

Aplicaciones fotográficas

Fotografía de producto

Fotografía publicitaria

© Paco Rosso, 2010.
info@pacorosso.com
Original: (23/01/11), versión: 02/02/11

Fotografía de producto para publicidad

Tema: Practicar la fotografía de bodegón. Motivo: Realizar un bodegón publicitario con dos estilos diferentes.

Qué hay que saber

Guía rápida

Seguimos los tres pasos del Instituto de Fotografía de Nueva York: Conoce el tema, céntrate en él y simplifica. La publicidad pretende meternos por los ojos el producto a vender o al menos la necesidad de usarlo. Por ello hay que centrar el énfasis en él o al menos en la sugerencia que nos pueda producir su uso.

Conoce el producto significa aquí que sepas como sacarle partido visualmente para atraer la atención sobre él.

Centrarse en él significa que compongas la escena, que la escribas, con el producto en cuestión como tema central.

Simplificar, que tu lector lea el producto como tema central.

La iluminación

¿Cuales son las cualidades que quieres extraer de la figura? Recuerda las seis variables visuales y actúa en consecuencia. Piensa que para cada una de las seis variables hay al menos una técnica que la muestra y otra que la oculta.

Las resumimos:

Línea. Da cuenta de la forma de la figura. Puede dibujarse por línea blanca, línea negra o por contraste de facetas. La línea blanca aparece cuando un único foco arranca brillos especulares en las cúspides de los plegamientos de la superficie. La línea negra, cuando cruzamos sobre una superficie alabeada dos focos. El contraste de facetas, cuando cada una, debido al diferente ángulo con que encaran el foco y la cámara, adquiere un valor tonal diferente, aún cuando sean del mismo color. Hay otras maneras de dibujar líneas, que son propias de cada material. Por ejemplo, el cristal por línea negra se obtiene colocando el producto sobre un fondo blanco que iluminamos. El cristal por línea blanca se obtiene iluminando mediante contras el producto colocado sobre un fondo negro. En los metales, la línea blanca se obtiene con la iluminación *de campo oscuro* consistente en iluminar la figura metálica con luz rasante de manera que la cámara solo vea el brillo difuso de las partes planas. La línea oscura con metal la hacemos por *campo claro*, en la que colocamos la luz de manera que está lo más alineada posible con el eje de visión de la cámara. En estas condiciones la luz reflejada por las partes planas entra en la cámara mientras que la dispersada por los relieves, al ser de menor intensidad, presenta éstos como líneas oscuras.

Volumen El volumen habla de la forma, no de la materia. El volumen se manifiesta cuando alejamos la luz de la cámara (angularmente, no en distancia) y cuando la acercamos. La luz lateral incrementa la sensación de volumen, la luz frontal (de la misma dirección que la cámara) lo aplanan.

Textura. La textura habla de la materia de la que está hecha la figura. Hay dos tipos de textura, la de brillo y la de sombra. La de brillo aparece cuando el foco arranca brillos de diferente calidad a cada elemento que constituye la superficie. Por tanto se manifiesta cuando el foco entra en la región de brillo especular de la figura y se elimina cuando está en la región de brillo difuso. La textura de sombra se produce por la visión de las sombras arrojadas de los relieves de la propia figura sobre sí misma. Por tanto se manifiesta cuando la luz es más lateral que frontal, siendo máxima cuando la luz es de contra. Para minimizar la presencia de la textura, colocamos la luz frontal, es decir, que venga de la misma dirección que la visión.

Color El color habla de la materia. El color depende de la luz que ilumina. Hay un color propio que es el que vemos a la luz de un día estándar (cielo cubierto), un color arrojado que es el color que aparece cuando iluminamos el objeto con un foco y el color ambiente que es el color que tienen las partes de la figura en las que no cae la luz del foco. El color es más vivo cuanto más frontal es la luz y más apagado cuando más rasante. El mínimo de color lo tenemos con la luz rasante en contraluz.

Brillo. El brillo habla de la forma y la materia de la figura. Toda superficie es un espejo más o menos malo. La superficie refleja sobre sí misma todo lo que hay alrededor. Por tanto con objetos brillantes resulta más interesante iluminar el entorno, que no la figura directamente. Para hacer aparecer los brillos, colocamos las luces en la región de reflejo especular. Para que no aparezcan, en la de reflejo difuso.

Transparencia. La transparencia habla de la forma y la materia. Se manifiesta con la luz trasera, la de contra. Se apaga con la luz frontal, de tres cuartos y lateral.

La cámara

Para fotografía de producto procura emplear una cámara técnica, no rígida. O en todo caso, objetivos descentrable-basculables.

El basculamiento del objetivo afecta al enfoque. El basculamiento de la película a la perspectiva.

Los pasos para manejar la cámara son:

Primero, nivela el tripode.

Segundo, nivela la cámara. Procura que el respaldo quede perfectamente vertical, o paralelo a las verticales de los productos para no deformarlos. Así que incluso aunque inclines la cámara para encuadrar, bascula el respaldo para dejarlo vertical.

El basculamiento del objetivo te va a dar el plano de enfoque. Para enfocar por ejemplo la mesa, con la cámara inclinada, tienes que imaginar donde se encontrarían los planos del respaldo, el objetivo y la mesa y hacer que los tres coincidan. Como la mesa no la puedes mover y el respaldo está en la posición que controla la perspectiva, solo puedes enfocar con el montante del objetivo. Inclínalo para que los tres planos coincidan en la misma línea.

Una vez basculado el objetivo, enfoca con la rueda de enfoque. El basculamiento del objetivo te garantiza que todo el plano de la mesa está enfocado. Ahora tienes que enfocar “en altura” sobre la mesa mediante el diafragma. Para ello calcula la profundidad de campo como la altura que, desde la mesa, quieres que quede enfocada. Plantéate la escena con una profundidad de campo que no va de delante hacia atrás, como con las cámaras rígidas, sino de abajo hacia arriba desde el plano enfocado.

Qué vamos a hacer

Ejercicio principal

Queremos hacer una fotografía para un anuncio, en la que se muestre un único producto. Vamos a realizar dos fotos para el anuncio con dos estilos totalmente diferentes de entre tres. Los estilos son: pictorialista, objetivista y surrealista. Elige dos de ellos. No hay que realizar el anuncio, sino las fotos.

Se trata de un anuncio para una página completa en revista y para cartel.

Fases del ejercicio:

Partimos de un briefing y un eje.

- 1º Sketchbook de cada anuncio anuncio.
- 2º Boceto de cada uno de los dos anuncios.
- 3º Fotos realizadas.
- 4º Una foto acabada totalmente.
- 5º Presupuesto de la producción.

Como opcional presentaremos un 6º: anuncio completo.

Ejercicios de ampliación

Realiza más bodegones, aunque no sea para un anuncio.

Resumen

Qué necesito

Un estudio fotográfico equipado para publicidad: flashes, una mesa de bodegón, un fotómetro, cámara, etc.

Fotos a hacer

Dos, del mismo producto con dos estilos diferentes.

Material a entregar

Fotos en formato tif sin capas, comprimidas en LZW a 300ppp y a tamaño completo en espacio de color EciRGB e IPTC básico.

Boceto del anuncio.

Boceto del esquema de luces.

Briefing y eje.

Conocimientos previos a repasar

Manejo de una cámara técnica. Iluminación de estudio. Variables visuales de la figura. Engranajes de espacios. Retoque digital de imágenes. Medición de un fotómetro. Perspectiva. Composición de luz. Composición de color. Publicidad.