

Cualquier fotografía comercial tiene una meta definida - presentar los bienes. Foto comercial es una cosa muy compleja y sintética, no sólo debe reflejar la idea y la filosofía del autor pero más bien tener impacto en la psique del espectador, modelando su reacción apropiada.

En la fotografía tanto comercial como artística, podemos distinguir los géneros tradicionales: retrato, paisaje, naturaleza muerta, escenas narrativas. La diferencia de la fotografía comercial es que sólo nos dice acerca de la calidad de un producto. Retrato en la publicidad no es una imagen de cierta persona pero la imagen del usuario del producto, ya sea el consumidor potencial perfecto, reducido a una imagen colectiva, o la figura-aliciente mítica, a la cual el espectador medio quisiera parecerse. El objetivo principal de la fotografía publicitaria es demostrar el placer del consumo y provocar el deseo de comprar algunas cosas. Imagen publicitaria debería ser atractiva y convincente (es cómodo, lujoso, respetable, sabroso).

La fotografía comercial, con raras excepciones, se pone en escena. Cada arumento está bien pensado a fin de advertir la debida atención del grupo concreto de consumidores. La publicidad no debe mostrar la vida real, tiene como objetivo mostrar una futura vida feliz después de la compra: compre, y todo cambiará.

La tarea del fotógrafo publicitario es plasmar la imagen, creada por una agencia de publicidad, de forma rápida, eficiente y con máxima precisión. Sin embargo, estas estrictas limitaciones no impiden encontrar la posibilidad de la expresión creativa.

El papel de profesional fotógrafo de la publicidad es mucho mayor si la única idea creativa publicitaria se basa principalmente en un cuadro con una espectacular iluminación y el ángulo inusual. Entonces el fotógrafo toma una parte activa en la creación de una imagen publicitaria, y con frecuencia su opción es la mejor.

La principal tarea del fotógrafo es realización de la idea, planificada por los expertos en publicidad, por eso el fotógrafo está inicialmente restringido por los límites designados por Anunciantes. A pesar de esto, el elemento de creatividad, por supuesto, existe en la ejecución de la tarea por el fotógrafo. Al mismo tiempo, dado el número de manipulaciones y acciones posibles (luz, perspectiva, herramientas) necesarios para plasmar la tarea, el fotógrafo debe poseer impecable técnica de fotografía publicitaria.

Las obras de nuestros fotógrafos puede ver aquí.

Es posible encargar fotografía publicitaria en nuestro web-site o por teléfono.