

III

Guía práctica para
empreendedores
que quieren mostrar
su producto
como se merece.

por Sole Rubio



Sole Rubio

1. INTRODUCCIÓN:

POR QUÉ UNA BUENA FOTO
PUEDE CAMBIARLO TODO.

IMAGINÁ QUE ENTRÁS A UNA
TIENDA ONLINE BUSCANDO UN PRODUCTO.
NO CONOCÉS LA MARCA,
NO SABÉS SI CONFIAR O NO.
PERO DE REPENTE,
UNA IMAGEN TE DETIENE: CLARA, LUMINOSA,
ESTÉTICAMENTE ARMADA,
CON DETALLES QUE PODÉS CASI TOCAR.
¡ESA ES LA FUERZA DE UNA BUENA FOTO!

¡ESO ES!

PH:Sole Rubio



UNA IMAGEN POTENTE
GENERA CONFIANZA,
PROFESIONALISMO Y DESEO.
Y ESO APlica TAMBIÉN A LOS
EMPRENDEDORES: MUCHAS VECES NO
SE TRATA DE TENER EL MEJOR
PRODUCTO,
SINO DE SABER MOSTRARLO.
EN ESTA GUÍA VAS A ENCONTRAR
HERRAMIENTAS CONCRETAS PARA QUE
TUS FOTOS DIGAN, LO QUE VOS QUERÉS
QUE DIGAN DE TU PRODUCTO.
PARA QUE TRANSMITAN CALIDAD,
DETALLE, TEXTURA, COLOR,
PROFUNDIDAD.
EN FIN: PARA QUE HAGAN SU TRABAJO.

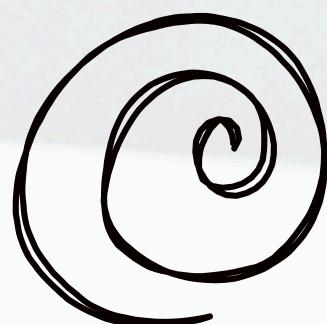
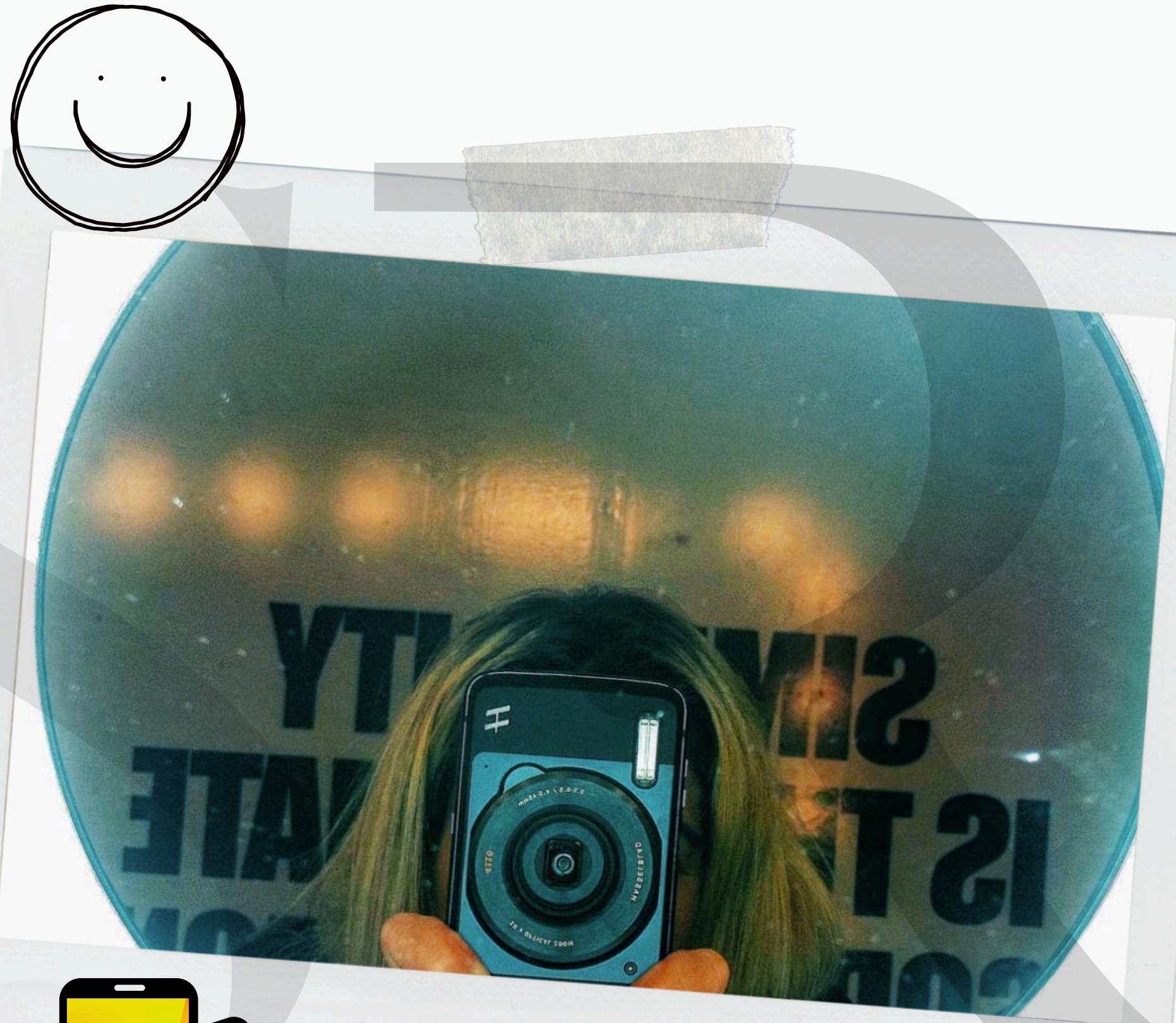
2. EL PROBLEMA REAL: NO ES TU PRODUCTO, ES CÓMO LO ESTÁS MOSTRANDO

SI SENTÍS QUE TUS FOTOS NO HACEN JUSTICIA A TU PRODUCTO, QUE NO SE VEN TAN LINDOS EN REDES COMO EN PERSONA, O QUE NO SE DESTACAN FREnte A LA COMPETENCIA, NO ESTÁS SOLX. ES UN PROBLEMA COMÚN, Y TIENE SOLUCIÓN.

MUCHOS EMPRENDEDORES CREEN QUE NECESITAN UNA CÁMARA PROFESIONAL O UN ESTUDIO PARA LOGRAR BUENAS FOTOS.

PERO EN REALIDAD, CON TU CELULAR Y ALGUNOS CONOCIMIENTOS, PODÉS TRANSFORMAR TOTALMENTE LA PERCEPCIÓN DE TU PRODUCTO.

MOSTRAR BIEN ES PARTE DE VENDER BIEN.

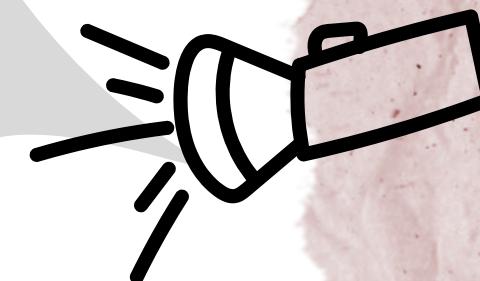


3. CÓMO MOSTRAR TEXTURAS, COLORES Y PROFUNDIDAD CON TU CELULAR

TEXTURA:

PARA QUE UNA TEXTURA SE NOTE,
NECESITÁS QUE HAYA RELIEVE.

ESO SE LOGRA CON UNA LUZ QUE VENGA DE COSTADO
(LUZ LATERAL), QUE GENERE PEQUEÑAS SOMBRAS.
EVITÁ LA LUZ FRONTAL QUE DISMINUYE LA PERCEPCIÓN DE LOS
DETALLES. (CUÁNTO MÁS CALIDAD TENGA LA FOTO
VAMOS A LOGRAR QUE HAYA MAYOR DETALLE DE TEXTURA),



LA LUZ PUEDE SER DIRECTA PERO TAMIZADA,
CÓMO OBTENEMOS ESTO?
PONIENDO SOBRE LA LUZ DIRECTA UNA TELA BLANCA
TRASLÚCIDA QUE DE ESA MANERA
LA LUZ LLEGUE AL PRODUCTO.
LA OTRA OPCIÓN ES QUE LA LUZ SEA REBOTADA;
POR EJEMPLO QUE LA LUZ APUNTE A UNA PARED BLANCA
Y LLEGUE ESE REBOTE DE LUZ A MI PRODUCTO.
SI APUNTAMOS LA LUZ DIRECTA AL PRODUCTO O
FRONTAL; VAMOS A QUITAR DETALLES .

COLOR:



BUSCÁ LUZ NATURAL, PERO NO DIRECTA. EL SOL DIRECTO SUELE QUEMAR LOS COLORES (SALVO QUE SEA EL EFECTO DESEADO, TODO ES VÁLIDO, CUANDO APRENDEMOS A USARLO).



SI USAMOS LA LUZ DIRECTA, LO IDEAL ES USARLA CUANDO EL SOL ESTE BAJO, ES DECIR, AMENECER O ATARDECER. DE ESTA MANERA, VAMOS A EVITAR LAS SOMBRAS DURAS.



PROFUNDIDAD:

USÁ ELEMENTOS EN PRIMER PLANO Y FONDO. NO PONGAS EL PRODUCTO PEGADO AL FONDO: SEPARALO UNOS CM Y GENERÁ UN DESEFOQUE SUTIL.



4. LUZ: LA HERRAMIENTA MÁGICA PARA DESTACAR LO QUE MÁS IMPORTA

SIN LUZ NO HAY FOTO. Y SIN BUENA LUZ, NO HAY FOTO QUE IMPACTE.

USÁ LUZ NATURAL INDIRECTA
(AL LADO DE UNA VENTANA, SIN SOL DIRECTO).
SI USÁS LUZ ARTIFICIAL, ASEGURATE DE QUE SEA BLANCA
Y SUAVE (LUZ DÍA O LED DIFUSA).
EVITÁ LAS SOMBRAS DURAS. PODÉS SUAVIZARLAS CON
UNA CARTULINA BLANCA DEL LADO OPUESTO A LA LUZ.

EJERCICIO:

**ELEGÍ UN PRODUCTO CHICO. SACALE UNA FOTO CON LUZ FRONTAL,
OTRA CON LUZ LATERAL. COMPARÁ CÓMO CAMBIA LA TEXTURA.**

5. ENCUADRE Y PLANO: MOSTRAR LO QUE QUERÉS DECIR

EL PLANO DETERMINA QUÉ QUERÉS QUE SE VEA
Y CÓMO SE VE:

PLANO CENITAL: DESDE ARRIBA. IDEAL PARA FLATLAYS
O PRODUCTOS EN CONJUNTO.

PLANO PICADO: LEVEMENTE DESDE ARRIBA.
APORTA SUAVIDAD.

PRIMER PLANO O DETALLE: PARA MOSTRAR TEXTURAS,
INSCRIPCIONES, ACABADOS.

EJERCICIO:

ELEGÍ UN MISMO PRODUCTO
Y HACÉ TRES FOTOS CON
TRES PLANOS DISTINTOS.
EVALUÁ CUÁL COMUNICA
MEJOR SUS CUALIDADES.



6. FONDO, COLOR Y ENTORNO: ALIADOS INVISIBLES

EL FONDO NO ES EL PROTAGONISTA, PERO
POTENCIA O ARRUINA AL PRODUCTO.



EVITÁ FONDOS CON TEXTURA O COLORES QUE
COMPITAN. FONDO BLANCO: APORTA LIMPIEZA Y
PROFESIONALISMO.



FONDO DE COLOR
SUAVE: GENERA
IDENTIDAD SI ESTÁ BIEN
ELEGIDO.



FONDO AMBIENTADO: IDEAL
PARA PRODUCTOS DE USO
COTIDIANO. SUMÁ PROPS QUE
CUENTEN UNA HISTORIA
(SIN SOBRECARGAR).



EJERCICIO:
ARMÁ DOS ESCENAS DISTINTAS PARA UN MISMO PRODUCTO.
UNA CON FONDO LISO, OTRA AMBIENTADA.
¿CUÁL TE REPRESENTA MÁS?

8. CHECK DE VISIBILIDAD: ¿LO QUE QUERÉS MOSTRAR SE VE CLARO?

ANTES DE PUBLICAR UNA FOTO, REVISÁ:

- ¿SE NOTA LA TEXTURA DEL PRODUCTO?
- ¿LOS COLORES SE VEN REALES?
- ¿EL PRODUCTO ESTÁ ENFOCADO?
- ¿HAY PROFUNDIDAD?
- ¿EL ENTORNO LO ACOMPAÑA O DISTRAE?



PH:Sole Rubio

9. PRÁCTICA FINAL:

REPETÍ UNA DE TUS FOTOS APLICANDO LO APRENDIDO

1. ELEGÍ UNA FOTO ANTIGUA DE TU PRODUCTO QUE NO TE CONVENZA.

2. REPETÍ LA SESIÓN APLICANDO ESTOS TIPS:
PLANO, LUZ, FONDO, COMPOSICIÓN.

3. COMPARÁ. MOSTRALA A ALGUIEN MÁS.
PREGUNTÁ: ¿CUÁL GENERA MÁS GANAS DE COMPRAR?





10. CIERRE: TUS FOTOS VENDEN (O NO). VOS DECIDÍS.

LAS FOTOS COMUNICAN. A VECES SIN QUERERLO, COMUNICAN DESPROLIJIDAD, OSCURIDAD, DESORDEN. PERO CUANDO LAS HACÉS CON INTENCIÓN, COMUNICAN CONFIANZA, DETALLE, AMOR POR TU PRODUCTO.

CON TU CELULAR, TUS MANOS Y ESTA GUÍA, PODÉS LOGRAR QUE TU PRODUCTO BRILLE.

¡AHORA ES TU TURNO!



SOLE RUBIO
FOTOGRAFA

Muchas gracias!!
Si te dieron ganas de seguir
profundizando, te espero del otro
lado, en el curso!



www.cursos.solerubio.com
 @cursos.solerubio