

TRANSFORMANDO LA FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO EN UN CLI

POR: JENIFFER ARCOS, EMILY CERÓN, LEIDY NIETO Y ANDRES CERÓN.

La fotografía ha sido una gran herramienta para los publicistas desde los inicios de la fotografía comercial, a finales del S. XIX y comienzos del S. XX, con la aparición del retoque fotográfico, los foto estudios, por medio de estas técnicas han reflejado conceptos y plasmado la creatividad. Ha tenido grandes evoluciones, pasando por capturar únicamente modelos hombres y mujeres, destacando más a las personas que a los productos. En los años 20 se empezó a fotografiar con fines publicitarios creando nuevas necesidades y utilizando las revistas de la época para promover el consumo.

¡Un recorrido por lo que ha sido la fotografía de producto!

Jaime Mendoza Robledo con 50 años de experiencia en el mundo de la fotografía, nos contó que "anteriormente las fotografías publicitarias eran a blanco y negro, se tomaban con cámaras análogas de 35mm, para revelar las fotografías se demoraban 45 días, se hacían retoques con Dolly, en el caso de los productos para hombres, se buscaba modelos que fueran parecidos a Brad Pitt o alguien reconocido en el mundo de la farándula. Las fotografías eran hechas con trucos artesanales para generar efectos diferentes y llamativos en el producto, por ejemplo, si era una bebida refrescante, en realidad se empleaba hielo falso, de plástico y las gotas de agua eran hechas con parafina". Anteriormente solo se anunciaba el producto y algunos de sus beneficios, hoy en día se le agregan valores sociales que identifican al consumidor e incentivan la compra y la fotografía tiene mayor elaboración artística, con el fin de estimular sentimientos y emociones con mensajes connotativos dejando atrás la descripción del producto.



C.

“Fotografía de Andrés Anfassa”

Alex Riascos, fotógrafo profesional, nos dice que para realizar fotografía de producto hoy en día se detalla más la textura, se trabaja mejor la iluminación, es importante hacer balance de blancos, temperatura de iluminación, configuración de color CMYK (para imprimir) o RGB (para digital) y finalmente tener claro el objetivo del efecto que quiere causar cada fotografía. Actual-

mente es fundamental pasar las fotografías por software digitales, donde pasan por el editor Lightroom que involucra color, volumen y textura, además se utiliza Photoshop para retocar, quitar manchas e introducir el logo. Se dio una transformación digital de rollo a formato RAW.

Sin duda alguna la fotografía de producto ha cambiado y por eso aquí mostraremos algunos TIPS para que lo hagas tú mismo. Laca, papelillo y espejo: son materiales que seguramente tienes en casa y harán que la fotografía quede como tú quieres, estos se utilizan para acomodar

los productos o visualizar como se miran desde diferentes ángulos. Para una fotografía de producto de alimentos es necesario hacer la mejor selección del producto a fotografiar, es decir, si es un tomate debe ser el más vistoso y con una estética que refleje la naturalidad que necesite percibir el consumidor cuando visualiza la imagen. Además, se debe adecuar el escenario que va a acompañar el producto, en este caso el tomate, para que logren los objetivos de mercadeo propuestos.

Nailon: este es un excelente material que nos ayudará a la hora de realizar trucos fotográficos, puedes colgar tu producto y así parecerá que está flotando, nos ayudará también en la edición si queremos poner otro fondo.

El boceto: Es importante hacer bocetos de cómo queremos nuestra fotografía, de esta manera tendremos las cosas planeadas y organizadas a la hora de realizar la fotografía eficaz.

Lo mejor que puede hacer un fotógrafo: disparar y experimentar; practicar mucho, además de hacer relaciones públicas y estar en los eventos donde están los clientes potenciales. 