

Vinos añejados en “una hora”

Toma y realización

El título de esta nota parece ridículo, pero cuando hablamos en términos publicitarios no lo es tanto, ya que algunas veces tenemos que “ambientar situaciones” inexistentes por pedido del cliente.

Cuando Nicolás, diseñador gráfico y director de la agencia Visual Point me llamó para plantearme el trabajo, me relató que se trataba de una bodega que comercializaba su producto en el exterior y necesita acompañarlo con folletería de alta calidad. El único problema era que teníamos que incluir dentro de la producción fotográfica una toma de un grupo de botellas acostadas y colocadas una sobre otra, como si estuviésemos efectuando la producción en la bodega. Inclusive nos pidieron “simular” que estaban desde mucho tiempo en esa posición en proceso de “añejamiento”.

El punto de toma elegido y el Photoshop nos ayudaron a resolver el problema del ambiente sin movernos del estudio, utilizando un encuadre cerrado y el fondo “digital”. El ítem del “estacionamiento” del vino lo resolví cubriendo las botellas con un poco de talco, lo que sumó “años” al producto fotografiado.

La toma la llevé a cabo con una cámara digital de 6 Megapíxeles debido al escaso tiempo del que disponíamos para trabajar con diapositiva, e iluminé en forma lateral con un flash de 1500 W provisto de una caja difusora. De esta manera en una hora resolvimos una situación que en primer instancia creíamos imposible de “imitar” en el estudio.



(*) El autor es director del estudio fotográfico publicitario Lagioia & Asoc.