



Guía para la creación de composiciones fotográficas



FONDOS[®]
para fotos

Sobre Fondos para Fotos[®]

Potenciamos el proceso creativo de emprendedores que quieran contar historias a través de su imagen de marca.

El objetivo final es que el visual de su emprendimiento te permita generar mayor engagement.

Los colores y las formas que acompañan tu producto hacen que luzca en su mejor potencial.

¡Podés elegir fondos, objetos y más y combinarlos de la manera que más te represente!

Entendemos por visual merchandising al lazo que forja la marca y el consumidor a partir de:

Comunicar la identidad de marca

Optimizar el perfil de la marca

Potenciar el interés y el impacto visual para que se queden viéndote

Crear atmósfera

Mostrar el producto/variedad del servicio

Crear campañas publicitarias

Atraer a clientes y estimular la compra

El desarrollo de una identidad de marca que busca innovar, mimar los ojos del cliente, es un potencial crecimiento en las ventas.



Reglas básicas de COMPOSICIÓN

Componer en fotografía es un arte. Si bien hay reglas como el título lo indica, te invitamos a que puedas jugar con tu creatividad.

Las reglas de composición nos permiten ordenar visualmente el contenido, es decir, aportan guías visuales para decirle al ojo cómo tiene que ver la foto, qué es prioritario, qué recorrido debe hacer. La idea de seguir ciertas reglas a nivel visual, se sostiene en:



La experiencia: el trabajo de otros fotógrafos nos marca el camino de lo que es visualmente equilibrado y lo que no. Si aprendemos primero ciertas reglas visuales de composición, vamos a poder luego, “infringirlas” y jugar mejor cuando sacamos una foto.



Neuromarketing: este concepto nos ahorra recorrido. ¿Por qué? porque aprendiendo lo que le atrae o gusta más a nuestro cerebro, hay más posibilidades de que logremos impactar con nuestras fotos, generar empatía, enamorar.

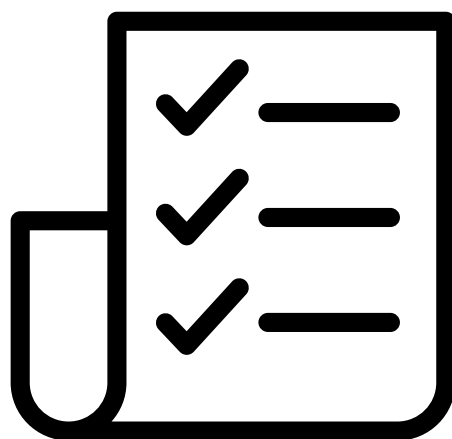


Aportar información sobre el producto: Como ya hemos dicho, el comprador no puede tocar el producto en un eCommerce. Por eso es aconsejable incluir fotos desde todos los ángulos que puedas.



Diferenciarnos de la competencia: En Internet, nuestro competidor está a un click de distancia. Por eso es fundamental tener fotografías propias que nos permitan destacar.

[PLANIFICAR]



Planificar una sesión fotográfica es uno de los aspectos principales para mejorar la estética de tus imágenes. A continuación vamos a enumerarte los pasos necesarios para que puedas llevarla a cabo cada vez que quieras enfocarte en hacer fotos.

➤ **1:** Escribí 3 conceptos que definan a tu marca.
Asociá esos conceptos a uno objeto del mundo real,
ejemplo:
fiesta -> diversión -> papel picado
finanzas -> planillas -> números viajes -> volar -> pa-
saporte -> mapa emprender -> escritorio -> planner
Teniendo esto ordenado podés ver qué comprar y
qué buscar dentro de los objetos que ya tenés.

➤ **2:** Pensá qué colores podrías asociar a estos concep-
tos y a tu marca.

➤ **3:** Elegí materialidades: telas, papeles, cerámicas.
Esto puede servirte tanto como elemento decorati-
vo como para elegir tus FONDOS.

➤ elegante: mármol
rústico: madera

➤ **4:** Anotá la hora del día en la que tu casa o estudio
tiene mejor luz.

➤ **5:** Buscá referencias de fotos de la temática que vas
a abordar. Tenerlas a mano te va a orientar en tu tra-
bajo.



Ideas de posibles composiciones fotográficas

- Campaña de lanzamiento de un nuevo producto
 - Fotos para comunicar una promoción u oferta
 - Fotos de producto para tu web
 - Fotos para hacer una campaña de email marketing
 - Fotos para hacer tu carpeta de presentación a clientes mayoristas o empresas
 - Fotos para vender tus productos en otros sitios web externos
 - Fotos para hacer flyers impresos
 - Fotos para mostrar tu producto en situaciones de uso
 - Fotos para mostrar tu producto como estilo de vida
 - Fotos que comuniquen los beneficios de un producto ya conocido por mi audiencia
 - Fotos que reflejen la variedad de productos que componen mi tienda online
 - Fotos estacionales o temáticas.
- ¡Y muchas ideas más! ¡Sumá las tuyas!

¿Cómo ubicar los productos y props?

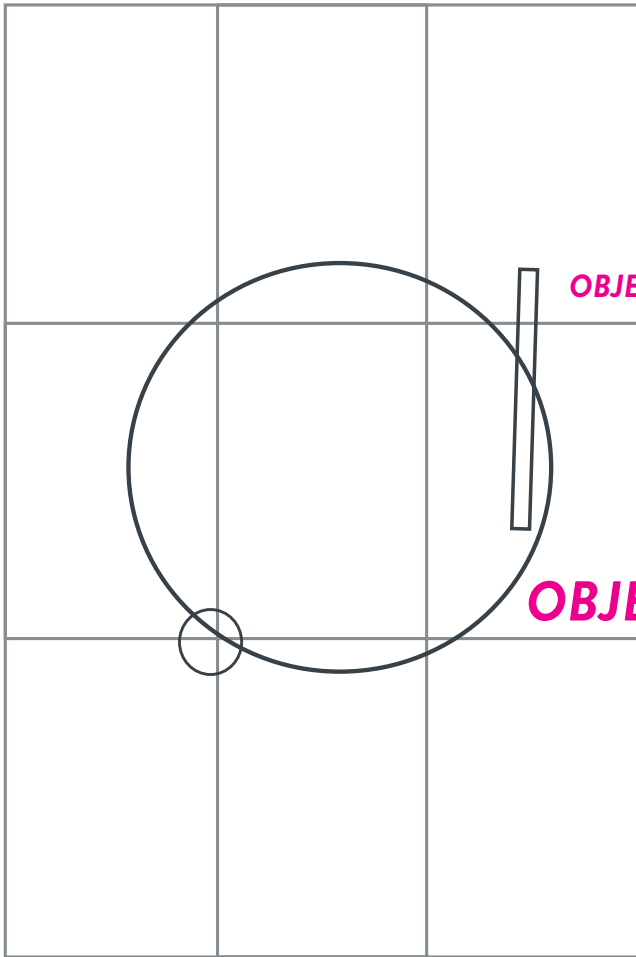
En la composición la disposición de los elementos es fundamental porque así, marcamos el recorrido de la mirada del espectador.

La clave está en empezar eligiendo un objeto/producto principal y luego sumar objetos de tamaño inferior para complementar. Siempre es más sencillo empezar de lo más grande a lo más chico. Esto nos permite elegir qué recortar después.

Recordá que no es necesario que la toma abarque a los objetos en su totalidad, podemos ver parte de ellos e igual comprender de qué se trata.

A continuación van algunas estructuras que pueden servirte de guía para ubicar los objetos en tus tomas.

TIP: Además de medir la importancia por tamaños, también medila por intensidad de colores. Por ejemplo: aunque un objeto sea pequeño, si su color es flúo, es probable que se robe la atención de quien mire la foto.



FORMA DE S: IMPLICA UBICAR LOS ELEMENTOS ARMANDO UNA "S" IMAGINARIA.

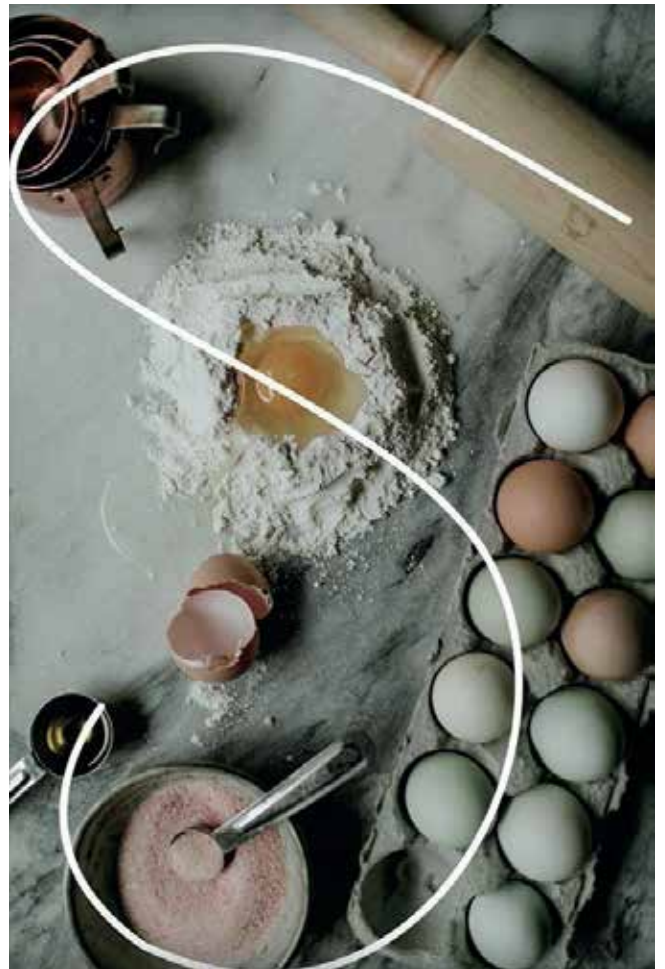
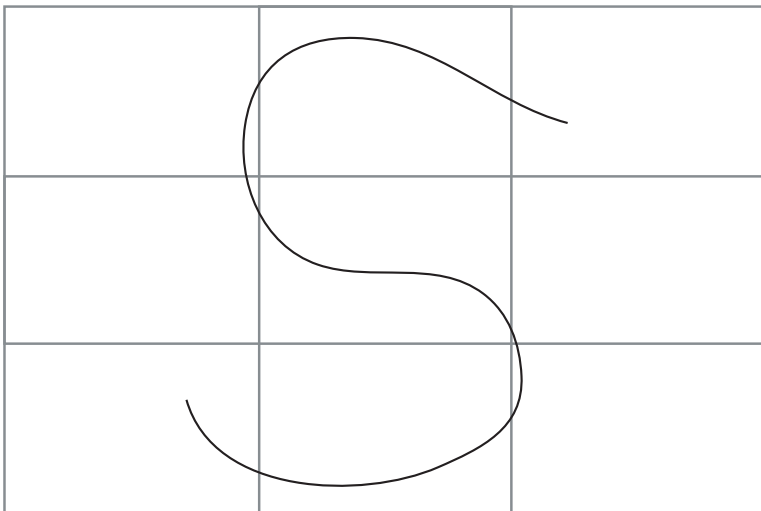
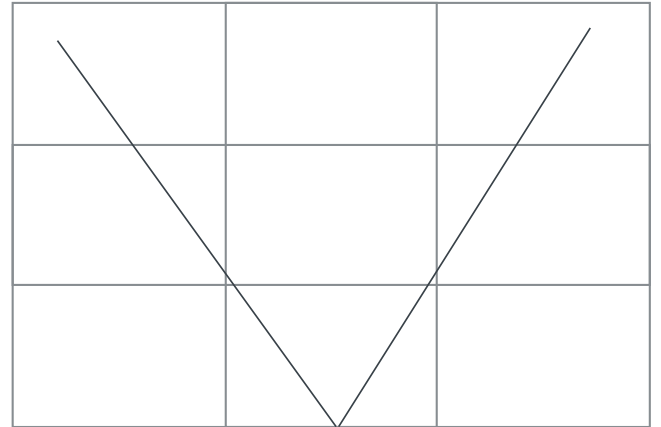
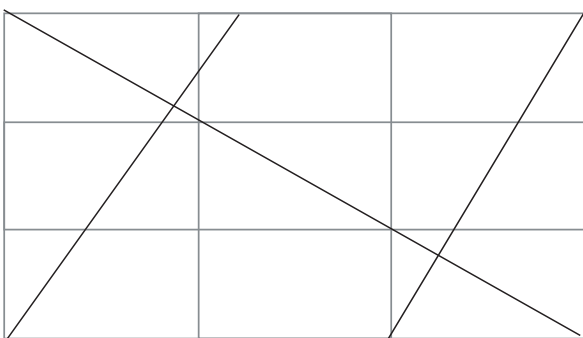


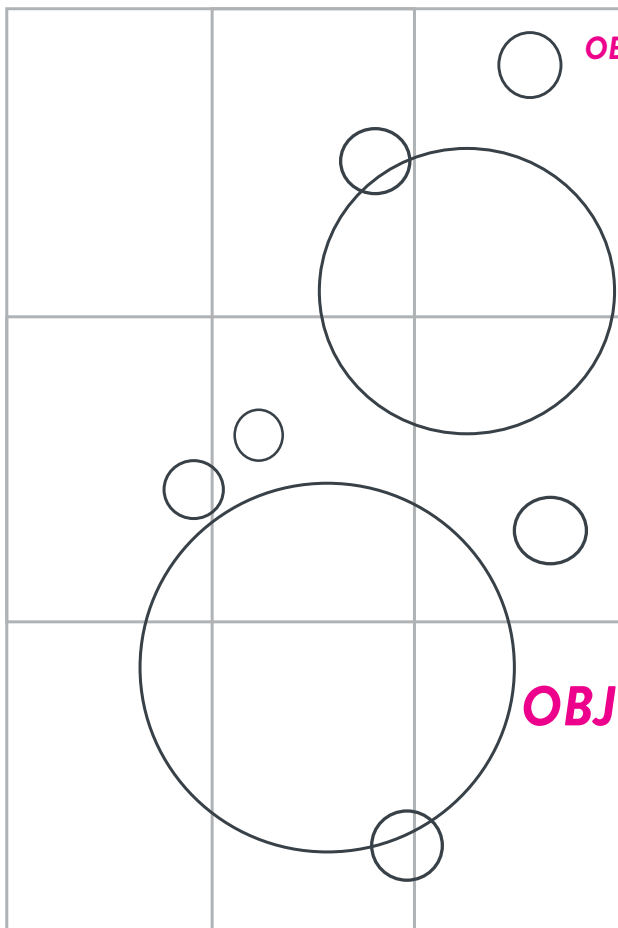
Foto extraída de Pinterest.



FORMA DE V: IMPLICA UBICAR LOS ELEMENTOS ARMANDO UNA "V" IMAGINARIA.



DIAGONAL DORADA: los cruces marcan puntos de interés.



OBJETOS COMPLEMENTARIOS

OBJETO SECUNDARIO

OBJETO PRINCIPAL



OBJETO PRINCIPAL

OBJETO PRINCIPAL

OBJETO PRINCIPAL

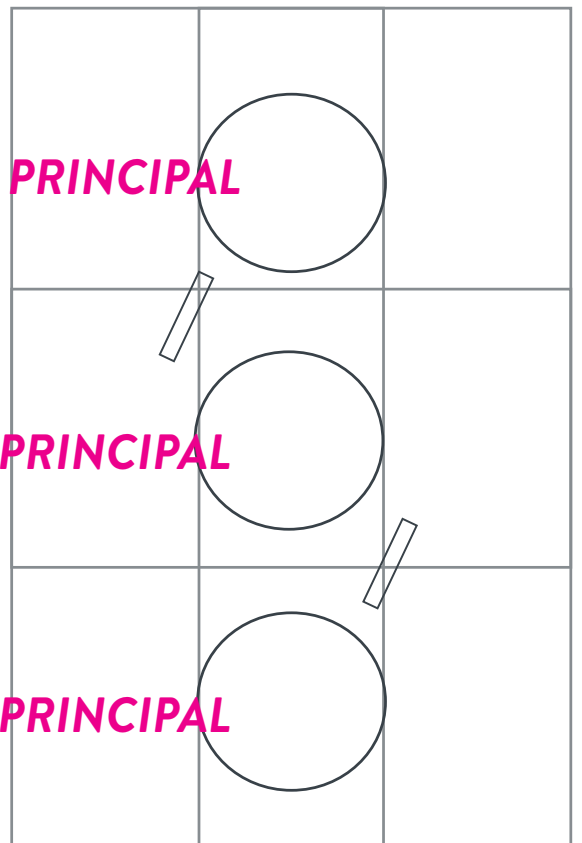


Foto extraida de Pinterest.

¡Ahora es tu turno!

*¡Esperamos ver tus creaciones
con el hashtag #instafeed!*

*Recordá que podés encontrarnos en:
www.fondosparafotos.com.ar
fondosparafotos@gmail.com
[instagram.com/fondosparafotosoficial](https://www.instagram.com/fondosparafotosoficial)*

¡Gracias por acompañarnos!



Este documento es una creación de Fondos para Fotos.
Todos los derechos reservados.