



ADC7  
FOTO

# ADC FOTO

Título: ADC FOTO

Alumno: Aurora Durán Costas

Tutor: Sandra Martínez Costa

Grado: Comunicación Audiovisual

Curso: 2018/2019

# TÍTULO

ADC FOTO  
ADC FOTO  
ADC FOTO

# RESUMEN

ADC FOTO es mi proyecto personal de fotografía con el que busco posicionarme en el mercado y conseguir una mayor visibilidad para difundir mejor mis proyectos.

ADC FOTO é o meu proxecto persoal de fotografía co que busco posicionarme no mercado e conseguir unha maior visibilidade para difundir mellor os meus proxectos.

ADC FOTO is my personal photography project to position myself in the market and achieve greater visibility for better dissemination of my projects.

ADC   
FOTO

[www.adcfoto.com](http://www.adcfoto.com)

## **1. Introducción**

## **2. La idea**

**2.1. Naming**

**2.2. Logotipo**

**2.3. Tarjeta de presentación**

## **3. El público objetivo**

## **4. Estrategia de comunicación**

**4.1. Medios online**

**4.2. Medios offline**

## **5. La web**

**5.1. Estructura y secciones**

**5.2. Mapa de navegación**

## **6. Conclusiones**

## **7. Anexos**

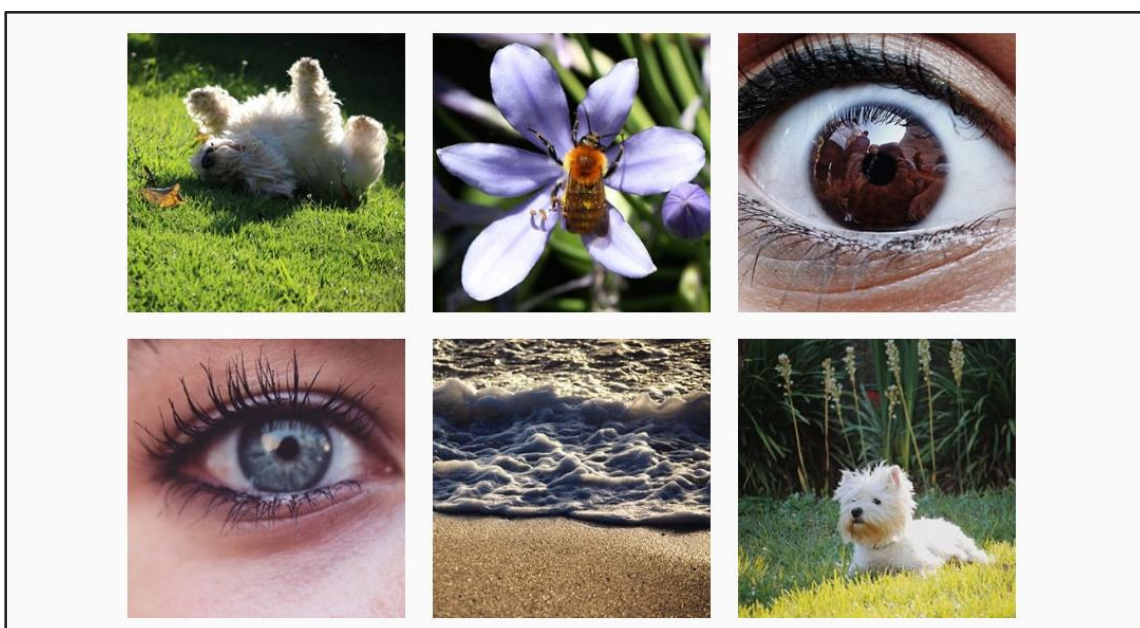
# INTRODUCCIÓN



# 1. Introducción

ADC FOTO es mi proyecto tanto personal como profesional por el cual quiero mostrar mis trabajos y darlos a conocer a un mayor número de personas.

ADC nace a finales del 2014 cuando creé el Instagram y comencé a interesarme profesionalmente por el mundo de la fotografía. Al principio comenzó como un simple medio para compartir mis trabajos pero ya en el 2017 comenzó a ser algo más serio y ser una ventana hacia el mundo laboral. Este proyecto toma ya su forma definitiva este mismo año con la introducción de vídeo aparte de la fotografía y la creación de la página web como un escaparate más profesional.



Mi TFG es una ventana al futuro: mi portfolio profesional cara el mundo laboral.

Con él quiero destacar y mostrar mi estilo personal y fresco con trabajos de calidad y a través de distintas colaboraciones con marcas para aumentar mi portfolio.

Actualmente realizo mis foto con mi cámara Canon EOS 100D con diferentes objetivos dependiendo del tipo de fotografía. También cuento con un estabilizador para realizar los vídeos.



**LA IDEA**





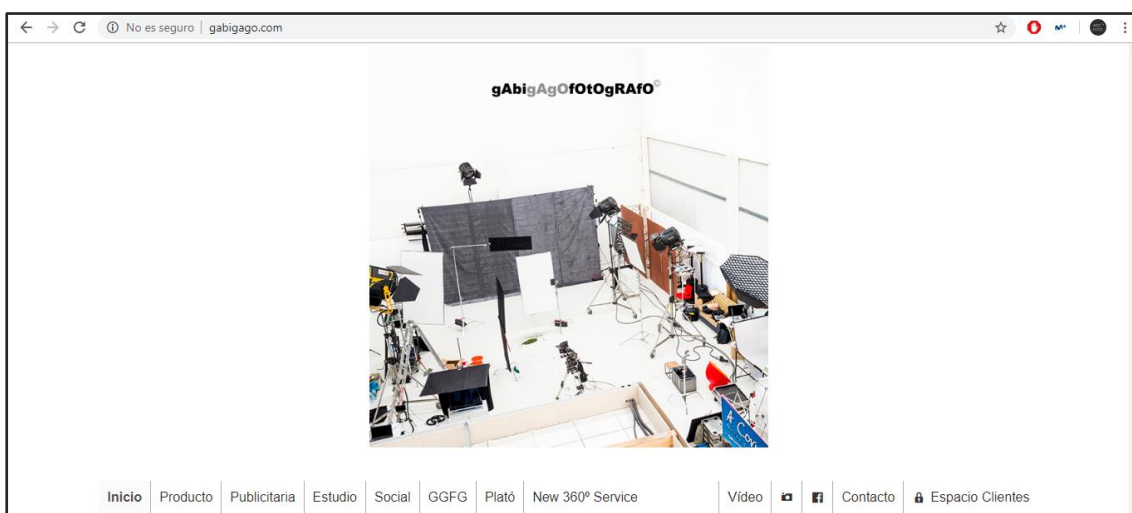
## 2. La idea.

Con este proyecto busco posicionarme como fotógrafa de eventos y de moda principalmente. Esto lo completaría con mi presencia en redes sociales y con una planificación de visibilización a futuro (participación en varios eventos, colaboraciones con modelos, marcas...)

### ESTUDIO DE MERCADO

En A Coruña hay una media de 90 estudios de fotografía y fotógrafos profesionales. Después de investigar acerca de sus especialidades, la mayoría de ellos están especializados en bodas, bautizos y comuniones.

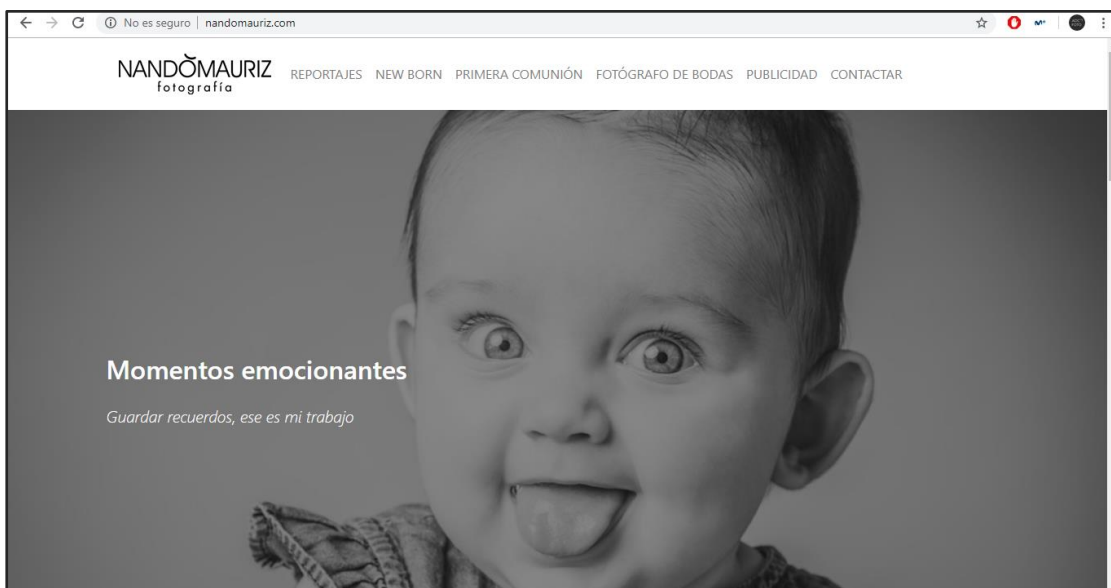
Voy a analizar 2 ejemplos más representativos.



Gabi Gago Fotógrafo es un estudio de fotografía situado en Bergondo, A Coruña. Entre sus servicios destacan la fotografía publicitaria y de moda. También realiza pequeños vídeos. Cuenta con un plató fotográfico propio en el que realiza sesiones de estudio.

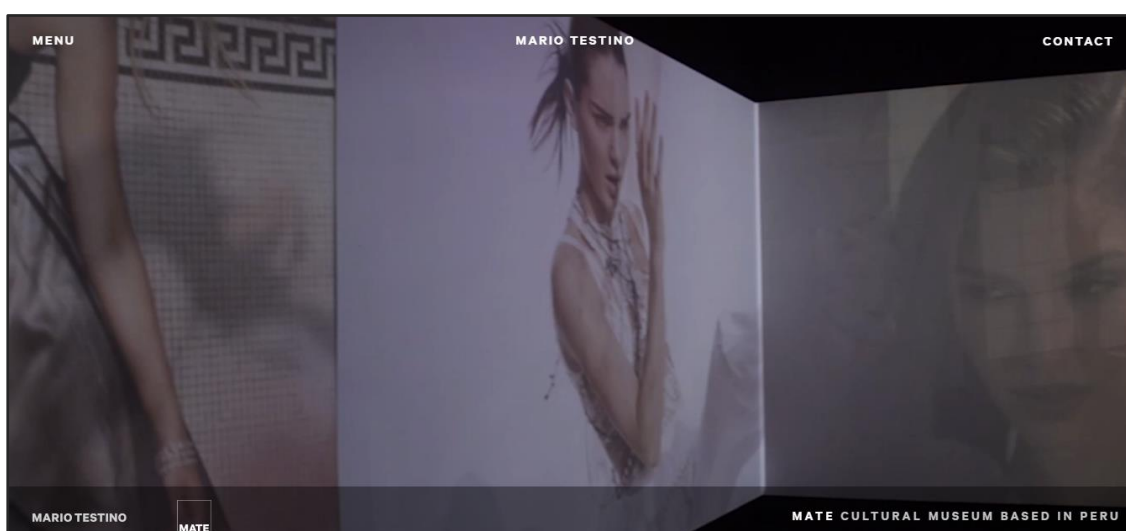
En cuanto a redes sociales está activo en Facebook e Instagram. Se ajusta bastante a mi competencia más directa.

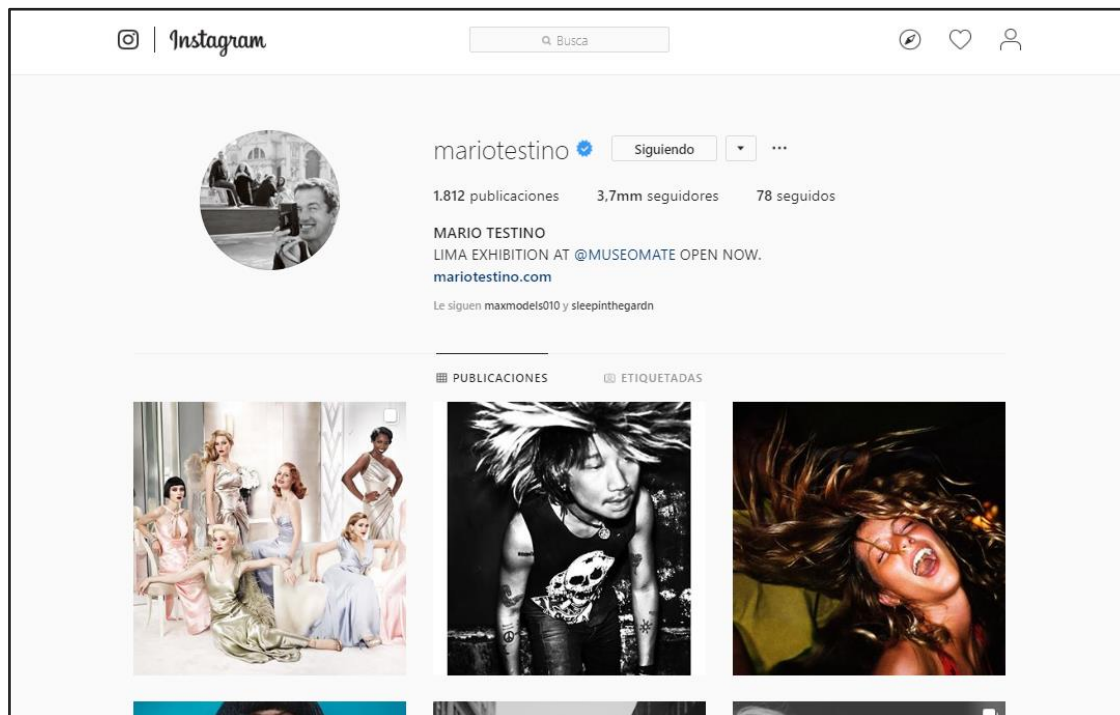




Nando Mauriz Fotografía es un estudio de fotografía situado en A Coruña ciudad. Está especializado en fotografía de recién nacidos y seguimientos infantiles aunque también se dedican a la fotografía social, publicitaria y fotografía de moda. Cuenta con perfiles en Instagram y Facebook, aunque no se pueden acceder a ellos desde su web.

También he de destacar uno de mis referentes a nivel mundial que es Mario Testino. Es un fotógrafo de moda peruano, actualmente establecido en Londres. Actualmente su trabajo es conocido de forma mundial por sus retratos a famosos y campañas publicitarias. Este fotógrafo me parece un gran ejemplo de saber evolucionar y adaptarse a las nuevas tendencias y seguir en un aprendizaje constante.





**DAFO**



## 2.1. El naming

ADC FOTO se crea a partir de mis iniciales (Aurora Durán Costas) unido con la palabra FOTO ya que es mi principal campo.

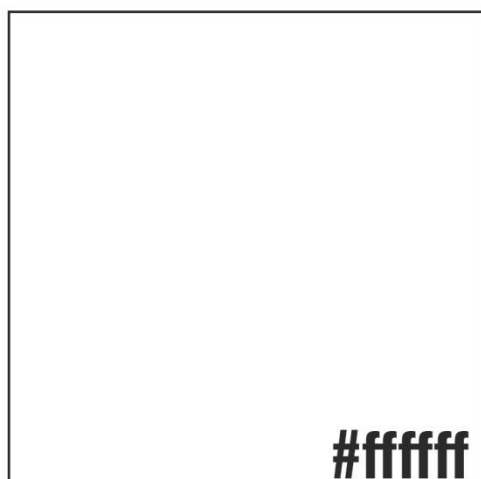
Con la palabra foto quiero mostrar a primera vista a qué me dedico y también ser más fácil de encontrar en posibles búsquedas relacionadas con el campo de trabajo en el que se centraría el estudio.

## 2.2. El logotipo



### COLORES Y TIPOGRAFÍA

Existen dos versiones del logotipo una blanca y otra gris.



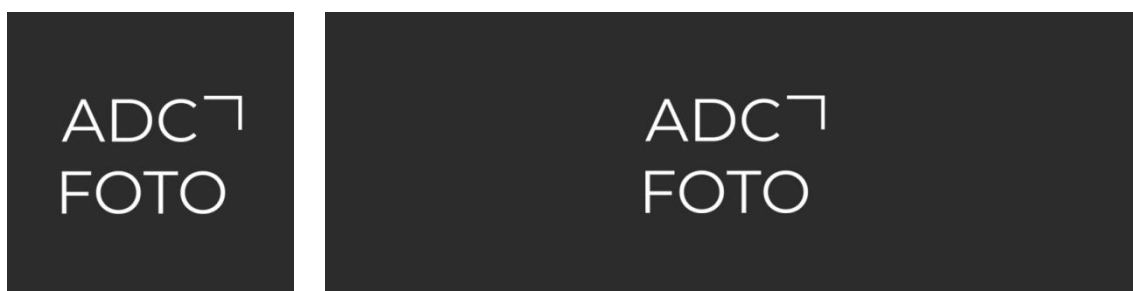
La tipografía usada es Montserrat- Regular en mayúsculas.

USOS



FORMATO REDES SOCIALES

Formato cuadrado para las fotos de perfil y un posible banner.





## 2.3. Tarjetas de presentación

Estas tarjetas servirán para entregar físicamente a posibles clientes para que conozcan la marca y si están interesados en mi trabajo puedan contactar conmigo fácilmente. También servirán para la entrega del material contratado a los posibles clientes y para realizar campañas autopromocionales.





# EL PÚBLICO OBJETIVO



### 3. El público objetivo

Mi público objetivo irá desde un simple seguidor en redes sociales hasta un posible cliente (público principal). Como la anterior descripción engloba a un número elevado de personas lo segmentaré en dos partes.

#### PÚBLICO OBJETIVO EN REDES SOCIALES

Mis posibles seguidores están comprendidos en una edad de 18 a 35 años, residentes principalmente en Galicia pero también por toda España. Son tanto mujeres como hombres de una clase social media y alta; y con una formación académica media/alta. Les gusta la fotografía, la moda, los deportes y/o el diseño. Son activos en redes sociales y les gusta estar al día de las noticias y compartir sus experiencias a través de ellas.

Los siguientes son algunos ejemplos de tipos de seguidores en redes sociales.



**MARTA (21 AÑOS)**  
Estudiante de derecho

**Adicta a Instagram, su verdadera pasión es llegar a ser modelo profesional. Sus marcas favoritas son Bershka y Pull and Bear. En verano va a festivales de música con sus amigas.**

**Tiene cuenta en Netflix y HBO. Suele escuchar música en Spotify y Youtube. Compra los libros en papel.**



**LUIS (30 AÑOS)**  
Creador de una marca de ropa en línea

Su diseñador favorito es Simon Porte Jacquemus. Sus mayores aficiones son leer, viajar y los deportes extremos

Las redes sociales que más utiliza son Instagram y Facebook. Consume libros en papel y electrónicos.



**MIGUEL (24 AÑOS)**  
Surfista profesional

Su lugar de residencia habitual es A Coruña pero viaja por todo el mundo. Dirige una escuela de surf con su hermano. Le encantan los animales, la música y hacer ejercicio. Suele ir a todos los conciertos de sus grupos favoritos. Su marca de ropa favorita es Vazva.

Es usuario de Netflix y Spotify Premium. Tiene un canal de Youtube sobre surf y sigue a todos sus ídolos en Instagram.



**NOA (33 AÑOS)**  
Directora de festivales

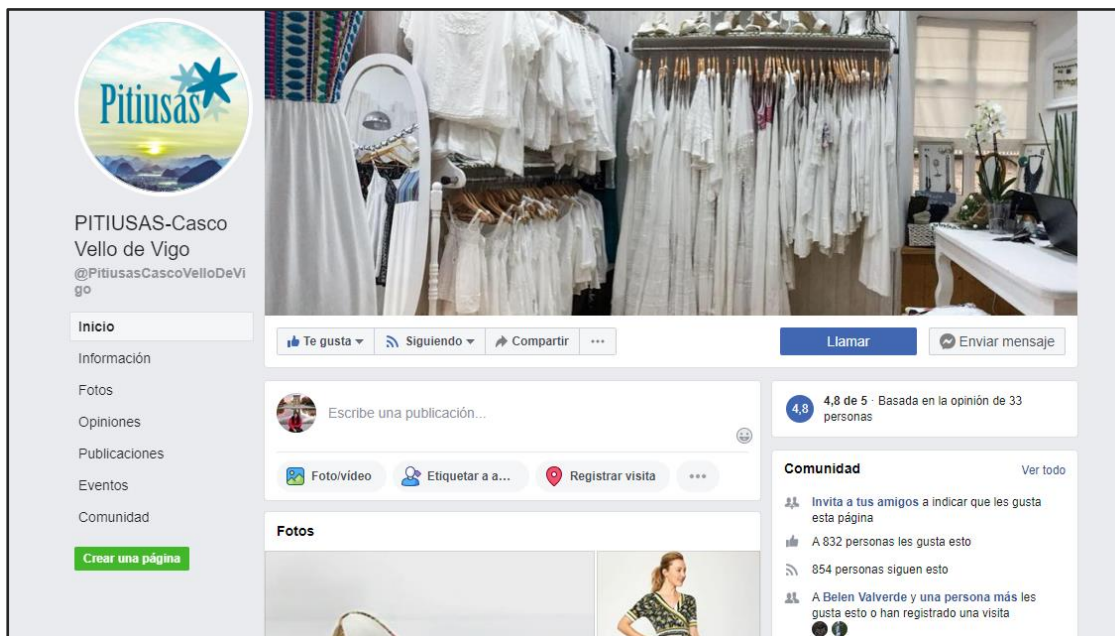
Le encanta su trabajo y salir de vinos con sus amigas. Amante del cine y la fotografía. Le encanta la moda e ir siempre a la última. Sus marcas favoritas son Zara y Gucci

Tiene cuenta en Instagram e 500px. Es usuaria de Netflix, HBO, Amazon Prime y Spotify Premium.



## PÚBLICO OBJETIVO CLIENTES

En cuanto a mis posibles clientes serán pequeñas o medianas empresas ubicadas principalmente en A Coruña o en Galicia (aunque no tengan una dirección física). Estas empresas se dedican al sector de la moda, el diseño, los deportes, festivales y eventos.



# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



## 4. Estrategia de comunicación

Para llegar a mi público objetivo usaré principalmente los medios online que completaré con los medios offline.

### 4.1 Medios online

#### REDES SOCIALES

Esta será la principal ventana y la que llegará a más público. Este público irá desde simples seguidores hasta un público más profesional.

Las principales redes sociales que voy a utilizar son Instagram (como una red accesible a todos los usuarios y una de las redes con más repercusión en la actualidad) y 500px (como la red profesional por excelencia a día de hoy).

En **Instagram** llegaré a un público más variado y amplio.

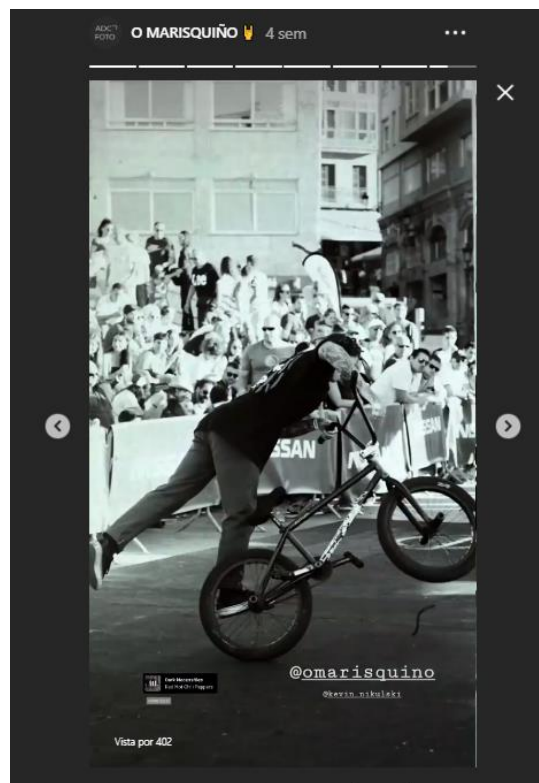
Subiré 3 fotos (de una misma serie) a la semana al *feed*. Estas publicaciones se harán al mediodía (15h) o por la noche (21h) ya que hay más personas conectadas y por tanto más posibilidades de impresiones. En cuanto al día de la semana es indiferente ya que los valores se mantienen constantes.



Para conseguir llegar a un público mayor no hay que olvidarse de las *Instagram Stories*. Usaré las historias para subir un contenido más personal que me ayudará a acercarme más a mis seguidores y mantenerme siempre activa.

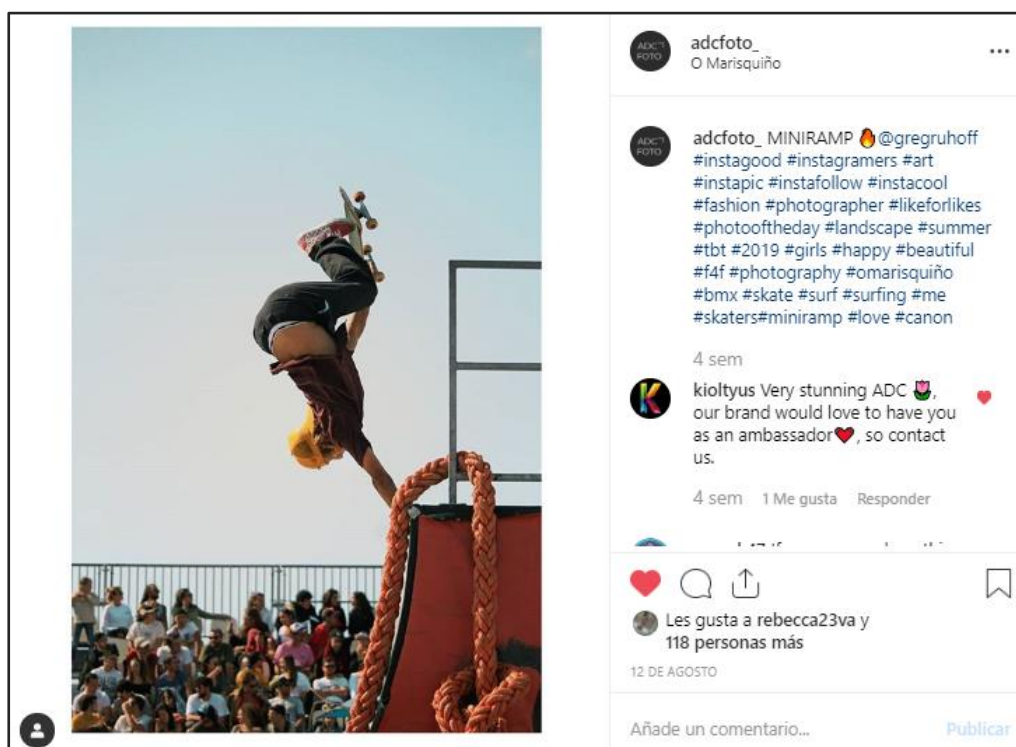
Mediante estas historias podré informar de mis nuevos proyectos y colaboraciones, subir pequeños making of trabajando o incluso dar pequeños adelantos de sesiones





Para llegar a un mayor número de personas con las fotos que suba usaré distintos hashtags según el contenido de la publicación.

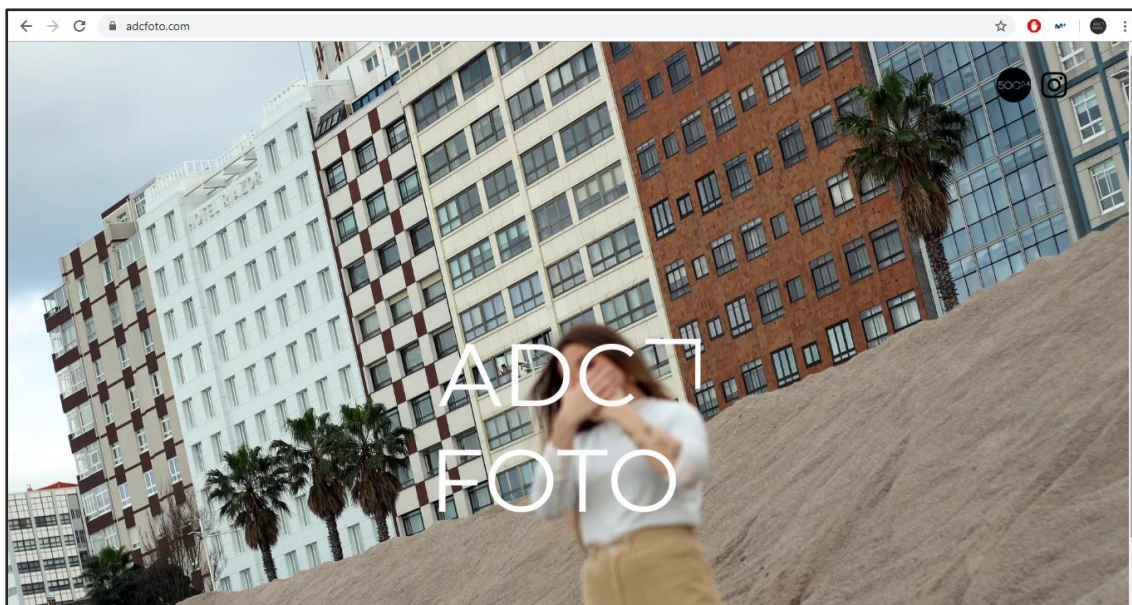
Ejemplos de hashtags: #instagood #instagramers #instacool #fashion #photographer #photooftheday #landscape #summer #tbt #2019 #dirtjump #photography #omarisquino #bmx #skate #surf #surfing #skaters #miniramp #canon



## LA WEB

Con esta ventana llegaré a un público más profesional, más interesado en la calidad de las fotografías y que quiere ver más detalladamente mi trabajo.

Se podrá acceder a la web buscando directamente en los motores de búsqueda o a través de los enlaces de las redes sociales.



La sección de fotos de la web se actualizará una vez al mes (ya que es mi punto fuerte) mientras que la sección de vídeos cada dos meses. En el próximo apartado explicaré más detalladamente cómo serán estas actualizaciones.

## 4.2. Medios offline

Mi principal medio offline será mi tarjeta de visita que servirá para que los clientes puedan contactar fácilmente conmigo y también conducirlos a los medios online.



Para hacer llegar estas tarjetas a mis clientes haré un envío a unas 50-100 empresas con las que me gustaría colaborar. Junto con la tarjeta enviaré una foto estilo polaroid que represente mi trabajo, según los servicios de esa empresa adjuntaré una foto del estilo que más les pueda interesar.

Aparte de esto siempre llevaré siempre conmigo mi tarjeta para poder repartirla en cualquier momento que sea preciso.





# LA WEB



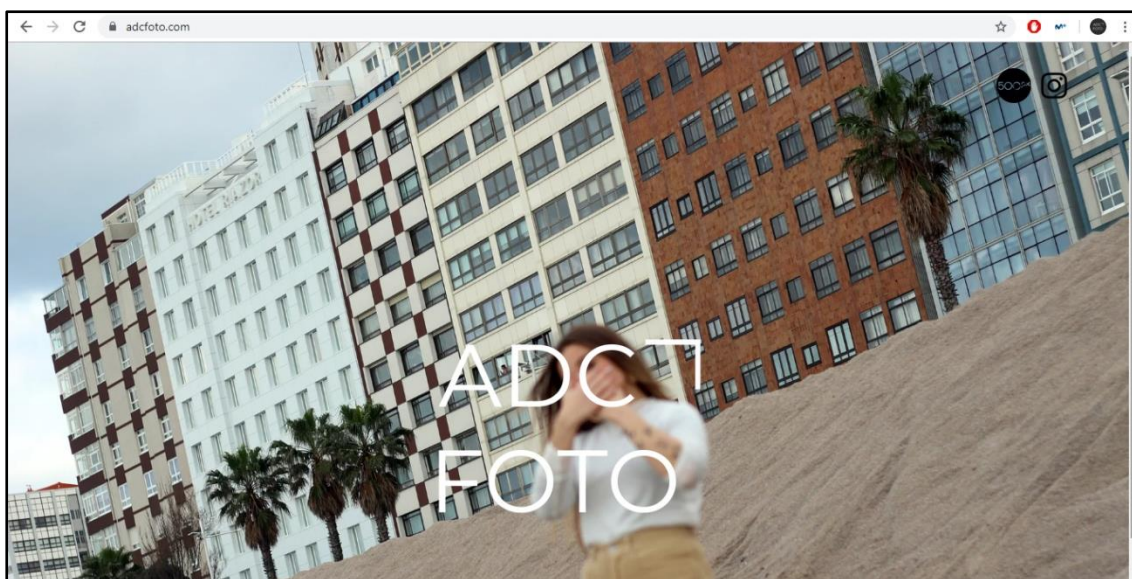
## 5. La web

<https://www.adcfoto.com/>

### 5.1. Estructura y secciones

La página web se compone de cinco apartados.

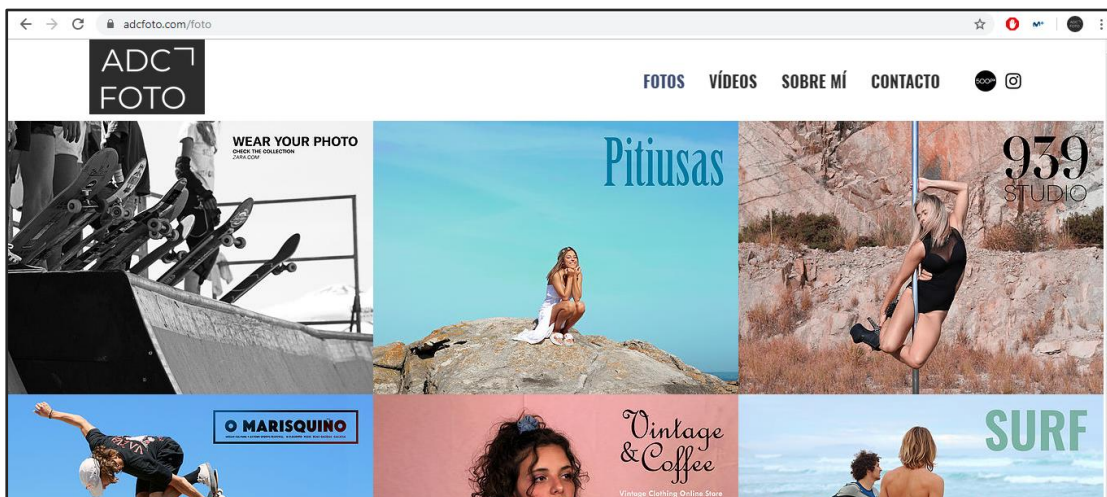
#### INICIO



En los que podemos encontrar una foto y el logotipo que te lleva directamente al apartado de fotos. La foto de inicio se actualizará una vez al mes.

En concreto esta foto fue elegida por la composición de la misma, ya que la modelo está en primer plano desenfocada quedando el fondo enfocado. Los colores arena ayudan a que el color sea agradable y uniforme a la vista.

#### FOTOS



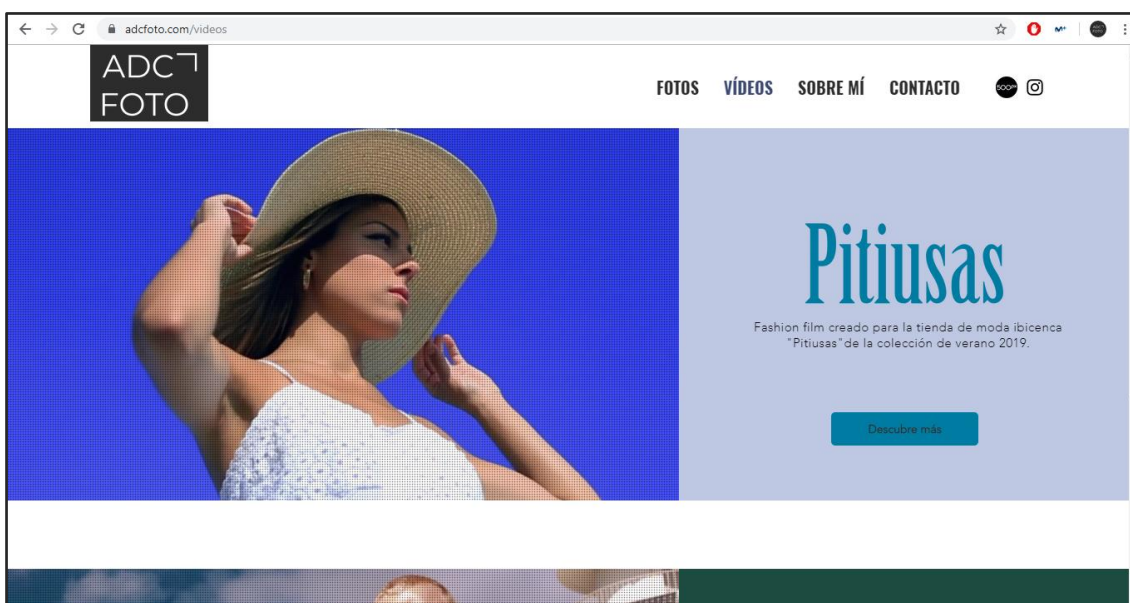


Dentro de estas secciones encontramos dos de ellas dedicadas a la moda mediante colaboraciones con dos marcas muy diferentes. La primera de ellas (Pitiusas) es una marca de moda ibicenca, por lo que busqué una estética muy cuidada en paisajes naturales y resaltar los colores vivos. A finales de octubre renovaré estas fotos con la colección de invierno. La segunda es una tienda de moda vintage (Vintage and Coffee), con estas fotos busco transmitir un estilo vintage tan presente en la moda actual. Estas fotos están realizadas en estudio sobre fondos lisos y coloridos.

Tres de estas secciones son de temática deportiva. Para la sección de O Marisquiño y surf he utilizado velocidades de obturación muy altas para captar el instante preciso de la acción. La sección de 939 Studio es una mezcla de deporte combinado con la moda. Para esta sesión busqué un contraste entre el escenario y la modelo para que destacaran ambos y que formaran un todo.

Por último la sección de Zara Wear Your Photo en la que muestro la foto ganadora del concurso y la impresión de ella en las camisetas de la marca.

## VIDEOS



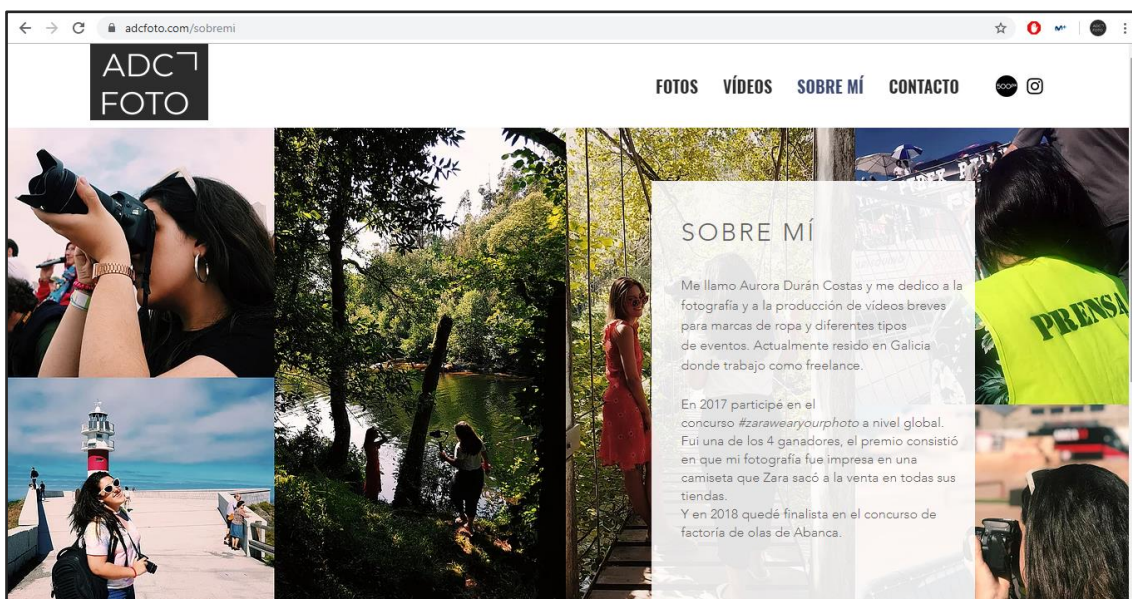
Este apartado contiene los vídeos con una breve descripción de los mismos. Actualizaré esta sección cada dos meses.

El fashion film de Pitiusas sigue la estética de las fotografías, se buscan los espacios naturales resaltando los colores vivos.

El making of de Matria es un reflejo del rodaje del videoclip en paisajes gallegos. Con este vídeo se busca mostrar cómo trabaja la banda y como se ha rodado su videoclip.

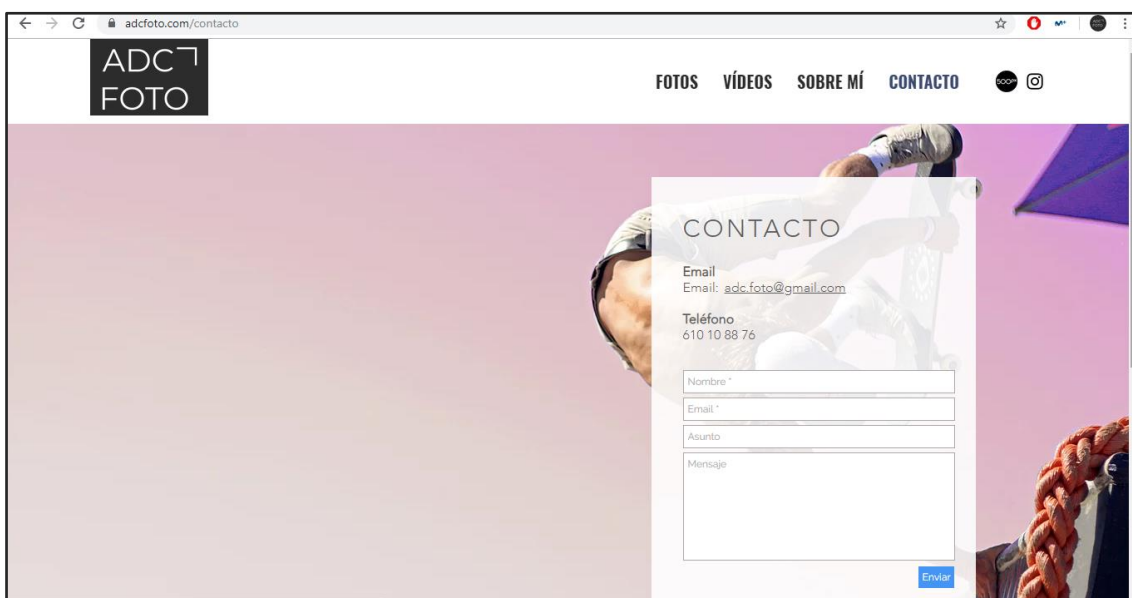


## SOBRE MÍ



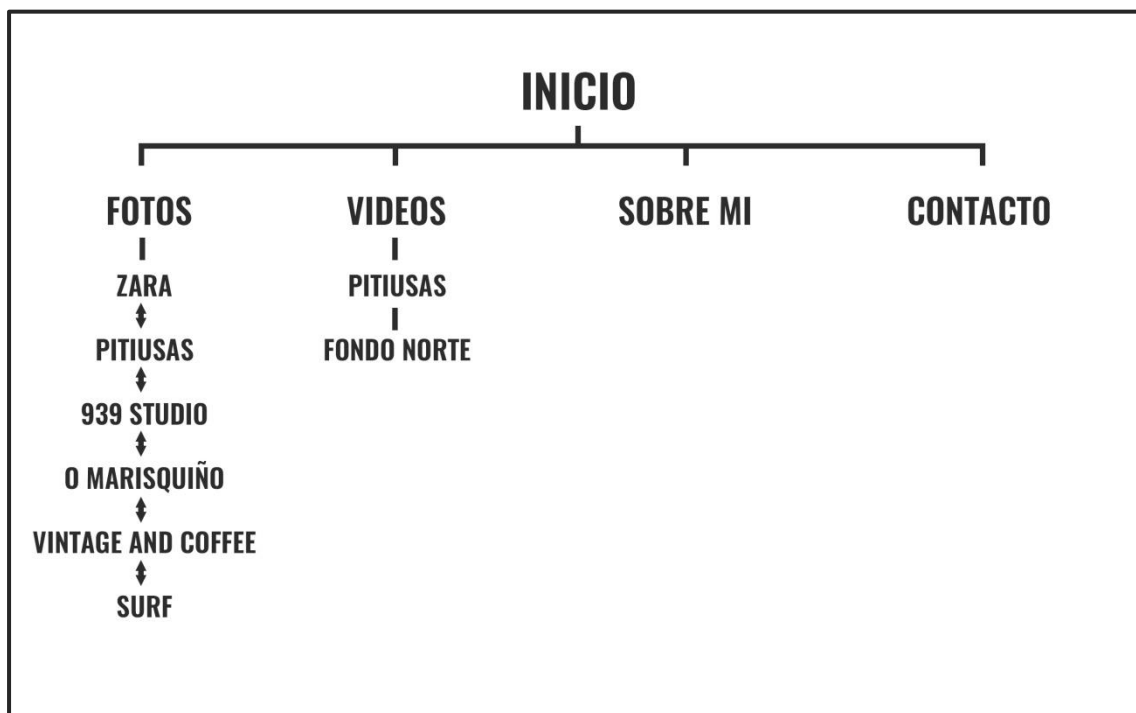
Donde se puede encontrar una breve descripción de quien soy y lo que hago acompañado de fotos y vídeos en los que me encuentro en plena acción.

## CONTACTO



Para facilitar los datos de contacto y un formulario para cualquier duda o sugerencia.

## 5.2. Mapa de navegación





# CONCLUSIONES



## 6. Conclusiones.

El objetivo final de este trabajo fue el de realizar un portfolio que fuera útil para mi futuro laboral ya que en la página web se muestra de forma clara y precisa los trabajos que he realizado a lo largo de estos años.

Como se ha mostrado anteriormente, la web refleja el estilo moderno y contemporáneo que las grandes marcas utilizan para acercarse al público más joven. Las fotografías y vídeos están acorde con este estilo para proporcionar cohesión al conjunto. Desde un punto de vista más pragmático debo ser consciente de que mi labor futura comenzará vendiendo este estilo a marcas más pequeñas para permitirles estar actualizadas y darles visibilidad.

Además en el trabajo se ven reflejados los conocimientos adquiridos en el transcurso de estos cuatro años como edición de fotos, montaje, diseño gráfico... Todo esto me ha servido para ir aplicándolo a mis trabajos extracurriculares e ir mejorando paulatinamente.

Por último es importante destacar que al igual que evoluciona la sociedad lo hacen las tendencias que van acorde a ella. Por tanto la web y mis trabajos deberán adaptarse a las exigencias del mundo audiovisual.



# ANEXOS





## 7.1. Anexo I (Ejemplo de contrato de cesión de derechos)

**CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN**

De una parte D/Dña. AURORA DURÁN COSTAS con D.N.I. nº 39511195R y domiciliado en PASADIZO PERNAS (A CORUÑA), en representación de ADC PHOTO, en adelante el **fotógrafo**.

Y de otra D/Dña. PAULA ALONSO BARGELA con D.N.I. n.º: 39490871-D y domiciliado en VIGO en adelante el **modelo**, por este contrato y expresamente:


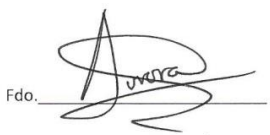
El modelo autoriza al fotógrafo, así como a todas aquellas terceras personas físicas o jurídicas a las que el fotógrafo pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías, o parte de las mismas, a que indistintamente puedan utilizar todas las fotografías, o partes de las mismas en las que intervengo como modelo.

Mi autorización no tiene ámbito geográfico determinado por lo que el fotógrafo y otras personas físicas o jurídicas a las que el fotógrafo pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías, o partes de las mismas, en las que intervengo como modelo, podrán utilizar esas fotografías, o partes de las mismas, en todos los países del mundo sin limitación geográfica de ninguna clase.

Mi autorización se refiere a la totalidad de usos que puedan tener las fotografías, o partes de las mismas, en las que aparezco como modelo, utilizando los medios técnicos conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, y para cualquier aplicación. Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Mi autorización no fija ningún límite de tiempo para su concesión ni para la explotación de las fotografías, o parte de las mismas, en las que aparezco como modelo, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo ilimitado.

En VIGO, a 20 de AGOSTO de 2019.

<p>Firma del <b>modelo</b></p> <p>(Firma paterna en caso de menor)</p> <p>Fdo. </p>	<p>Firma del <b>fotógrafo</b></p> <p>Fdo. </p>
--	--

## 7.2. Anexo II (Enlace página web)

## 7.3. Anexo III (Fotos y vídeos)



ADC 7  
FOTO