Tema 3: Técnicas de edición de imagen

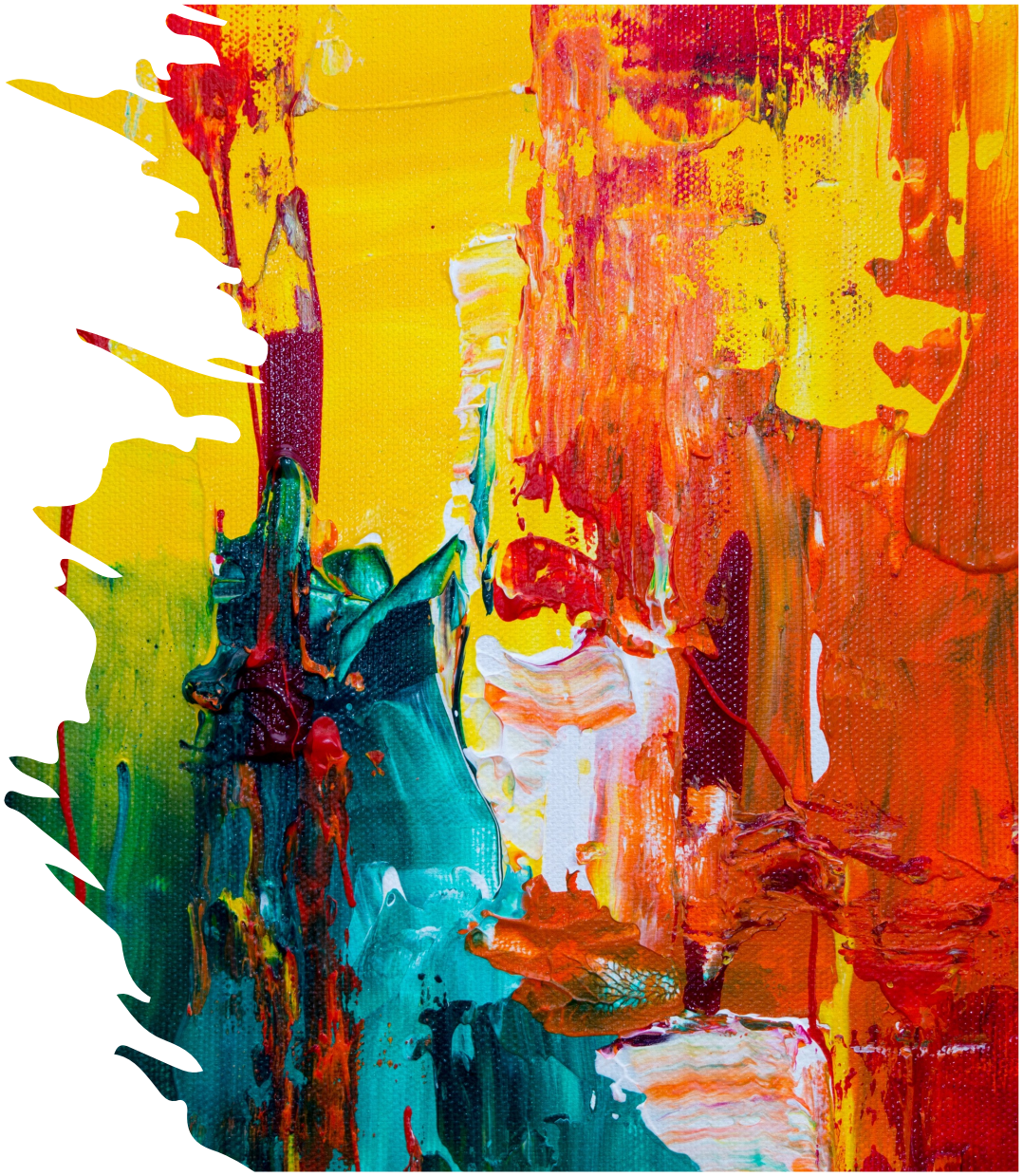
Teoría

Tecnologías audiovisuales

Grado en Comunicación digital

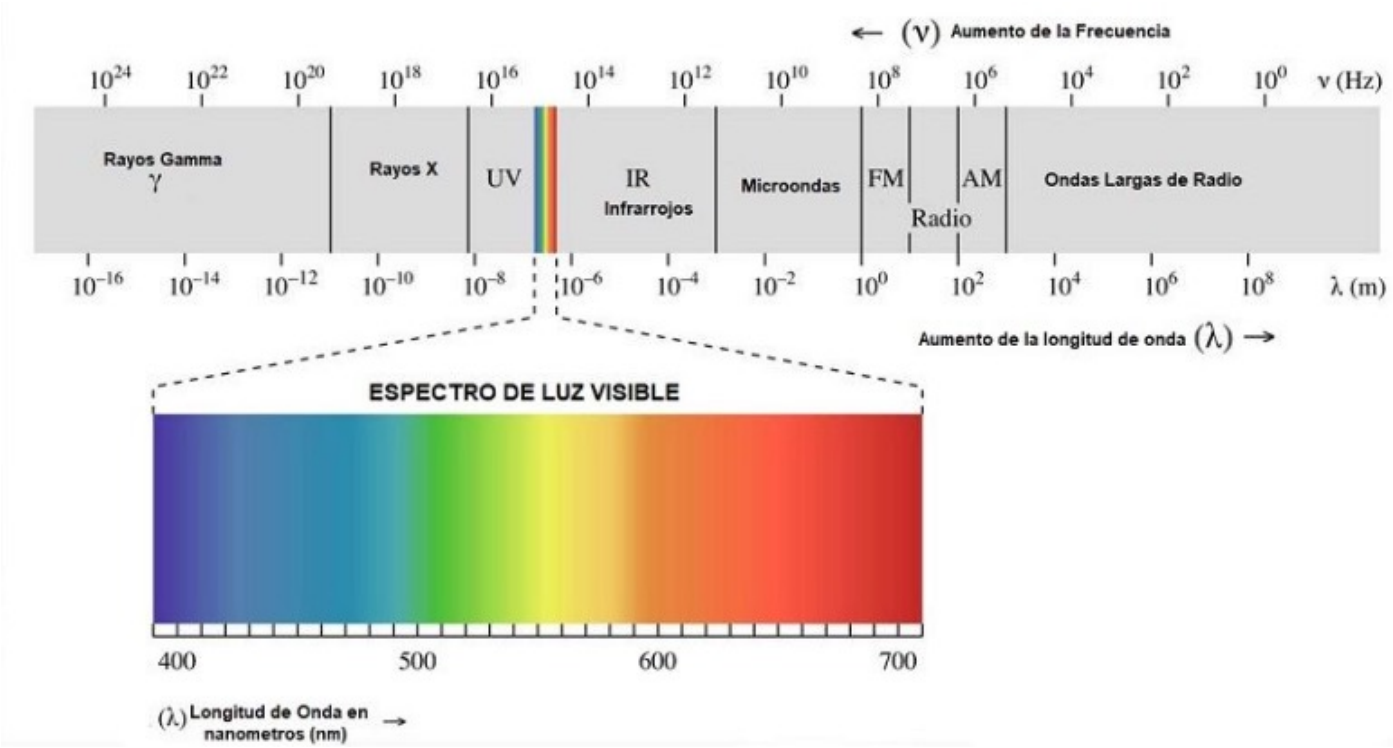
El color

- El color siempre está presente en nuestras vidas, es un elemento constante en nuestro día a día
- ¿De qué color es un stop?
- ¿Cómo es el cielo?
- Nos permite comunicarnos con el mundo que nos rodea de manera efectiva y transmitir sensaciones
- Es esencial en toda narrativa y proceso creativo

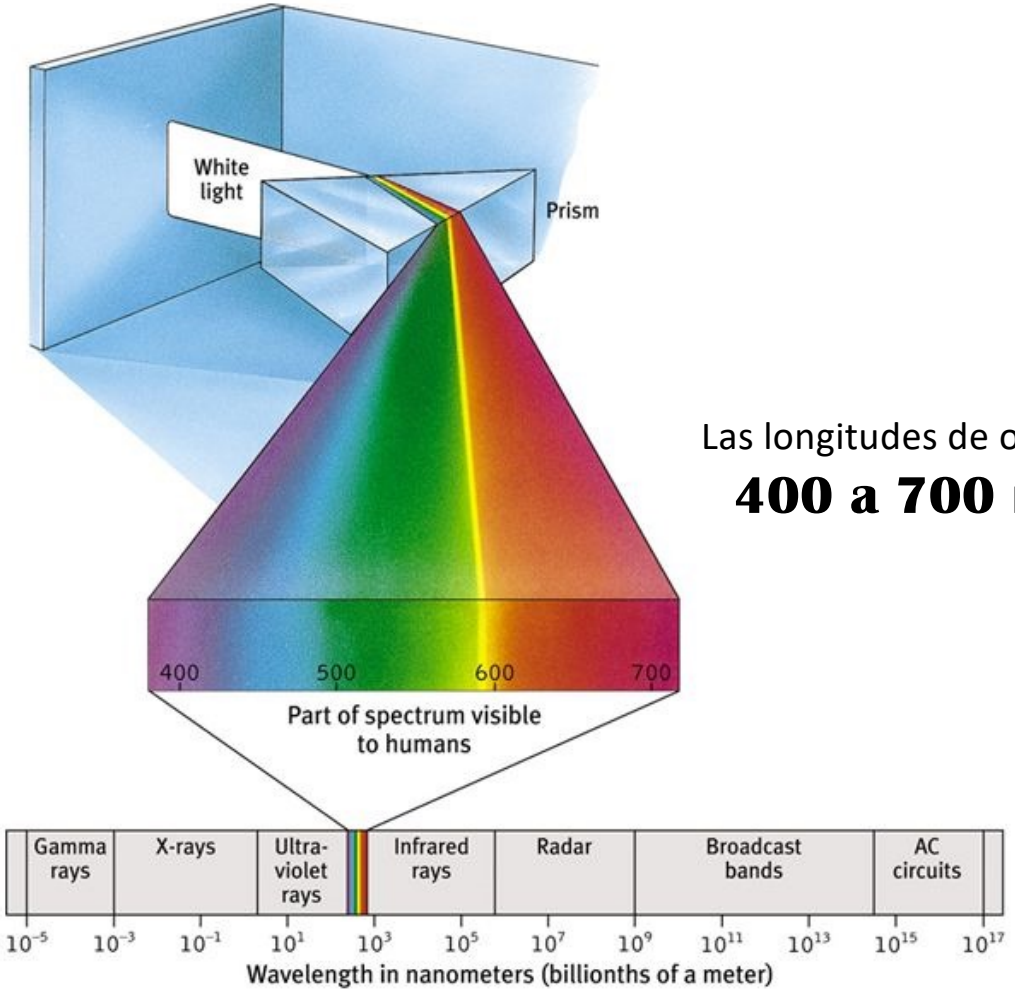


El espectro visible

- Dentro del espectro electromagnetico encontramos el espectro de luz visible.
- Se puede medir:
  - Longitud de onda
  - Frecuencia de los colores



La luz blanca es la suma de todas las longitudes de onda de los colores



Las longitudes de onda visibles: desde

400 a 700 nanómetros

NO vemos ni los rayos infrarrojos y ultravioletas

El espectro ultravioleta de radiación se extiende por debajo de los 390

El espectro infrarrojo por encima de los 760 Nm.

Recordatorio

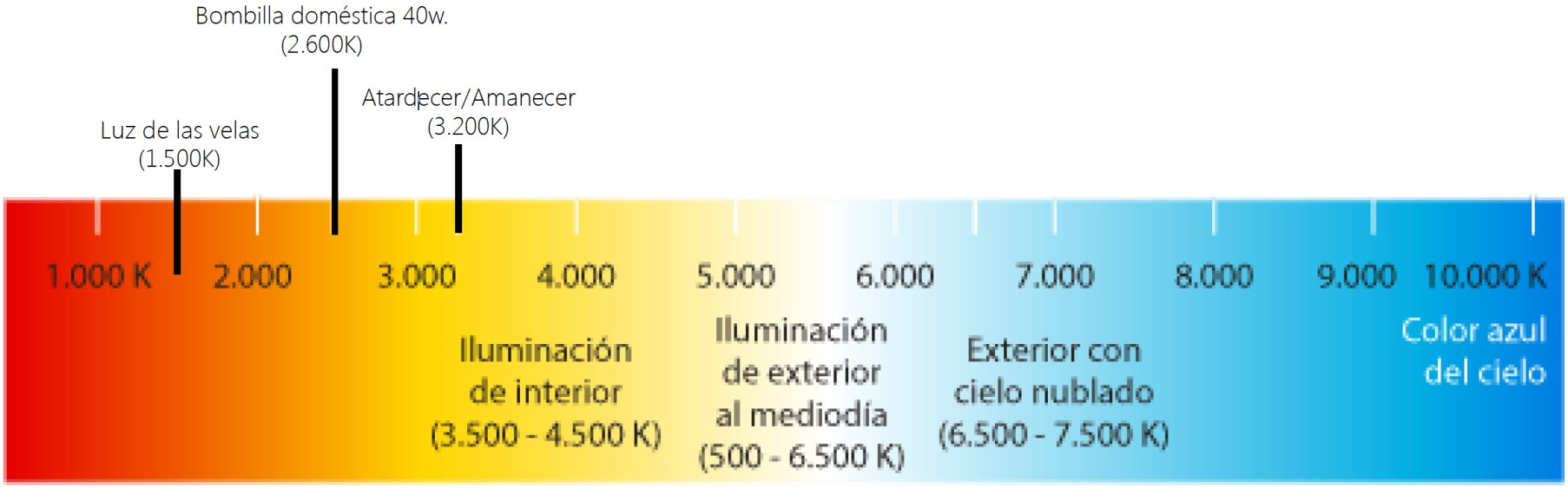
- También Podemos medir la temperature de los colores.
- Cada color tiene su propia temperatura.

Temperatura de color

- Grados Kelvin
- Tipos
  - Calidas (3200): velas, bombillas, tungsteno
  - Frías (5600)
- **Las luces más cálidas más baja es su temperatura de color**
- **Las luces más frías más alta es su temperatura de color**

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Temperatura de color



+Cálido Neutra +Frío

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Cualidades del color

- Los colores tienen las siguientes cualidades, cada una de las dimensiones aplica a un color:
  - Tono (Matiz)
  - Saturación (Intensidad)
  - Luminosidad (Brillo/Valor)

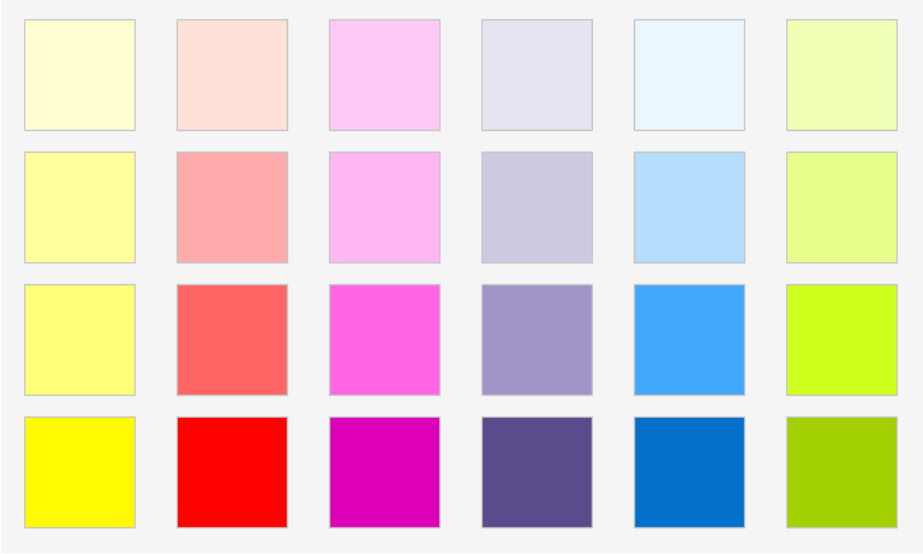
Tonalidad (Matiz)

- Gracias al tono podemos **identificar** a cada color. Es lo que permite diferencias a un color de otro.
- “Amarillo” “Verde” “Rojo”

https://www.paletacolores.com/tono/

Saturación (Intensidad)

- Es la “pureza” de un color. Cuanta más pureza más saturación. Cuanto menos pureza menos saturación.



https://www.paletacolores.com/saturacion/

Luminosidad (Brillo/Valor)

- Es el grado de claridad/oscuridad de un color
- Un color es más claro si le añadimos blanco
- Un color es más oscuro si le añadimos negro

https://www.paletacolores.com/brillo/

Clasificación tradicional de los colores

- Primarios
- Secundarios
- Terciarios

https://www.adobe.com/es/creativecloud/design/discover/secondary-colors.html#:~:text=Los%20colores%20primarios%20tradicionales%20son,magenta%2C%20amarillo%20y%20negro).

Colores primarios (colores puros)

- Son los colores básicos, aquellos que no se pueden producir al mezclar otros colores.
- Rojo, Amarillo y Azul (RYB) Se pueden reconocer en la naturaleza.
- Al mezclarse dan lugar a colores secundarios y terciarios
- *Hay clasificaciones que estiman el RGB/CMYK como colores primarios

Fuente: https://www.archipalettes.com/blog/clasificacion-de-los-colores-primarios-secundarios-terciarios#:~:text=Los%20primarios%3A%20amarillo%2C%20azul%20y,color%20primario%20%2B%20un%20color%20secundario

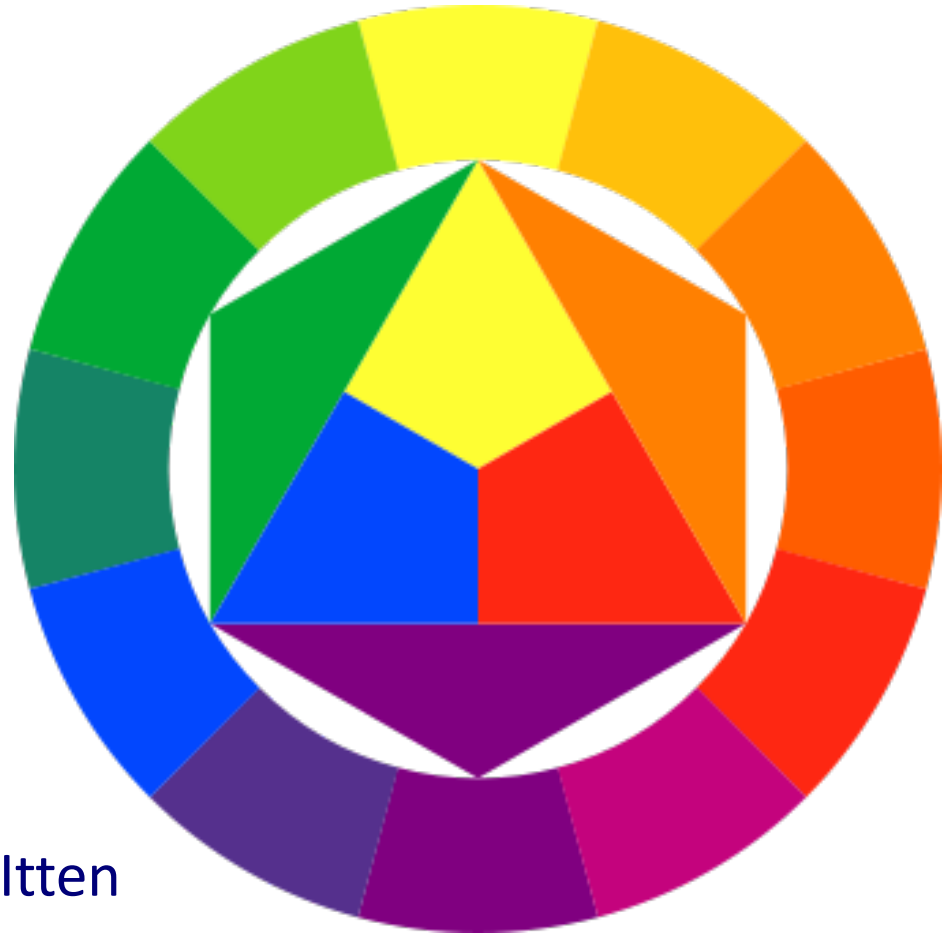
Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Colores secundarios

- Se generan al meclar los colores primarios.
  - Amarillo+azul: verde
  - Amarillo+rojo: naranja
  - Azul+rojo: violeta

Colores terciarios

- Mezcla de un color primario+un color secundario adyacente del circulo cromático.

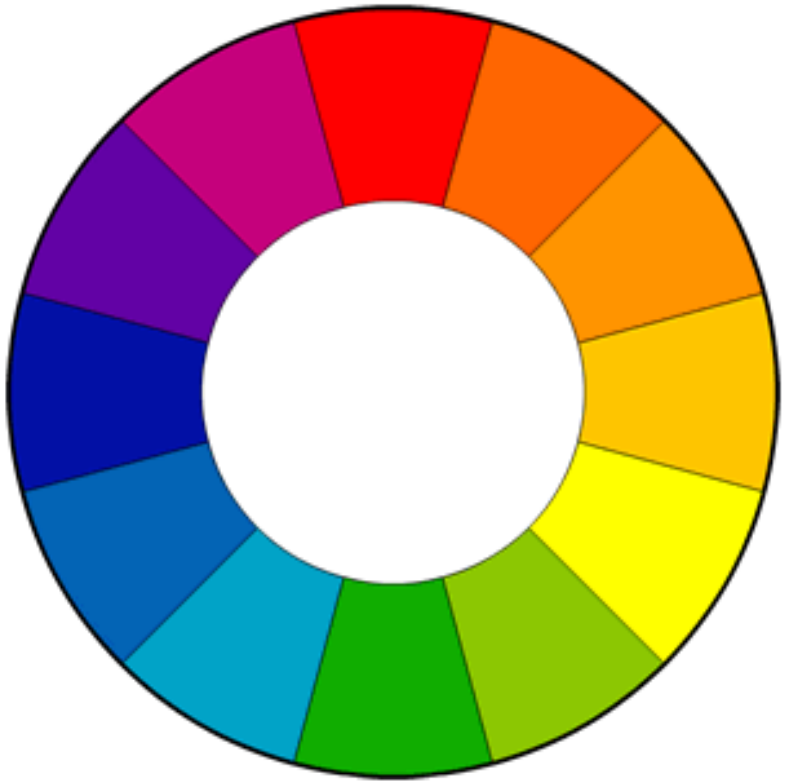


- Círculo cromático de Itten (1961)

https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Farbkreis_Itten_1961_RYB.svg

Circulos cromáticos

- Rueda de 12 colores (modelo RYB)
- Cálidos (derecha)
- Fríos (izquierda)



https://www.triangleofficial.com/5-principales-esquemas-cromaticos-color-cinematografico/

Esquemas cromáticos

Complementarios

Análogo

Triádico

Dividido complementario

Tetrádico

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Otras combinaciones

- Modos de color digital:
  - RGB: DIGITAL
  - CMYK: IMPRESIÓN

https://www.todamateria.com/colores-primarios/

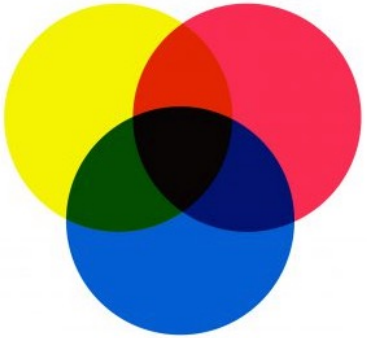
Sistemas de obtención de colores

A partir de tres colores podemos obtener toda la gama cromática

Síntesis aditiva

Añadimos

Síntesis sustractiva



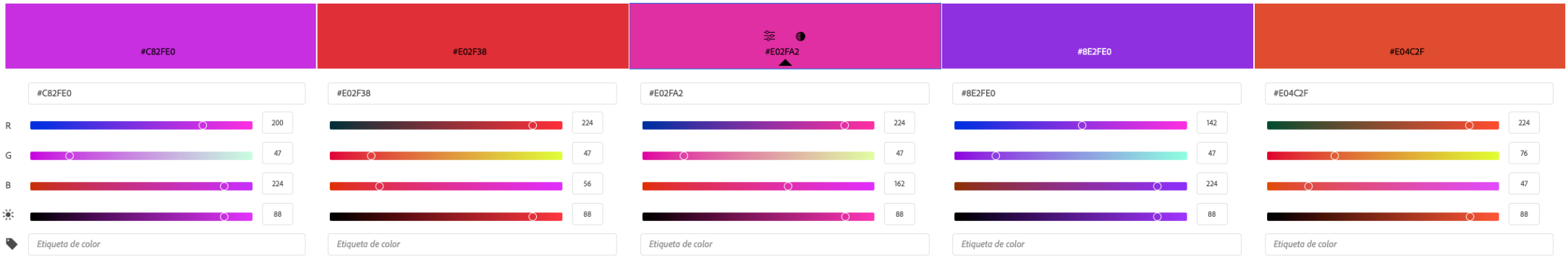
Quitamos

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Diferencia entre síntesis aditiva y síntesis sustractiva

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Códigos hexadecimales/RGB



https://color.adobe.com/es/create/color-wheel

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Clave alta/clave baja

0 Negro puro
I Negro, con leve tonalidad pero sin textura
II Negro con textura
III Gris oscuro con poca textura
IV Gris oscuro con textura: follaje oscuro, piedra oscura o sombras de paisaje
V Gris medio: piel oscura
VI Gris claro: piel caucásica; sombras sobre la nieve en paisajes soleados
VII Gris claro: piel muy clara; sombras en la nieve con iluminación lateral aguda
VIII Blanco con textura: textura de nieve
IX Blanco sin textura; nieve flagrante
X Blanco puro: luz fuentes

Ansel Adam: Escala de medición

Clave alta o High Key. Luces altas

Clave baja o Low Key. Luces bajas

https://www.fotonostra.com/fotografia/clavetonal.htm

Psicología y simbología del color

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Blanco

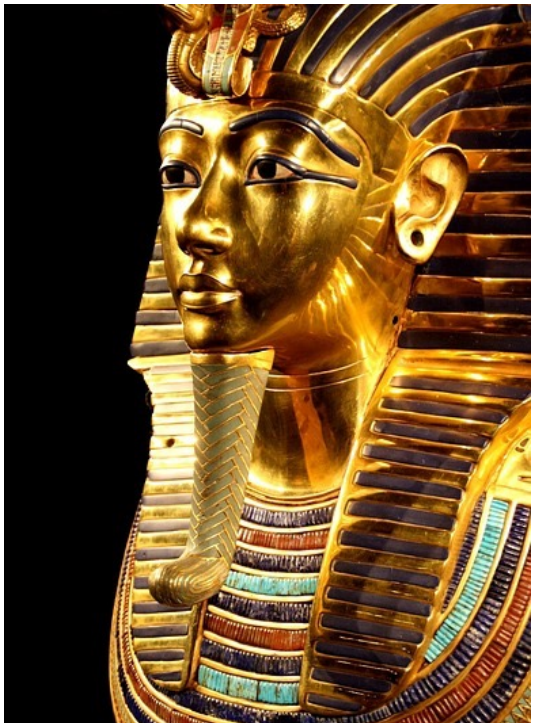
Pureza, claridad, luz, bondad, perfección, equilibrio, Inocencia, nitidez, excelencia, armonía…

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Amarillo

- Luz, energía, alegría, felicidad, inteligencia, claridad, vitalidad, fuerza, dinamismo, Felicidad, bienestar, astucia…

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es



Dorado

- Prestigio, sabiduría, claridad, calidad, reputación, conocimineto, excelencia, evidencia…

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Rojo

- Fuego, sangre, peligro, guerra, energía, fortaleza, llamas, ardor, incendio, vitalidad, riesgo, conflict, combate, batalla, dinamismo, Resistencia…

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Rosa

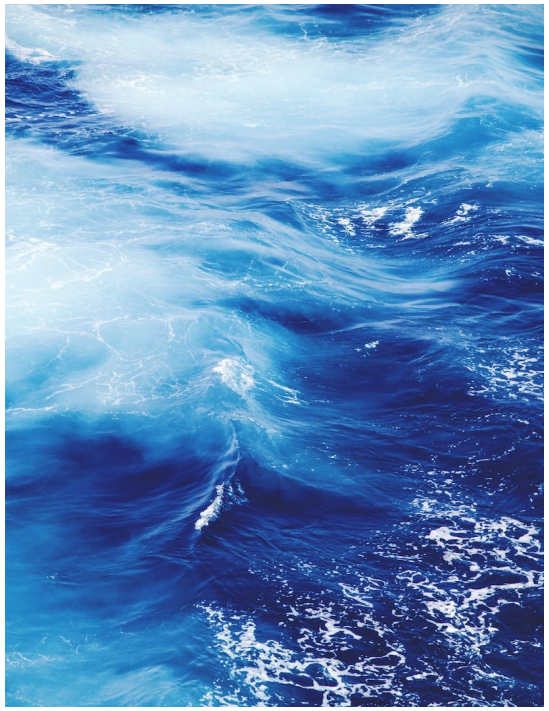
Romanticismo, amor, amistad, pasión, enamoramiento, compañerismo, afecto…

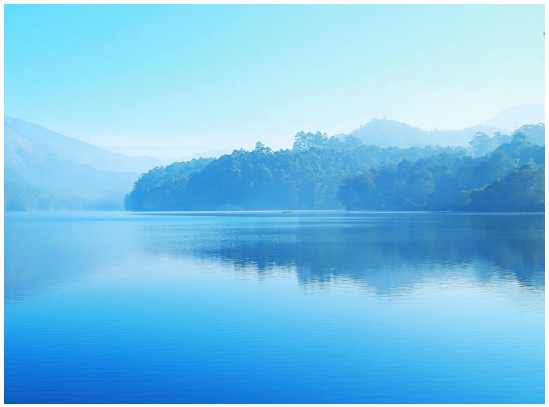
Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Naranja

Energía, Felicidad, entusiasmo, felicidad, calor, temperature, cálido

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es





Azul

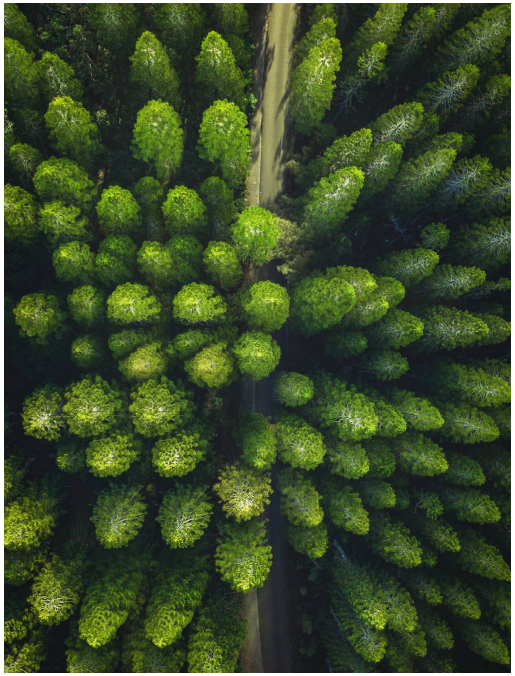
- Estabilidad, profundidad, lealtad, fe, verdad, eterno, firmeza, solidez, compromise, realidad, Certeza, autenticidad, constancia…

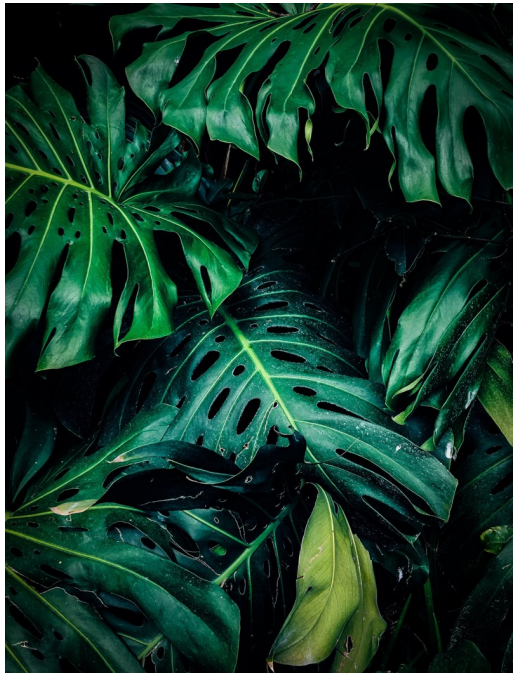
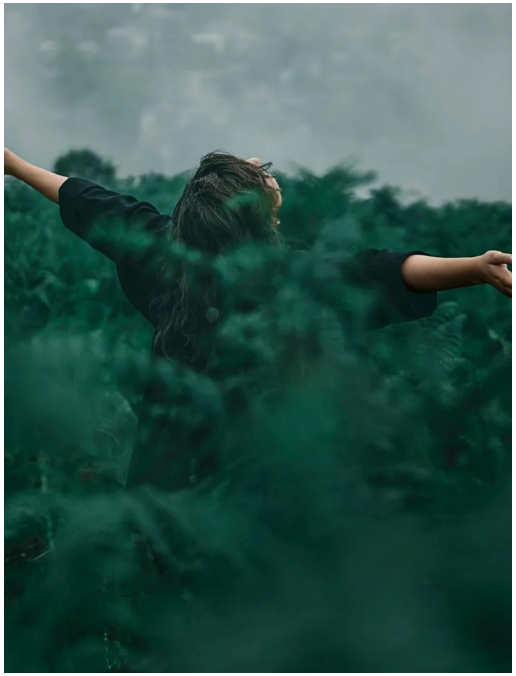
Alejandro Carbonell-Alcocer
alejandro.carbonell@urjc.es

Púrpura

Poder, nobleza, lujo, ambición, autoridad, influencia, honor, generosidad, elegancia, deseo…

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

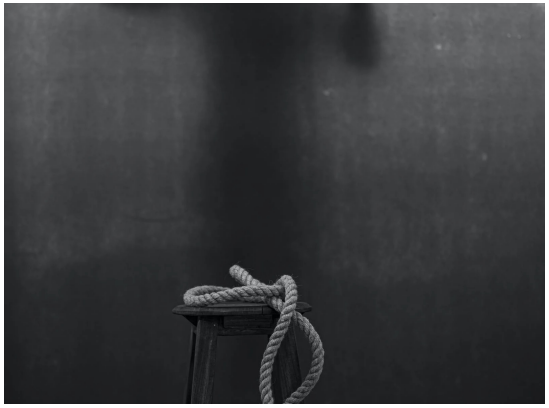


Verde

Naturaleza, frescura, fertilidad, armonía, crecimineto, vitalidad, frescor,

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es



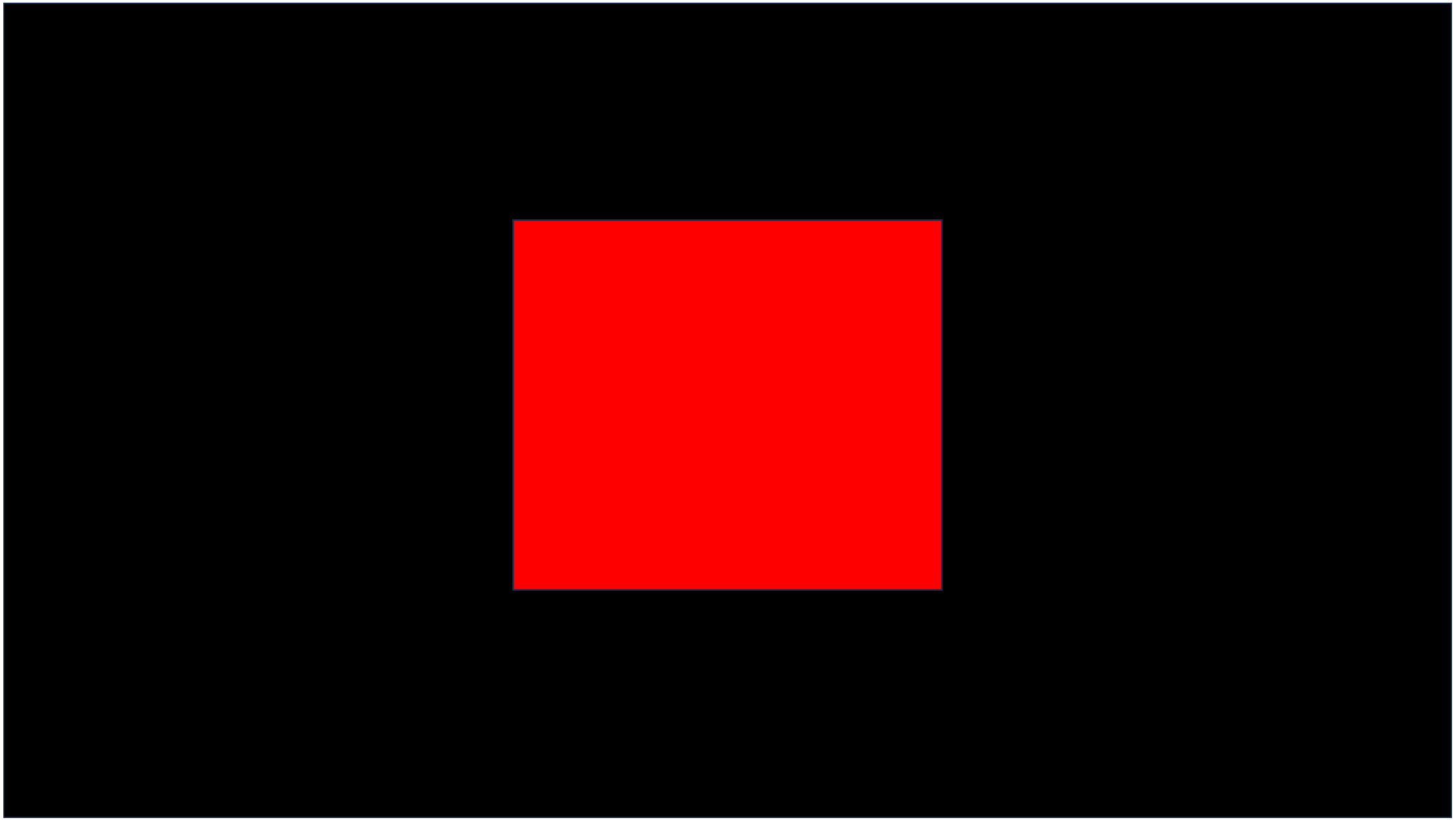
Negro

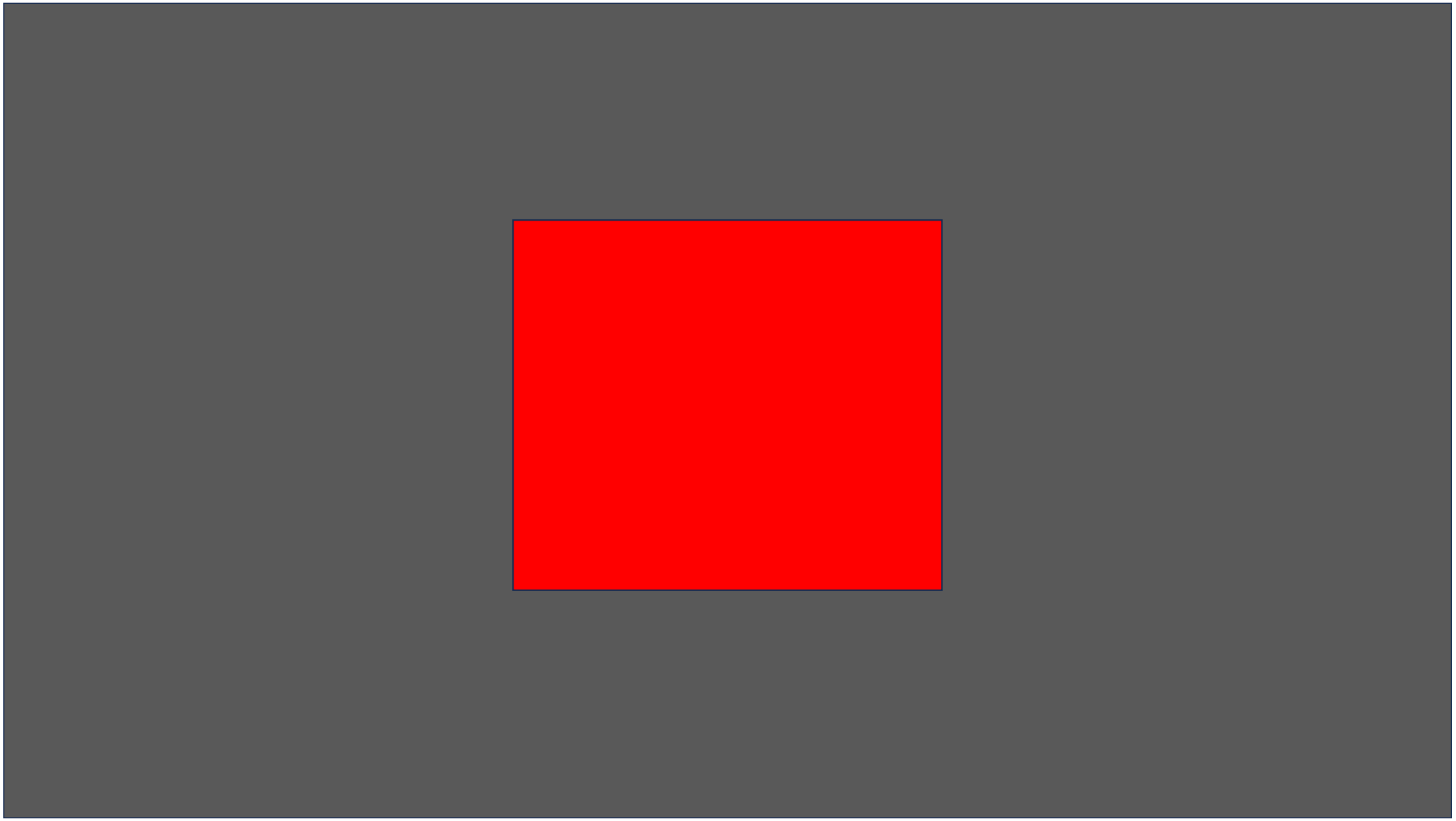
- Poder, elegancia, formalidad, Muerte, misterio, potencia, seriedad, rigidez, correción, solemnidad, fin, secreto, intriga…

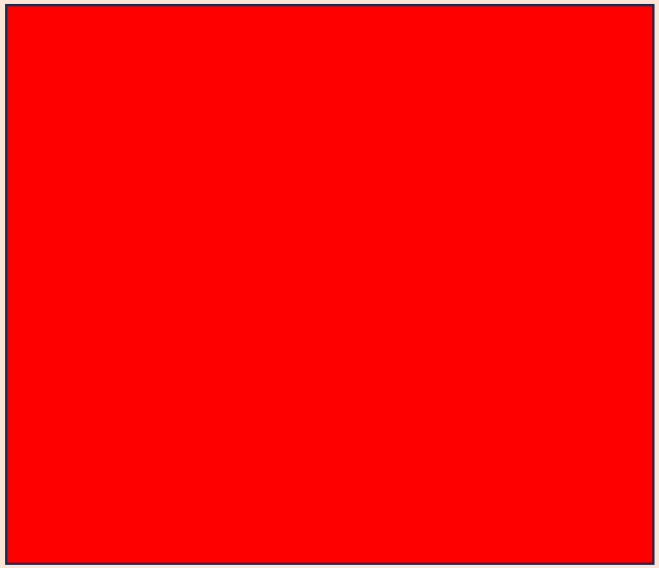
Alejandro Carbonell-Alcocer
alejandro.carbonell@urjc.es

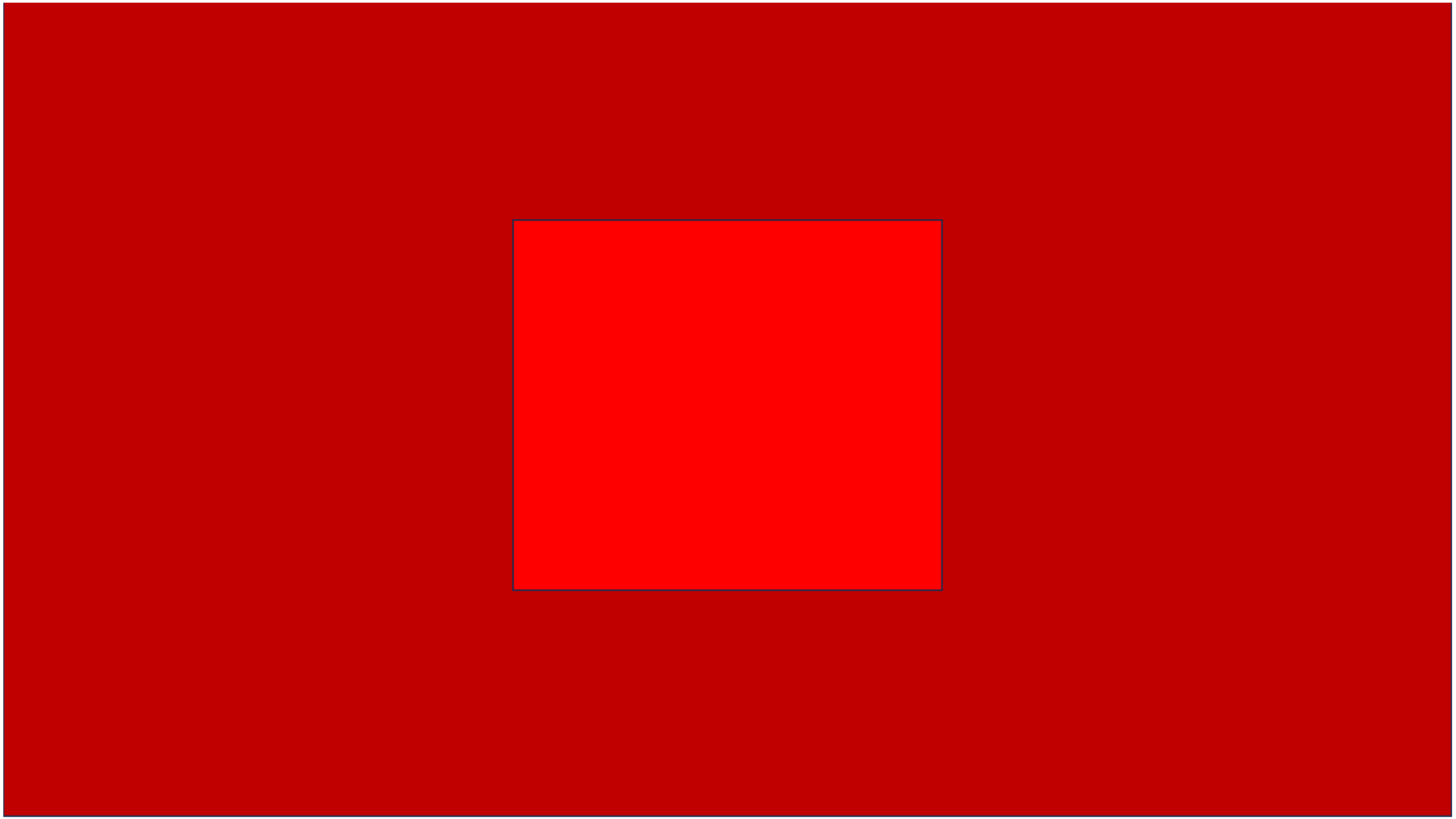
La percepción del color: sensación cromática

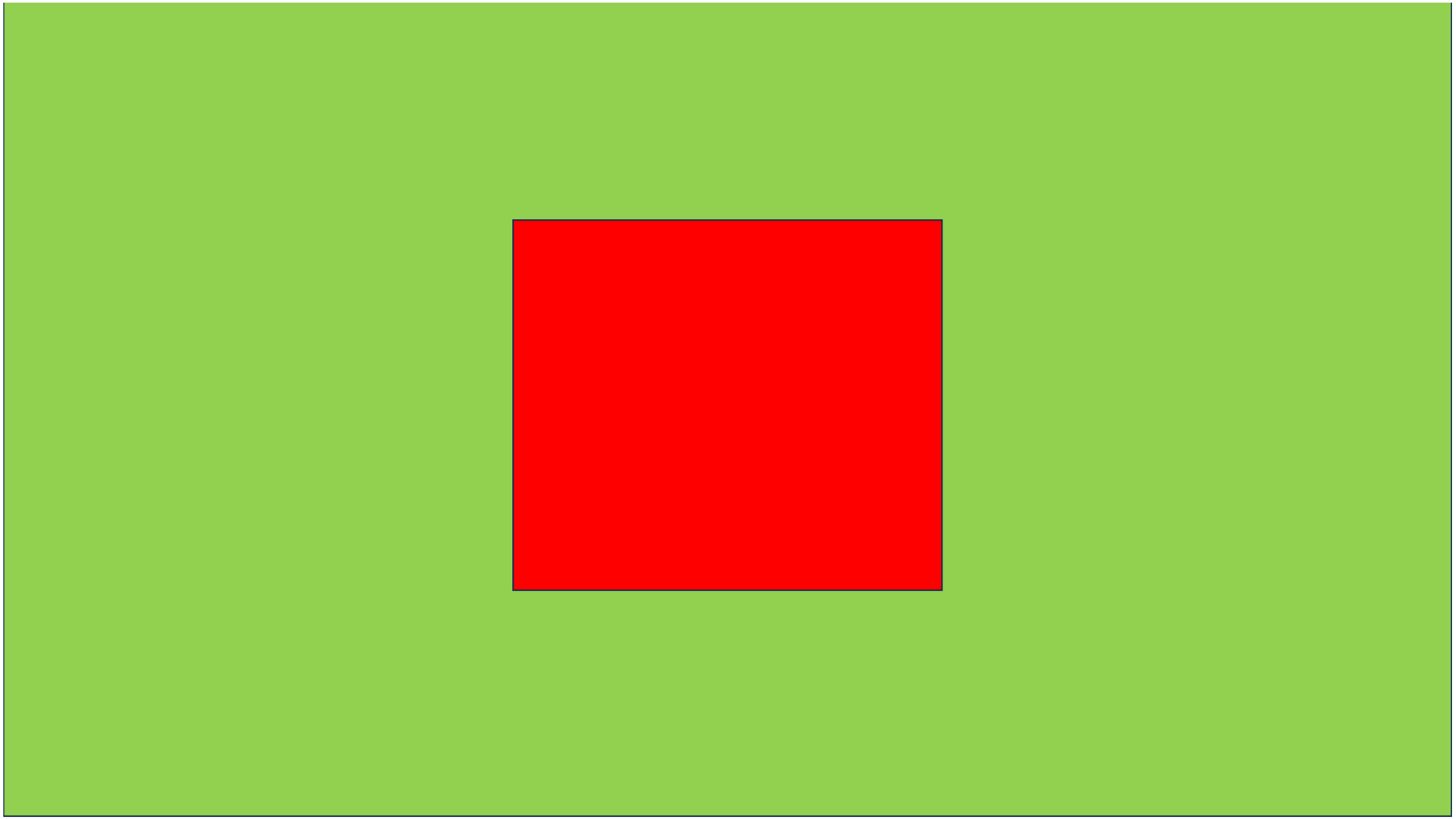
- Los colores transmiten sensaciones. En función de los colores que rodeen a un color Podemos transmitir una u otra sensación.
- Contraste simultáneo

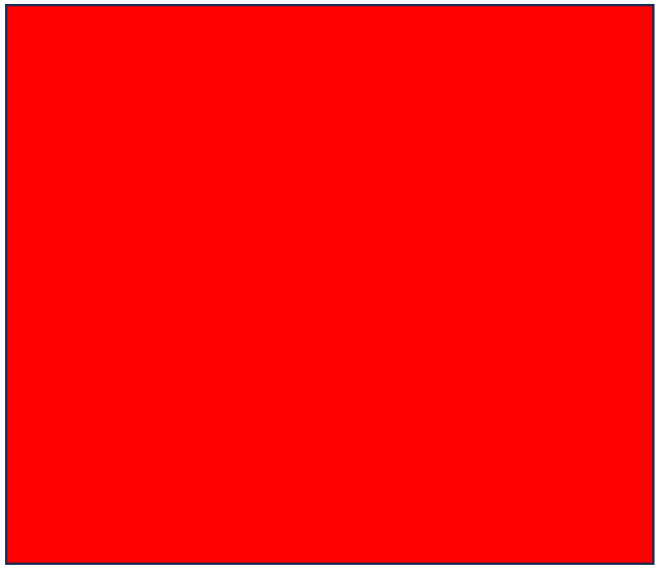


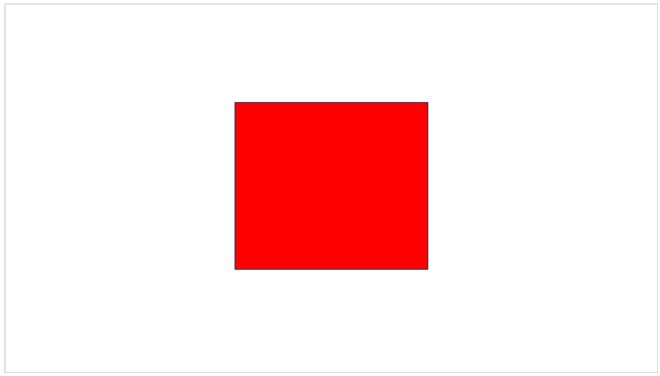
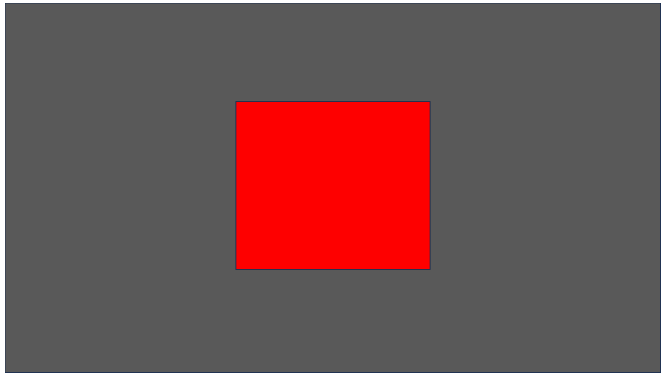
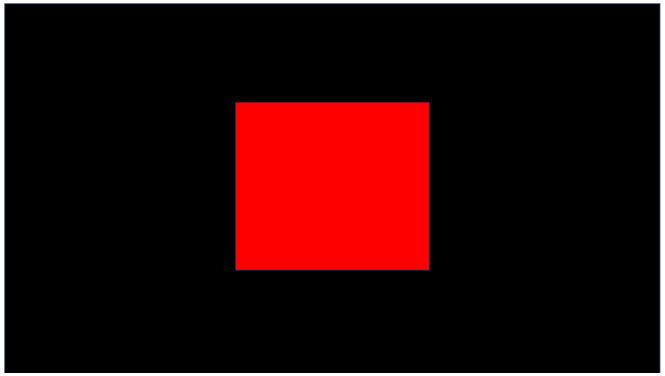
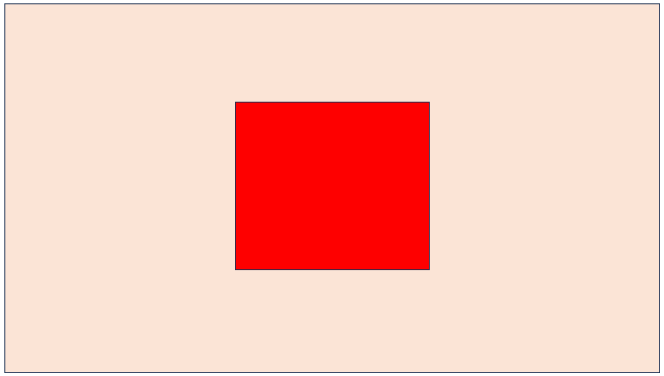
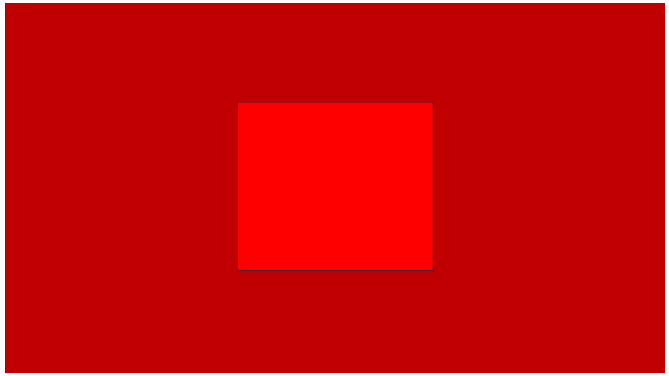
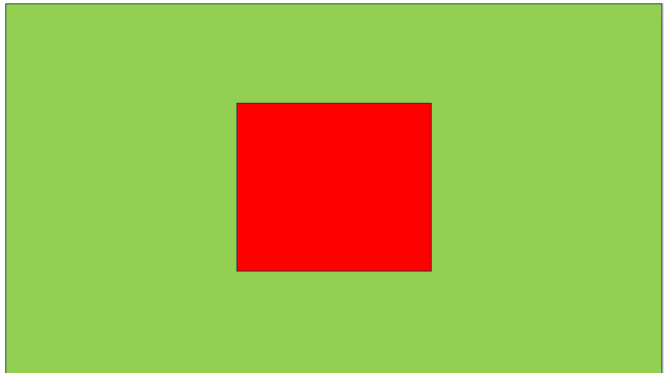




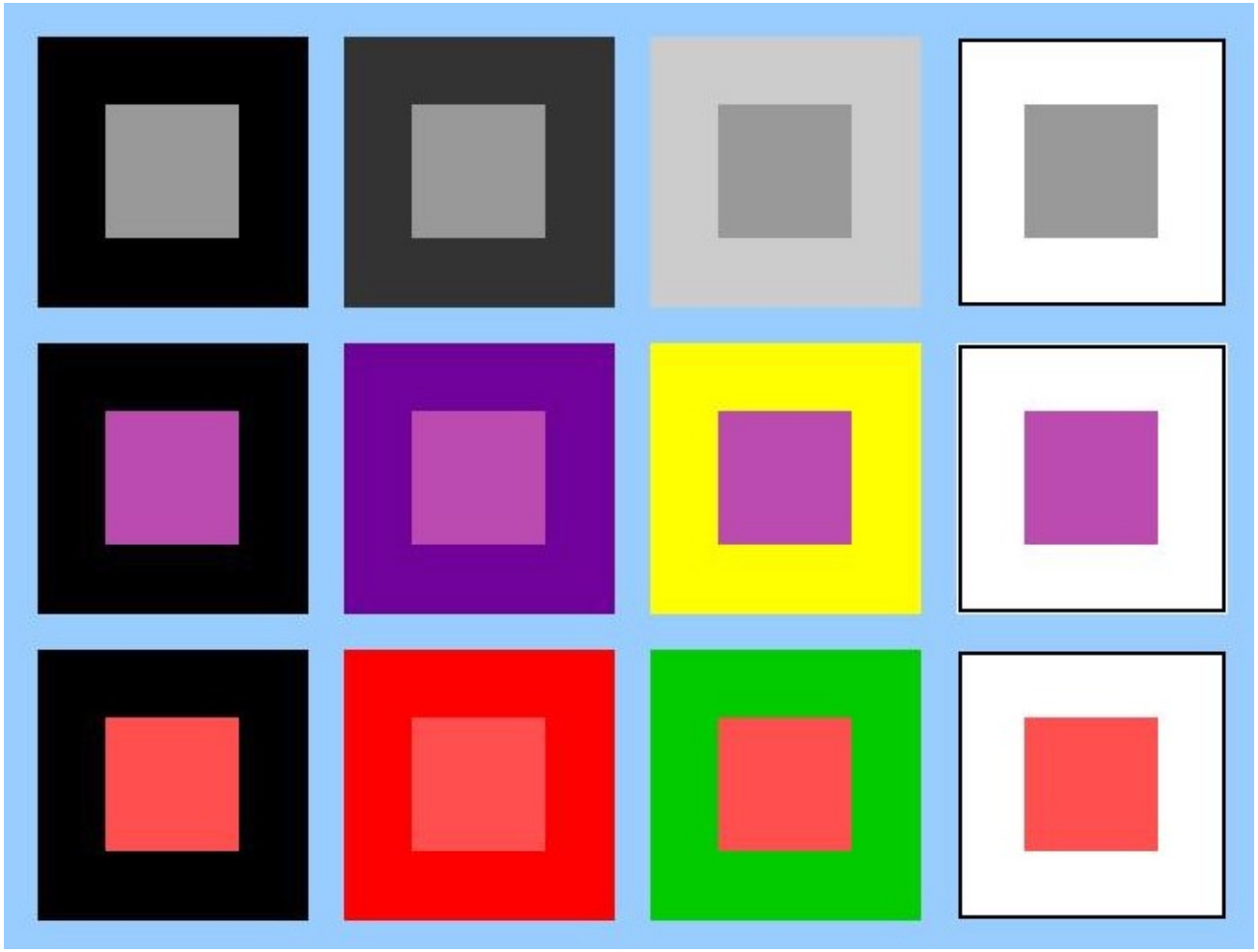






Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es



https://www.lanubeartistica.es/dibujo_artistico_1/Unidad4/DA1_U4_T2/cont2.JPG

Alejandro Carbonell-Alcocer alejandro.carbonell@urjc.es

Pantone

https://www.pantone.com/eu/es/color-of-the-year/countdown

¿Quieres saber más?

- http://disseny.recursos.uoc.edu/materials/taller-color/es/

Canva

Teoría

Tecnologías audiovisuales

Grado en Comunicación digital

PIKTOCHART
Picture the Difference

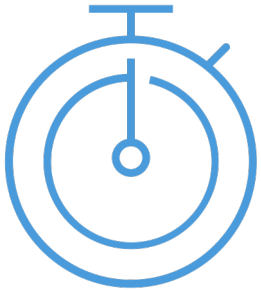
Flourish

genially

Canva.com

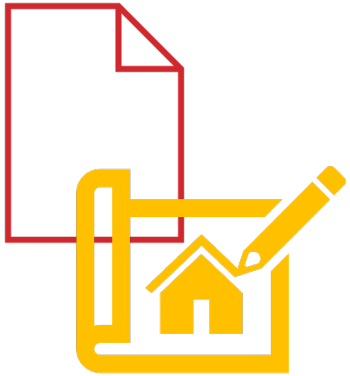
- Composiciones
- Presentaciones
- Infografías
- Videos

¿Canva? 🤔



Tiempo

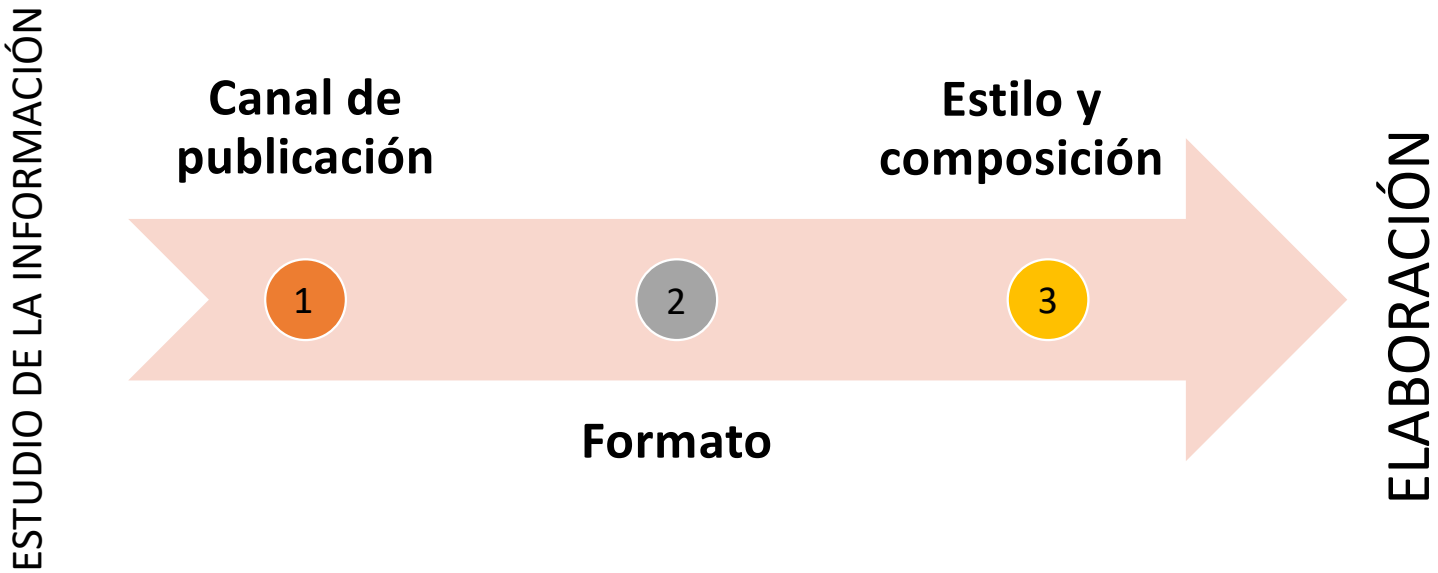
Facilidad de elaboración



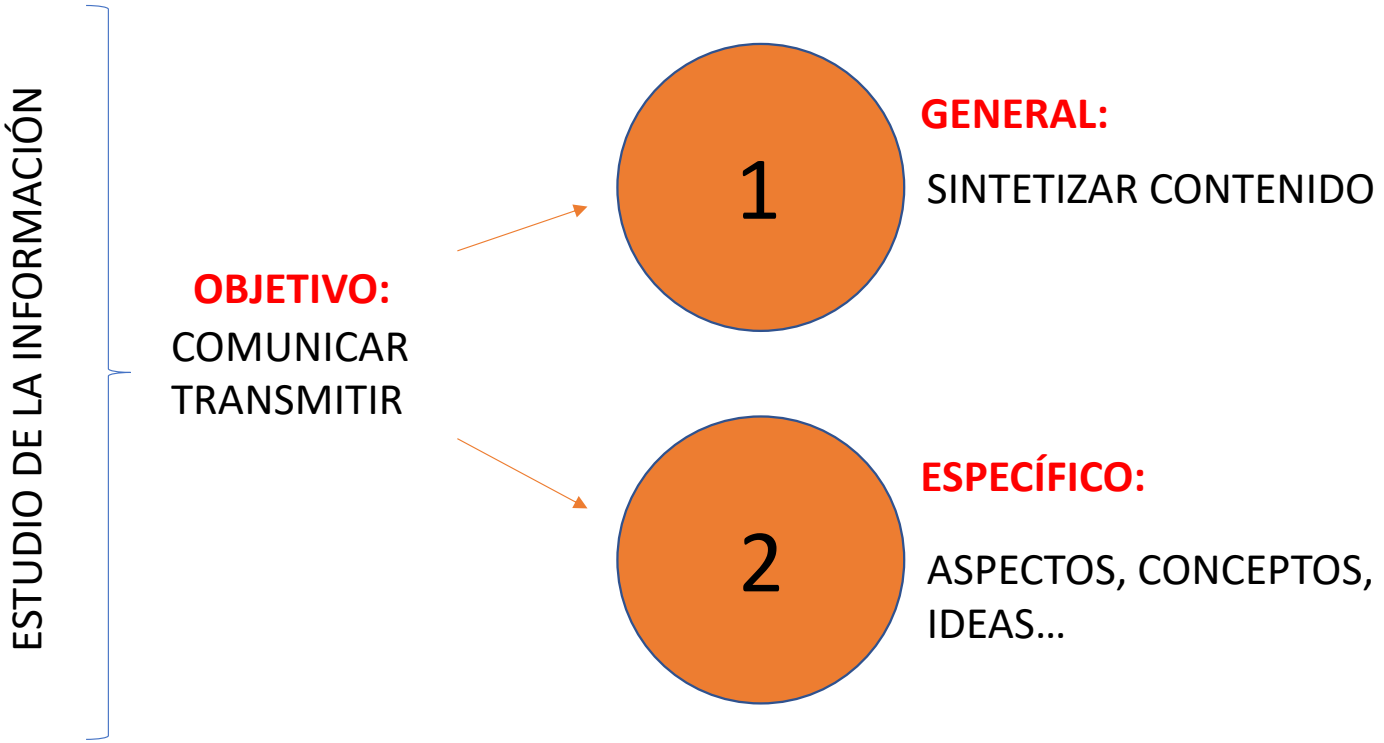
Plantillas y recursos

Formatos para RRSS

Aspectos a tener en cuenta



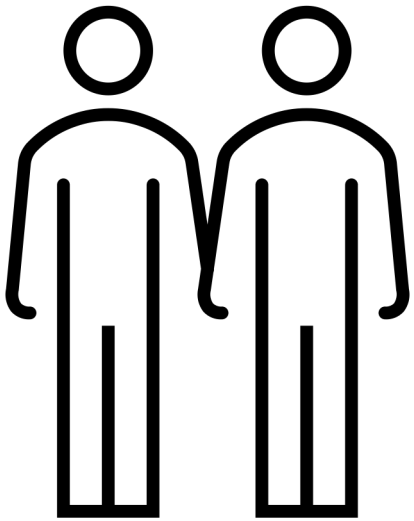
Estudio de información



Canal de publicación 🌐

- Medios
  - Sitios web
  - Blogs
- Redes Sociales
  - Instagram
  - Facebook
  - Linkedin
  - Twitter

Formato



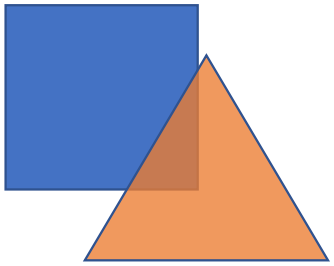
Estáticas

Dinámicas

Estilo y composición 👩🎨👨🎨

Color

Tamaño



Forma

Elementos sonoros

Transiciones

Elementos audiovisuales

Elementos visuales

Producción Propia

- Tiempo
- Dinero
- Equipos

Uso de banco de recursos

Música y Sonidos

Ejemplos🔍🔍

@MerliTV3

Twitter

@merlitv3oficial

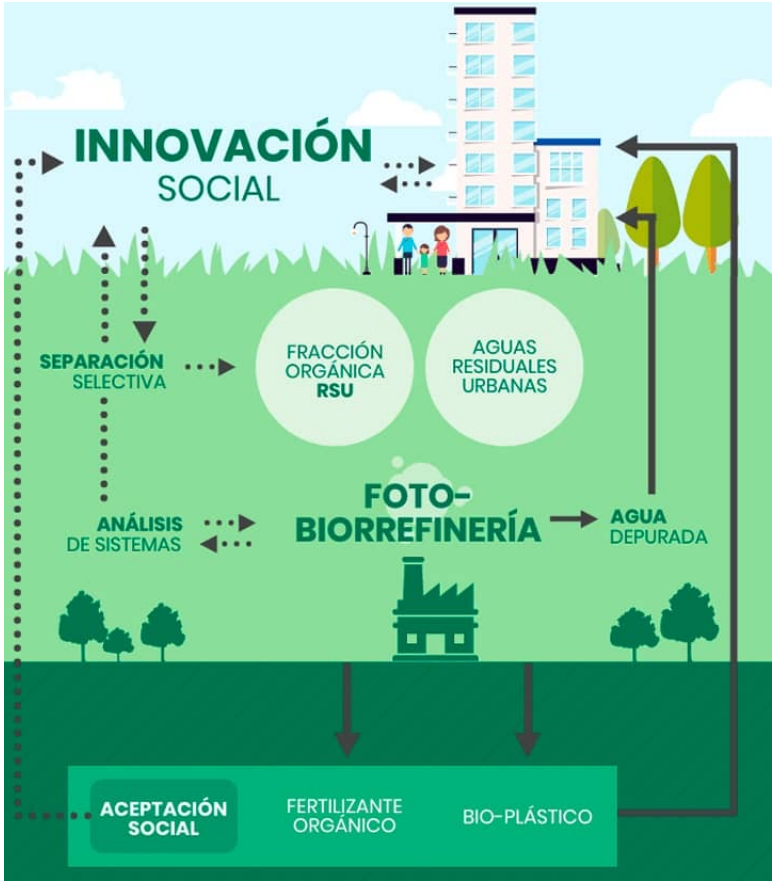
Instagram

BIORREFINERÍAS DE RESIDUOS URBANOS EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA CIRCULAR: RETOS SOCIALES Y TECNOLÓGICOS

Actualmente los ***biorresiduos*** generados en la Unión Europea (fracción orgánica de los residuos sólidos urbanos (FORSU); aguas residuales urbanas (ARU); y lodos de depuradora) se tratan mediante tecnologías destructivas y con alta demanda de energía (incineración para residuos sólidos, tratamientos biológicos de fangos activos para las aguas residuales y tecnologías de estabilización biológica para fangos de depuradora), minimizando su impacto visual a través de medidas de evacuación (vertederos) o su transformación a productos de bajo valor añadido (biogás o compost). En este contexto, es necesario desarrollar e implementar ***tecnologías innovadoras*** que sean capaces de aprovechar este tipo de residuos como materia prima para la obtención de productos de mayor valor añadido y por tanto generando importantes beneficios económicos, sociales y medioambientales. El éxito de la implementación de estas tecnologías necesitará la implicación activa de agentes públicos (ciudadanos, ayuntamientos y gobiernos) y privados (empresas de gestión de recursos hídricos y de tratamiento de residuos).

El programa científico **BIOCOM** integra tecnologías convencionales y un sistema pionero de valorización de biorresiduos basado en el concepto de **foto-biorrefinerías** con el empleo de bacterias fototróficas púrpura (PPB; microorganismos altamente versátiles) para la transformación de biorresiduos en bioproductos (bioplásticos y fertilizantes orgánicos). Además de los desafíos tecnológicos, es necesario un cambio en el comportamiento de los ciudadanos y de las autoridades locales por lo que BIOCOM pondrá en marcha nuevas **iniciativas de innovación social.** Por último, se mostrará una atención particular a los aspectos relacionados con el **análisis económico y ambiental** de la cadena de valor global de valorización de estos residuos y sus interacciones con la participación de la ciudadanía en la recogida selectiva de estos residuos, la aceptación de las tecnologías y los bioproductos por la sociedad y la incorporación en el mercado de estos nuevos productos.

Para alcanzar el objetivo global de la propuesta se dispone del potencial y capacidad científico-técnica de dos grupos de investigación de la Universidad Rey Juan Carlos (**GIQA-BIOTEC** y **CIBER-URJC**) cuyas competencias, experiencias e infraestructuras científicas resultan adecuadas y complementarias para el desarrollo del programa de actividades de I+D de la propuesta. Asimismo, cabe destacar la participación de FCC y AQUALIA como empresas asociadas al programa de actividades, lo que implica contar con la colaboración de compañías punteras posicionadas en la valorización de FORSU y ARU, así como la colaboración con diferentes grupos de investigación internacionales y otras instituciones. El objetivo final de la propuesta es reducir de forma significativa la cantidad de biorresiduos que acaban incinerados o en vertederos poniendo en valor su transformación a productos de interés comercial; así como mejorar la percepción de los ciudadanos sobre los biorresiduos para que los consideren como una materia prima de interés y la aceptación de los productos derivados a través de la implementación de iniciativas de innovación social.



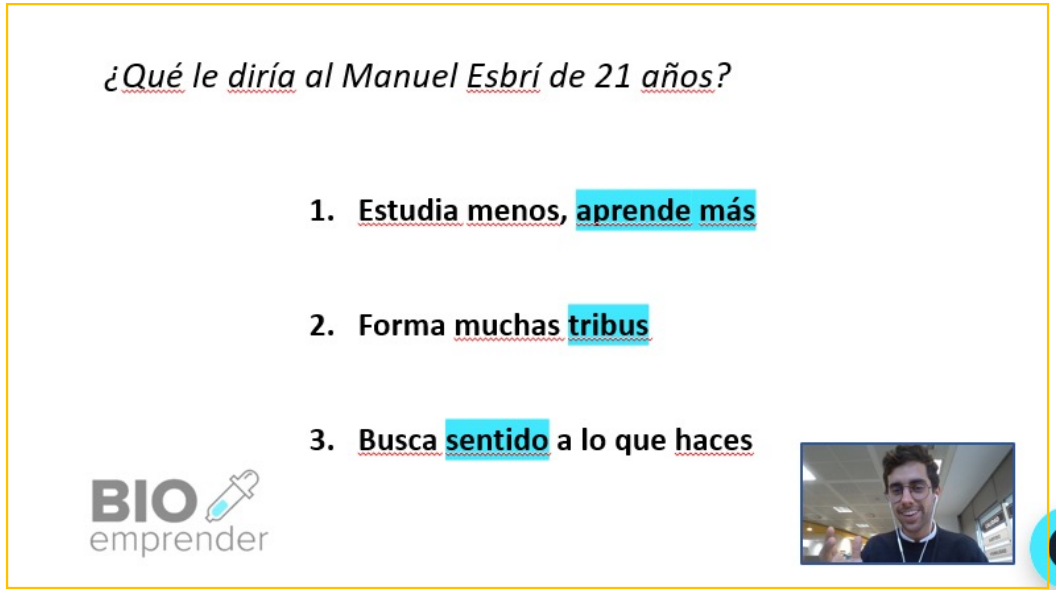
3 consejos vitales

Además, hemos compartido 3 consejos vitales que nos hubiera gustado recibir antes de graduarnos y que sirven como **herramientas para sacar la mejor versión de uno mismo**:

1. Estudia menos, aprende más. En el mundo actual la innovación es exponencial. Todo lo que hacemos hoy de una forma determinada, en un par de años puede cambiar radicalmente con la introducción de nuevas tecnologías. Fortalecer la capacidad de desaprender y aprender es fundamental.

2. Forma muchas tribus. Te animamos a viajar, a participar del programa Erasmus, a compartir tiempo con grupos divergentes, a salir de tu zona de confort. La verdad es totalmente subjetiva y supeditada a la perspectiva del que la cuenta. Cuanto más abramos la mente, mayor capacidad para la tolerancia y la creatividad.

3. Busca sentido a lo que haces. Este es quizá el consejo más importante. El objetivo es ser felices. Si no luchamos por nuestro sueño mediante el emprendimiento, lucharemos por el sueño de otra persona. Es fundamental alinear los valores de la empresa u organismo para el que trabajamos con nuestro propósito vital.



Blog bioemprender España

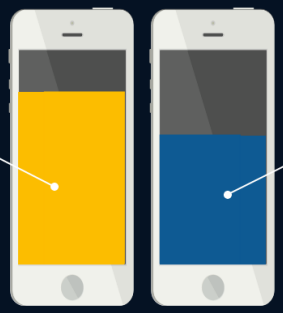
BÚSQUEDAS MEDIANTE

SMARTPHONES

Desde **2016** La mayoría de visitas que reciben los grandes buscadores proceden de móviles.

Los usuarios que navegan por Internet lo hacen mayoritariamente desde dispositivos smartphones y tablets.

8 de cada 10 españoles dispone de uno y nuestro país lidera el ranking mundial de penetración de smartphones.



Usuarios únicos con uno de estos dispositivos en el año 2017 en España.

88%

66%

Media mundial

LA CIENCIA PROGRESA

cuando goza del respaldo y el reconocimiento social.

Así está demostrado de manera palmaria en EE.UU cuando:

EN 1957

En plena Guerra Fría, las autoridades se vieron sorprendidas por el éxito soviético con el lanzamiento al espacio del satélite artificial Sputnik. De inmediato se acometió un formidable proyecto de comunicación para llevar al ánimo de la ciudadanía norteamericana la importancia de tomar la delantera en la carrera espacial. No se escatimaron recursos

EN 1958

Se creó la NASA (Administración Nacional de la Aeronáutica y el Espacio) y se provisionaron fondos ingentes para realizar campañas de divulgación y adhesión a los proyectos e investigaciones aeroespaciales.

ENTRE 1957 Y 1967

La Fundación Nacional por la Ciencia (NSF) multiplicó por diez su presupuesto destinado a la educación científica de la población.

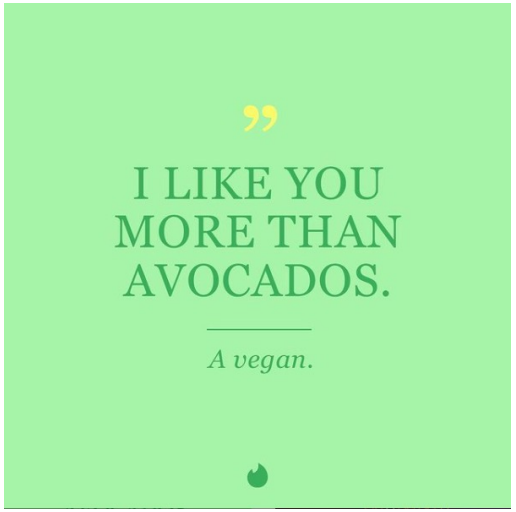
EN 1985

No satisfechos con los resultados, la Asociación Americana para el Avance de la Ciencia (AAAS) promovió el proyecto Science for all Americans, cuya finalidad era evaluar el nivel de conocimientos científicos de los ciudadanos e identificar los esfuerzos y áreas donde deberían actuar los educadores, investigadores y divulgadores para reducir la brecha en materia de ignorancia científica y promover un conocimiento científico "traducido y adaptado" a los grandes públicos.

@bioemprenderEs

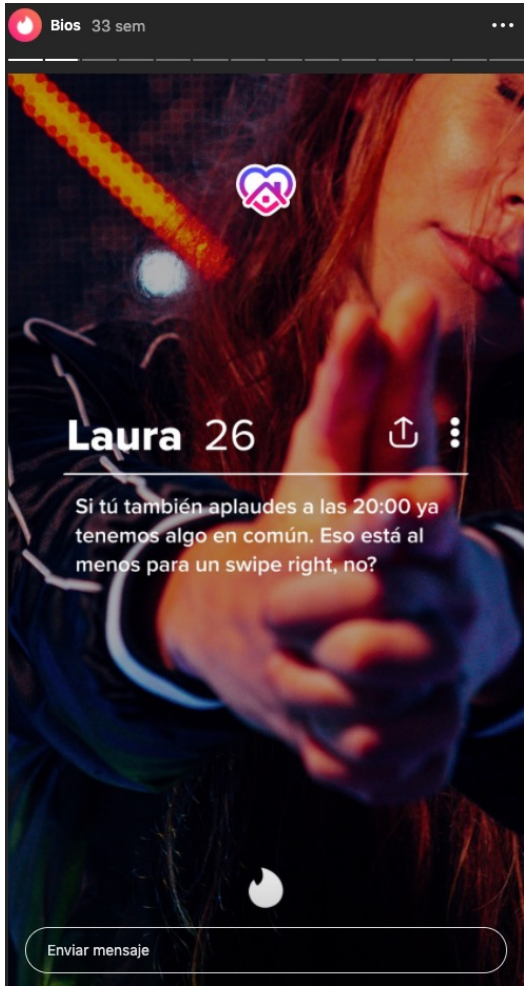
Instagram y

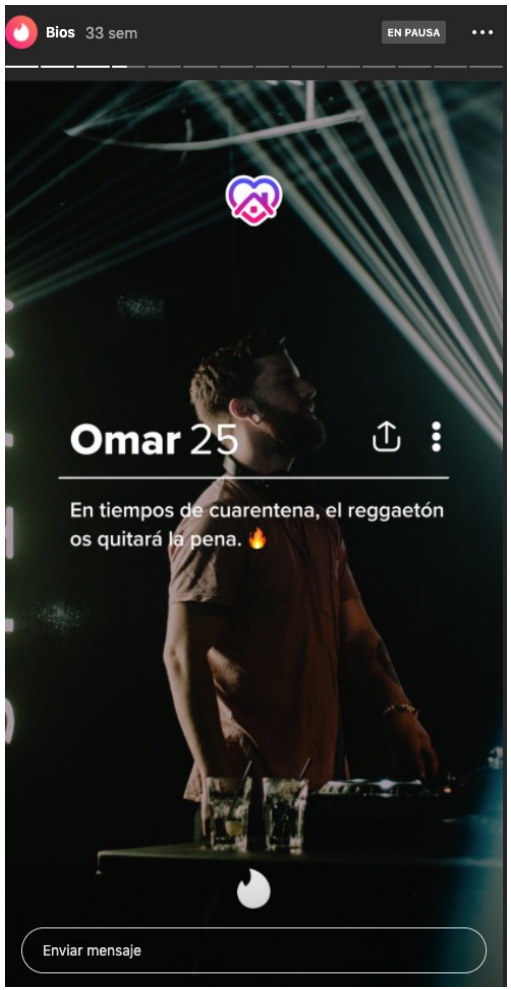
facebook



@Tinder.spain

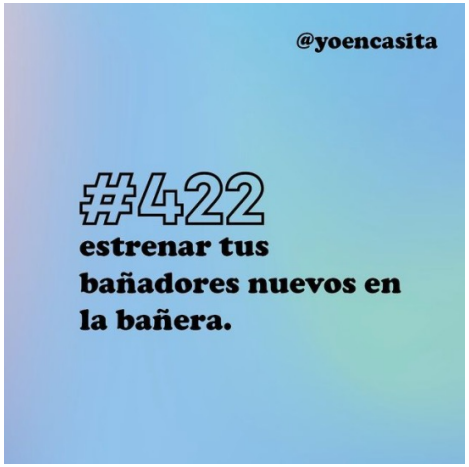
Instagram

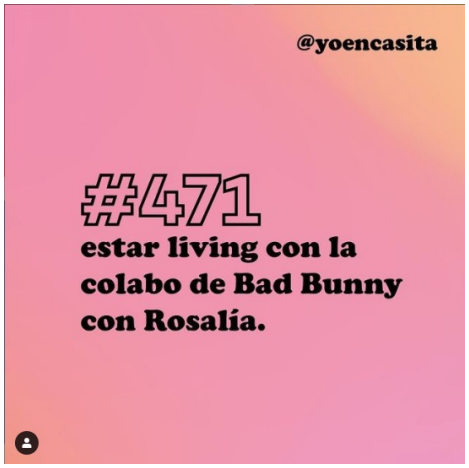


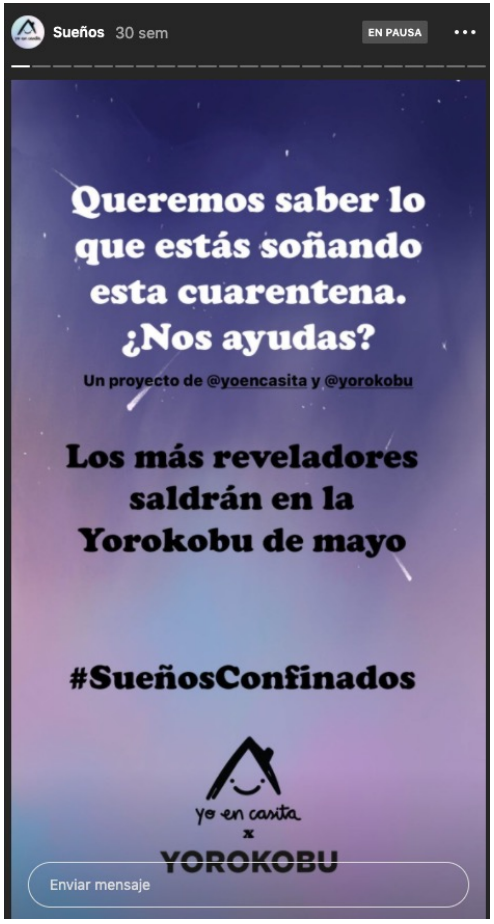


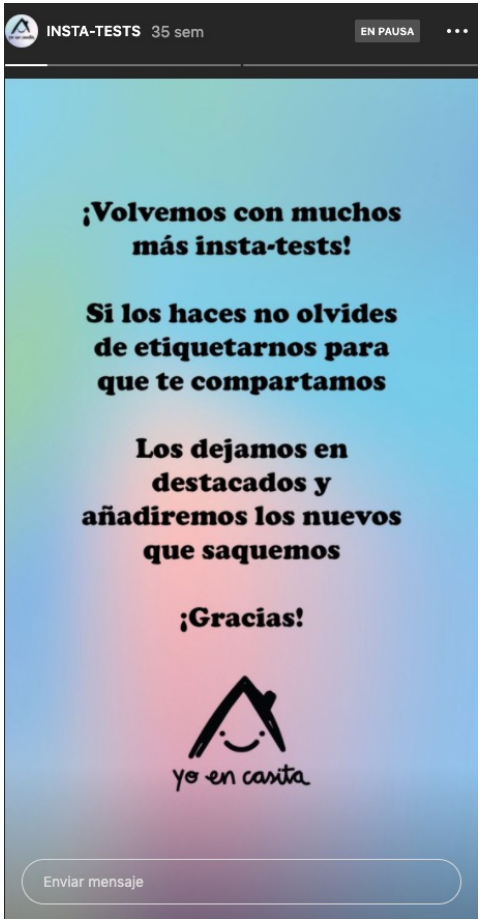
@Tinder.spain **Instagram Stories**

@Stopsidaoficial **Instagram Stories** **@Maldita.es**


@yoencasita
#422
estrenar tus bañadores nuevos en la bañera.


@yoencasita
#471
estar living con la colabo de Bad Bunny con Rosalía.


Sueños 30 sem
EN PAUSA
Queremos saber lo que estás soñando esta cuarentena. ¿Nos ayudas?
Un proyecto de @yoencasita y @yorokobu
Los más reveladores saldrán en la Yorokobu de mayo
#SueñosConfinados
yo en casita
x
YOROKOBU
Enviar mensaje


INSTA-TESTS 35 sem
EN PAUSA
¡Volvemos con muchos más insta-tests!
Si los haces no olvides de etiquetarnos para que te compartamos
Los dejamos en destacados y añadiremos los nuevos que saquemos
¡Gracias!
yo en casita
Enviar mensaje

@yoencasita

@fsdespierto

@thermomixespana

TÍRATE EN PLANCHA
WOO HOO
BEER
FLYING FREE
AMOR DE VERANO
PA TODA LA VIDA
AVADA KEDADA

@fnac_esp

¿Empezamos?

Canva.com