

Curso general de fotografía

Stock

Editorial

© Paco Rosso, 2010.

info@pacorosso.com

Original: (09/10/10), versión: 12/01/11

Calendario de producción

Tema: Aclarar el calendario de producción de stock. Objetivo: Realizar un calendario de producción para el año presente

Qué hay que saber

Calendarios

Hay dos maneras de plantearse la producción para stock, una es realizar las fotos de acuerdo al calendario propio de acontecimientos con objeto de vender al año siguiente. La otra consiste en anticipar los temas que serán vendibles en un futuro. Las fotos de semana santa se hacen en semana santa, pero no puedes colocarlas en ese mismo mes en la agencia, entre otras cosas porque los artículos sobre semana santa ya están en la calle. Hay que trabajar en avance. En previsión, no en sucesión. Podríamos hablar de un trabajo mediante *oportunidades de realización* y un trabajo mediante *oportunidades de publicación*. En el primero realizas las fotos conforme suceden los acontecimientos estacionales. En el segundo realizas las fotos pensando cuando han de publicarse.

Los contenidos de las revistas son estacionales, cíclicos. En junio se habla del verano, de la operación bikini, en septiembre de la vuelta al cole. La preparación se realiza con dos o tres meses de antelación, y prefieren imágenes frescas y nuevas, de manera que para tener más posibilidades de vender debemos colocar las fotos en la agencia lo más cerca posible de la fecha en que las revistas buscan las ilustraciones. Para ilustrar el carnaval, que es en febrero, la revista buscaría el material tres meses antes, en noviembre, y por tanto nosotros debemos enviar nuestras fotos el mes antes, en octubre. De esta manera damos tiempo a la agencia a que revise el envío y las etiquete y catalogue. Si enviamos demasiado a lo justo puede que no se vendan por no haber entrado en la selección de la editorial. Por tanto la fecha de envío a la agencia debería ser cuatro meses antes de la temporada a la que va destinada. Naturalmente las fotos deberíamos hacerlas antes, es decir, como muy tarde, cinco meses antes del tema. Y la producción debería hacerse al menos un mes antes, es decir, seis.

Por tanto, en un momento dado tenemos que:

- Empezar la producción de las fotos de lo que sea publicable dentro de seis meses.
- Realizar las fotos de lo que sea publicable dentro de cinco meses.
- Enviar a las agencias las fotos de lo que sea publicable dentro de cuatro meses.

Por tanto, en enero:

- Comenzamos la producción de las fotos de los temas de junio.
- Realizamos las fotos de los temas de mayo.
- Enviamos las fotos de los temas de abril.

El trabajo de preparación consiste entonces en analizar para cada mes, qué temas serán publicables y realizar un calendario de producción, realización y entrega.

Los temas han de ser lo más internacionalmente interesantes que podamos. Los asuntos muy locales pueden tener una salida más lenta. Pero el día de la madre, San Valentín, el comienzo de las vacaciones, la vuelta al cole, son temas universales.

A modo de guía:

En el mes de	Producimos las fotos de	Realizamos las fotos de	Enviamos las fotos de
Enero	Junio	Mayo	Abril
Febrero	Julio	Junio	Mayo
Marzo	Agosto	Julio	Junio
Abril	Septiembre	Agosto	Julio
Mayo	Octubre	Septiembre	Agosto
Junio	Noviembre	Octubre	Septiembre
Julio	Diciembre	Noviembre	Octubre
Agosto	Enero	Diciembre	Noviembre
Septiembre	Febrero	Enero	Diciembre
Octubre	Marzo	Febrero	Enero
Noviembre	Abril	Marzo	Febrero
Diciembre	Mayo	Abril	Marzo

El trabajo en avance, por oportunidades de publicación te permite crear la foto que necesitas. Una foto de navidad no tiene por qué hacerse en navidad, puede montarse una escena con actores. Para los San Fermín no tienes que esperar al 7 de julio y estar en Pamplona, recuerda que una película de Tom Cruise realizó los San Fermín en Sevilla y Cádiz. Naturalmente, esperar a la feria de abril es una manera de obtener mucho material para aprovechar la mitología sevillana internacional, pero tampoco es mala idea montar la escena para producir una imagen, quizá no tan descriptiva, pero si icónica y conceptual sobre el tema. Por tanto, no esperes a la temporada para producir, el stock no tiene por qué ser reportaje, puede ser perfectamente teatro.

Qué vamos a hacer

Ejercicio principal

Analiza mes a mes los temas que son susceptibles de ser tratados por las revistas y la publicidad. Para cada mes del año especifica los temas que hay que trabajar en producción, en realización y para su envío a la agencia.

Con producción nos referimos a la planificación de las sesiones fotográficas.

Con realización, a las sesiones propiamente dichas.

No se trata de realizar la producción de nada, sino solo indicar los temas que vas a trabajar en cada mes.

No seas localista. Trata de enfocarlo de manera práctica hacia aquellos temas que puedas trabajar y que sean susceptibles de generar ingresos. Hay temas que sin ser de la cultura de tu ciudad son interesantes internacionalmente. Busca estos temas y recuerda que el stock es un mercado de exportación, que no vendes a las revistas de tu ciudad, sino a todos los países.

No es necesario que pongas fechas, tan solo indica los meses y los temas.

Ejercicios de ampliación

-Revisa el calendario y define los mercados potenciales: postales, revistas generales, guías de viajes, etc.

-Realiza un calendario en sucesión, es decir, un calendario de oportunidades de realización. Es decir, analiza para donde vives los acontecimientos susceptibles de fotografiarse para incluirlos en una fototeca.

Resumen

Qué necesito

Calendarios, enciclopedias, conexión a internet.

Material a entregar

Un documento, en papel, que indique:

1. Primero, para cada mes del año, cuales son los temas interesantes y para qué mercados.
2. Segundo, para cada mes, qué temas hay que producir, realizar y enviar. Por separado las tres categorías.

Conocimientos previos a repasar

Ciclos de producto y de mercados. Mercados editoriales y publicitarios. Mercados de la fotografía comercial y editorial.