

DESARROLLO PUBLICITARIO DEL COMERCIO

2021

FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA PARA REDES SOCIALES



PROGRAMA OPERATIVO DE EMPLEO JUVENIL

AYUNTAMIENTO DE GRANADA

Iniciativa Cooperación Social Comunitaria Emple@Joven y Emple@30+, financiada por la Junta de Andalucía y por el Fondo Social Europeo procedente del Programa Operativo FSE Andalucía 2014- 2020 o, en su caso, Programa Operativo de Empleo Juvenil.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Introducción.....	3
1.1. Fotografía de producto.....	3
1.2. Fotografía de producto “lifestyle” o usabilidad.....	4
2. Conceptos Básicos.....	4
2.1. Un toque de color.....	5
3. Conceptos Avanzados.....	6
3.1. Composición de la imagen.....	6
3.2. Iluminación Avanzada.....	8
3.3. Tipos de planos.....	11
3.4. Ángulo de plano.....	12

MANUAL DE FOTOGRAFÍA PARA REDES SOCIALES

1. Introducción

El avance de la redes sociales en la actualidad es innegable. Cada vez es más sencillo hacer y compartir imágenes online, por eso, el uso de la fotografía es una de las **herramientas más importantes** para aumentar el compromiso de nuestra marca con el consumidor.

- *Se retiene el 80% de lo que se ve y solo el 20% de lo que se lee o el 10% de lo que se escucha.*
- *El 90% de la información que recibe nuestro cerebro es visual.*

La elección de un buen contenido visual que ilustre nuestra publicación es clave para poder despertar sentimientos en el receptor. Una buena fotografía en redes sociales, hace mejorar la imagen de marca.

El uso de imágenes de calidad, que atraigan la atención del consumidor, ayuda a **ofrecer un buen posicionamiento**, a fomentar las visitas a nuestro comercio y a **incrementar las ventas** en la tienda.

De la misma forma, **las fotografías atractivas animan al usuario a interesarse con nuestra marca**, a dar su opinión y compartir el contenido con sus contactos.

En la fotografía para redes sociales diferenciaremos dos tipos:

- **1.1. Fotografía de producto:** La atención recae en el producto que se quiere mostrar, aquí se podrá jugar con luz externa artificial, como pueda ser un flexo o cualquier lámpara, para resaltar ciertos aspectos que se consideren oportunos (nombre de la marca, detalles del producto, textura...).



- **1.2. Fotografía de producto “lifestyle” o usabilidad:** En este tipo de fotografía se enseñará el producto en el contexto de su uso, casi siempre mostrando a una persona utilizándolo. Evitaremos elementos innecesarios que desvíen la atención, como un rostro o un fondo muy llamativo y recargado.



2. Conceptos Básicos

Lo **primero** a tener en cuenta, es que nuestra imagen tiene que reflejar la calidad de nuestro producto, por ello, **es muy importante cuidar la realización y edición de nuestra fotografía**. Al igual que el comercio debe mantenerse limpio y ordenado, en nuestra imagen no pueden aparecer elementos innecesarios, manchas, polvo o huellas dactilares en el producto que vamos a fotografiar. También hay que poner atención en que la lente de nuestra cámara o móvil esté limpia.

La iluminación es la parte mas importante de la fotografía, sin luz, no hay foto. Para nuestras imágenes en redes sociales, se utilizará una iluminación básica, intentando siempre que sea con luz natural (la del sol) y no directa, ya que ésta siempre va a reproducir los colores mejor que cualquier luz artificial.

Se usarán **como norma general fondos neutros** (blanco o negro) o que no nos distraigan de lo importante, que es nuestro producto. También puede ser interesante utilizar fondos que hagan destacar el objeto a fotografiar.

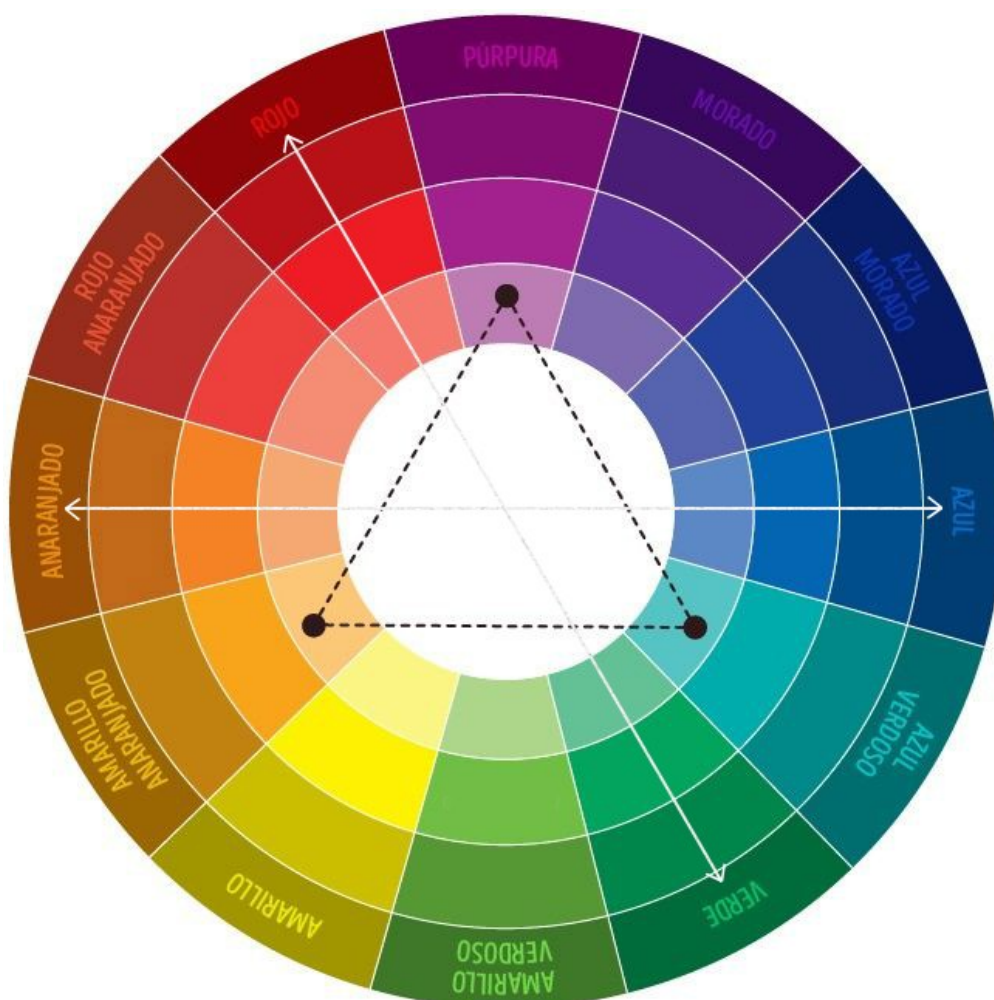
2.1. Un toque de color:

En la fotografía, al igual que en el resto de las artes. La elección de cada color o la elección de este es muy importante para la composición final.

La teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para lograr la combinación perfecta, tanto en pigmentos (la combinación de varios objetos de colores concretos) o en luz (con la ayuda de filtros que bañen la imagen o el espacio de un color específico).

Para la perfecta combinación de estos colores podemos visualizar una paleta de los colores complementarios.

Los colores complementarios son los que se encuentran opuestos en la rueda de color que podemos observar a continuación. Como por ejemplo, una de las opciones básicas sería el combinar el color rojo con el verde, o el azul con el amarillo y así con cada uno de los colores.

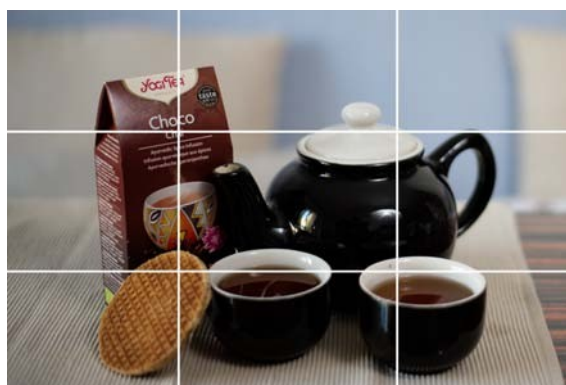


3. Conceptos Avanzados

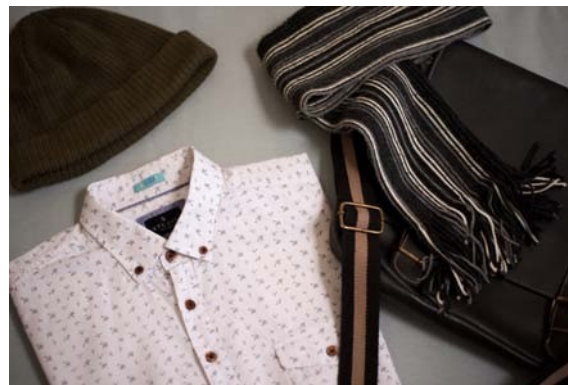
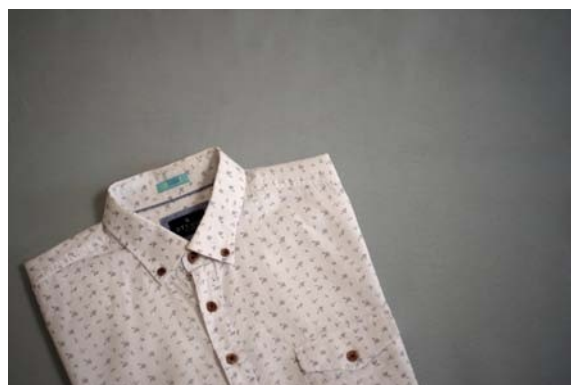
3.1. Composición de la imagen

Uno de los puntos claves en la imagen es la composición, hay que tener en cuenta los siguientes puntos, aunque dependiendo la fotografía se podrán utilizar unos u otros.

- **El centro de interés.** Nuestro centro de interés siempre será el producto que queremos vender. No implica que el producto tenga que estar en el centro de la imagen, pero si debe destacar por encima de todo en la fotografía. Uno de los recursos mas utilizados para destacar el centro de interés, es la **regla de los tercios**, consistente en dividir con dos líneas imaginarias verticales y horizontales nuestra fotografía y colocar el producto en las intersecciones.



- **Rellenar el encuadre.** Nuestro producto tiene que ocupar la mayor parte posible de la fotografía.



- **Recursos visuales.** Para destacar nuestra fotografía o para ayudar a la lectura de la imagen, nos apoyaremos en recursos visuales tales como el uso de líneas, texturas y la creación de ritmo a través de la repetición.



- **Temperatura de color.** Hay que diferenciar entre colores cálidos y colores fríos. Los primeros (rojo, naranja, amarillo) transmiten cercanía y viveza, mientras que los segundos (azul, violeta, verde) se asocian a la tranquilidad y serenidad.



- **Grupo de tres.** Se intentará en la medida de lo posible, componer nuestra foto con tres elementos, siempre y cuando el producto sea el principal. Con esto evitaremos imágenes recargadas o demasiado simples.



3.2 Iluminación Avanzada

Si la iluminación natural no es suficiente, se podrán usar fuentes de luz externas en nuestras fotografías. Según la iluminación que utilicemos, nuestro producto puede transmitir distintas sensaciones:

- **Luz a 0°/360°:** Con una luz frontal, se coloca la fuente de luz justo detrás y por encima de la cámara de fotos. Esta luz aplastará el objeto, por lo que le restará volumen.

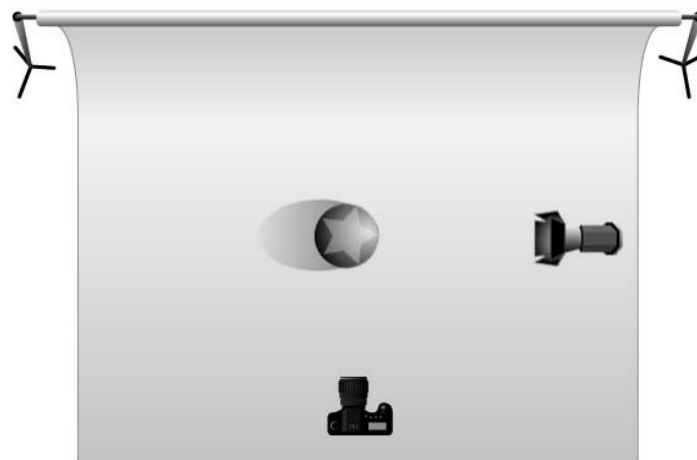


- **Luz a 45°/315°:** Al poner aquí nuestro foco, se crearán sombras que darán volumen a la imagen, dejando una zona muy bien iluminada y la opuesta completamente a oscuras.

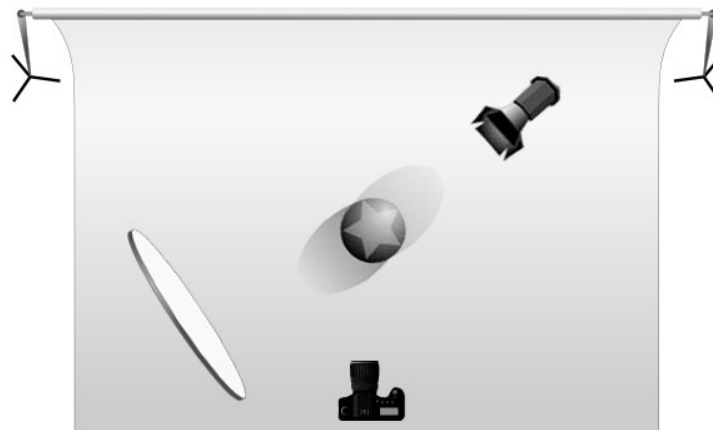
Cuando colocamos una fuente de luz a 45°, podremos usar un reflector (una cartulina blanca puede hacer la función de reflector casero). Esto hará que la luz del foco se refleje en la zona oscura, eliminando así la dureza de las sombras.



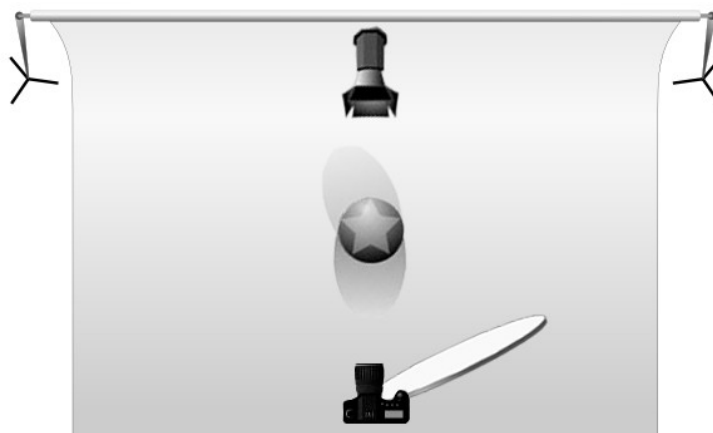
- **Luz a 90°/270°:** Cuando se sitúa una luz a 90°, se crearán contraste muy claro entre ambos laterales de nuestra escena. Una zona estará completamente iluminada y otra completamente sombría.



- **Luz a 145°/225°:** Esta iluminación es muy parecida a la utilizada en 90°/270°, la diferencia se encuentra en que con esta tenemos una iluminación más leve, ya que situamos el foco más atrás. Aquí es aconsejable también utilizar algún tipo de reflector para iluminar en forma de relleno para no dejar al objeto completamente a oscuras.



- **Luz a 180°:** Esta iluminación se puede utilizar para definir la silueta del objeto, pudiendo añadir otro foco frontal para que se vea también la parte frontal del mismo. Si se utiliza únicamente la iluminación a 180° se consigue dar mucha importancia a la forma del objeto, y no tanto a los colores o carteles que contenga.



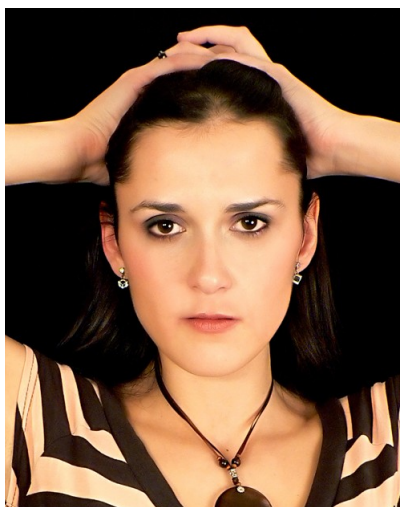
3.3. Tipos de planos

Dependiendo del tipo de plano que utilicemos, se dará una intención distinta a la fotografía. Existen una gran variedad de tipos de plano: Gran Plano General, Plano General Largo, Plano General, Plano Entero, Plano Medio Largo o Americano, Plano Medio, Plano Medio Corto, Primer Plano, Primerísimo Primer Plano y Plano Detalle, pero los mas recurrentes son:

- **Plano medio:** Es un plano muy común en la fotografía *“lifestyle”*. Este plano se toma desde aproximadamente la cintura hasta un poco por encima de la cabeza.



- **Primer plano:** Es un plano en el que aparece el rostro de la persona completo. Desde el comienzo del cuello hasta un poco por encima de la cabeza.



- **Plano detalle.** Solo se usará cuando queramos mostrar un punto fuerte del producto. Mostrando el detalle de algo, como los ojos de alguien, de un objeto o un objeto pequeño.



3.4. Ángulo de plano

Existen diversos **tipos de ángulos** a la hora de tomar las fotos:

- El más utilizado es el **Frontal**. En este ángulo, el eje de la cámara se situará en paralelo con el suelo.



- **Picado.** Para hacer una foto “picada” se coloca la cámara en una posición superior al producto.



- **Contrapicado.** La cámara se sitúa en una posición inferior al producto.



- **Nadir:** Se sitúa nuestra cámara justo por debajo del objeto. Un uso muy eficiente de éste ángulo puede ser con la ayuda de un cristal transparente, usado como superficie o base para apoyar el objeto y posicionarnos justo debajo de este.



- **Cenital.** Se situará nuestra cámara en perpendicular con el suelo.

