

Guía de imagen: Cómo hacer buenas fotos para tus Redes Sociales

1.- LA IMPORTANCIA DE UNA BUENA IMAGEN

Cuando miramos aprehendemos lo mirado, lo hacemos nuestro, y aquello que miramos nos interroga o nos contesta, nos agrada o molesta, la imagen plasmada sobre un soporte consigue que activamente reaccionemos ante ella de alguna forma u otra.

Sea en el mundo online o fuera de él, la imagen que ofrezca nuestra marca o comercio no sólo mostrará el producto o servicio que pretendemos vender, sino que hablará de aspectos tan importantes y variados como la calidad, profesionalidad, valores de marca, estilo, surtido y trato al cliente que queremos ofrecer.

Es por eso que **una buena imagen de marca es necesaria** y es la fotografía uno de sus pilares más importantes.

1.1.- VENDEMOS EMOCIONES:

A la hora de entrar en contacto con nuestro público, debemos llegarles al corazón despertando emociones como:



La imagen de nuestra marca habla de nuestra profesionalidad y de la calidad de nuestro producto o servicio



Alegría



Salud



Bienestar



Romanticismo

Nostalgia
Sorpresa
Elegancia
Sencillez
Novedad
Asombro
Confianza
Serenidad
Optimismo
Confianza
Positividad

...

1.2.-¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA FOTOGRAFÍA?

La calidad de nuestras fotografías marca la diferencia ya que **compramos por los ojos**, así que dominar la técnica fotográfica nos permite potenciar aquellos aspectos que hace nuestro producto irresistible pudiendo **transmitir mucho con poco**.

La fotografía es un **lenguaje universal** con códigos comunes por lo que una imagen puede comunicar en "varios idiomas" abriendo así el abanico de público al que nos dirigimos, aspecto muy positivo por el potencial turístico de nuestro territorio, así como ante la posibilidad de estar presentes en todo el planeta gracias al mundo online.

Está al alcance de cualquiera gracias al aprendizaje tan intuitivo que ofrecen los smartphones y sus aplicaciones.

Otro aspecto que nos debe animar a la hora de trabajar duro y con calidad nuestra imagen de marca y/o producto es que **nos representa cuando no estamos**, habla de nuestra empresa y nuestra profesionalidad, siendo además un **escaparate de venta** las 24h, los siete días de la semana y los 365 días del año, dando una **imagen moderna** de nuestro negocio y hablando muy bien del respeto que tenemos por nuestro público, producto o servicio.



Al alcance de cualquiera

1.3.- LA FOTOGRAFÍA COMO TÉCNICA DE VENTA

Siguiendo con esta línea, podremos deducir el poder que posee la **fotografía como técnica de venta** a la hora de **presentación de producto**.

Por un lado podemos mostrarlo integrado entre otros elementos que aludan a las emociones anteriormente descritas en las que evoquemos un **estilo de vida** y transmitamos nuestros **valores de marca**, pero una vez ha llegado al corazón de quien la observa, es la cabeza la que tiene que decidirse, por lo que deberemos mostrar características de nuestro producto más importantes como **distintos ángulos, detalles, texturas, surtidos, colores**, etc, y aquellos datos técnicos que la hace **decisiva a la hora de la compra**.



1.4.- LA FOTOGRAFÍA COMO LENGUAJE

Como lenguaje, la fotografía **posee su propia gramática** por lo que su conocimiento y puesta en práctica nos ayudará a construir nuestro mensaje para una mejor comunicación.

Como país de cultura occidental, cuando nos enfrentamos a una imagen, el recorrido intuitivo que realizan nuestros ojos siempre será de **izquierda a derecha y de arriba abajo** y así lo tendremos en cuenta a la hora de situar los elementos dentro de la imagen. Más adelante veremos cómo gracias a técnicas de composición, generaremos otros recorridos visuales que potenciarán nuestros mensajes.

Como cualquier lenguaje podemos adoptar **diferentes estilos**: sofisticado, gamberro, juvenil, infantil, femenino, con los que podemos **invitar a soñar**, desear, es decir: **comprar...**

La fotografía no es un don con el que se nace sino que **es una técnica creativa y muy atractiva** que podemos ir aprendiendo y que con práctica educaremos nuestro ojo para disfrutarla en todos los aspectos de nuestra vida, ya que es la **base de nuestra comunicación actual**.



2.- ELEMENTOS DE UNA BUENA FOTOGRAFÍA

2.1.- UNA BUENA CÁMARA.

Hoy en día la cámara que lleva incorporada cualquier smartphone es suficiente como punto de partida para realizar imágenes que trasciendan y destaquen por su calidad.

Debemos tener en cuenta que dicha cámara es más lenta, por lo que debemos cogerla con ambas manos para ganar en firmeza y realizaremos la foto accionando el botón del volumen.

También debemos recordar que, por pequeño que sea, la lente es un cristal que debemos limpiar de vez en cuando para conseguir imágenes nítidas.

Podemos también utilizar un trípode, incluso el temporizador del teléfono para no moverlo al accionarlo.

Finalmente, utilizaremos aplicaciones de retoque para dar a nuestras fotografías el aspecto que perseguimos.

2.2.- FORMATOS

En cuanto a los formatos que debemos escoger, hoy en día son todos válidos siempre que los utilicemos en el lugar correcto. Veamos:

Horizontal

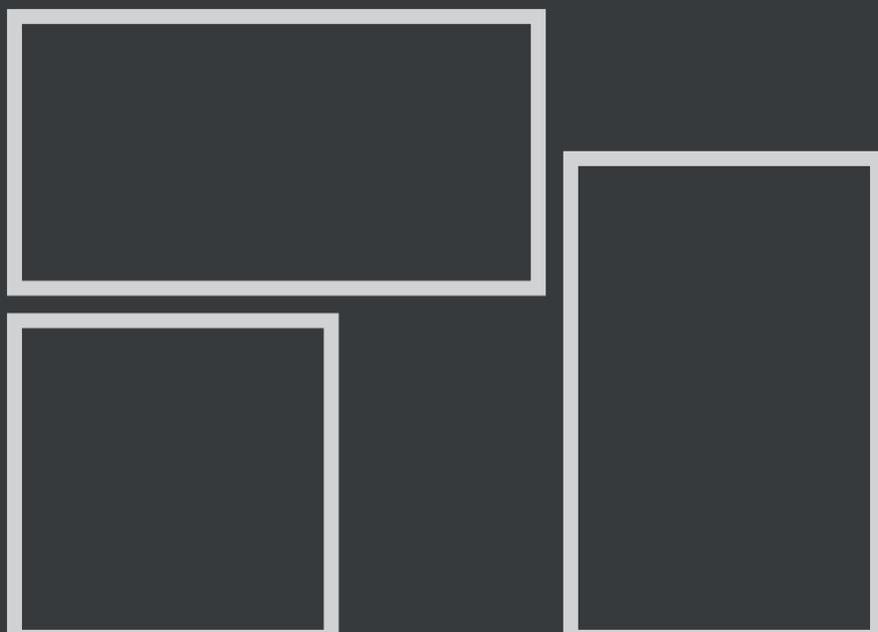
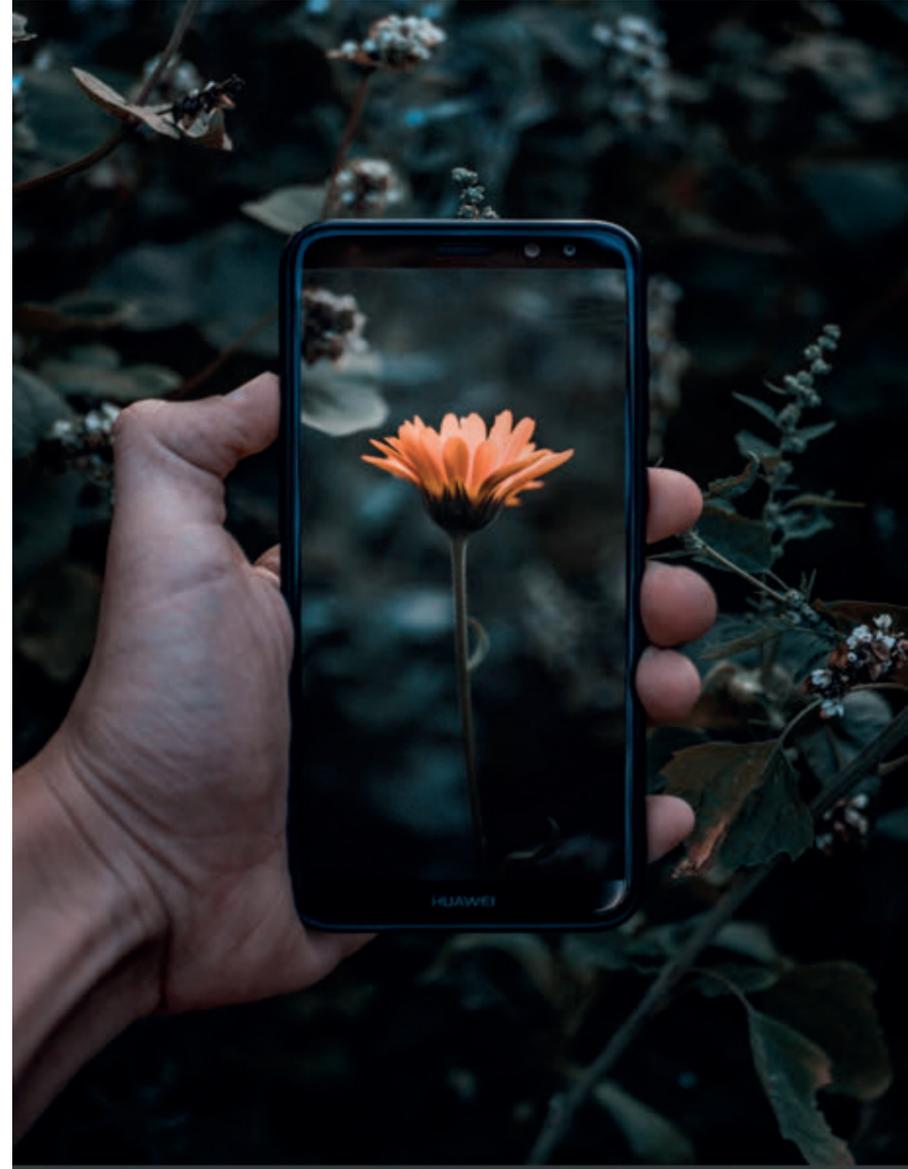
Este es el formato con el que nos iniciamos en tecnología a partir de los ordenadores, por lo que es el formato de YouTube. También lo podemos utilizar para Facebook, o pantallas de TV internas en nuestro comercio.

Cuadrado

Este formato surgió cuando empezamos a consumir las redes sociales como Facebook en nuestros smartphones ya que no varía su tamaño si lo visionamos tanto en una pantalla vertical como horizontal, moderno y dinámico, es perfecto para publicar en el feed de Instagram y para envíos en Whatsapp Business ya que su previsualización es cuadrada.

Vertical

Con la irrupción de los smartphones nacen tanto redes sociales como SnapChat y juegos como Clash Royal o Art of War, es por eso que el formato vertical entra con fuerza y nos resulta atractivo. Instagram es la primera Red Social de consumo mundial que lo adopta en sus Stories ampliándolo a piezas de más duración en IGTV.



Cuadrado,
rectángulo o vertical.

Cualquier formato es válido si
está en el sitio correcto

2.3 COMPOSICIÓN

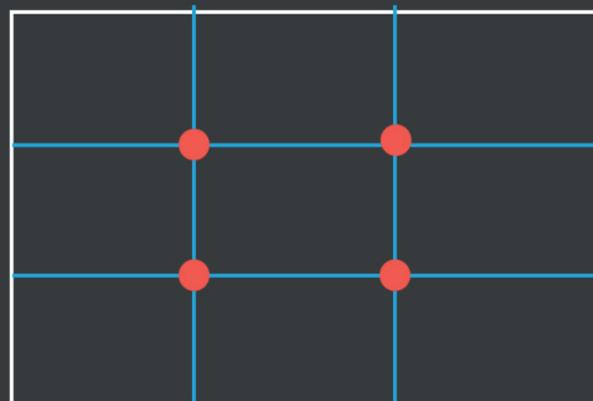
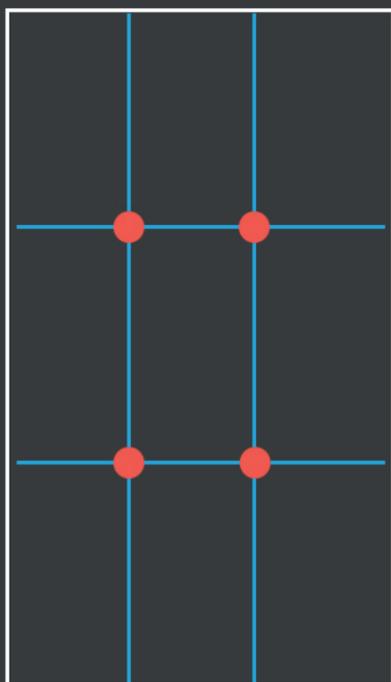
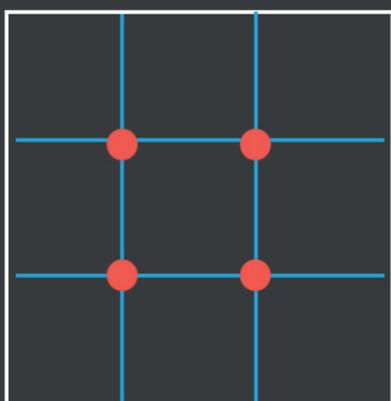
La composición es el arte de **colocar objetos y elementos sobre una pantalla**, superficie o lienzo de forma tal que transmita aquello que queremos comunicar. Es un elemento más dentro de una buena fotografía y **nos ayuda a jerarquizar objetos**, pero sobretodo a **marcar el recorrido que la mirada de quien observa** debe hacer a la hora de consumir nuestra composición.

La **Regla de los Tercios** es la que más nos puede ayudar a quienes empezamos a componer fotografía publicitaria. Con ella dotarás de profundidad y equilibrio a tus composiciones, guiando al ojo de quien observa hacia el punto de interés.

Consiste en dividir nuestra pantalla en **tres partes iguales**, tanto horizontales como verticales, generando así tanto líneas como puntos de intersección que serán las **zonas calientes** a las que se dirigirá nuestra mirada.

La proporción áurea, aplicada a la imagen nos da una espiral generada a partir de la serie de Fibonacci (0,1,1,2,3,5,8....) que recorre

- regla de los tercios

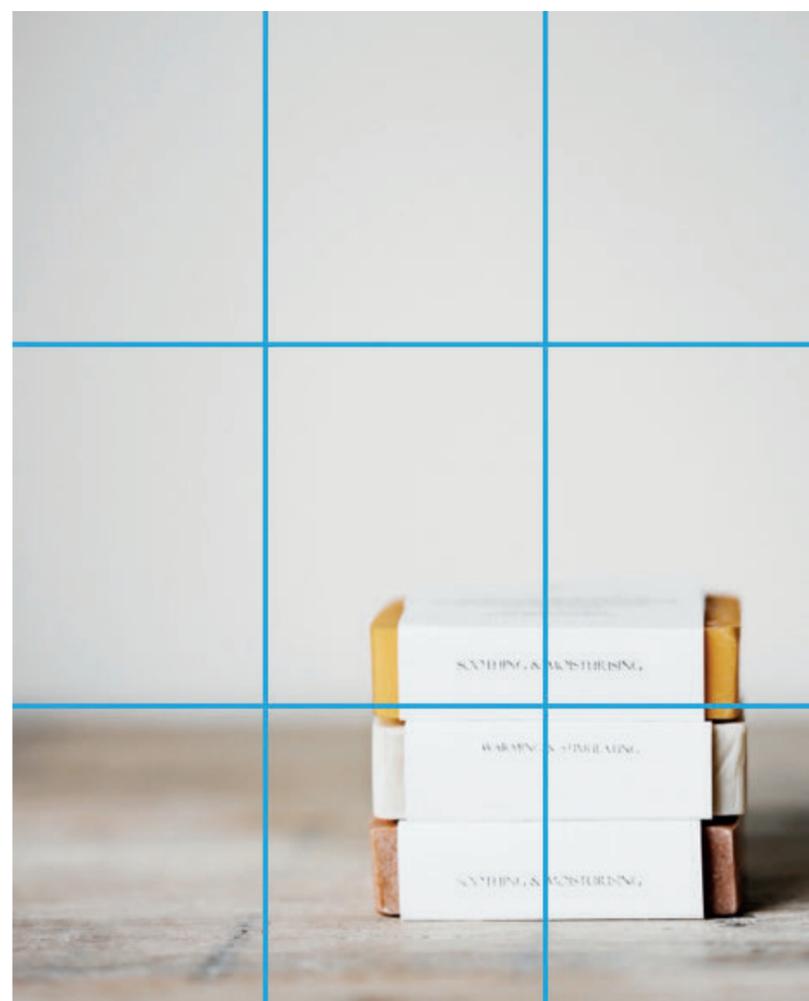


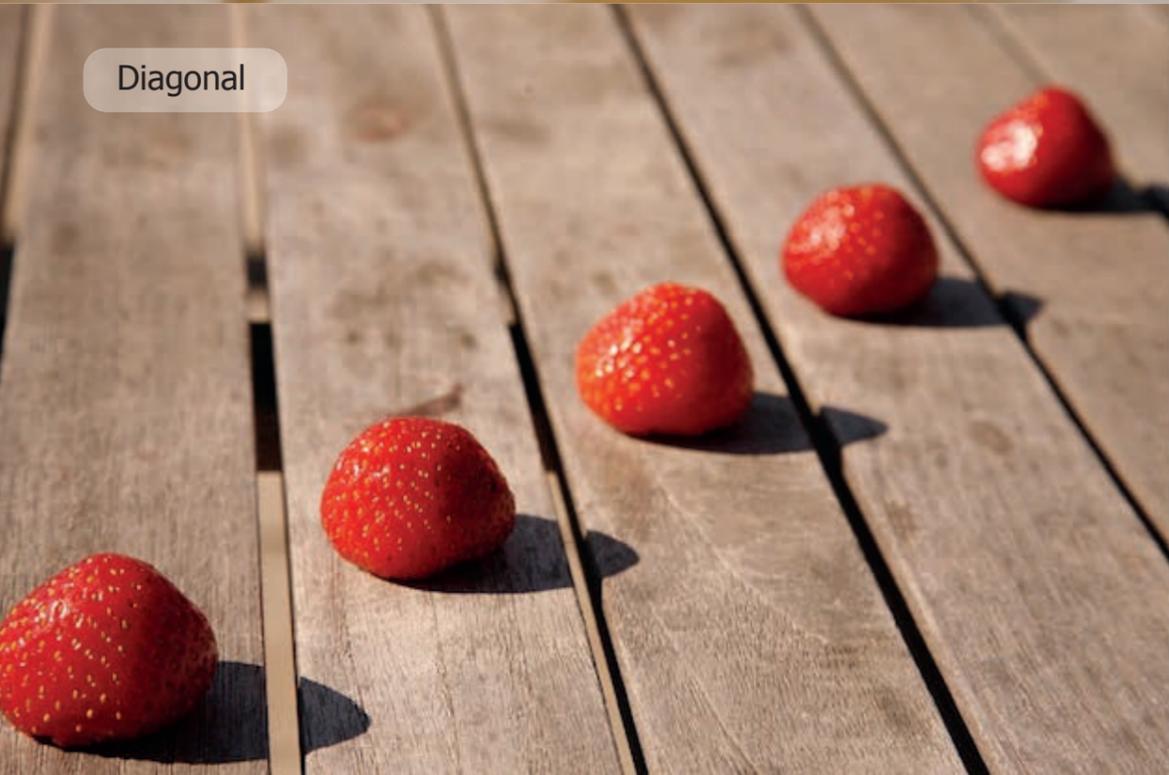
La **Regla de los Tercios** es la que más nos puede ayudar a quienes empezamos a componer fotografía publicitaria

nuestra pantalla y dispone los objetos de la misma forma en la que actúa la naturaleza (las caracolas, las semillas del girasol o los pétalos de las rosas, así como las plantas de algunas galaxias o los cuernos de algunos rumiantes), conocida como Espiral Áurea.

Un elemento muy importante dentro de la composición son las líneas, en especial las **líneas diagonales** pues dotan a la imagen de movimiento y ayudan a la lectura de la misma.

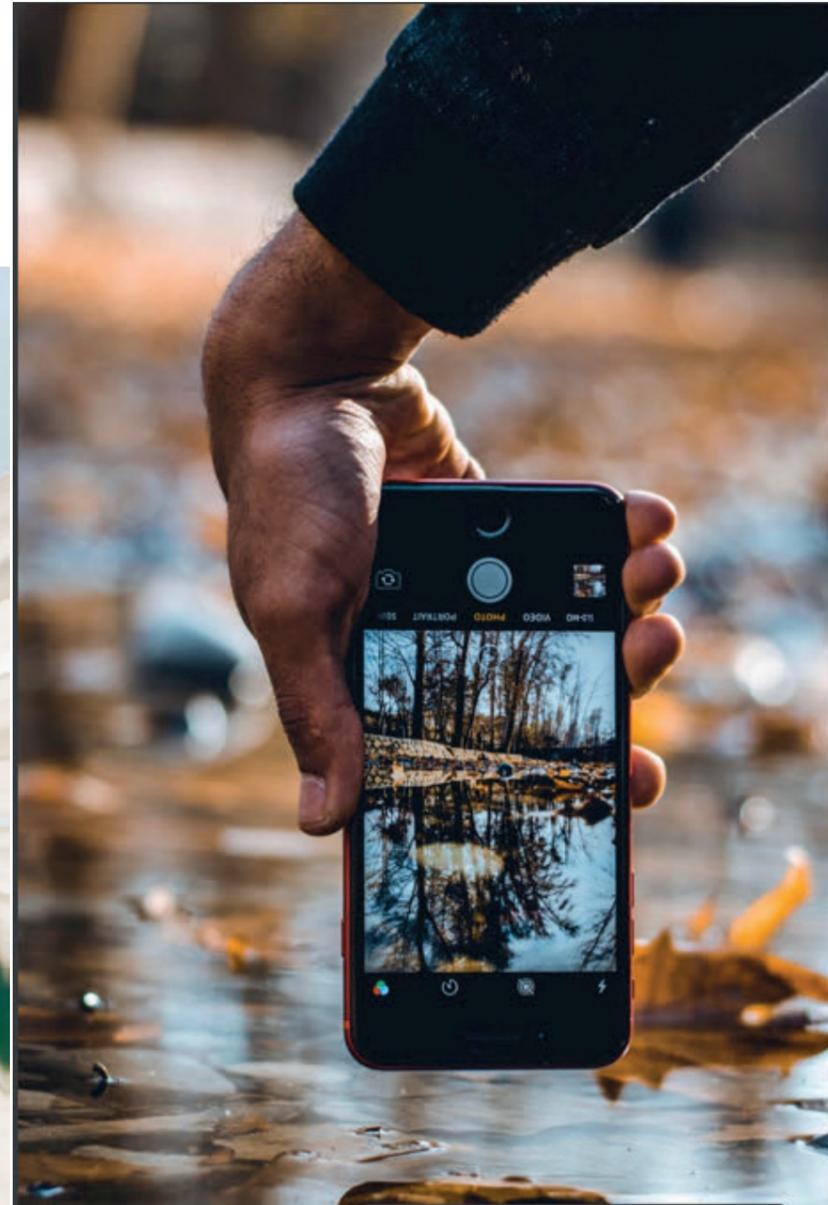
Existen muchos más tipos de composición muy atractivos y dinámicos con los que transmitir **optimismo, dinamismo, orden, ritmo, repetición**, etc, como puede verse en los siguientes ejemplos:





2.4.- PUNTO DE VISTA

El punto de vista es el lugar en el que situamos a quien observa, por lo que es un elemento de vital importancia.



2.5.- COLOR

Si hablamos de emociones a la hora de componer una imagen, el color es un elemento fundamental como **transmisor de sensaciones** ya sea por los elementos o productos que deseamos mostrar como por el fondo o elementos secundarios. Su elección es decisiva por lo que conviene recordar qué sensaciones transmite cada color y el arte de combinarlos.

Rueda de color

La rueda de color **ordena los colores** de forma circular representando los colores primarios y sus derivados.

Es una herramienta muy útil a la hora de elegir la tonalidad de una composición, de localizar los colores análogos al principal o su complementario en caso de querer resaltarlo.

En general los colores se dividen en fríos y cálidos según su temperatura y cada uno transmite una emoción. Los Colores Pastel se obtienen añadiendo blanco.



La Rueda de Color se remonta a 1666 cuando Isaac Newton identificó el espectro de seis colores que vio cuando pasó la luz a través de un prisma.



Colores**Cálidos**

Fuego, atardecer, amanecer, energía, pasión y positividad

Rojo:

Pasión, amor, emociones fuertes.

**Naranja:**

Juventud, aprendizaje, emoción, vida.

**Amarillo:**

Alegría, optimismo, para jóvenes y peques.



Colores
Fríos

Noche, agua,
 naturaleza, paz, relax.

Morado:

Dulzura, nostalgia, mujer, madurez.


Azul:

Seguridad, confianza, simpatía, fantasía.


Verde:

Esperanza, dinero, ecología y salud.



**Colores
Neutros**

Minimalismo, equilibrio,
distinción, elegancia.

Negro:

Elegancia, misterio, fuerza, tecnología.

**Marrón:**

Tierra, chocolate, madera, acogedor.

**Blanco:**

Pureza, inocencia, higiene, verdad.



**Colores
Pastel Cálidos**

Paz, armonía,
dulzura.

Rosa:**Amabilidad, cariño, amor.****Salmón:****Suavidad, frescura.****Amarillo pastel:****Entendimiento, alegría.**

Colores**Pastel Fríos**

Seriedad, distancia,
tranquilidad.

Lila:

Romance, afecto, nostalgia.

**Celeste:**

Pureza, cielo, paz, frescor.

**Agua Marina:**

Calma, mar, serenidad.



Colores

Pastel Neutros

Nostalgia, paciencia,
sabiduría.

Gris:

Inteligencia, confianza, madurez.



Tierras:

Tranquilidad, recuerdos.



2.6.- RECORTE

El recorte en una fotografía, por mucho que hayamos cuidado a fondo la composición a la hora de hacerla, nos puede ayudar a **eliminar aquello que es superfluo** y que no aporta nada al mensaje que queremos transmitir, **nos acerca al objeto** o producto para que podamos "tocarlo", o a **variar su formato** si queremos adecuarlo a una red social en concreto.



Recortamos para simplificar la fotografía, eliminar lo superfluo y así ayudar a quien mira a entender el mensaje que queremos transmitir.



El retoque
de fotografía
debe reflejar nuestro
producto tal cual es

2.7.- RETOQUE

El retoque fotográfico de imágenes obtenidas con la cámara de un smartphone es primordial ya que estas carecen de la luz, nitidez, textura, profundidad y color que nuestro objeto en vivo posee.

No hablamos de un retoque fantasioso, sino del manipulado necesario para que **nuestro producto luzca** y se represente en todo su esplendor, dando una **visión realista** y que no lleve a engaño una vez adquiramos dicho producto, ya sea online o directamente en el comercio.

Merece la pena trabajar en una foto que transmita, que publicar cuatro fotos mediocres en el mismo tiempo.



Mejora la luz, la nitidez, evita sombras molestas
y dale a la foto el color correcto mediante la saturación

2.8.- ILUMINACIÓN

La luz es la materia prima de la fotografía, por lo que un buen conocimiento de su utilización marcará la diferencia. Así pues es otro de los aspectos que hacen de una fotografía una imagen atractiva, siendo otro de los elementos "gramaticales" que, bien utilizado **puede reforzar nuestro mensaje** dándole: naturalidad, tenebrismo, calidez, frescura, misterio o alegría, entre otras sensaciones.

Hemos visto anteriormente que se puede variar la luminosidad de una imagen mediante aplicaciones de retoque, pero es aconsejable que la fotografía parta de una composición e **iluminación correcta** para que el retoque sea el mínimo.

2.8.1.- Iluminación natural

La luz natural es idónea a la hora de realizar fotografía de ambientes e instalaciones, pues el sol es la mayor fuente de luz.

La luz del sol directa nos dará unas sombras excesivamente duras, por lo que es preferible la luz del atardecer o amanecer, son conocidas como la hora dorada y azul u **hora mágica**.

Debemos tener en cuenta que ésta varía según la hora del día y la época del año, al mismo tiempo, cuando la luz es directa del sol, se convierte en una iluminación dura, por lo que aconsejamos tamizarla.

Intenta realizar tus fotografías cerca de un ventanal.



Realiza
 tus fotografías
 con luz natural
 cerca de un ventanal



2.8.2.- Iluminación artificial

Cuando nos planteamos hacer fotografía de producto, lo ideal es montarse un **set de iluminación artificial** para que las condiciones de luz sean idénticas en todos los objetos a fotografiar y ofrecer así una **imagen coherente y profesional** a nuestro catálogo de productos.

Nadie mejor que tú para conocer tu producto y la sensación y estilo que debe transmitir, así que al principio deberás jugar con diferentes focos de luz y combinarlos hasta conseguir la iluminación que tu producto merece.

Para ello debemos considerar las **principales propiedades de la luz**:

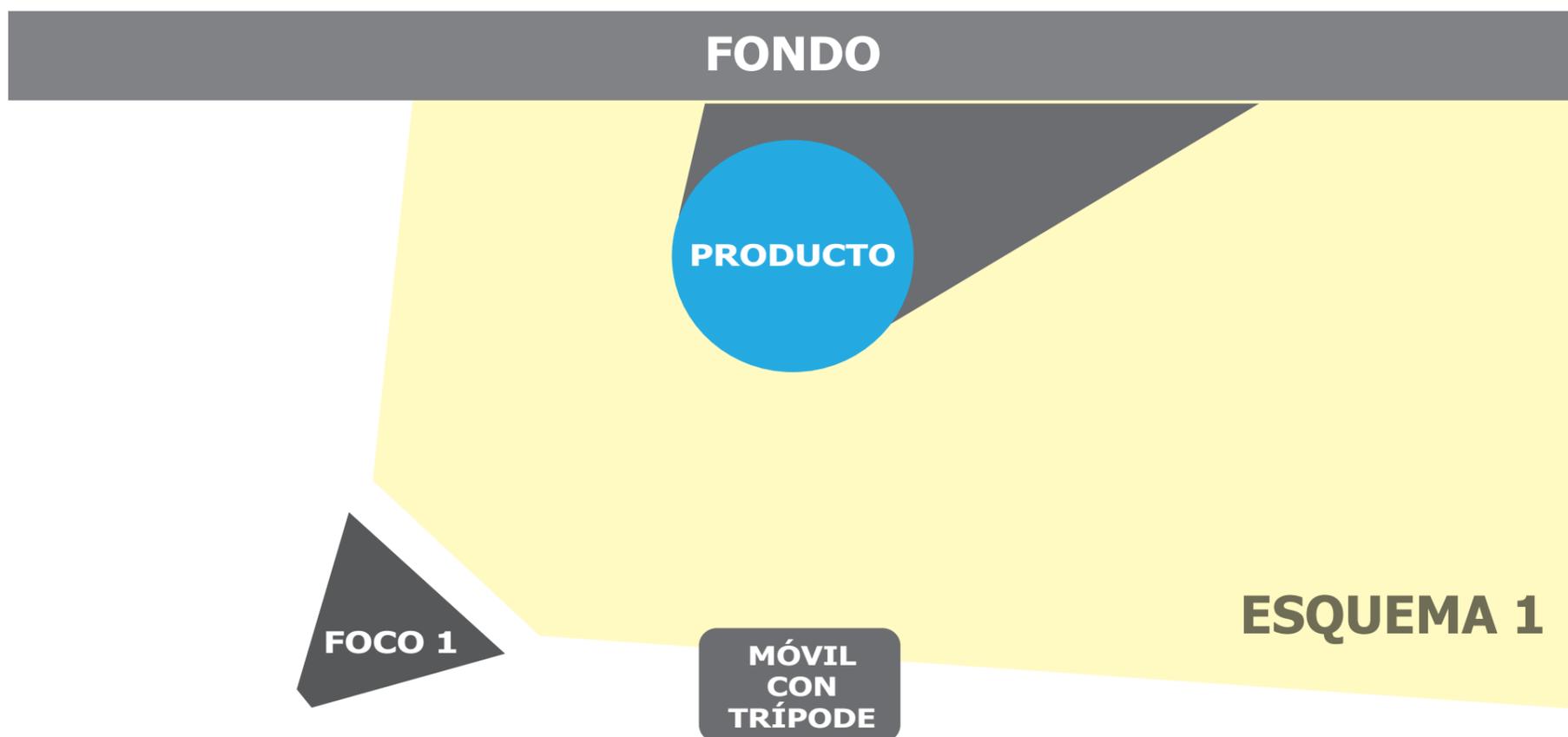
Viaja en línea recta

Refleja en superficies claras y brillantes

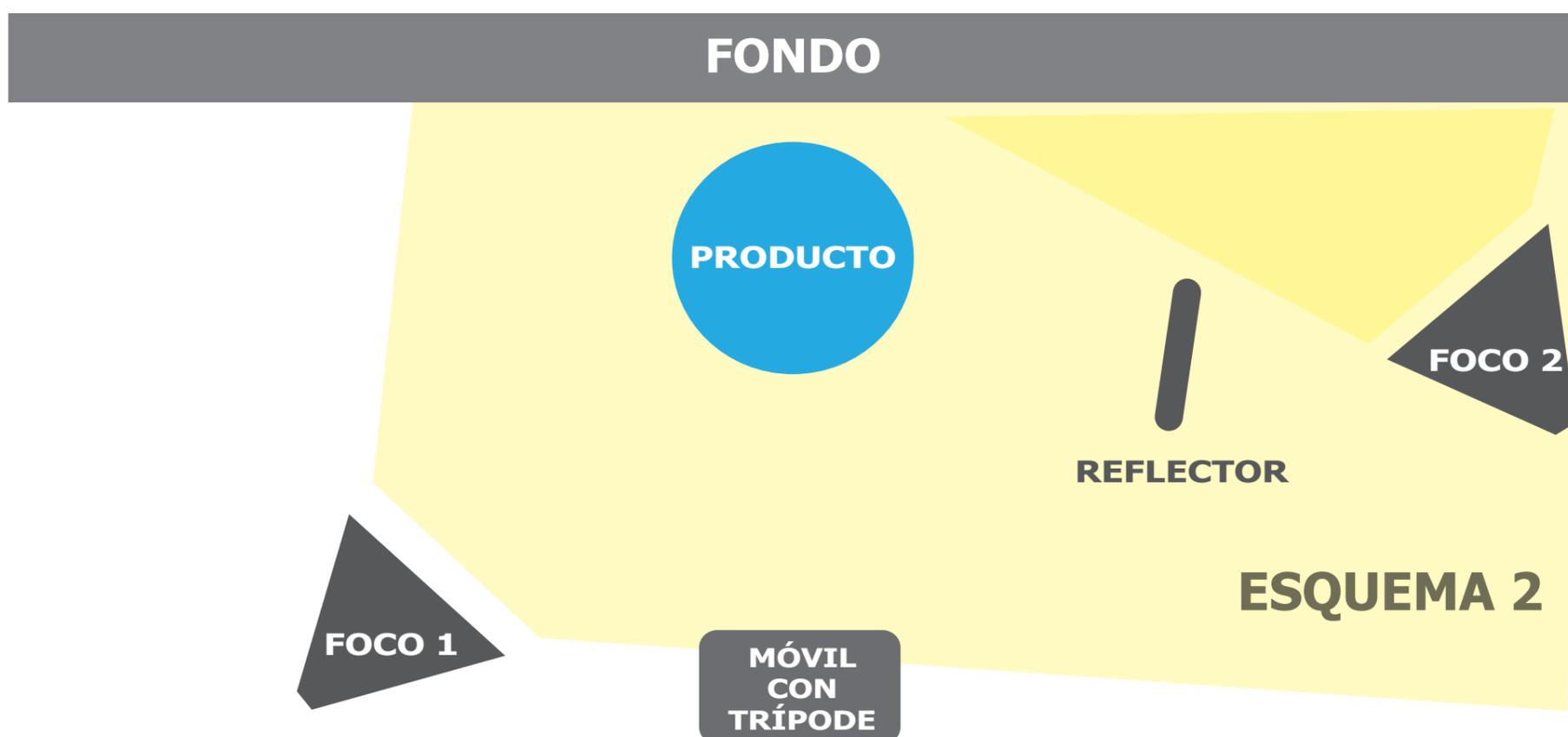
Las superficies oscuras y mate absorben la luz

Cuando una luz es muy dura y provoca brillos en nuestro objeto podemos tamizarla mediante elementos traslúcidos.

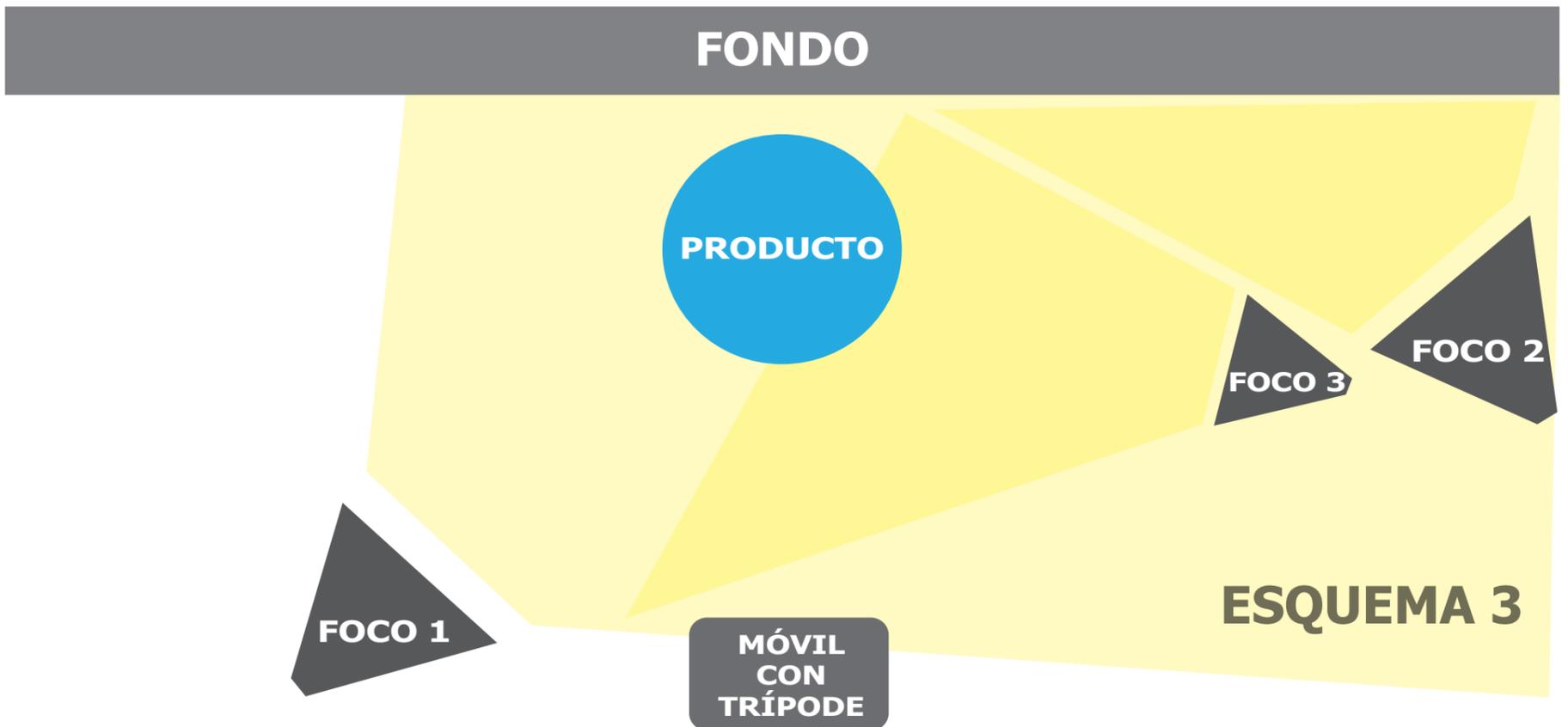
Son numerosos los **esquemas de luz** que podemos seguir a la hora de colocar las fuentes de luz en nuestro set según sea la sensación que queramos dar y que irá desde una luz envolvente que evoque la luz natural tamizada y suave que se filtra por un ventanal, hasta una luz unidireccional, dura y muy marcada que nos transmita misterio, por poner un ejemplo.



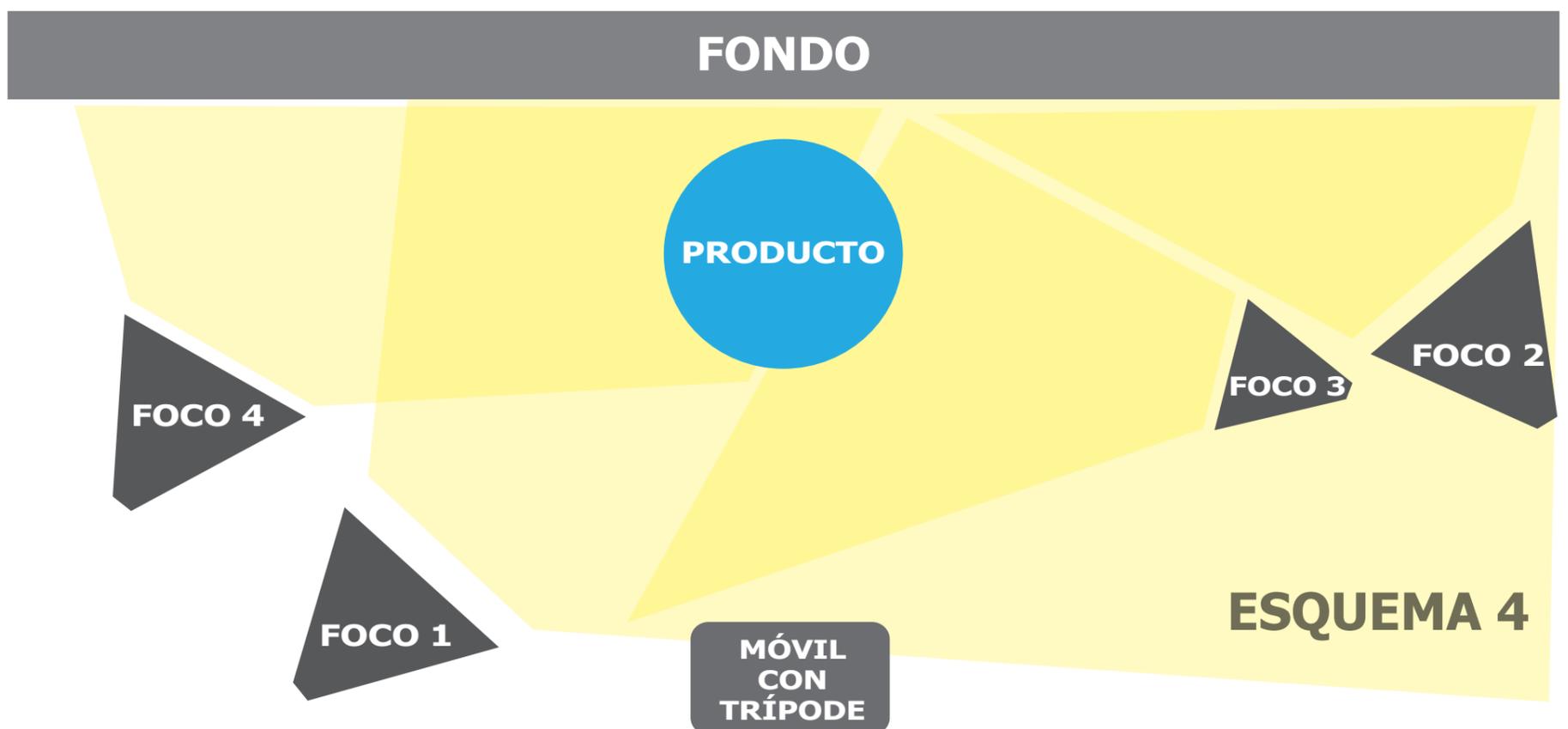
ESQUEMA 1: Situamos nuestro objeto frente a nuestro smartphone. Es importante la utilización de trípode. Utilizamos un fondo neutro. Colocamos un foco en uno de los laterales.



ESQUEMA 2: Sobre el Esquema 1, hemos añadido un segundo foco dirigido al fondo para anular la sombra tan dura que provocaba el foco 1, podemos ayudarnos de un reflector que rebote luz sobre el lado no iluminado de nuestro objeto.



ESQUEMA 3: En este esquema hemos añadido un tercer foco que sustituye al reflector del Esquema 2 para provocar un juego de luces más envolvente



ESQUEMA 4: En este Esquema más completo, un cuarto foco mata por completo las sombras sobre el fondo quedando nuestro producto completamente envuelto en luz.

Valencia, noviembre 2020



