



“En la fase final el maquillaje digital termina de vestir al alimento”

ENTREVISTA A
KAVI SÁNCHEZ
FOTÓGRAFO PUBLICITARIO
en Kavi Sánchez Estudio Madrid

En qué medida se altera el alimento cuando se fotografía para dar la sensación de recién hecho, apetitoso, fresco...

La receta o alguno de sus ingredientes se alteran en su elaboración cuando es necesario por exigencias de la campaña, ya sea porque es necesaria una presentación más cuidada y exagerada o porque alguno de sus ingredientes sea proclive a deformarse o deteriorarse por el paso del tiempo, el calor o la misma gravedad. Es entonces donde entra en juego la estilista - home economist - en la cadena de la producción fotográfica para maquillar el producto intentando darle ese aspecto más cuidado, sano, exuberante, limpio y de alguna manera un tanto irreal y así conseguir el efecto deseado. Por ejemplo, para conseguir en un helado la forma exacta, que no se deteriore o derrita, a veces utilizamos productos naturales semejantes o sintéticos que tienen propiedades de masa estética y moldeable. La idea es provocar el consumo incluso a sabiendas de que el espectador sabe que al abrir un paquete de galletas no las va a encontrar como en la fotografía, pero de alguna manera le hace pensar que van a estar sabrosas, y ahí está el éxito de la campaña publicitaria. Llegar a este paso. Pero lo normal es utilizar otra clase de técnicas que son naturales y en las que no se altera o manipula el alimento. Por ejemplo, en las fotos de vegetales para que conserven su textura, jugosidad y tonos naturales el tiempo de cocción ha de ser menor que el real.

Y después, cómo es la posproducción de esas fotos, ¿se utilizan programas de retoque especiales?

Hay varios programas de revelado, procesamiento, retoque y edición final de los negativos digitales. Yo en concreto utilizo Photoshop y Plugin. Para mí el éxito de una fotografía para que cumpla sus propósitos publicitarios está en un 50 % en la sabiduría y buena aplicación de esta fase de posproducción, partiendo, eso sí, de una toma correcta previa.

¿Qué efecto es más difícil de conseguir en un alimento cuando se hacen retoques?

Todos los efectos que pretendan dar naturalidad al alimento por no haber tenido el cuidado necesario en la elaboración y presentación del producto a la hora de fotografiarlos. El retoque está para mejorar, limpiar o exagerar el aspecto previamente conseguido en la preparación del producto. Por eso importante y esencial antes de seguir con la siguiente foto estudiar en pantalla, junto con el resto de equipo (chef o home economist), la toma para darle el visto bueno. Los retoques deben estar dirigidos, después de la aprobación, a corregir defectos o deterioros, dar más limpieza, ajustes de tonos, contrastes, luminosidad, desenfoques etc.

¿Puedes desvelarnos algunos de los trucos más utilizados para hacer que un alimento parezca otro casi totalmente diferente en la foto?

En el resultado final juegan más factores que los meros trucos y en su buena

aplicación y combinación está el éxito de una buena fotografía. Las reglas de composición, creatividad del bodegón, acierto en el atrezzo utilizado, aplicación correcta de los desenfoques, el punto de tiro, esquemas de luz... y también a veces, y por exigencias del guion, la aplicación de técnicas de estilismo para forzar más al producto y provocar al espectador y conseguir que ayude a que se compre el producto.

¿Es el fotógrafo quien hace también el Stilling o tiene a alguien que le ayude?

En nuestro estudio contamos con una estilista - home economist - que es quien, en caso de necesidad, tiene como funciones desde ir al mercado para comprar los mejores ingredientes para las recetas, como su elaboración, atender a la creatividad y la composición con el atrezzo necesario y presentar el alimento finalmente al conjunto de iluminación. Eso sí, siempre es fundamental trabajar en equipo, aunque el responsable final de la toma y quien presenta el trabajo terminado al cliente o la a agencia es el fotógrafo.

Por último, ¿qué te ha llevado a ser un fotógrafo especialista en fotos de alimentos?

Por las posibilidades creativas que tiene este mundo y porque me da la oportunidad de trabajar en equipo, también es divertido y con una buena dosis de improvisación y de superación de contratiempos.



Foto para editorial gastronómica
Se puso especial interés en la puesta en escena del contrastes en el colorido, la creatividad y el juego en los desenfoques.