



O PODER DA IMAGEM

Estamos na era do poder da imagem, o setor de produção revela-se hoje em dia uma oportunidade muito interessante e de crescimento assinalável.

Os desafios são cada vez mais exigentes para os media que consigam a melhor invenção e produção de moda e fotografia. A utilização de imagens no futuro terá o principal objetivo, de a imagem não ser apenas mais uma, mas sim aquela que é diferenciada, na escolha das imagens (capas de revista) com necessidade de evoluir de uma fotografia espetacular para uma mais elaborada, principalmente no que diz respeito às áreas da moda, fotografia, design, criatividade e arte.

Mais do que o vídeo, entrámos primeiro numa fase de elevação dos critérios de avaliação do que é uma boa fotografia de acompanhamento. Desafios mais exigentes que têm agora uma clara necessidade de requintar a produção em todos os detalhes: acessórios, styling, ambiente, para conseguir surpreender e captar a atenção do leitor/cliente. Vai ser preciso mais, muito mais e cada vez mais.

A exposição da era digital e da nova geração social online gera hoje uma exigente diferenciação e uma procura aguçada de criatividade. A procura pela imagem é hoje tão evidente que se tornou imagem de marca da população urbana do século XXI. Alerta total para o setor da publicidade. ●

THE POWER OF ONE IMAGE

We are in the era of the power of the image, production sector is nowadays a very interesting opportunity and remarkable growth. Challenges are increasingly demanding for media to achieve the best invention and production of fashion and photography. The use of images in the future will have the main objective, and more importantly, that image is not only one more, but rather the one that is differentiated in the choice of images (magazine covers) with the need to evolve from a spectacular photograph to a more elaborate, mainly in the areas of fashion, photography, design, creativity and art. More than the video, we first went through a phase of raising the standards for evaluating what a good add-on photograph is. Challenges are more difficult and now need to refine the production in every detail: accessories, styling environment, to be able to surprise and capture the attention of the reader / customer. It will take more, more and more and more To get surprise and capture the attention of the reader will need exposure of the digital and the new social generation online today makes a demanding difference and a strong demand for creativity looks for the image so obvious today that it has become the brand image of the urban population of the century. ●