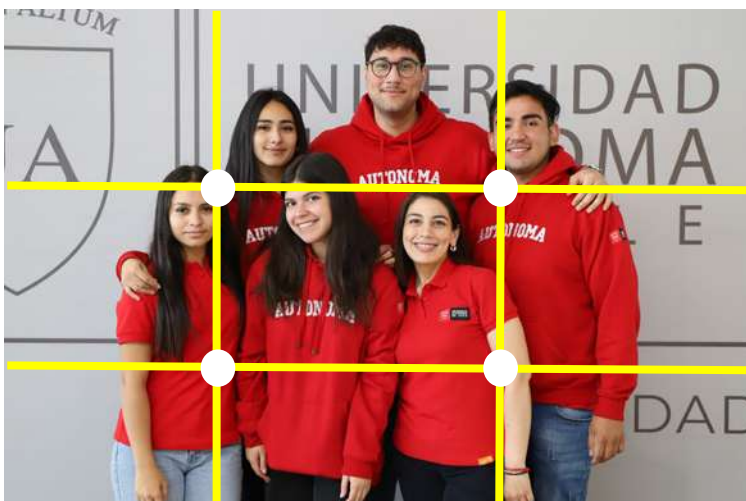
Centro de interés incorrecto

La fotografía está desenfocada y los sujetos están de espaldas a la cámara. No se distingue claramente cuál es el objetivo de la imagen ni el contexto en el que se encuentra.

REGLA DE LOS TERCIOS

La regla de los tercios es una guía de composición que coloca al sujeto en el tercio izquierdo o derecho de una imagen, lo que deja los otros dos tercios más despejados. En otras palabras, consiste en dividir la imagen en nueve partes iguales con dos líneas paralelas horizontales y verticales formando 4 puntos de interés fuerte.

Recomendación: para destacar al objeto se debe ubicar el centro de interés en dos de los cuatro puntos que se intersectan.

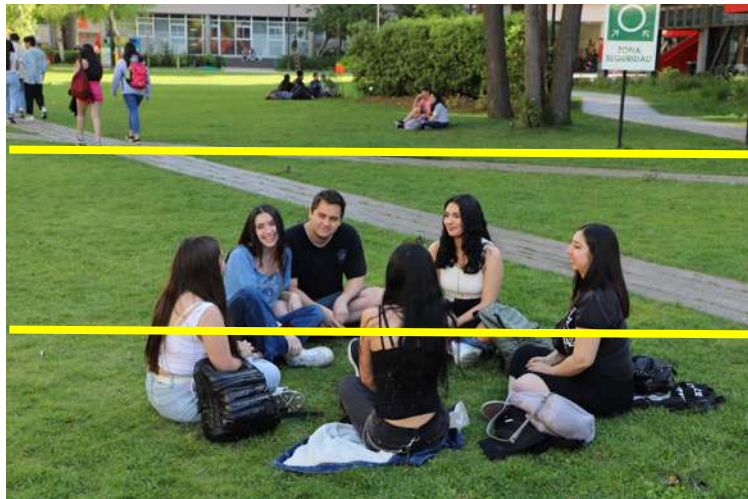


Ejemplo regla de los tercios

LEY DEL HORIZONTE

Aplicar la regla de los tercios consiste en alinear el horizonte con una de las líneas en la parte inferior de la cuadrícula. Para tener una representación visual más clara, cuando dividimos la escena que vamos a capturar en tres partes iguales, el horizonte debe aproximadamente coincidir con una de las dos líneas divisorias inferiores

Recomendación: siempre que tomemos fotografías a un grupo de personas, debemos asegurarnos de que estas ocupen dos o tres bandas de la composición.



Ejemplo ley del horizonte

EL ENFOQUE

Es necesario que al tomar una fotografía nos aseguremos de que el objeto se está enfocando correctamente. El sujeto de interés debe estar siempre enfocado, es lo que importa en la imagen.

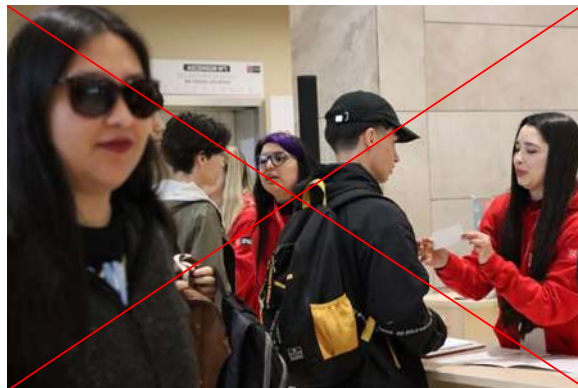
Recomendación: a través de la pantalla de la cámara podemos cerciorarnos de que el objeto está bien enfocado y la imagen no está sobreexpuesta o subexpuesta.

Enfoque correcto: el centro de interés debe ganar protagonismo y destacar por encima de los demás elementos de la composición.



El enfoque correcto

Los sujetos de interés están centrados y la fotografía se ve nítida.



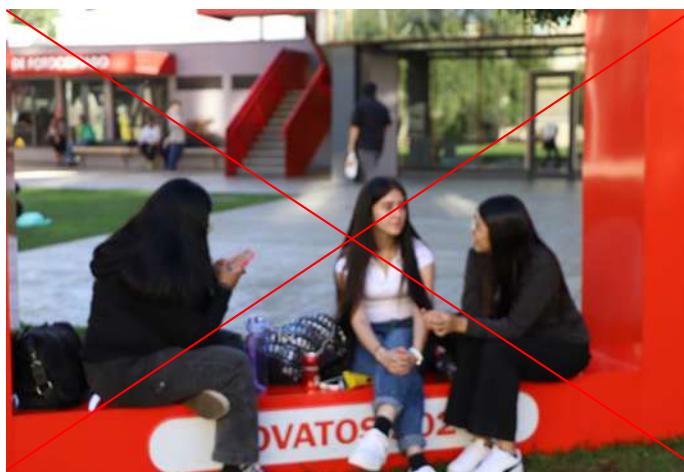
El enfoque incorrecto

Una persona interrumpe la fotografía, causando distorsión en la imagen.



El enfoque correcto

La fotografía se aprecia nítidamente, los sujetos de interés miran hacia la cámara y están ubicados en el centro de la imagen.



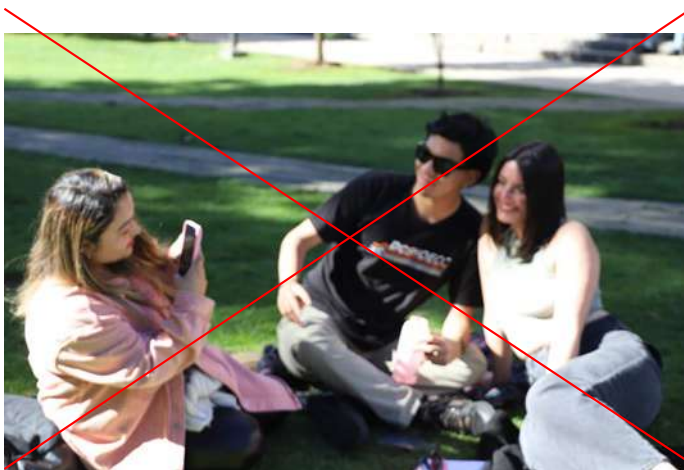
El enfoque incorrecto

La fotografía está desenfocada y no se distingue la acción del sujeto.



El enfoque correcto

Los sujetos están centrados, se percibe hacia dónde dirigen su mirada y la acción se aprecia de manera clara.



El enfoque incorrecto

Los sujetos están centrados y se percibe hacia dónde dirigen su mirada, aunque la imagen no está claramente definida.

PROHIBICIONES GENERALES

Cualquier imagen empleada para comunicar o promocionar programas académicos, servicios u otros, y que tenga un propósito promocional o publicitario, está sujeta a estrictas restricciones, que se dividen en las siguientes categorías:

- ▶ La mirada y el espacio
- ▶ Expresiones corporales
- ▶ Reglas específicas de disposición

LA MIRADA Y EL ESPACIO

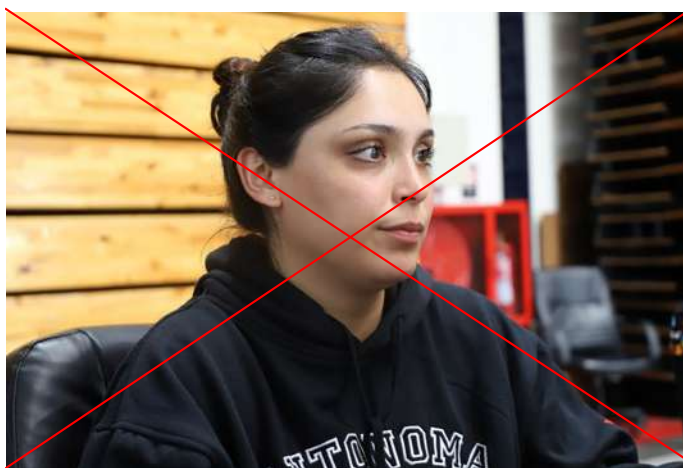
La orientación visual implica principalmente dónde se coloca la persona que va a ser fotografiada en la imagen. Es importante que el espacio libre frente a su mirada sea más amplio que el espacio detrás de ella. Lo ideal es tomar la fotografía con el sujeto de espaldas al lado izquierdo, mirando hacia la derecha y hacia arriba, evitando mirar hacia abajo o hacia la izquierda. Esto se debe a que la última opción sugiere retroceso, involución y estancamiento.

Recomendación: asegúrese que en la fotografía, el sujeto no presente: una expresión de ojos apagados, una mirada distante o dirigida hacia abajo, a menos que la intención de la toma sea que el sujeto mire directamente a la cámara.



Mirada correcta

Sujetos mirando hacia la cámara.



Mirada incorrecta

No hay un objeto o sujeto que indique la dirección de la mirada ni su propósito.

Recomendación: el sujeto puede tener su mirada dirigida hacia abajo solamente cuando su atención esté enfocada en una computadora, un documento u otro elemento que justifique esa posición visual.

EXPRESIONES CORPORALES

Con el propósito de resguardar la reputación tanto de la Universidad en su totalidad como de los eventos que organiza, tales como los de índole académica, deportiva y otros, es de suma importancia mantener una vigilancia constante sobre las expresiones corporales que puedan potencialmente impactar de manera negativa en la imagen institucional.

Estas manifestaciones incluyen gestos como mostrar evidente aburrimiento, realizar bostezos, presentar signos de somnolencia, situaciones en las que los asistentes dan la espalda, así como gestos que puedan ser considerados inapropiados.

Recomendación: cuando se trate de eventos, es preferible elegir fotografías en las que la persona esté mirando directamente a la cámara o notificar a los asistentes antes de fotografiar, así nos aseguramos de que el sujeto mantenga una postura correcta.



Expresión correcta

Posición corporal erguida, mirando hacia la cámara y se logra apreciar el contexto de la situación.



Expresión incorrecta

Los sujetos se notan distraídos, la fotografía se ve desordenada, con objetos que no permiten distinguir el contexto.

DISPOSICIONES ESPECIALES

En contextos específicos y técnicos, es esencial tener en cuenta algunas limitaciones al tomar fotografías en entornos dedicados a tareas particulares. En términos generales, cuando las personas se encuentren en laboratorios de salud o entornos industriales, involucradas en actividades o procesos, existen restricciones que incluyen:

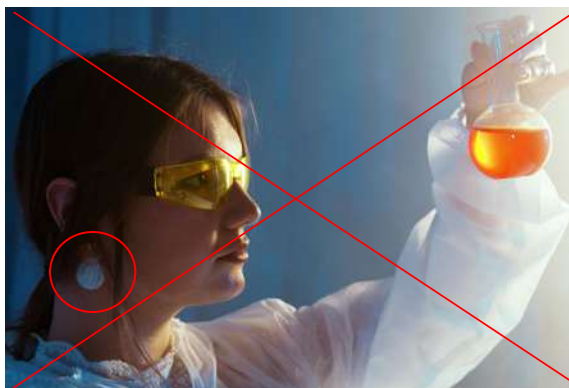
- ▶ El uso de esmalte de uñas
- ▶ Accesorios como pendientes, pulseras, anillos u otras joyas
- ▶ Un exceso de maquillaje
- ▶ Dejar el cabello suelto (esta restricción se aplica específicamente cuando el modelo está involucrado en procedimientos concretos)

Recomendación: siempre solicitar acompañamiento de alguna autoridad (profesor o académico) del área para tener en cuenta el protocolo de ingreso a laboratorios y salas de especialización.



Uso correcto

Elementos de seguridad implementados correctamente.



Uso incorrecto

Accesorios no permitidos para ingresar a un laboratorio.



Uso correcto

Elementos de seguridad implementados correctamente.



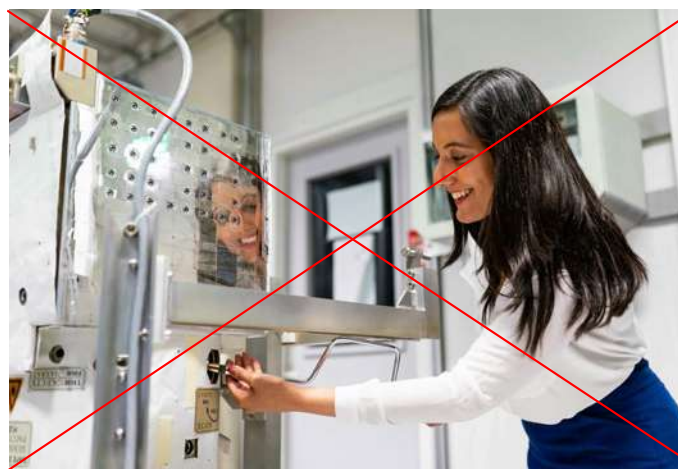
Uso incorrecto

Ausencia de elementos de seguridad para el ingreso a laboratorios y manipulación de objetos.



Uso correcto

Accesorios protocolares implementados correctamente.



Uso incorrecto

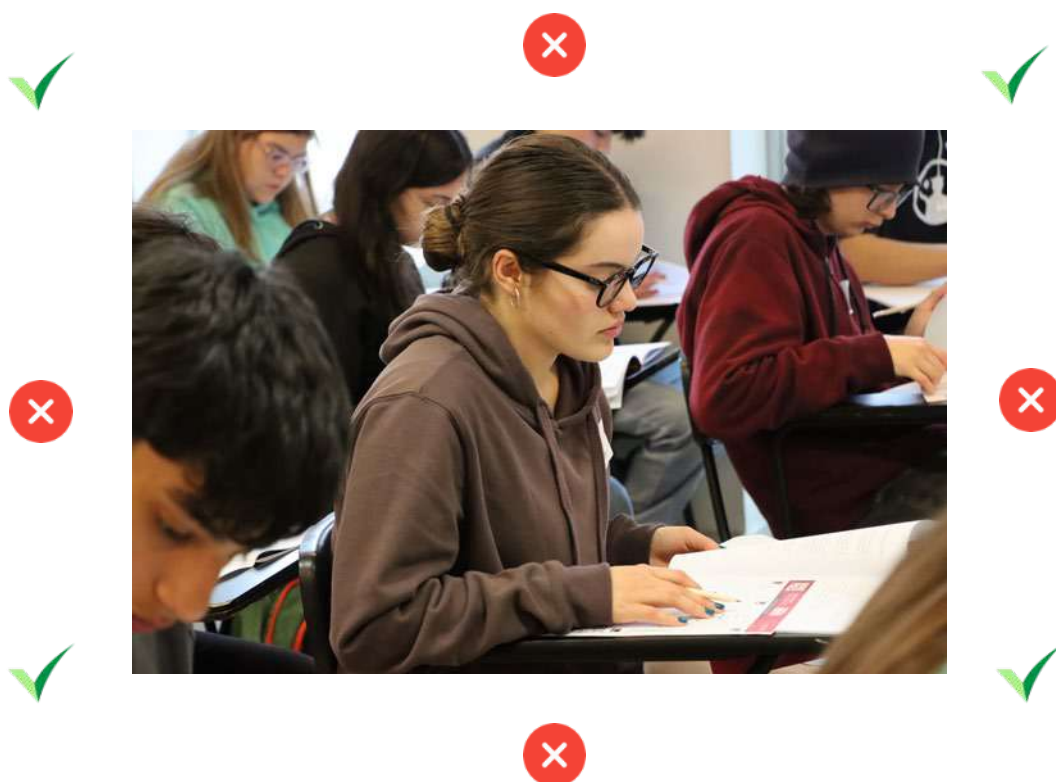
Ausencia de elementos como casco, guantes o accesorios protocolares.

PROPORCIONES FOTOGRAFICAS

PROPORCIÓN FOTOGRÁFICA ADECUADA

Ajustar adecuadamente la proporción de una fotografía implica alterar su tamaño sin que esta pierda su relación original. Para llevar a cabo esta modificación de tamaño se aconseja abstenerse de realizarla a partir de los puntos nodales situados en el centro superior, inferior, izquierdo o derecho de la imagen.

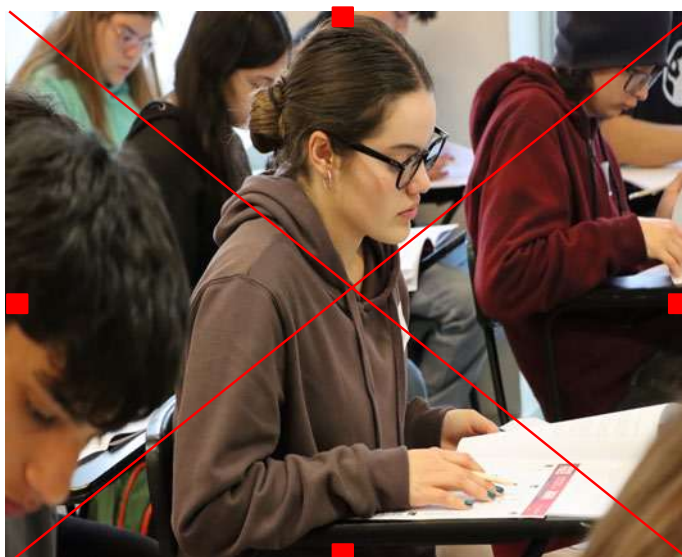
En su lugar, se recomienda llevar a cabo dicho ajuste desde los puntos nodales ubicados en las esquinas, tal y como se ejemplifica en la imagen que se presenta a continuación.





Proporción correcta

Puntos nodales correctos para la modificación.



Proporción incorrecta

Puntos nodales incorrectos para la modificación.

FOTOGRAFÍAS DE EVENTOS

FOTOGRAFÍAS EN PODIO

Para fotografiar a expositores, autoridades o estudiantes en el podio del escenario es importante tener en cuenta el ángulo desde donde se toma la fotografía. Debemos evitar mostrar objetos del fondo como cables, conexiones, mochilas u objetos que se encuentren en el suelo y que no sean parte de la escenografía.

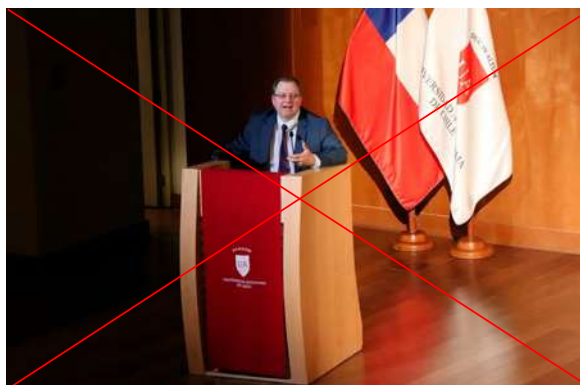
De igual forma es importante ubicarse de manera frontal o de lado priorizando una buena postura del interlocutor así como una buena disposición de los elementos que se encuentren en el escenario.

Recomendación: manteniendo la formalidad del evento, como equipo de Comunicaciones la función es registrar el momento de la mejor manera. Tomarse unos segundos frente al expositor u autoridad facilitará la toma.



Ángulo correcto

Sujeto centrado en la fotografía, distinción de escudo de la Universidad sin otros elementos que distraigan del foco principal y expresión corporal correcta.



Ángulo incorrecto

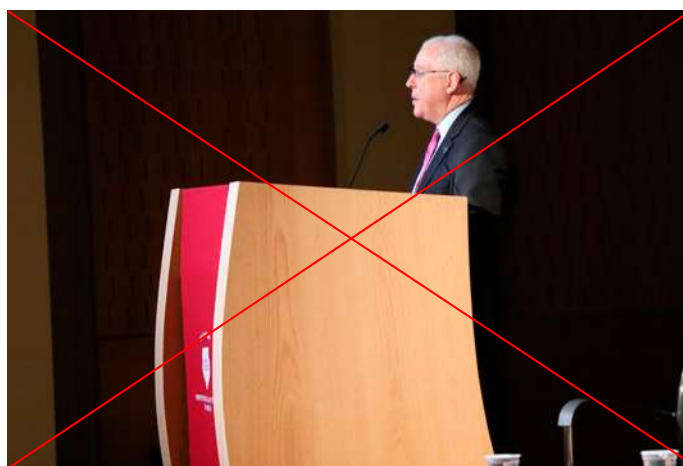
Expresión corporal incorrecta. La fotografía deja mucho aire hacia las esquinas y corta elementos como las banderas.

FOTOGRAFÍAS EN PEDESTAL



Ángulo correcto

El nivel de los ojos genera una conexión directa y natural con el sujeto.



Ángulo incorrecto

No se distingue la mirada del sujeto y aparecen elementos en el encuadre que no corresponden al contexto.



Ángulo correcto

Este ángulo puede demostrar la importancia del evento. La posición de la cámara se ubica debajo de los ojos para el retrato.



Ángulo incorrecto

La cámara se ubica muy lejos de la mirada del sujeto. No se reconocen los elementos característicos de un evento de la Universidad.

FOTOGRAFÍAS SOCIALES

En el caso de las fotografías sociales donde participan autoridades e invitados de la Universidad, la referencia para hacer estas capturas son las fotografías sociales del diario El Mercurio.

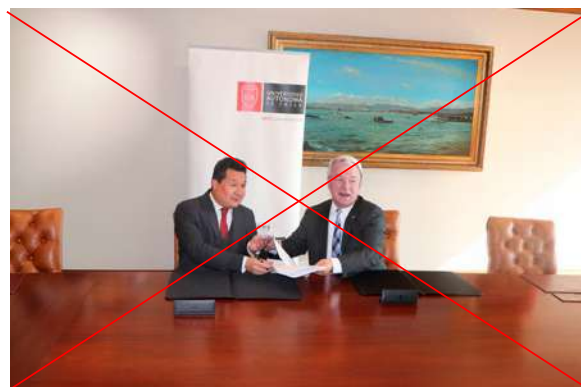
Se debe contemplar el plano desde las rodillas, aproximadamente, hasta la cabeza dejando un espacio de aire entre el final de la foto como se muestra en los siguientes ejemplos. Lo ideal es que estas tengan como máximo 4 o 5 personas para ser usadas en la web, medios de comunicación, redes sociales o notas.

Las fotografías con más de 5 personas podrán ser usadas como registro del evento a solicitud de las autoridades.



Uso correcto

El plano debe ser americano o medio corto, el fondo tiene que corresponder al estilo del evento.



Uso incorrecto

Gran parte del plano lo ocupa la mesa, el fondo se ve desordenado y la posición corporal no es acorde.



Uso correcto

Plano americano, posición corporal correcta y la fotografía no abarca elementos que distraen.



Uso incorrecto

Hay muchos elementos en el plano como la mesa, las sillas y los documentos. Evitemos el uso de corpóreos en fotografías que se publican sobre reuniones relevantes.



Uso correcto

Plano entero, posición corporal correcta y sin elementos que distraen.



Uso incorrecto

Expresión corporal incorrecta y la fotografía se ve levemente inclinada.

FOTOGRAFÍAS PARA LA WEB

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Con el objetivo de optimizar el funcionamiento de la nueva página web, debemos tomar en cuenta el tamaño y peso adecuado para las fotografías de noticias, cabeceras y otros componentes.

Especificaciones:

Peso óptimo para fotografías: 80 kb.

En su defecto: 100KB

Importante: no superar los 200 KB

IMAGEN DE CABECERA

Debe destacarse que no hay que colocar información importante en la parte superior porque la página recorta la imagen hacia arriba.

Tamaño: 1920 px ancho x 450 px de alto



SECCIÓN DE NOTICIAS

Tamaño: 1024 px de ancho x 768 px de alto

El lanzamiento de esta política refleja el compromiso de la casa de estudios superiores con la formación de profesionales comprometidos en la línea de sostenibilidad y responsabilidad social universitaria, así como con el bienestar de la comunidad.



PRIMERA FILA DE NOTICIAS

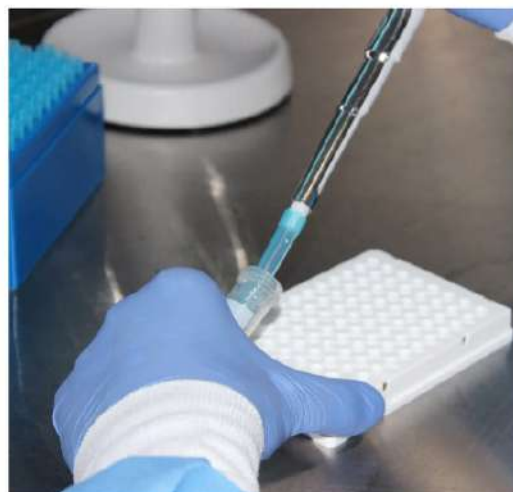
Tamaño: 635 px ancho x 600 px alto

Compromiso institucional

La investigación universitaria tiene impacto directo en la sociedad

Proporciona a los responsables de la toma de decisiones información
y asesoramiento basados en evidencia.

Conoce más 



“CONOCE MÁS”

Tamaño: 635 px ancho x 585 px alto



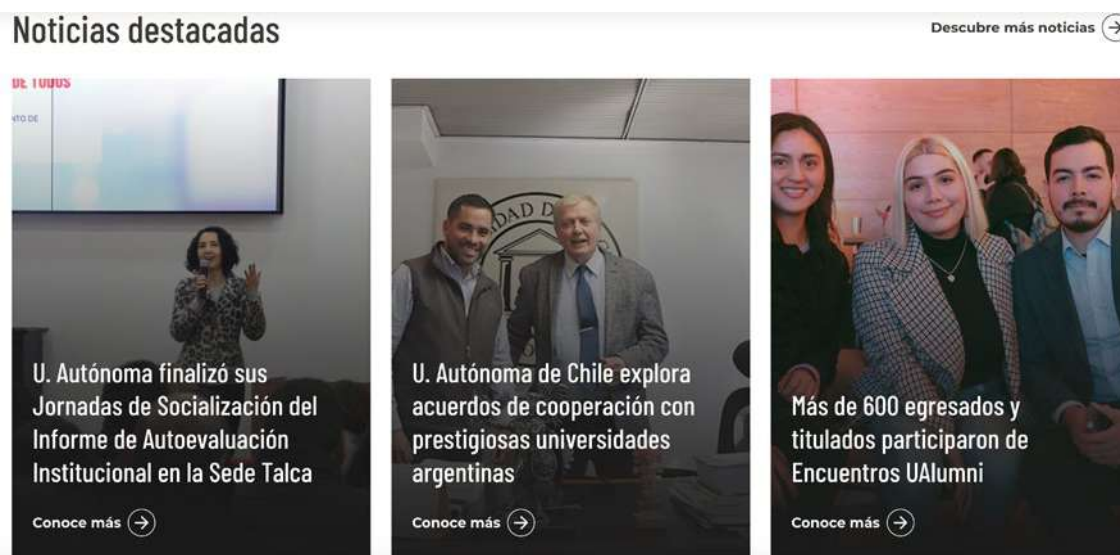
“EN PORTADA”

Tamaño: 420px ancho x 500px de alto



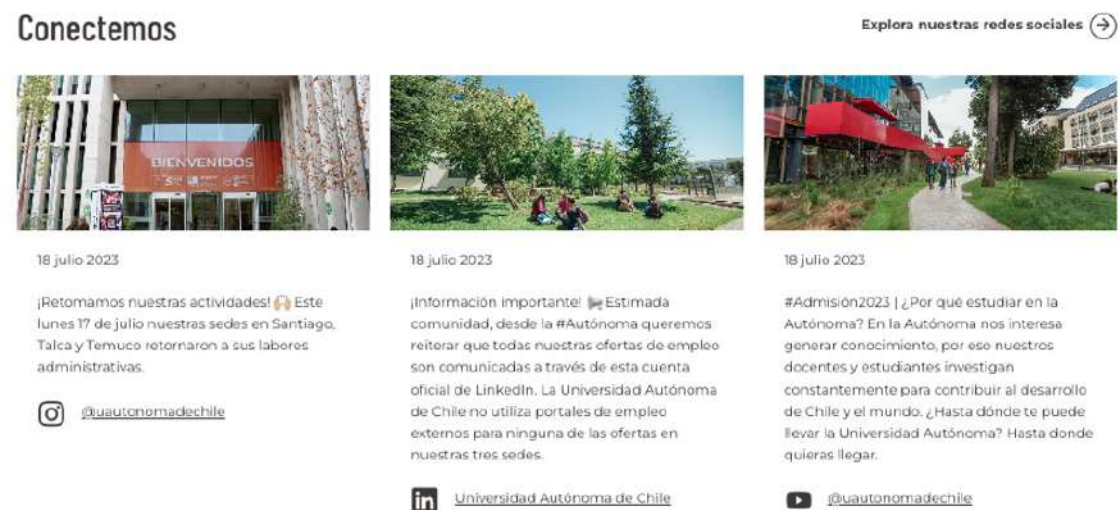
“NOTICIAS DESTACADAS”

Tamaño: 415 px ancho x 570 px alto



“CONECTEMOS”

Tamaño: 415 px ancho x 185 px alto



“TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR”

Tamaño: 410 px ancho x 180 px alto

También te puede interesar



OPTIMIZACIÓN DE FOTOGRAFÍAS

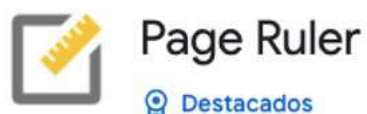
Antes de subir fotografías a la página web se recomienda optimizar las imágenes con plataformas que ayuden a disminuir el peso y ajustar según las medidas que corresponda.

Extensión Page Ruler de Google Chrome: permite previsualizar el tamaño de las fotos.

Squoosh: para optimizar fotos de la web.

El formato debe ser por defecto “MozJPEG”.

En el apartado “Quality” se puede mejorar la imagen y bajar el peso.



FOTOGRAFÍAS PARA REDES SOCIALES

El contenido visual de alta calidad es esencial para atraer a la audiencia en redes sociales. Esto nos ayuda a garantizar el rendimiento de la publicación dentro de las plataformas Instagram, Facebook o X.

Las redes sociales pueden cambiar sus recomendaciones de tamaño de imagen con el tiempo, por lo que es importante verificar las directrices de cada plataforma antes de cargar imágenes.

INSTAGRAM

Fotos del Feed:

Paisaje 1080 x 556 px.

Retrato 1080 x 1350 px.

Cuadrado 1080 x 1080 px.



Paisaje



Retrato



Cuadrado

Historias:

1080 x 1920 px (Vertical, nunca horizontal).



Uso correcto



Uso incorrecto

FACEBOOK

Publicaciones y fotos en feed:

Tamaño recomendado: 1200 x 630 px.

Tamaño mínimo: 600 x 350 px.

X (EX TWITTER)

Tamaño mínimo: 600 por 335 px.

Proporción recomendada: cualquier proporción entre 2:1 y 1:1 en escritorio; 2:1, 3:4 y 16:9 en dispositivos móviles.

Formatos permitidos: GIF, JPG y PNG.

Tamaño máximo de archivo: hasta 5 MB para fotos y GIF en dispositivos móviles; hasta 15 MB en la web.

LINKEDIN

Publicación y fotos:

Tamaño recomendado: 1200 x 627 px y una relación 1.91:1.

Formato carrusel: 1080 x 1080 px.

Recomendación: aunque Facebook, X y LinkedIn tienen medidas recomendadas, podemos hacer uso de las fotografías que implementemos en Instagram en formato “cuadrado” o “retrato” siempre y cuando cumplan con las indicaciones que señala este manual.

CONCLUSIONES

Este manual tiene como objetivo optimizar el contenido visual que implementamos en nuestras plataformas y medios de comunicación. Abarca aspectos básicos de la fotografía que otorgan una mirada mucho más pulcra y profesional al trabajo, manteniendo el estándar de calidad que promovemos como institución.

Los ejemplos y aspectos a considerar señalados en cada capítulo apuntan hacia la calidad del material que produce la Universidad, sus áreas y colaboradores externos que participen en eventos con el sello de la institución.

El avance constante de la tecnología y la búsqueda constante de calidad en cada uno de los aspectos que conforman la Universidad Autónoma de Chile, motivan a buscar oportunidades de mejora en las diferentes líneas de trabajo.

Este Manual de Identidad Fotográfica ha sido elaborado por el Dirección Corporativa de Comunicaciones (DIRCOM) para garantizar la calidad y coherencia en la creación y difusión de imágenes que representen a nuestra institución. Esperamos que estas directrices contribuyan al éxito y la excelencia visual de todas las actividades relacionadas con la Universidad Autónoma de Chile.

comunicaciones@uaautonoma.cl

■ www.uautonoma.cl