



PROYECTO DE TITULACIÓN

“POSTRES- MANUAL TÉCNICO DE FOTOGRAFÍA”.

MEMORIA TEÓRICA

PROYECTO DE DISEÑO

ADRIÁN JIMÉNEZ

Autor

NOMBRE DEL DIRECTOR

Director(a)

Quito, febrero de 2022

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Yo, Walter Adrián Jiménez Barragán con cédula de ciudadanía No. 1726192261, declaro que soy autor(a) del proyecto de Titulación con título: Fotografía de alimentos. Que éste es original, auténtico y personal, y todos los efectos académicos y legales que se desprenden del proyecto, son de mi exclusiva responsabilidad. Me acojo al Art.57 del Reglamento de la Dirección de Proyectos Académicos y Titulación

En Quito, febrero de 2022

.....

WALTER ADRIÁN JIMÉNEZ BARRAGÁN

C.C 1726192261

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Todo se lo dedico en primer lugar a Dios quien el que me permite estar aquí, a mis padres Walter y Patricia quienes han sido un apoyo incondicional en este proceso, a mis hermanas Estefanía y Carolina quienes me han inspirado en cada paso.

Agradezco a cada uno de los maestros y profesionales que estuvieron desde mi primer día, quienes me impartieron su conocimiento para hoy estar donde estoy, a mis amigos por cada palabra de aliento y motivación.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Yo, Danilo Andrés Páez, con cédula No 172312932-4, certifico que el señor Walter Adrián Jiménez Barragán, realizó el presente Proyecto de Titulación bajo mi dirección, durante el desarrollo y culminación de este proceso.

En Quito, febrero de 2022

DANILO ANDRÉS PÁEZ

DIRECTOR(A) DEL PROYECTO

C.C. 172312932-4

ABSTRACT

This project was carried out based on the development and all the knowledge acquired during the academic period of photographic design, using the guides given in this period, a photographic manual was created where the correct step by step to make photography of desserts was shown, which is the most suitable lighting, the type of composition and the most recommended post-production for each photograph. This manual serves as a guide for photographers who want to develop their skills in dessert photography.

Palabras clave: fotografía, postres, iluminación, manual, café, iluminación. producción, cámara, espacio, accesorios.

Índice

I.A. Definición del Tema.....	9
I.A.1. Título y Subtitulo.....	9
I.A.2. Eje y Línea de Investigación.....	9
I.A.3. Introducción.....	9
I.A.4. Definición del Problema.....	11
I.A.5Justificación.....	12
I.A.6. Antecedentes	13
I.B. Objetivos y Alcances	16
I.C. Estrategia y Táctica.....	17
I.C.1. Planteamiento Estratégico.....	17
II. Desarrollo.....	18
II.A. Marco Teórico	18
II.A.1. Capítulo I: Postres y la participación del chef en la fotografía de alimentos	
II.A.1.a Postres	18
II.A.1.b Participación del chef en la fotografía de alimentos.....	24
II.A.2. Capítulo II: La técnica.....	25
II.A.2.a. El bodegón.....	25
II.A.2.b. Fotografía Publicitaria.....	26
II.A.2.c. Reglas y consejos del foodstyling.....	27

II.A.2.d. Props.....	29
II.A.2.e. Equipos fotográficos y de iluminación.....	30
II.A.3. Capítulo III: Desarrollo del manual de fotografía de alimentos.....	32
II.B. Audiencia.....	34
II.B.1. Público Real.....	34
II.B.2. Público Potencial.....	35
II.B.3. Espectadores.....	35
II.C. Desarrollo del proyecto.....	35
II.C.1 Diseño a detalle.....	35
II.C.2. Diagramación.....	35
II.C.3. Maquetación.....	36
II.C.4 Introducción.....	36
II.C.5 Postres.....	37
II.C.6. Iluminación.....	37
II.C.7. Color.....	40
II.C.8. Composición.....	42
II.C.9 Carpeta de Pre-producción.....	45
II.C.10 Shooting Plan.....	48
II.C.11 Presupuestos del Prototipo, Costo y Precio de venta.....	50

III. Cierre.....	52
III.A. Conclusiones.....	52
III.B. Recomendaciones.....	53
Anexos.....	54
Bibliografía.....	61

I. Investigación

I.A. Definición del Tema

I.A.1. Título y Subtítulo

Título: Postres-Manual técnico de Fotografía

Subtítulo: Manual técnico-práctico para fotógrafos que incursionan en la fotografía de postres.

I.A.2. Eje y Línea de Investigación

Eje: Entorno

Línea de investigación: La comunicación en el diseño

I.A.3. Introducción.

La fotografía es ante todo una representación del mundo visual. (Munarriz, 1999 p.119). En la cual se transmite mediante una imagen las ideas de acuerdo al entorno y los objetos a utilizar, es así que la fotografía se clasifica en 3 géneros principales los cuales son: fotografía publicitaria o comercial, fotografía testimonial que a su vez se divide en la fotografía de prensa, la fotografía documental así mismo la fotografía científica, además tenemos a la fotografía artística. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2015)

Según Eguizábal en su libro Fotografía publicitaria, nos afirma que esta se divide en varios géneros, uno de estos es el bodegón en el cual se encuentra incluida la fotografía de alimentos o gastronómica. (Eguizábal, 2001)

Para efectos del presente estudio se abordará la fotografía publicitaria de la misma que permite tener una visión técnica y práctica de los elementos de composición que plasman una imagen que se enmarque en parámetros de calidad con la finalidad de que el producto final sea utilizado en publicidad idónea para que los consumidores de dicho producto visualicen una imagen que permita potenciar el consumo de los mismos.

Para la correcta producción de una fotografía de alimentos es necesario considerar el estudio fotográfico en el cual se va a llevar a cabo este proyecto, este espacio comprende en primera instancia un profesional que tenga los conocimientos tanto teóricos, técnicos, y prácticos para poder desempeñar estas habilidades junto con un equipo fotográfico de alta calidad como: cámaras, objetivos, trípodes, fondos, reflectores, y difusores.

Es de gran relevancia además el styling del producto en este caso particular la preparación y correcto montaje del plato del postre que se va a fotografiar con el fin de contrastar con un equipo de calidad y conocimiento técnico que acompañe la realización de un producto final con estándares publicitarios altos.

Es por esto que el presente proyecto se realizará sobre los parámetros fotográficos y gastronómicos para la realización de postres utilizando cuatro productos emblemáticos los cuales serán: el café lojano, el maracuyá, el limón y la frutilla en cada plato. Adicional el conocimiento técnico de un profesional que se especialice en el producto permitirán adecuar estas capacidades para potenciar el resultado al máximo.

I.A.4. Definición del Problema.

La fotografía en estudio y la fotografía de alimentos tienen falencias en cuanto a su campo de observación debido a que la información técnica, y las investigaciones académicas que se le dedican a estas son escasas, de esta manera el papel de la fotografía se ve reducido a la información que se encuentra mayormente en blogs y páginas web que poco se puede comprobar su veracidad técnica y académica.

Adicional, la relevancia de la fotografía de alimentos en la actualidad ha crecido junto con el mismo crecimiento de negocios que transgredieron sus fronteras hacia lo digital, de esta manera este aumento en negocios digitales sobre todo de restaurantes y cafeterías se debe aprovechar con la finalidad de incursionar y direccionar los aspectos teóricos prácticos a este campo publicitario además potenciar el papel de la fotografía como herramienta técnica así mismo práctica que vaya de la mano con el marketing y la publicidad.

Por otro lado, es escaso el material que se encuentra tanto en la academia como en un aspecto técnico profesional que fortalezcan las capacidades tanto de estudiantes como de fotógrafos amateur con el afán de ampliar el campo de la fotografía hacia una técnica rigurosa fundamentada en un anclaje hacia el conocimiento académico y práctico.

De esta manera es necesario la realización de un manual de fotografía que muestre las diferentes técnicas que se pueden ser de utilidad para fotografiar postres.

I.A.5. Justificación.

La realización de este proyecto tiene como objetivo encontrar las debilidades que existen en el campo de la fotografía de postres y una vez identificadas fortalecerlas con la finalidad de aportar en el aspecto práctico y técnico a estudiantes y fotógrafos amateur con el fin de difundir información apegada a estándares de credibilidad académica y práctica.

Además, se ve la necesidad de crear materiales académicos que promuevan las capacidades de los estudiantes y fotógrafos amateur, ya que en el campo de la fotografía existe falta de información específica sobre el tema, haciendo de esta manera que estudiantes, aficionados, chefs, entre otros, no le den la relevancia necesaria al producir las fotografías.

Es así que esta propuesta ayudará a que todos los interesados en el tema tengan una guía con parámetros claros y concisos de cómo se debe trabajar, logrando así resultados óptimos y de calidad; ya sea de manera académica o profesional.

Además, es necesario que el presente proyecto vaya de la mano con el acompañamiento del perfil profesional de un Chef con experiencia en la producción y montaje, en este caso particular el Chef Mauricio Merino quien tiene una gran trayectoria en el ámbito gastronómico, y que además el mismo tiene afinidad por la producción de postres será el profesional quien dirija la producción de los postres.

I.A.6. Antecedentes.

I.A.6.a. Antecedentes Nacionales

Proyecto: Guía de producción fotográfica de alimentos con bajo presupuesto para uso publicitario.

En este trabajo de Karla Daniela Zurita Batallas realizado en Quito se puede observar la importancia que tiene la fotografía para la rama de la publicidad y el diseño gráfico, usándolo para crear diferentes sensaciones en las personas que observan y consumen este tipo de cosas que poseen imágenes muy potentes; nos habla de la relevancia de los pasos que se debe seguir para que la fotografía de alimentos este bien realizada y presentada.

Proyecto: Las artes visuales y su influencia en el aprendizaje de la fotografía publicitaria alimentos de comida rápida en los estudiantes del cuarto semestre de la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Guayaquil.

Este proyecto de Oscar Andrés Boza Santana realizado en la ciudad de Guayaquil se desarrolla a partir de la necesidad que se tiene que estudiantes de niveles iniciales tengan conocimiento claro y conciso de lo que es la publicidad en la fotografía de alimentos y como realizarlo de manera correcta para que esto pueda ser algo de gran utilidad y aprendizaje tanto en su vida estudiantil como laboral.

Proyecto: Estudio de la fotografía publicitaria de la Revista Diners (2009);
Creación de un Manual de Fotografía Publicitaria.

Esta tesis de Lenin Javier Soria Sánchez realizada en la ciudad de Riobamba habla de que la fotografía publicitaria tiene una gran flexibilidad al momento de realizar fotografías ya que, a diferencia de otras ramas de esta, se puede hacer cualquier tipo de intervención con el fin de conseguir los objetivos que tengamos, ya se vender o persuadir a quien lo vea.

Proyecto: Manual de fotografía de objetos reflectantes y reflejantes.

Daniel Ernesto Santiana Mena (2020) Manual de fotografía de objetos reflectantes y reflejantes, tesis universitaria no publicada, Instituto Metropolitano de Diseño.

Este proyecto de titulación habla sobre el paso a paso para realizar un manual de fotografía, los parámetros que se debe tener en cuenta al momento de armar el producto final.

Este antecedente es muy relevante ya que en cada uno de sus capítulos nos habla detalladamente de todo lo que se debe tomar en cuenta cuando estemos organizando y diseñando nuestro manual.

I.A.6.b. Antecedentes internacionales

Proyecto: Análisis de la fotografía publicitaria de alimentos preparados en Guatemala, específicamente de comida rápida.

Este proyecto de Cecilia Olivia Ericastilla publicado en Guatemala habla de la fotografía publicitaria de alimentos, la cual conlleva un gran proceso para su realización e involucra a varias personas para lograr un resultado óptimo; no es para nada fácil y toma su tiempo. Para esta investigación optaron por la comida rápida ya que es de los alimentos que más se solicitan fotografiar.

Proyecto: Los principales límites de la fotografía visual publicitaria.

Trabajo de Sergio Emersson Mazariegos Santos realizado en Guatemala enfocado a resolver algunos de los problemas que tiene la publicidad; en algunos casos se logra llegar al público objetivo, pero no se tiene el éxito deseado. En este proyecto se busca el formato adecuado para la realización de una producción fotográfica publicitaria y el poder llegar con el mensaje correcto al público objetivo.

Proyecto: Food styling: The art of preparing food for the camera

Delon Custer es una estilista gastronómica independiente y educadora culinaria desde 1978, quien es la autora de este importante libro.

Este libro como antecedente para la tesis es de suma relevancia ya que habla y se enfoca en el desarrollo de las habilidades, las técnicas y los equipos necesarios para ayudar a los chefs a mejorar las presentaciones de sus platos.

I.B. Objetivos y Alcance

I.B.1. Objetivo General.

Realizar un manual técnico-práctico para fotógrafos que incursionan en la fotografía de postres, mediante procesos y herramientas fotográficas.

I.B.2. Objetivos Específicos.

- Crear un manual práctico para estudiantes y profesionales que sirva como guía en aspectos técnicos acerca de la fotografía publicitaria de alimentos en el apartado postres.
- Diseñar varios cortes audiovisuales (Reels) que se albergaran en la red social Instagram al igual que las fotografías finales del proyecto, que funcionen para mostrar el proceso realizado en el proyecto.
- Investigar las características básicas de un manual y su correcta aplicación en fotografía de postres.

I.B.3. Alcance.

Este proyecto al querer potenciar capacidades tanto técnicas como practicas tiene un alcance hacia la academia con la finalidad de crear materiales con estándares académicos y profesionales para que sirvan de guía metodológica a los estudiantes de fotografía principalmente, y por otro lado servirá de guía para aquellos profesionales que encuentren interés en desarrollar capacidades técnicas o potenciar aquellas adquiridas en el campo de la fotografía de alimentos, especialmente de postres.

I.C. Estrategia y Táctica

I.C.1. Planteamiento Estratégico

Planteamiento estratégico			Planteamiento Táctico
Fases	Período	Temas a investigar	
Primera fase: investigación y desarrollo de marco teórico	5 semanas	Desarrollo del marco teórico: Capítulo I: Postres fríos de café y la participación del chef en la fotografía de alimentos. Capítulo II: La técnica. El food styling y sus técnicas Equipos fotográficos y de iluminación	Investigación bibliográfica Investigación de campo, toma de datos
Segunda fase: Proceso de diseño y diseño en detalle	4 semanas	Capítulo III: Desarrollo del manual de fotografía de alimentos Producción fotográfica para el manual de alimentos. Machote del manual	Cámaras digitales Trípodes Equipo lumínico
Tercera fase: Diseño final	5 semanas	Selección de fotografías Postproducción Manual fotográfico	Todas las herramientas señaladas en la fase anterior Programas digitales: ilustrador, Photoshop, indesign,

Fuente: Adrián Jiménez

Desarrollo

Capítulo I: Postres y la participación del chef en la fotografía de alimentos.

Café

A lo largo de la historia de la humanidad el café se ha posicionado como un producto de consumo mundial el cual no estratifica ni hace diferenciaciones sobre segmentaciones de la población con más o menos recursos para acceder al mismo por lo cual los productores han visto oportunidades de negocio en la producción y comercialización del mismo. De esta manera se ha logrado posicionar en el mercado internacional como un enclave de crecimiento económico.

Dentro de la cadena productiva del café como uno de los productos de identidad de Ecuador, en los últimos años se constituyó como un icono que a la vista del comercio exterior se posiciona como un producto exportable sobre todo hacia destinos entre Europa y Asia, además posee una estandarización internacional que se sigue trabajando, el café tiene una producción libre de deforestación lo cual hace que este producto sea sostenible, Cabe mencionar que como es de conocimiento común Ecuador posee gran diversidad en su territorio lo que facilita la producción del mismo que se extiende a lo largo del mismo. (Rikolto, 2021)

Es así como se menciona en Rikolto, 2021 que:

Cerca de 46 mil productores ecuatorianos dependen del café, cultivo al que destinan alrededor de 96.312 hectáreas. Pero no todos ellos tienen la capacidad de ofrecer al mercado café de especialidad, además que no tienen un adecuado

desarrollo de métodos de producción y pos-cosecha, por lo que este trabajo es necesario integrarlo en las cadenas de valor productivas para facilitar su profesionalización. A este reto se suma la escasa asociatividad en el sector: solo un 19% de productores pertenece a organizaciones, pese a que los unen tanto retos como oportunidades. (Rikolto, 2021)

En Ecuador pese a su tamaño territorial reducido existen cinco zonas donde ya existe producción de café, lo cual da cuenta de la expansión de la producción del mismo, en cuanto a lo que se refiere a producción con posibilidades de exportación cabe señalar que gracias a que los precios del café que estuvieron en ascenso Ecuador han crecido en este modelo de negocio que refiere un crecimiento sostenido en la producción del mismo. Es así, que se ve la necesidad de posicionar a este producto junto con una marca país como lo han hecho países de la región latinoamericana como lo son Brasil y Colombia.

Cabe resaltar además que el continente sudamericano produce 44,2% de café lo cual lo posiciona como el continente con más producción del mismo (Recalde, 2015). Por lo cual, resulta relevante el pensar que este modelo de negocio podría potenciarse, y dado a la era globalizada de la actualidad y además posterior a la crisis sanitaria por COVID-19, se ha configurado nuevos paradigmas para hacer negocios los cuales han transgredido fronteras hacia herramientas digitales, por lo cual instrumentos como el marketing, la publicidad, y la fotografía juegan papeles preponderantes para potenciar la venta y el consumo de este.

Es imprescindible mencionar que a sabiendas que el café sin lugar a dudas representa un producto potencial de gran calidad para la exportación del

mismo, y que cada vez se está trabajando por cumplir con parámetros internacionales de calidad, se escoge este producto no solo por su representación, sino también por su versatilidad, la cual hace que el mismo se trasmute en varias formas para así ser utilizado en un sin número de presentaciones gastronómicas, de esta manera el café estará presente en contraste con todos los postres segmentados.

Por lo antes expuesto, es pertinente escoger este producto que potencialmente puede abrir nuevos mercados internos como externos para que el mismo sea utilizado en este proyecto académico, en contraste con la realización y montaje de postres fríos demostrando así la versatilidad del café dado que se utilizará en todos los postres como producto de referencia en cada uno evidenciando su capacidad para ser un producto que puede utilizarse no solo para el consumo en diferentes bebidas sino también que puede ser de gran utilidad para el campo de la gastronomía y que junto a la producción fotográfica y publicitaria puede aprovechar el mercado para abrir más aun las brechas de consumo.

Maracuyá

En Ecuador el cultivo de maracuyá (*Passiflora edulis flavicarpa*) se encuentra ampliamente distribuido en el territorio ecuatoriano, especialmente en la región costa siendo la provincia del Guayas la mayor productora, teniendo niveles de producción bastante aceptables la provincia de Los Ríos, El Oro, Esmeraldas, Manabí; mientras que la provincia de Santo Domingo de los Tsachilas se destaca en la sierra con niveles muy bajos. (AGRIPAC, 2000)

Los cultivos de maracuyá son de principal importancia para el país, ya que el Ecuador es uno de los principales exportadores de jugo concentrado de maracuyá; generando de esta forma ampliar el campo en el mercado internacional, así de esta forma utilizándola como una de las frutas para los postres ayudara a mostrar la versatilidad que posee este producto y darle aún más posicionamiento.

Frutilla

(AGRO, 2012) y (Negocios, 2013) sostienen que el cultivo de fresa en Ecuador está concentrado en su mayor extensión en la provincia de Pichincha, la zona de mayor producción de fresa se encuentra en el valle noroccidental de Quito siendo Yaruquí, Pifo, Tababela, Checa, El Quinche, Ascázubi son algunas de las parroquias más productivas de fresa en el país. Aunque no hay datos estadísticos se cree que la zona produce entre 5 mil a 6 mil cajas diarias de frutilla. El cultivo tiene un 20% de incremento anual. Por otro lado, el 60% se destina al mercado nacional y el resto se exporta.

La frutilla es una fruta muy conocida no solo a nivel nacional sino también en el plano internacional ya que se utiliza en un sinnúmero de cosas en el ámbito gastronómico, como pueden ser jugos, batidos, postres e incluso en recetas mucho más elaboradas. Debido a su color rojo muy llamativo y característico que posee es visualmente muy atractiva por lo que al momento de usarla en los postres se lograra un mayor interés en el consumidor y otro punto valioso es en la parte técnica ya que se la puede usar de varias maneras.

Limón

El limón (*Citrus limón L.*) es un fruto no climatérico que pertenece a la familia de las rutáceas, su origen se establece en el sudeste asiático en la época de la conquista española (Medina, 2007). Gracias a las condiciones ecológicas que presenta Ecuador actualmente ha llegado a ser un producto de amplio cultivo principalmente en los valles cálidos de la sierra, valles secos de la costa y ciertas zonas amazónicas (Salgado, 2013). Se considera que el 90 % de la producción de limón en Ecuador es realizada por pequeños y medianos agricultores, los cuales lo consideran como una alternativa agrícola y socioeconómica (Llumiquinga, 2010).

El limón es una de las principales frutas que se utilizan en todo el Ecuador, llegando al punto de que llega a ser indispensable en las cocinas de los ecuatorianos ya que no solo es útil en la gastronomía sino también en remedios, existe una gran variedad y diversidad de limón, se puede encontrar de diferentes tamaños, colores, sabores y esto la hace la fruta idónea para ser utilizada en un postre, porque nos genera un campo con más amplitud en la parte visual y estética, donde se puede manejar diferentes tonos y formas.

Postres

Los postres son definidos como aquel último tiempo de una comida es decir el último plato que se sirve en el consumo de un menú, se entendería así que los postres tienen como objetivo final el de complementar el valor nutricional y además de dejar un agradable recuerdo sensorial de todo el menú, para ello según el estudio de la ciencia gastronómica un postre debe estar estandarizado

bajo ciertos parámetros como fuerza, digestibilidad, propiedad nutritivas y temperatura, sobre esta última es imprescindible mencionar que la tendencia ha crecido hacia los postres fríos por su innovación a la hora de hacer un montaje del plato es decir por todos aquellos elementos que bajo el criterio del profesionalista gastronómico pueden ser decorativos para el realce del plato. (Amaya, 2012)

Según Amaya 2012 los postres se clasifican en las formas más complejas y diversas sobre todo partiendo de su composición, ingredientes, y presentación. De esta manera los postres se dividen en postres simples naturales, postres de elaboración simple, macedonias, ensaladas, postres elaborados de repostería, postres de leche y cereales, bavaoís, postres a base de masas, postres a base masa líquida y postres fríos los cuales a su vez se subclasifican en cremas heladas, helados, sorbetes, granizados, y parfait.

Los postres, marcan un referente al momento de utilizar los ingredientes que se requiera ya que conservan la esencia de la receta y se incorpora únicamente los ingredientes diferenciadores que en este caso práctico serán: el café, el maracuyá, el limón y la frutilla; por lo cual resulta innovador la realización de los mismos, así como también el montaje de decoración para la fotografía.

Finalmente, cabe señalar que si bien es cierto que la gastronomía va atada a las regiones, culturas, y tradiciones, como distintivos a la hora de plasmar o proponer un plato, también corresponden en la misma medida a la disponibilidad de productos que se tenga, de esta manera los postres a base de los ingredientes antes mencionados, responden a una lógica territorial de producción local lo cual potenciaría los mercados en un trabajo conjunto

utilizando una misma premisa que es la de plasmar estas ideas y desempeños en una imagen que pueda contrastar los diferentes elementos.

La participación del chef en la fotografía de alimentos

La preparación en el arte culinario requiere no solo de la preparación y conocimiento o de las técnicas, también es necesario saber de las distintas preparaciones de los alimentos a través de su historia, ya que muchos platillos han ido evolucionando a través de los tiempos, así como el estudiar el intercambio de ingredientes y técnicas culinarias entre las distintas regiones o países. (Figueroa, 2014)

El chef tiene un papel bastante importante al momento de la producción fotográfica, ya que es el que conoce a profundidad cual debe ser el estado de cada uno de los alimentos utilizados en nuestra imagen, además de ser el encargado de la preparación correcta del postre y de que este luzca lo mejor posible.

Al igual que es de suma importancia el conocimiento que el chef posee en food styling; ya que gracias a esto se le podrá dar un mejor aspecto y estética al producto fotografiado y a su vez el mismo tendrá un aspecto mucho más profesional.

Capítulo II: La técnica

El bodegón

El bodegón, también llamado naturaleza muerta, aparece como género pictórico independiente en el siglo XVII. Antes, los objetos inanimados como flores o frutas formaban parte de composiciones de otras temáticas. La Reforma protestante es clave en el desarrollo del bodegón. El mecenazgo de obras de temática religiosa desaparece, y los artistas de los Países Bajos empiezan a pintar escenas de la vida cotidiana, retratos, paisajes, vistas de ciudades y, por supuesto, naturalezas muertas. Es seguramente uno de los fenómenos artísticos más relevantes del paso del Renacimiento al Barroco. (Marin, 2015)

Uno de los primeros y más importantes pintores que realizó naturaleza muerta fue Caravaggio, el creó uno de los bodegones más célebres de la historia cuyo nombre es "Canasta con fruta" que fue pintado en 1599.

A través del bodegón se logró explorar y tener mucho más conocimiento acerca del uso de alimentos de forma compositiva dentro de un encuadre, esto a su vez utilizado en la actualidad en la fotografía publicitaria, de alimentos, entre otras.

En esta obra el pintor demuestra su maestría colocando la cesta en el borde de una mesa, invadiendo el espacio del espectador de una forma sencilla pero muy efectista. También retrata con total realismo la calidad del mimbre entrelazado que contiene las frutas. (Marin, 2015)

Fotografía Publicitaria

Desde finales del siglo XIX existen anuncios fotográficos, sin que por ello podamos afirmar que la fotografía publicitaria exista desde tan tempranas fechas. Podríamos, en todo caso, manifestar que la fotografía publicitaria nace en la época de entreguerras, los mismos años que también nace la fotografía propagandística; el crecimiento de la publicidad como instrumento esencial para las economías modernas, y la autonomía que alcanza la fotografía con respecto a la pintura.

Junto al camino de la estética y a la aspiración de un estatus artístico para la fotografía se abren, por aquellos años, otros dos, uno el de la imagen informativa beneficiado por la huella de realidad. Otro el de la imagen seductora, que difundida en la fotografía comercial produce figuras fascinantes que sirven a los intereses de la industria de la moda y el cine.

La publicidad se sitúa en la fotografía comercial, aplicando el valor fotogénico a los productos de consumo, convertir un objeto en encantador, mágico y soberbio es la propuesta de la mayor parte de grandes fotógrafos publicitarios de los años treinta. (Eguizábal, 2001)

Food Styling

En la fotografía publicitaria se tienen establecidos varios objetivos, uno de los principales es el de persuadir al cliente, debido a esto se buscan diferentes maneras de mejorar en la creación de nuestras imágenes a la hora de presentarlas, uno de los ejemplos más claros donde podemos observar esto es

en la fotografía de alimentos o gastronómica, donde uno de los principales métodos que se utiliza es el food styling, el cual consiste en lo siguiente:

La descripción más precisa que le podemos dar al concepto de Food Styling es: el arte de maquillar y manipular alimentos, utilizando técnicas y cuidando la estética haciendo la que la comida se vea más apetitosa frente a la cámara durante el proceso de producción de fotografías o la filmación de un comercial de TV, con el objetivo estimular al consumidor. (Gutiérrez, 2014)

Por medio del Food Styling se puede mostrar la creatividad para darle la mejor visión al espectador del plato que se fotografió.

El food styler como se conoce al encargado de realizar el food styling hace que la comida entre por los ojos, y sea más fácil persuadir al consumidor, este debe a su vez contar con conocimientos en gastronomía y en estilismo de alimentos debido a que no es lo mismo cocinar para comer que cocinar para fotografiar, por eso es muy importante la experticia del food styler.

Reglas del Food styling

Cortado, emplatado, marcas de grill, los aderezos, efectos especiales, así como el conocimiento de cada una de ellas, ayuda a crear platillos estéticamente atractivos y usarlos, para ello generará esa sensación de querer consumirlos. (SANTOS, 2017)

Hay varios parámetros que se deben tener en cuenta a la hora de realizar fotografía de alimentos, los cuales son:

- Personal: Se necesita la ayuda de expertos en la presentación.
- Fondos: Se varían para que las fotografías no se parezcan.
- Fuentes de luz: se puede usar fuente continua o luz de flash.
- Montaje: Se colocan platillos de sustitución para pruebas de iluminación, composición y toma de instantánea.
- Preparación: se usan varias versiones de los productos. (Quesadas, 2016)

El food styling es una profesión relativamente nueva que actualmente tiene una gran demanda a nivel mundial gracias al papel que ocupan los alimentos en la vida cotidiana y la gran cantidad de dinero que se maneja a través de las imágenes que motivan al público a consumirlos.

Para ser estilista se requiere tener la habilidad para preparar alimentos aptos para ser fotografiados específicamente para libros de cocina, comerciales, programas de TV, y cine. Pero hay que tomar en cuenta que, aunque la persona sea chef o sepa cocinar no necesariamente tiene las aptitudes y sobretodo la paciencia para ser food stylist. Los estilistas son los responsables de encontrar ingredientes inusuales y preparar alimentos que sean atractivos visualmente. (Cuevas, 2017)

El papel del estilista culinario ha crecido en importancia dentro del ambiente publicitario y editorial. No se trata de un chef que realiza una atractiva presentación, o que prepara un plato para el consumo; sino de toda una técnica y formación que en muchos casos está totalmente apartada de la catedra de se imparte en gastronomía o en hotelería y turismo.

Cabe recalcar que no es muy fácil encontrar escuelas, cursos o talleres que nos sirvan como una guía para food styling, debido a que a que la mayoría

son en Estados Unidos o España; también el hecho de que la mayoría de libros o publicaciones se encuentran en inglés.

Props

Se le llama prop a la utilería que se utiliza para ambientar un set, no sólo de fotografía, puede ser también para la filmación de una película, programa de televisión o comercial y es un término que se utiliza para cualquier tipo de proyectos, no es exclusivo de los relacionados a la gastronomía. (Cuevas, 2017)

Fondos

El problema más común a la hora de hacer las fotos, son los fondos: nunca quedan parejos, siempre hay una mancha o simplemente no encuentras uno apropiado. La solución más efectiva es comprar cartulinas de colores variados, pasteles, estampadas, con brillantina, pero también se pueden adquirir fondos impresos en lona black out que son no sólo fáciles de transportar, sino que no se doblan y son lavables.

¿Dónde buscar props? ¿Cuáles son los indicados?

En principio algo que resulta muy útil es focalizar la idea que se quiere comunicar y listar todos aquellos que concuerden con el producto en cuestión.

Buscar lo que tengas a mano y poder recurrir a tu creatividad e imaginación será de gran ayuda a la hora de enfocar la sesión y sacar ideas interesantes. Pinterest es una red en donde podemos encontrar una gran variedad de trabajos y de ejemplos.

Los props son de mucha utilidad al momento de componer ya que dan una gran variedad y versatilidad, se puede trabajar con más amplitud y conseguir resultados finales más completos.

Equipos fotográficos

Existen varios parámetros al momento de realizar una fotografía de alimentos; en este específico caso la repostería, empezando por la carpeta de pre-producción, algo primordial en cualquier tipo de producción, selección del plato a fotografiar, escenario a utilizar, tipo de iluminación, composición, fondo, accesorios.

Cámara

Uno de los principales equipos y de mayor importancia con los que se debe contar al momento de una producción, es la cámara fotográfica; desde los inicios ha habido un sin número de modelos que van desde cámaras de gran formato hasta las que existen hoy en el mercado, que son: las cámaras compactas, réflex o mirrorless, cada una con su funcionalidad y con características específicas; dependiendo de qué es lo que se va a hacer o en qué campo se va a trabajar.

Objetivos

En consiguiente al avance que ha habido en la fotografía en el transcurso del tiempo se ha ido implementando y evolucionando en la creación de nuevos objetivos, que cuentan cada uno con diferentes características y especificaciones, las cuales se mencionan a continuación: distancia mínima de

enfoque, apertura máxima de diafragma, distancia focal mínima y máxima, estabilizador de imagen, enfoque, calidad de construcción y la nitidez, distorsión y aberraciones. (Rodríguez, 2015)

Es por esto que existen diferentes tipos de objetivos y un sinnúmero de marcas en el mercado de donde podemos seleccionar lo que más se acople a las características que se busca.

La ventaja del cambio o tipos de objetivos es la posibilidad de incluir más o menos parte de una escena sin cambiar la cámara de sitio. (Rodríguez, 2015)

Iluminación

Es así como menciona Sara Leblanc (2021):

En la actualidad, la fotografía de producto está siendo cada vez más utilizada por las empresas. Es por eso que muchos de los fotógrafos han decidido ampliar sus conocimientos en este tema. Para poder aplicar este tipo de fotografía se requiere de ciertas herramientas, como la luz continua, equipos de flashes y algo de paciencias. Estas fotografías son usadas por empresas que desean mostrar sus productos, y normalmente se usa en la elaboración de catálogos digitales. Lo que se busca con este modo de foto es transmitir el mensaje de la marca y realzar las características del producto.

Existen muchos tipos de luz, que van desde natural, artificial, luz continua o luz discontinua, entre otros, para este proyecto se utilizará:

Luz continúa debido al hecho que es una fuente de iluminación constante y permanente, de esta manera podemos ir manejando la orientación que le queremos dar a lo que estamos fotografiando. Esto quiere decir que tenemos una mayor facilidad para direccionar nuestra luz y conseguir el resultado más óptimo. Otro motivo de la luz continua es que podemos ver el resultado de la fotografía antes de disparar y también nos permite jugar con luces y sombras.

Los postres tienen una gran variedad de formas y presentaciones, por esto la luz continua nos permite modificar a placer la ubicación de nuestras luces y que así podamos manejar un sinnúmero de planos y ángulos.

Capítulo III: Desarrollo del Manual de fotografía de alimentos

Lo primero que se debe tener claro es lo que significa y lo que es un manual, para que sirve, en que situaciones se utiliza y la forma más adecuada de estructurarlo. Su concepto general.

Un manual técnico es aquel que va dirigido a un público con conocimientos técnicos sobre algún área.

La documentación de proyectos es importante para identificar más fácilmente los aspectos y características que forman parte de un proyecto. Una adecuada documentación le proporciona identidad y "personalidad" a un proyecto, de manera que los usuarios responsables del mismo podrán reconocer más fácilmente las ventajas y desventajas, características y funcionalidades, así como costos y beneficios que impliquen el desarrollo del proyecto. (Blog Spot, 2011)

El manual debe contar con ciertas características para lograr el objetivo de funcionar como uno, empezando por un prefacio en donde se explica cómo usar el propio manual, un índice que funciona como una guía de la manera de utilizar las funciones del mismo, contenido técnico donde se especifica los aspectos del tema desarrollado y el paso a paso de todo lo que realizo.

Otra finalidad que tiene un manual es el de proporcionar pautas sobre un tema específico y que las mismas puedan ser aplicadas de manera correcta y clara, funcionando como guía de aprendizaje para el lector.

Los manuales son un instrumento que persiguen la mayor eficiencia y eficacia en la ejecución de un trabajo, de esta manera se sigue un paso a paso de todo el proceso que se realiza en el mismo, teniendo como funcionalidad el de ser una guía, y siguiendo los procesos técnicos que nos muestra la misma poder llevarlo a la parte práctica.

Este documento contiene toda la información sobre los recursos utilizados por el proyecto, explicando todo el trabajo que se ha realizado; llevan una descripción muy bien detallada sobre las características físicas y técnicas de cada elemento. (Slideshare, 2012)

En general, manual técnico debe poder ser entendido por cualquier lector del mismo ya sea un principiante, como de la misma manera también serle de utilidad a un lector avanzado.

El realizar un manual posee varias ventajas respecto al realizar un libro normal; organiza eficazmente el trabajo, es un documento en el que se muestra el paso a paso para lograr los objetivos, en específico en este caso el cómo realizar de manera adecuada una fotografía de postres. Facilita la información

acerca de los procesos realizados, proporciona al usuario un marco de referencia general y estandarizado, ahorra tiempo y proporciona respuestas exactas al mismo tiempo que sirve de archivo y es fácil de utilizar.

El manual es el eje del proyecto porque mediante el mismo y gracias a su funcionalidad se puede proporcionar una guía con parámetros claros y precisos.

II.B. Audiencia

Esta investigación está dirigida a un público de 15 años en adelante, buscando mejorar las debilidades técnicas en la fotografía de alimentos, de esta manera se logrará formar personas capacitadas en su labor.

II.B.2. Público Real

Enfocado a los fotógrafos principalmente amateurs o que recién están iniciando en el mundo de la fotografía, que busquen mejorar sus habilidades y capacidades tanto técnicas como creativas, para que de esta forma puedan desempeñar un trabajo impecable.

Basados en la encuesta de Estratificación de Nivel Socioeconómico NSE2011, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), este proyecto busca llegar al grupo social A en adelante, ya que incluye a personal con un estilo de vida de clase alta, que cuenta con alta tecnología y un nivel educativo de instrucción superior.

II.B.3. Público Potencial

Dueños de pastelerías y chefs serian un público al que este proyecto les seria de bastante utilidad, ya que lo que más buscan al momento de mostrar su comida es tener una presentación correcta y estética para el consumidor.

II.B.4. Espectadores

Todas las personas con interés particular en fotografía de postres, estudiantes y profesionales de fotografía, estudiantes de gastronomía, chefs que busquen mejorar la presentación de sus fotografías.

Desarrollo de proyecto

Diseño a Detalle

Diagramación

El manual está estructurado en base a tres capítulos, que están desarrollados de la siguiente manera, el capítulo uno trata del uso de la iluminación natural en postres que este caso serán tres, la composición y el porqué de la misma y la post-producción.

En el capítulo dos por su parte aborda la iluminación artificial con luz continua en postres que de igual manera son tres, la composición que se utilizó en cada uno y la post-producción.

En el capítulo tres que es el final del manual se desarrolla en base a las carpetas de pre-producción que se realizaron para la obtención de las

fotografías, fotografías del chef y muestras de las tomas en general que se consiguieron del proyecto.

La diagramación está realizada de esta forma para mostrar paso a paso lo que se realizó para cada fotografía y la obtención del resultado final. Mostrando la planificación a través de las carpetas de pre-producción y el shooting plan.

Maquetación

El manual esta maquetado en un formato A4 debido a que este nos permite trabajar de mejor manera con texto e imágenes por las dimensiones que posee, al final se conseguirá un resultado más estético y con mejor entendimiento para el espectador.

Introducción

Este proyecto está diseñado y pensado como una guía para los fotógrafos que quieran incursionar en el mundo del food styling para postres; por lo mismo se procedió a seleccionar 6 postres a base de 4 ingredientes principales, los cuales serán trabajados en la producción fotográfica.

En el manual se desarrollará tres puntos muy importantes que se deben tener en cuenta al momento de realizar una fotografía de postre, los cuales son los siguientes: iluminación, color y composición. También se tratarán aspectos como los valores de cámara más recomendados para este tipo de fotografía.

No se puede dejar de lado la importancia de la elaboración de una carpeta de pre-producción acompañada por su respectivo shooting plan, sin lugar a dudas este es el primer paso para poder realizar una producción fotográfica; ya

que una vez se tenga todo esto listo se podrá trabajar con más disciplina y conforme a la planificación estructurada, así se puede evitar contratiempos que lleguen a perjudicar el trabajo.

Postres

Se seleccionó 6 postres para la producción fotográfica en base a 4 ingredientes; los cuales son: café, maracuyá, limón y frutilla. Por parte del café hay tres postres, el primero es tiramisú, como segundo cheesecake de mocca y por último mousse de cappuccino. Los otros tres 3 postres son: cheesecake de maracuyá, limón y frutos rojos (Frutilla). Dividiéndolos en dos partes, los tres primeros con luz artificial y los otros tres con luz natural.

Iluminación

Luces empleadas en fotografía

La luz tiene dirección y calidad, la dirección la determina donde está colocada la luz en referencia con el sujeto, por ejemplo, si se encuentra en un ángulo de noventa grados del sujeto es una luz lateral, si se coloca frente al sujeto entonces se conoce como luz frontal, si se encuentra ubicada detrás del sujeto y hacia la cámara es una iluminación a contraluz. La dureza o suavidad de la luz, viene determinada por la relación entre el tamaño de la fuente de luz y el tamaño del sujeto a fotografiar y no es una propiedad inherente a la propia luz.

En un día soleado se producen sombras duras, al ser la superficie del sol, pequeña en comparación al sujeto. En cambio, un día nublado, produce una

iluminación más suave, ya que las nubes, aumentan el tamaño de la fuente de luz. Una iluminación básica consiste en el uso de cuatro luces: principal, relleno, de recorte y de acento.

- Luz principal: es la fuente más potente, la de más intensidad y fija la colocación de las demás.

- Luz de relleno: debe colocarse en la posición donde está la cámara y como su nombre indica rellena las sombras provocadas por la luz principal.

- Luz de recorte o contraluz: crea un halo detrás del elemento a fotografiar y ayuda a darle volumen separándolo del fondo.

- Luz de cabello o de acento debe colocarse detrás y por encima del sujeto, dirigida al cabello, separándolo del fondo.

Si se desea que el fondo no quede muy oscuro, se puede iluminar con una luz suave, para que no desvíe la mirada del objeto protagonista de la fotografía. (Toldos, 2020)

Luz natural y artificial

La luz puede provenir de fuentes naturales o artificiales, y en cada caso posee una serie de características.

- La luz natural es aquella que proviene del mismo sol y es influida en su paso por la atmósfera terrestre, además dependiendo de la hora del día puede dar diferentes matices en intensidad, dirección, dureza y color, lo que significa que una luz apta para determinado trabajo pueda tener una corta duración debido a la rotación de la tierra. Una ventaja de la luz natural es que permite hacer tomas fotográficas en exteriores y puede ser complemento a la luz artificial.

- La luz artificial es aquella que proviene de lámparas, spots, flashes y otros objetos luminosos controlados por el fotógrafo, teniendo como ventaja el poder manipular la dirección, color e intensidad de éstas. Sin embargo, el uso de luz artificial tiene un coste más caro de producción y requiere de conocimientos técnicos para manejarla adecuadamente; dependiendo de la cantidad de luces que se utilicen puede haber un límite de la extensión de la superficie iluminable, por lo que la luz artificial suele ser complemento de la natural y viceversa. (Toldos,2020)

Como se puede observar la luz es la fuente principal en la imagen; claramente se observa que existe mucho en cuanto a tipos y variedad de luces y al uso que tiene cada una de ellas, en este caso nos vamos a enfocar en dos como nuestras luces prioritarias; las cuales son: luz continua artificial y luz natural.

Luz Continua y luz natural

Se escoge utilizar la luz continua en este proyecto debido a los beneficios que brinda al momento de fotografiar el postre; entre los cuales tenemos que se puede trabajar en modo live en la cámara y esto a su vez ayuda a que podamos ver en tiempo real como se ve el producto fotografiado y de este modo ir modificando la luz y las sombras y así obtener el resultado deseado.

Otro punto a recalcar es que nos ayuda a realzar a nuestros productos, generando más detalle y así lograr que nuestros productos luzcan mucho mejor.

Al tener esta fuente de luz constante podemos manejar la dirección e irle dando la forma que queremos, de igual manera un gran beneficio que nos brinda es que nuestros colores se van a ver lo más reales posibles.

Se debe tener en cuenta siempre tener un esquema de iluminación pensado antes de la producción, esto será de gran utilidad ya que así se verá de manera más clara cómo funcionan y trabajan las luces en nuestros postres.

Por otro lado, también se utilizó luz natural para tres de los postres, esto en pro del beneficio que esta tiene, ya que la luz es factor clave en nuestra imagen, no solo al momento de determinar el brillo y la oscuridad en la imagen, mucho también tiene que ver el cómo la perciben las personas que la observan; esto influye en el estado de ánimo y en la tonalidad que obtiene la fotografía.

Color

Conocemos muchos más sentimientos que colores. Por eso, cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios. Un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente. Ningún color aparece aislado; cada color está rodeado de otros colores. En un instante intervienen varios colores-un acorde de colores.

Un acorde cromático se compone de aquellos colores más frecuentes asociados a un efecto particular. Un acorde cromático no es ninguna combinación accidental de colores, sino un todo inconfundible.

Ningún color carece de significado. El efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir, por la conexión de significados en la cual percibimos el color. (Heller, 2004)

Es muy importante mencionar que al momento de realizar una fotografía se debe tener en cuenta el color de los elementos que se encuentran en nuestro

encuadre ya que cada uno tiene un significado en la imagen y si no se selecciona bien la relación entre los colores se puede llegar a dar un mensaje incorrecto al espectador, debido a que cada color significa algo en diferente dependiendo el contexto en el que este.

Los principales colores para cada uno de los postres seleccionados son: marrón, rojo, amarillo y verde.

El color rojo como todos los colores cálidos, el rojo es muy habitual entre nuestros utensilios de cocina, es uno de los más favoritos de la gente, esto se debe a que la electricidad de color rojo excita el sabor y el apetito.

Un color amarillo intenso puede resultar irritante e incidir en la calidad de los Alimentos, haciéndolos demasiado eléctricos a nuestro paladar, mientras que el color amarillo pálido, solo les da un toque de exotismo y aumenta sus gustos sin ofender nuestra sensibilidad.

En los alimentos resulta también atractivo, el color amarillo, su equilibrado punto eléctrico les hace magníficos depuradores, y buenos fijadores de las propiedades alimenticias. (Heller, 2004)

La esencia del verde por ejemplo está en que es el color de las verduras, quizás por ello las sean tan atractivas para muchos comensales, además de coincidir en que son una gran fuente de salud, de vida regenerativa y crecimiento.

El marrón es el color de sabor más fuerte. El color de lo tostado: la carne asada es marrón, y la masa bien horneada toma color marrón. El marrón tiene además un intenso aroma: el café, el té, la cerveza y el cacao son marrones. Marrón es el color de los alimentos cocinados.

Mucha de la relación que tienen los colores en el ámbito de la comida tienen que ver con lo que transmiten al momento de verlos, por eso la selección de los cuatro arriba mencionados, cada uno en función de ser llamativo para el espectador y de esta forma darle más fuerza visual a la imagen y por ende al postre.

Composición

Las Reglas de Composición Fotográfica

Identifica el centro de interés

Cada fotografía tiene (o debería tener) un centro de interés. Debería ser obvio para cualquiera que mire una fotografía saber de qué es la foto. Es lo que se denomina el centro de interés.

Aunque se denomine centro, el centro de interés no tiene que ser necesariamente el objeto que esté en el centro de la foto ni ser el objeto que ocupa la mayor parte de la imagen.

Rellena el encuadre

Esta regla puede parecer bastante obvia, pero lo cierto es que muchas veces fallamos al aplicarla. Si queremos contar algo en una foto, ocupemos la mayor parte con ese "algo", asegurándonos que se convierte de este modo en el centro de atención. Además, de este modo eliminamos posibles elementos que distraigan atención.

Apóyate en las líneas

Las líneas son un elemento de importancia vital en las artes visuales. Las líneas nos aportan formas y contornos. Con las líneas dirigimos la mirada del espectador de una parte de la foto a otra.

Trabaja el flujo

Después de las líneas, podemos tratar el flujo. El flujo es el modo en el que la mirada del espectador se desplaza de una parte de la fotografía a otra. Una manera de definir el flujo de una fotografía es mediante el uso de líneas. Pueden ser horizontales, verticales, diagonales, convergentes o divergentes.

A veces el flujo creado por las líneas es nítido y claro, como los laterales de un edificio que convergen hacia el cielo), o pueden ser menos obvias. Sin embargo, la mirada del espectador debería ser capaz de recorrer los elementos de una parte a otra de la imagen.

Los elementos repetidos

La repetición de algún elemento (unos globos, unos pájaros), dan un sentido de relación de distintas partes de una imagen.

La regla de los tercios

La regla de los tercios es, probablemente, el primer recurso compositivo que uno aprende en fotografía. Y probablemente también, es el primero en aprenderse por lo sencillo de aplicar a la vez que efectivo en sus resultados.

La regla de los tercios es un medio simple de aproximación a la proporción áurea, una distribución del espacio dentro de la imagen que genera una mayor atracción respecto al centro de interés. (Toldos, 2020)

Existen un sinnúmero de reglas y de formas de componer en una imagen, todo depende de lo que se quiere mostrar y lo que se quiere transmitir, ya que cada una aporta de manera distinta y funciona de diferente forma; para los postres básicamente se utilizó cuatro reglas claves: el centro de interés, la regla de los tercios, el uso de las líneas y los colores, ya que lo principal en cada imagen es mostrar el postre y dirigir toda la relevancia hacia él, es por eso la decisión de usar estas 4 reglas en estas fotografías.

Los colores siempre dicen algo

Existen dos tipos de colores, los cálidos y los fríos.

Los rojos, naranjas y amarillos forman parte de la gama de colores cálidos.

Los azules, verdes y violetas forman parte de la banda de colores fríos.

Existen muchos elementos psicológicos ligados a los colores. Por poner un ejemplo, los azules se consideran colores tranquilos, mientras que los rojos son más temperamentales.

Existe mucha literatura al respecto de la psicología del color, por lo simplemente resumiremos que el color tiene una importancia determinante en la composición.

CARPETA DE PRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN AL PROYECTO

TEMA: Postres-Manual técnico de fotografía

TÍTULO: Manual técnico-práctico para fotógrafos que incursionan en la fotografía de postres.

OBJETIVO: Realizar un manual técnico-practico para fotógrafos que incursionan en la fotografía de postres, mediante procesos y herramientas fotográficas.

REFERENCIAS



Paolo Ramírez Photography

CONCEPTUALIZACIÓN - PRE PRODUCCION - DISEÑO DE PRODUCCION

PALETA DE COLOR



PROPUESTA DE ARTE

CRITERIOS DE AMBIENTACION

La ambientación será en dos espacios, uno abierto y uno cerrado, utilizando diferentes fondos, siguiendo la paleta de color.

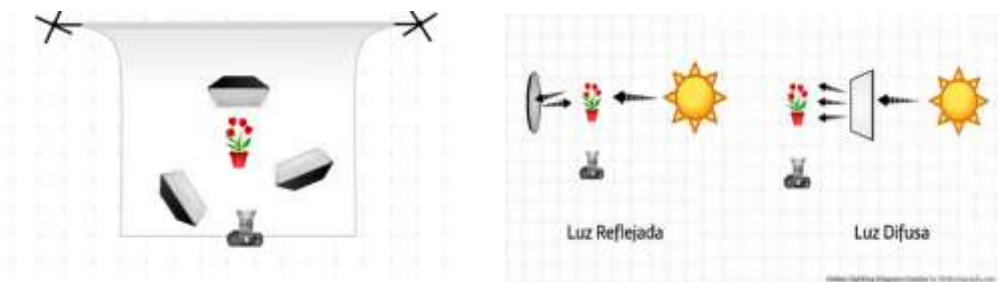
ESCENOGRAFIA Y MOBILIARIA

La escenografía será una mesa de plástico café con diferentes props para cada fotografía a realizarse.

PROPUESTA DE FOTOGRAFIA E ILUMINACION

Las fotografías serán realizadas con diferentes ángulos y con diferentes composiciones.

ESQUEMA LUMÍNICO Y GUIÓN DE LUCES



CRITERIOS DE COMPOSICION DE CÁMARA

La cámara será dirigida directamente al postre que se encuentre en escena variando con diferentes ángulos.

TIPO DE LUZ

La luz será natural para tres de los postres mientras que se utilizará luz artificial continua para los otros tres.


EQUIPO TÉCNICO




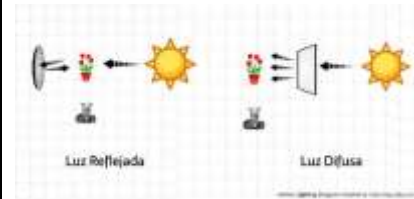



Cámara Nikon D810, objetivos Nikon 50mm f1.4 y 85mm f1,8, tres luces continuas, tres trípodes de luz y un trípode de cámara.

PLAN FOTOGRÁFICO O DE RODAJE

Shooting Plan-Producción Tesis Abc de la fotografía para postres

Crew: Director y Productor: Adrián Jiménez **Food Styling:** Mauricio Merino

Hora	Iluminación	Iluminación	Postre	Props
10:30 am a 11:15 am	Luz continua hacia el postre, luz continua de relleno para el fondo y luz		-Tiramisu	-Tabla de madera de cocina - Pañuelos -Café en grano

	continua cenital.			-Cuchara
11:15 am a 12:00 pm	Luz continua hacia el postre, luz continua de relleno para el fondo y luz continua cenital.		-Cheesecake de mocca 	-Tela gris -Tablas de madera -Café en polvo
12:00 pm a 12:45 pm	Luz natural hacia al postre, utilizando reflectores.		-Mousse de cappuccino 	-Tela café -Taza de café -Café en grano - Servilletas de tela
12:45 pm a 1:30 pm	Break	Break	Break	Break
1:30 pm a 2:15 pm	Luz continua hacia el postre, luz continua de relleno para el fondo y luz		-Cheesecake de maracuyá 	-Pañuelo gris -Tenedor - Servilleta de tela blanca -Paleta

	continua cenital.			
2:15 pm a 3:00 pm	Luz natural hacia al postre, utilizando reflectores.		-Cheesecake de Limón 	-Rodajas de limón -Cascara de limón -Palet
3:00 pm a 3:45 pm	Luz natural hacia al postre, utilizando reflectores.		-Cheesecake de frutos rojos 	-Hojas -Flores - Servilleta de tela gris

POST PRODUCCIÓN

EDICIÓN

Se seleccionarán las mejores fotografías mediante una curaduría, eliminando primero las que tengan problemas técnicos, fotografías repetidas, una vez seleccionadas las fotografías finales, se utilizara dos softwares para la respectiva pos producción, lightroom y Photoshop.

Presupuestos del Prototipo, Costo y Precio de venta

Presupuesto del proyecto Real

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Subtotal
Preproducción	\$0	\$45	\$45	\$90
Contrato de chef	\$0	\$0	\$0	\$0
Alquiler de equipos fotográficos	\$0	\$5	\$5	\$10
Alquiler de estudio	\$0	\$0	\$0	\$0
Edición	\$0	\$0	\$0	\$0
Maquetación	\$0	\$0	\$0	\$0
Impresión	\$0	\$0	\$180	\$180
Total	\$0	\$50	\$230	\$280

Presupuesto del proyecto Ideal

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Subtotal
Preproducción	\$0	\$60	\$60	\$120
Contrato de chef	\$0	\$600	\$0	\$600
Alquiler de equipos fotográficos	\$0	\$1200	\$1200	\$2400
Alquiler de estudio	\$0	\$720	\$720	\$1440
Edición	\$0	\$0	\$125	\$125
Maquetación	\$0	\$0	\$200	\$200
Impresión	\$0	\$0	\$192	\$192
Total	\$0	\$2580	\$2497	\$5077

Presupuesto de impresión: Unidad-Real

Actividad	Precio Unidad	Cantidad	Subtotal
Impresión de Portada	\$6,00	1	\$6,00
Impresión del contenido	\$0,35	120	\$42,00
Total			\$48,00

Presupuesto de impresión: Al x Mayor-Ideal

Actividad	Precio Unidad	Cantidad	Subtotal
Impresión de Portada	\$3,00	100	\$300
Impresión del contenido	\$0,30	12000	\$3600
Total			\$3900
Precio Unitario			\$39,00

Costo Final del Proyecto

Costo del proyecto	\$280
Costo de impresión	\$180
Total	\$460

III.Cierre

III.A. Conclusiones

Se puede concluir que un manual fotográfico es un objeto que funciona a la perfección como una guía, el cual tiene una estructura concreta en la que se muestran procesos claros y concisos de manera detallada acerca de un tema específico.

El trabajar tanto con luz artificial como con luz natural nos genera ciertas características diferentes a la hora de fotografiar un postre, ya que en cada una de estas se maneja la iluminación de una manera distinta, por un lado, se tiene a la luz artificial la que se puede controlar e ir modificando en base al resultado que se quiere obtener, mientras que por otro lado se tiene a la luz natural con la que no es tan amplio el rango de control que se obtiene, sin embargo esto no significa que sea mejor trabajar con la una o con la otra, cada una posee sus características y beneficios al momento de crear una fotografía.

Es imprescindible tener claro que antes de cualquier producción fotográfica se debe realizar y esquematizar una carpeta de preproducción donde se detalle de manera clara el proyecto a trabajar, de esta forma se consigue tener un proyecto organizado.

La post-producción es una fase muy importante para conseguir un resultado óptimo, la cual se debe trabajar de manera consiente y a profundidad dándole toda la relevancia a cada detalle, de esta manera se consigue un resultado sobresaliente.

III.A. Recomendaciones

Es preciso investigar y mantenerse a la vanguardia de los avances de la fotografía, de esta manera ir obteniendo nuevo conocimiento y nuevas técnicas que ayuden a expandir nuestra capacidad como profesionales al momento de realizar cualquier proyecto.

Se recomienda trabajar en espacios amplios, cómodos y que nos permitan manipular todos los equipos de manera correcta, que cada uno de los postres luzcan impecables.

El tema de la iluminación es muy importante para el resultado final de las fotografías, se recomienda tener siempre pensado y estructurado un esquema lumínico, de esta manera se tiene una base de cómo se quiere que luzca el postre, se puede ir modificando las luces mientras se va realizando la producción, sin perder la estructura base.

Otra recomendación bastante importante a la hora realizar una producción de fotografía publicitaria de alimentos, específicamente de postres es trabajar de la mano con un Chef profesional que posea conocimientos en Food Styling.

Cabe mencionar y no siendo menos importante, es recomendable darle un apartado por separado a la post-producción, trabajarla de manera detallada y precisa con el fin de conseguir un resultado sobresaliente.

Anexos



Ilustración 1: Fotografía de la importancia del chef



Ilustración 2: Fotografía de comida sin food styling



Ilustración 3: Fotografía de comida con food styling



Ilustración 4: Cámara de fotos



Ilustración 5: Objetivo de cámara



Ilustración 6: Segunda Producción fotográfica



Ilustración 7: Segunda Producción fotográfica



Ilustración 8: Primera Producción Fotográfica



Ilustración 9: Primera Producción fotográfica











Ilustración 10: Primera Producción fotográfica

Shooting Plan-Producción Tesis Abc de la fotografía para postres

Crew: Director y Productor: Adrián Jiménez

Food Styling: Mauricio Merino

Hora	Iluminación	Iluminación	Postre	Props
10:30 am a 11:15 am	Luz continua hacia el postre, luz continua de relleno para el fondo y luz continua cenital.		-Tiramisú 	-Tabla de madera de cocina - Pañuelos -Café en grano -Cuchara
11:15 am a 12:00 pm	Luz continua hacia el postre, luz continua de relleno para el fondo y luz continua cenital.		-Cheesecake de mocca 	-Tela gris -Tablas de madera -Café en polvo
12:00 pm a 12:45 pm	Luz continua hacia el postre, luz continua de relleno para el fondo y luz continua cenital.		-Mousse de cappuccino 	-Tela café -Taza de café -Café en grano - Servilletas de tela
12:45 pm a 1:30 pm	Break	Break	Break	Break

1:30 pm a 2:15 pm	Luz continua hacia el postre, luz continua de relleno para el fondo y luz continua cenital.		<p>-Cheescake de maracuyá</p> 	<p>-Pañuelo gris -Tenedor - Servilleta de tela blanca -Paleta</p>
2:15 pm a 3:00 pm	Luz continua hacia el postre, luz continua de relleno para el fondo y luz continua cenital.		<p>-Cheescake de Limón</p> 	<p>-Rodajas de limón -Cascara de limón -Palet</p>
3:00 pm a 3:45 pm	Luz continua hacia el postre, luz continua de relleno para el fondo y luz continua cenital.		<p>-Cheescake de frutos rojos</p> 	<p>-Hojas -Flores - Servilleta de tela gris</p>

Bibliografía

AGRIPAC. (2000).

AGRO, L. R. (2012).

Amaya, D. (2012). *PROPUESTA DE POSTRES GOURMET ELABORADOS CON EDULCORANTES DE BAJAS CALORÍAS*". Cuenca: Universidad de Cuenca.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2015). *El Potencial Educativo de la Fotografía*. Santiago de Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Cuevas, S. (20 de Julio de 2017). *The Foodie Studies*. Obtenido de The Foodie Studies: <https://thefoodiestudies.com/food-styling-o-estilismo-gastronomico-la-profesion-de-moda/>

Eguizábal, R. (2001). *Fotografía Publicitaria*. Madrid: Cátedra (Grupo Anaya).

Figuerola, C. E. (2014). *Análisis y desarrollo de la imagen fotográfica digital en alimentos preparados (Tesis de Posgrado)*. Ciudad de México.

Gutiérrez, E. N. (2014). *La herramienta Food Styling (maquillaje de alimentos) en el proceso (Tesis de grado)*. Guatemala.

Heller, E. (2004). *Psicología del Color*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.

Llumiñana. (2010).

Marin, L. R. (14 de mayo de 2015). *The Lighting Mind*. Obtenido de The Lighting Mind: <https://www.thelightingmind.com/historia-del-bodegon/>

Medina. (2007).

Negocios, A. (2013).

Palazzi, A. (1991). *El gran libro de la verdura*. Barcelona: Grijalbo.

Pereira, F. (18 de mayo de 2018). *Fashion, Travel & Content*. Obtenido de Fashion, Travel & Content: <https://pennylaneblog.com/2018/05/fotografia-en-redes-sociales-que-son-los-props.html>

Quesadas, P. R. (2016). *Producción Fotográfica: Alimentos*. Ciudad de México.

Recalde, D. (07 de noviembre de 2015). *Denominaciones de origen en productos primarios: caso café*. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Simón Bolívar.

Rikolto. (05 de noviembre de 2021). *Rikolto en Latinoamérica*. Obtenido de café ecuatoriano, aromatizando la economía nacional.: <https://latinoamerica.rikolto.org/es/project/cafe-ecuatoriano-aromatizando-la-economia-nacional>

Rodríguez, J. (2015). *The Web Photo*. Obtenido de The Web Photo: <http://www.thewebfoto.com/2-hacer-fotos/206-el-objetivo>

Salgado. (2013).

SANTOS, S. E. (2017). *LOS PRINCIPALES LÍMITES DE LA FOTOGRAFÍA VISUAL PUBLICITARIA (Tesis de Pregrado)*. Guatemala.

Toldos, A. B. (2020). *Taller de composición e iluminación de estudio*.