

TONY GENÉRICO

ESTÚDIO

FOTOGRAFIA, ARTE, PUBLICIDADE E SPLASHES



Copyright © 2011 Editora Photos

Todos os direitos sobre esta obra estão reservados. Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida, armazenada ou transmitida de qualquer modo ou por qualquer outro meio, seja eletrônico, mecânico, de fotocópia, de gravação ou outros, sem prévia autorização da editora.

TERMO DE RESPONSABILIDADE: a informação contida neste livro é baseada na opinião e experiência do autor. O editor não será responsável pelo uso impróprio da informação deste livro.

Produção: Editora Photos

Edição: Nildo Teixeira

Diagramação e revisão: Alcides Mafra

Direção de Arte da Capa: Darcy Fonseca

Impressão e acabamento: Gráfica Coan

Diagramas: Toni Mello

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

Genérico, Tony
G326f Estúdio: fotografia, arte, publicidade e splashes /
Tony Genérico.-- Balneário Camboriú, SC : Photos, 2011.
228 p. : il., fots. color.

ISBN 978-85-62626-28-9

1. Fotografia. 2. Fotografia de estúdio. I. Título.

CDD 778

Bibliotecária: Eliane M. S. Jovanovich CRB 9/1250

Índice para Catálogo Sistemático

1. Fotografia de estúdio



Rua 10, 391, sala 06 – Centro
Balneário Camboriú /SC – CEP 88.330-657
Fone: 47 3405-4900 Fax: 47 3405-4914

Atendimento ao cliente: sac@editoraphotos.com.br
www.editoraphotos.com.br



capítulo 1

ILUMINAÇÃO

A luz é a matéria-prima da fotografia. A câmera é uma simples ferramenta e o fotógrafo, o autor. A palavra fotografia pode ser traduzida etimologicamente do grego por "escrita com a luz". E se, de fato, a luz é a chave, para usá-la de forma criativa e entender como ela atua, é preciso conhecer as propriedades físicas das diferentes fontes de luz.

LUZ NATURAL

Um fotógrafo atento e observador leva sempre em conta o fato de que estamos condicionados, em nosso planeta, a uma única fonte de luz (o Sol). E que essa luz, apesar de vir sempre de uma direção, está em constante mutação. Durante sua trajetória, o Sol nos oferece uma infinidade de situações diferentes, provocadas pelas interações atmosféricas, que influenciam principalmente sua tonalidade e seu contraste. É aí que se percebe que, apesar de ser única, a luz solar muda de qualidade a cada momento. Uma pessoa em pé, sob um sol do meio-dia, sobre a linha do Equador, receberá os raios do sol perpendicularmente, projetando uma sombra dura para baixo. Uma foto nessa situação tem poucas chances de ser atraente, devido ao alto contraste provocado pela direção e intensidade da iluminação. Em fotografia esse tipo de luz crua é conhecido como de qualidade dura.

Essa mesma cena, ao nascer ou pôr do sol, seria muito mais atraente, já que a qualidade da luz, naturalmente tangente, com tons mais amarelados e mais suaves, eliminaria sombras indesejáveis, ao mesmo tempo em que captaria detalhes interessantes que não são percebidos sob uma luz dura.

Uma simples nuvem se interpondo ao exemplo anterior mudaria sua qualidade. Um dia ensolarado pode ser ideal para a maioria das paisagens, mas isso não significa que em todas as situações um dia nublado seja o mais adequado. Cada caso exige uma análise de um bom observador e a decisão do que ele realmente quer mostrar.

Por mais de uma centena de anos dizia-se que o Sol deveria estar sempre por trás do fotógrafo para se conseguir uma foto bem iluminada. Fotografar a contraluz era praticamente impossível até o advento das lentes antirreflexo, que, com uma camada adicional em sua superfície, possibilitou belas fotos, mesmo com a câmera apontando em direção à luz.

Porém, dominar o controle da qualidade da luz não depende simplesmente de tecnologia, como podemos notar nas obras dos grandes mestres da pintura. Duzentos anos antes do surgimento da fotografia, as obras de Rembrandt, por exemplo, sugerem que ele era um profundo conhecedor das qualidades da luz, além de ter uma técnica primorosa.



Rembrandt: *Stormy Landscape* (1638) e *The Night Watch* (1642) (reprodução)

LUZ ARTIFICIAL

Diferentemente do nosso planeta, o fotógrafo de estúdio tem necessidade de muitas fontes de luz, que evidentemente são artificiais e portáteis, com grande variedade de características para que possam criar diferentes imitações dos efeitos da luz natural. Em lugar de esperar e se antecipar às inúmeras situações atmosféricas, como é necessário no caso da luz solar, ele passa a ter controle total dentro de seu próprio planeta, criando seu próprio clima, conforme suas necessidades e no tempo que lhe for conveniente. Fundamentalmente, essa é a razão principal do grande sucesso dos estúdios. Rapidez, controle e eficiência são palavras-chave em publicidade. Essa é uma das razões porque são raros os clientes que se arriscam em grandes produções ao ar livre.



QUALIDADE DA LUZ

LUZ DURA E LUZ SUAVE

A luz pode ter uma qualidade dura ou uma qualidade suave. Uma luz dura provoca sombras de bordas definidas, enfatiza texturas e contraste. Por ser bem definida, ela é mais fácil de ser controlada. Uma luz suave provoca sombras menos concentradas, com pouca definição, envolvendo o sujeito com delicadeza. Em consequência disso, seu controle exige mais sutileza e sofisticação.



TONALIDADE

A luz apresenta tons diferentes em cada situação. Esses tons são medidos em graus Kelvin por um dispositivo chamado Kelvinômetro. Alguns exemplos práticos:

- uma luz de vela, 1200K;
- uma lâmpada incandescente, 2700K;
- a luz solar ao nascer ou pôr do sol, 3200K, ao meio-dia, 5000K, à sombra, 6000K e, no céu, pode chegar a 10000K.

Nas temperaturas baixas a cor é amarelo-alaranjada, tornando-se branco-azulada nas temperaturas mais altas. Hoje, os números não são mais parte necessária da rotina do fotógrafo, graças ao avanço da sensibilidade das câmeras a essas nuances. O fotógrafo analógico, mesmo com as emulsões de filmes mais recentes, necessita de filtros de correção de cores para ajustar o equilíbrio das tonalidades. O fotógrafo digital o faz na própria câmera, ou na pós-produção, sem perda de qualidade.



TIPOS DE LUZ ARTIFICIAL

Atualmente, há no mercado inúmeros tipos de luzes, que podem ser divididas em dois grandes grupos: luzes contínuas e flashes eletrônicos.

LUZES CONTÍNUAS

As luzes contínuas são fontes de luz que ficam acesas ininterruptamente. Alguns exemplos são a chama de uma vela, de uma fogueira, uma lâmpada incandescente comum, as spot-lights de 10.000W usadas em cinema e, obviamente, o Sol. A luz contínua artificial mais usada atualmente nos estúdios é a de tungstênio halógena, que se caracteriza por sua cor ligeiramente alaranjada. São também chamadas de luzes quentes por emitirem muito calor — embora sua temperatura de cor, medida em graus Kelvin, seja baixa (cerca de 3200K). As profissionais, em geral, são spot-lights, cuja luz tem qualidade muito dura e contrastada.



A lâmpada caseira é um exemplo de luz contínua

FLASHES ELETRÔNICOS

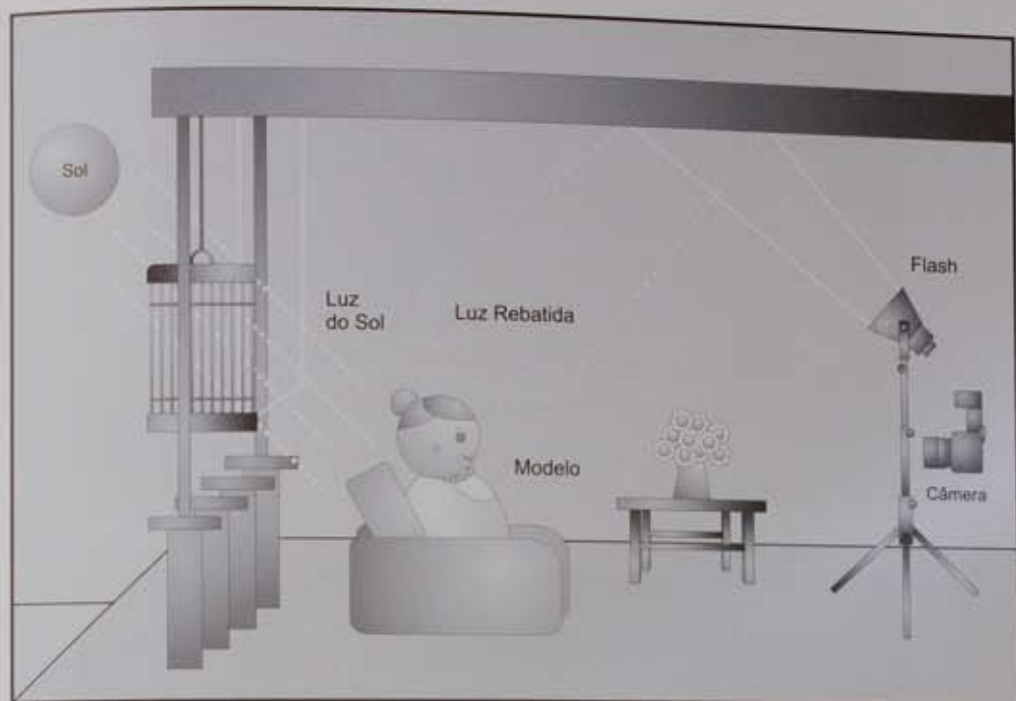
Os flashes eletrônicos são aparelhos mais sofisticados, que também se subdividem em dois grandes grupos: os portáteis pequenos, de uso mais disseminado, e os dependentes de geradores, usados em estúdios profissionais. Todos eles têm uma temperatura de cor semelhante à da luz do dia (5500-5800K), podendo assim ser usados simultaneamente com a luz natural sem necessidade de correções cromáticas. Nesse caso, há que se considerar dois tempos de exposição, deixando o sensor exposto à luz ambiente em tempo menor e permitindo o relâmpago da



Flashes eletrônicos

fonte de luz numa abertura de diafragma condizente.

Flashes eletrônicos foram inventados na década de 1930 (principalmente para congelar movimentos em alta velocidade) e aperfeiçoados e difundidos nos anos 50. Sua função primordial então já era a de iluminar cenas escuras com maior potência do que a luz contínua. Porém, a curta duração dos relâmpagos e seu contraste intenso produzem uma qualidade de luz muito dura ("chapada" e sem volume). Quando usados frontalmente, acoplados ao topo das câmeras, principalmente, tiram volume do sujeito. No entanto, a praticidade desses equipamentos, começando com os portáteis, promoveu, e continua promovendo, uma grande variedade de acessórios que alteram sua qualidade de luz conforme o estilo ou a necessidade de cada especialidade fotográfica. Hoje o mercado oferece inúmeros acessórios suavizadores, tais como sombrinhas, hazies, octos etc.

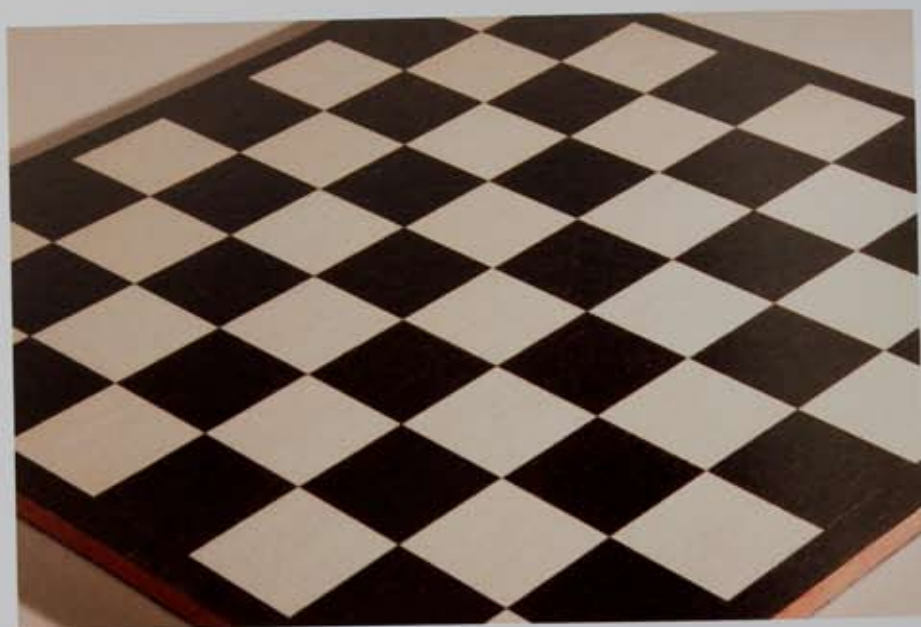


Página ao lado: um exemplo de sincronismo da luz ambiente com um flash eletrônico rebatido no teto como preenchimento à luz natural (veja o diagrama – direção de arte: Marina Cortini. Produção: Camila Gouveia. Cliente: Donna Doida)

PROPRIEDADES DA LUZ

Na prática de iluminação, se faz necessário atentar principalmente para duas propriedades físicas da luz que estão sempre no caminho do fotógrafo: reflexão e absorção.

A reflexão da luz é fundamental para a fotografia porque, na realidade, o que fotografamos não são os objetos, mas sim a luz refletida por eles. Alguns objetos refletem a maior parte da luz que incide sobre eles (como os de cor branca) e outros absorvem a maior parte da luz que incide sobre eles (como os de cor preta). Essa reflexão sempre se dá em ângulos simétricos, ou seja, a luz incide sobre o objeto em um determinado ângulo e é por ele refletida nesse mesmo ângulo. Nos termos dessa lei da física, o ângulo de incidência é igual ao ângulo de reflexão. A aplicação



No alto, vemos o ângulo de incidência coincidindo com o ângulo de reflexão, e o tabuleiro funciona quase como um espelho. Acima, com a luz lateral, observa-se o equilíbrio de luz

prática dessa lei é de grande importância para a fotografia.

Imaginemos um exemplo em que a luz incida em um tabuleiro de xadrez. Os quadrados brancos vão refletir mais luz e os pretos, absorvê-la mais. A solução para esse problema está na mudança do ângulo de incidência. Ao posicionarmos a fonte de luz na lateral ou na diagonal, o ângulo de reflexão também não atinge a câmera diretamente, e conseguimos expor com equilí-

brio. Além disso, se abaixarmos a fonte de luz para que ela passe rasteira sobre o tabuleiro, pode-se ainda ressaltar sua textura.

Se medirmos a exposição pela média de luz nos quadrados brancos e pretos e posicionarmos a câmera com a abertura correspondente num ponto em que ela receba a luz refletida diretamente, os quadrados brancos ficarão superexpostos e os pretos, subexpostos. A essa altura, se fecharmos o diafragma, os brancos ficam expostos corretamente, mas os pretos ficam ainda mais subexpostos. Por outro lado, se abrirmos o diafragma, os pretos são expostos corretamente, mas os brancos é que então ficarão superexpostos.

COMO MODIFICAR A QUALIDADE DA LUZ

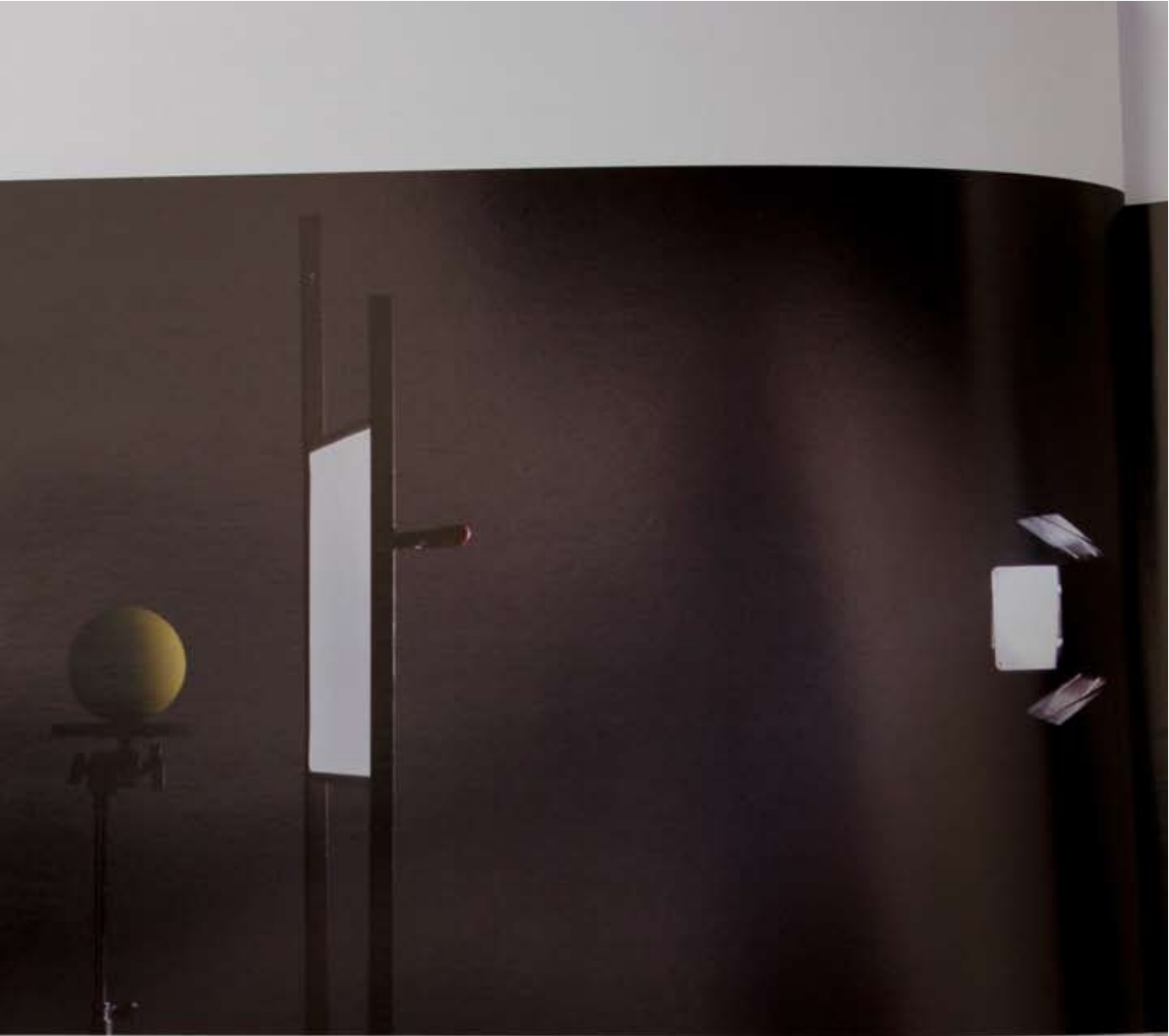
Entre os rudimentos da fotografia de estúdio, estão as técnicas para manipular a qualidade da luz. Como estamos falando de still (fotografia de objetos), consideraremos o uso da luz de tungstênio, que oferece mais controle por representar ao vivo o mesmo que sairá na foto — nesse sentido, manipular a luz de tungstênio é como manipular a foto diretamente. Os principais fatores a se considerar são:

- o tamanho do suavizador;
- o foco da fonte de luz;
- a distância da fonte de luz em relação ao suavizador;
- a distância do suavizador em relação ao objeto.



Acima, a luz passa por um suavizador menor e acentua o contraste. Na imagem à direita, a luz passa por um suavizador maior e propicia um contraste mais suave. Observe-se que nenhuma distância entre os elementos foi alterada, somente o tamanho do suavizador









Nestes exemplos, a fonte de luz foi trocada. Antes, era uma luz de foco fixo; aqui, é uma luz de foco variável, também conhecida como Fresnel. Além do foco variável, esse tipo de fonte de luz se caracteriza por ter uma lente que dá mais controle para a saída da luz, e é até hoje muito usada na indústria cinematográfica. Nestas imagens, o foco mais fechado aumenta o contraste, mesmo com a fonte de luz distanciada do suavizador. Note que, com uma Fresnel, mesmo com um suavizador pequeno, o aproveitamento da luz é muito mais eficiente devido à propagação mais focada do campo de luz





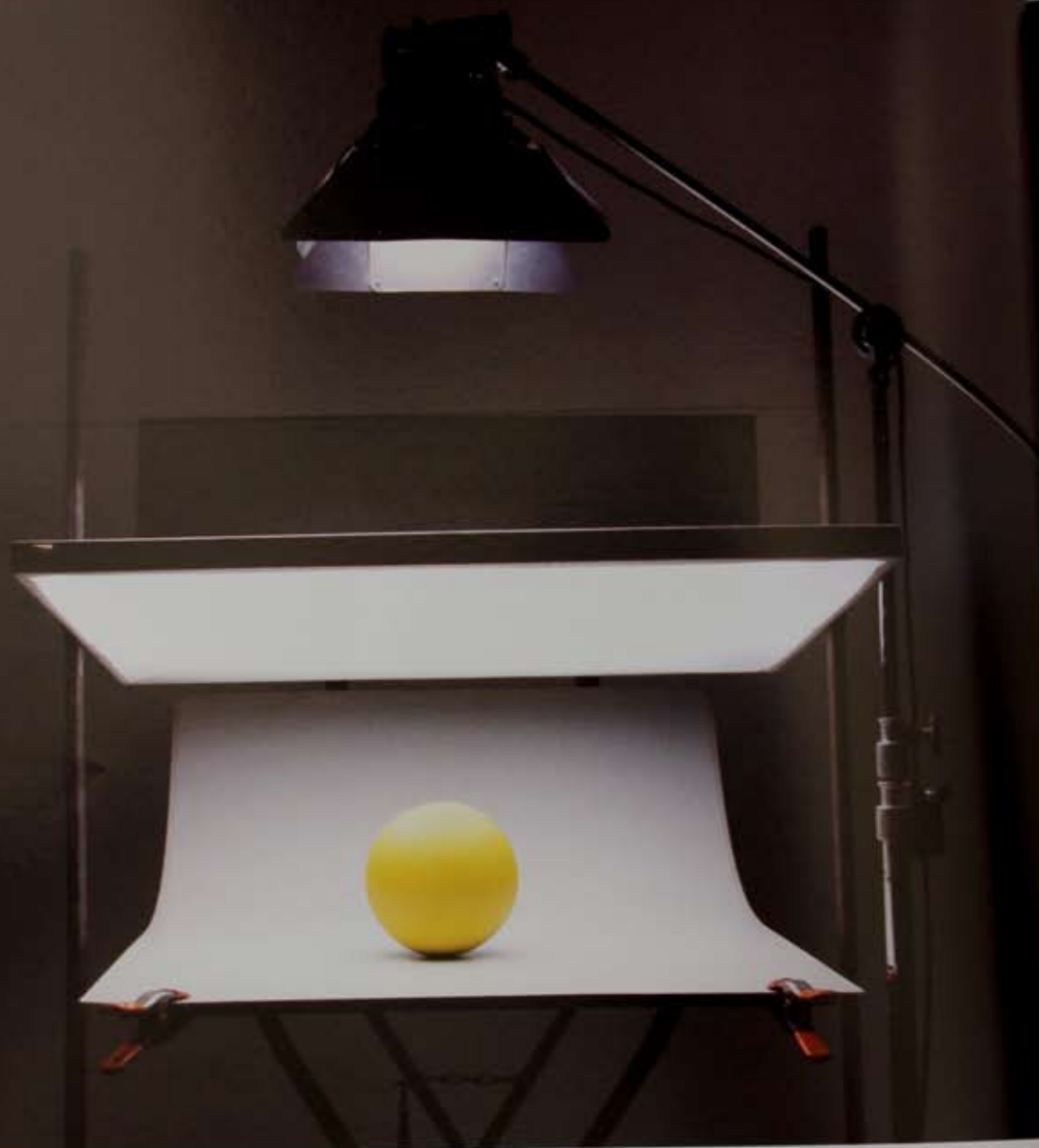
Ao trazermos a Fresnel com o foco concentrado mais para perto, o contraste se intensifica ainda mais. Para obter um contraste médio, o suavizador deve ter no mínimo três vezes o tamanho do assunto (dir.). Mesmo assim, com uma luz mais focada, ele já se intensifica bastante





Por último, de volta com a fonte de luz de foco fixo, variamos apenas a distância do suavizador em relação ao assunto – sem mexer no seu tamanho ou na posição da fonte de luz ou do assunto. Quanto mais se aproxima o suavizador do assunto, mais a luz propicia o efeito chamado de wrap around, ou seja ela “embrulha” o assunto, acentuando sua forma e dimensão, mantendo um contraste equilibrado e agradável

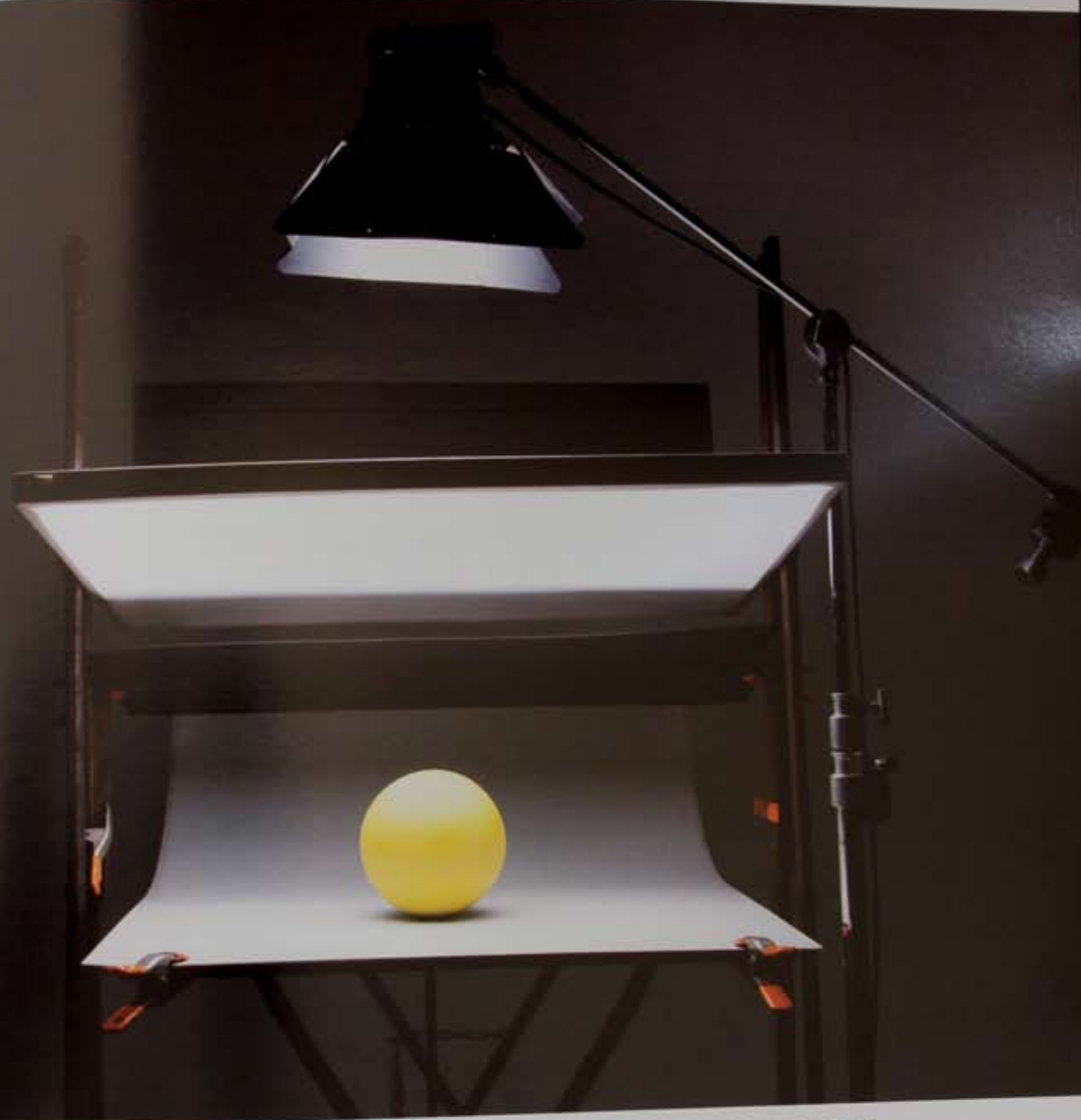




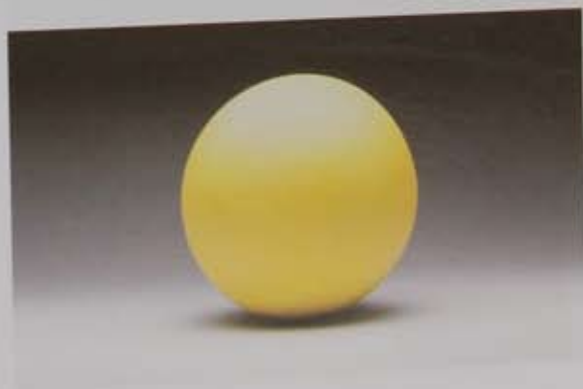
Iluminação uniforme (top light)

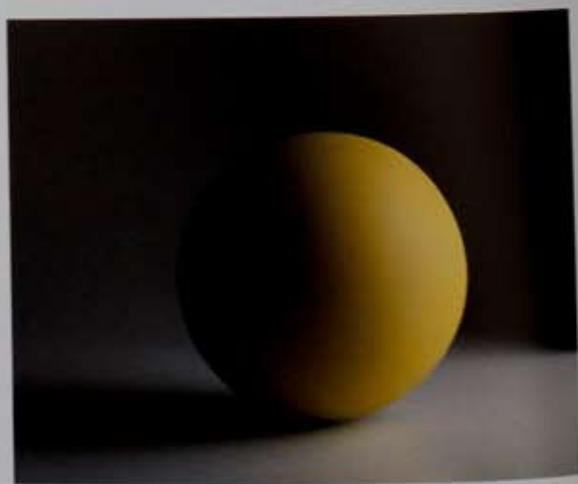
REDUÇÃO DA LUZ – O USO DO GOBO

Gobo, do inglês go-in-between, é qualquer anteparo que bloqueie a incidência de luz entre o difusor e o sujeito. O Gobo normalmente é preto, justamente para aumentar a absorção da luz. Nos exemplos destas páginas, ele atua atenuando a luz que incide sobre o fundo infinito.



Redução da luz, por trás do sujeito, criando um degradê por trás do produto







É importante ressaltar que, apesar de essas técnicas se referirem à luz de tungstênio, a luz de flash se desenvolveu com base nesses mesmos princípios, embora nem sempre de maneira perfeita; por exemplo, a distância entre a fonte de luz e o suavizador numa hazy é inalterável. No entanto, independentemente da escolha individual para construir o clima da foto, o fotógrafo depende do controle fino desses rudimentos.

Um set de difusores, adequados a proporção de cada objeto é indispensável a um fotógrafo de still que tem preferência pelas vantagens da luz de tungstênio. Na foto a seguir, temos um exemplo de como uma luz suave, envolvente e refinada pode render um clima semelhante a uma pintura.



Os difusores são feitos com sarrafos de madeira envolvidos com algum material difusor da preferência do fotógrafo. Os tamanhos vão depender da proporção do objeto a ser fotografado. O menor tem 26x36cm, para fotografar, por exemplo, um anel, e o maior tem 120x160cm. A preocupação de que sempre se encaixem um dentro do outro é para facilitar o armazenamento



FERRAMENTAS BÁSICAS DE ESTÚDIO

Além de alguns equipamentos de tecnologia que um fotógrafo de estúdio obrigatoriamente possui (câmera, lentes, tochas e flashes), existem outras ferramentas de menor custo, como escadas, cavaletes, garras, caixa de ferramentas etc.

Entre algumas das mais importantes e peculiares à fotografia, estão as ferramentas abaixo:

A) TRÊS-TABELAS

São normalmente utilizadas como step-ups e bases de mesas, mas têm inúmeras utilidades. Um fotógrafo de gente pode



Apple-box



Pancake-box

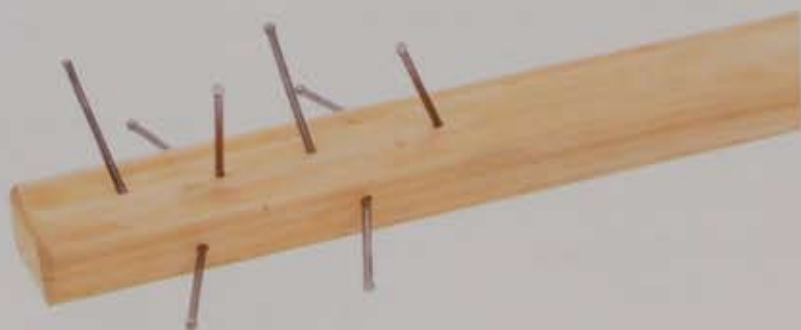


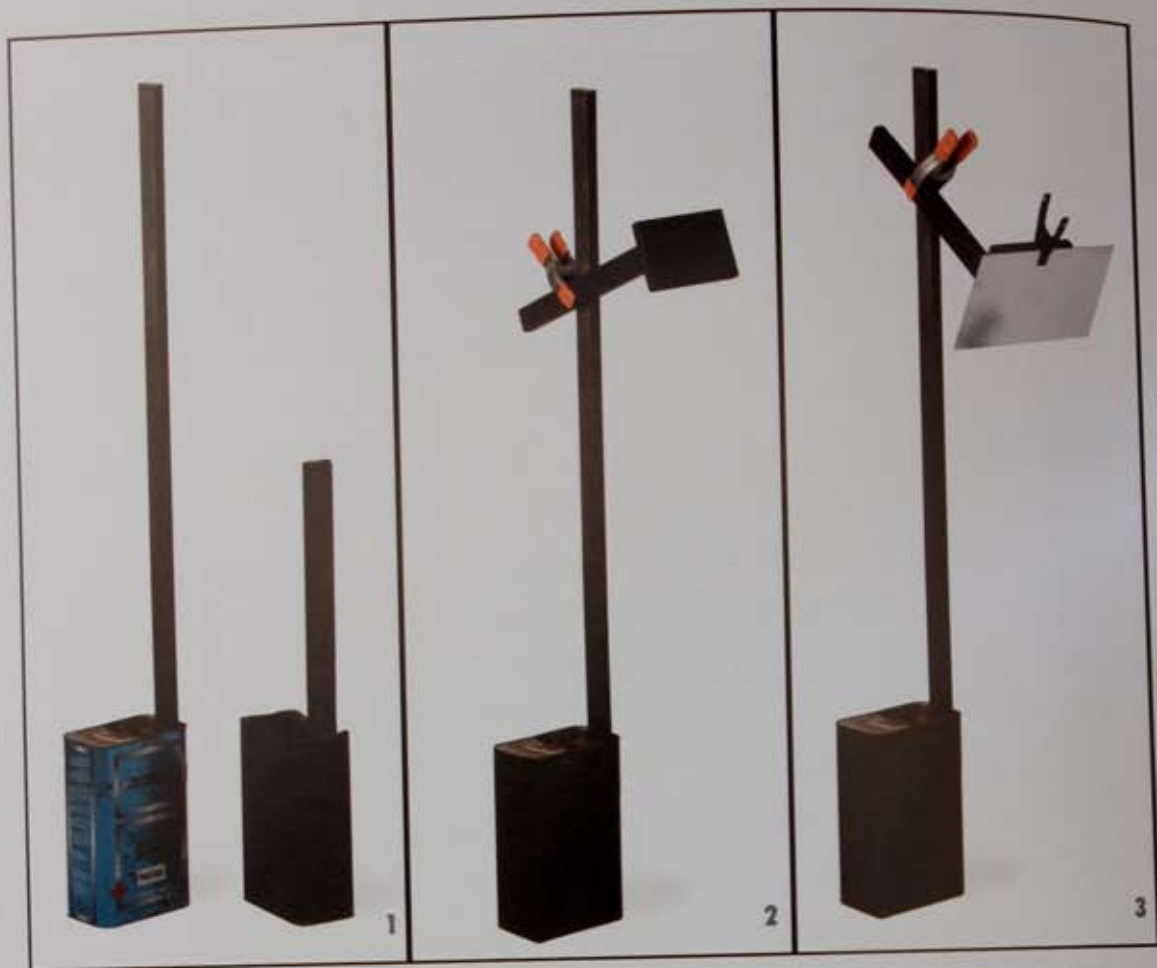
half-pancake-box

utilizá-las para aproximar numa foto de plano americano, por exemplo, o alinhamento horizontal de modelos de estaturas diferentes, e outros nivelamentos. Até hoje os americanos as chamam de apple-box, pancake-box e half-pancake-box, o que facilita a determinação do tamanho e do uso.

B) POT STANDS

São hastes de apoio construídas com um sarrafo de madeira, uma lata de um galão e cimento. Sua maior vantagem é a de ocupar menos espaço que um tripé. Além disso, são simples de construir: antes de cimentar o sarrafo à lata, pregam-se nele vários pregos, que impedirão que ele se desprenda do cimento depois de seco (abaixo). É importante que, antes de utilizar a lata, o fundo seja martelado para dentro, de modo a não ficar abaulado para o lado de fora com o peso do cimento depois de seco.

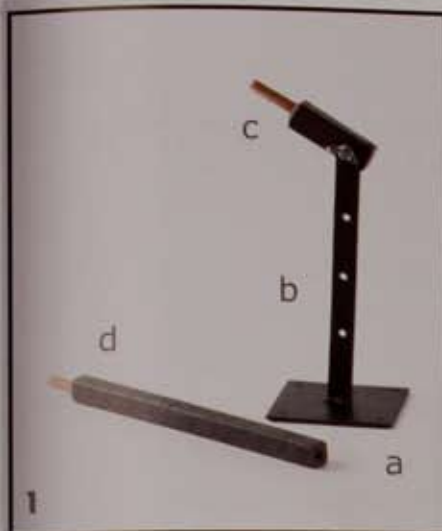




Na primeira imagem vemos os pot stands depois de prontos. Na segunda, um pot stand com a cantoneira presa a ele por uma garra. Isso permite uma grande variedade de posicionamentos e, como ele é pesado, a estabilidade fica garantida. Na terceira, temos o pot stand sendo usado para apoio do objeto e posicionamento de um refletor. No exemplo, está sendo usado para um still pequeno, mas pot stands são úteis em todas as especialidades de estúdio, de carros a retratos

C) MINIBOOMS

Minibooms são versáteis, seguros, ocupam pouco espaço e muito baratos, limitados dentro de suas funções quase que somente pela criatividade do fotógrafo. Essas ferramentas são mais adequadas a fotógrafos de still, que são os que mais precisam de dispositivos que permitam controlar, com minúcia, detalhes de iluminação.



O miniboom. Na primeira imagem: (a) base de metal, (b) haste de ferro batido, (c) pivô macho com cavilha de madeira, (d) extensão de madeira. Na segunda imagem, o boom montado. Na terceira, o boom com refletor branco girando para cima

Na imagem 4 temos o boom com refletor prateado girando para baixo. Na quinta imagem, o boom com extensões variadas



Detalhe do pivô do miniboom. Com 24cm de altura e uma haste de também 24cm, essas ferramentas são muito úteis aos fotógrafos de still



Sugestão de cantoneiras diversas para articulações nos pot stands, que podem ser construídas conforme a conveniência de cada situação

D) CANTONEIRAS FIXAS

As cantoneiras servem como articulações dos pot stands. Unindo-se um pot stand e uma cantoneira por meio de uma garra, tem-se um instrumento de grande valor para o estúdio.

COMPUTADORES E SOFTWARES

Atualmente, quase nenhuma foto deixa o estúdio da mesma maneira como saiu da câmera. Além de eventuais correções e tratamentos de imagem, que podem ser feitos no estúdio, todo e qualquer processo de edição (isto é, seleção), conversão de formato e redimensionamento das imagens digitais é feito em computador. Como as imagens, desejavelmente, são capturadas nas maiores dimensões que o sensor possibilitar, a mais simples manipulação dos arquivos requer memória e capacidade de processamento substanciais. Isso implica a necessidade de investimento em máquinas potentes.

Além disso, essas práticas são facilitadas, aprimoradas e incrementadas a cada nova versão dos softwares voltados a imagens, o que torna a atualização periódica uma opção atraente para o fotógrafo interessado em otimizar seu fluxo de trabalho.

SEGURO E ARMAZENAMENTO – BACK-UPS

As seguradoras garantem a indenização financeira de bens que tenham valor financeiro estipulável. O valor do acervo do fotógrafo, no entanto, pode ser inestimável. Assim, sua melhor medida é robustecer seu sistema de armazenamento.

Quando em locação, o ideal é voltar ao estúdio com ao menos duas cópias dos arquivos da sessão, separadamente — por exemplo, um assistente com uma cópia, separado do fotógrafo, com outra. Já no estúdio, o ideal é manter duas cópias: uma para acesso e outra para back-up, que nunca deve ser acessado, apenas atualizado — a ideia essencial ao uso do back-up é que

nunca se precise acessá-lo. E, como pode haver casos em que todos os bens são subtraídos (furto, incêndio), é importante que haja uma cópia fora do estúdio, a ser atualizada periodicamente. Essas atualizações podem ser automatizadas hoje em dia, com o auxílio de discos que se sincronizam até mesmo on-line. E, de fato, ainda outra opção é manter o back-up em servidores remotos, mantidos por empresas especializadas.

O seguro dos equipamentos fotográficos serve não apenas ao fotógrafo que se locomove com seus equipamentos, mas também ao fotógrafo de estúdio. Como longos atrasos não costumam ser tolerados nessa área, um seguro que reponha com agilidade os equipamentos danificados, ou de outra maneira subtraídos, é essencial. Por isso mesmo é importante levar em conta, além dos valores, os prazos e períodos de validade e de indenização e mesmo o âmbito (se estadual, nacional ou internacional) do seguro.

Podem ser cobertos pelo seguro não somente equipamentos exclusivamente fotográficos, como câmeras e flashes, mas computadores, discos de memória e mesmo bens do próprio cliente, como os produtos a serem fotografados, cujos valores podem ser altíssimos, como é o caso corrente na fotografia automotiva. Em Nova York, o próprio cliente exige do fotógrafo um comprovante de seguro condizente com a produção, visando evitar perdas materiais e processos judiciais — como, por exemplo, no caso de um acidente envolvendo uma modelo.

ASSOCIAÇÕES DE CLASSE

As associações de classe de fotógrafos são entidades privadas, sem fins lucrativos, formadas por profissionais da área cuja função é a de defender seus direitos e interesses por meio de ações conjuntas e da organização geral da categoria.

Entre seus objetivos mais típicos estão regulamentar as linhas de conduta profissional no mercado de trabalho, enfatizar a ética, fornecer orientação e melhorar a comunicação entre os fotógrafos. Pode haver associações direcionadas a uma sub-área da fotografia, como uma associação apenas de fotojornalistas, assim como associações gerais.

No Brasil, em 1985, foi fundada a Associação Brasileira dos Fotógrafos de Publicidade (Abrafoto). Como sua missão, o estatuto da associação lista “zelar pelos interesses coletivos, morais, culturais e materiais dos profissionais e empresas que se dediquem à produção de fotografia para publicidade”.

Em 2006, surgiu a Fototech, uma associação de âmbito mais abrangente, incluindo profissionais e amadores de todas as áreas da fotografia. Seus objetivos incluem “o empenho pela moralização do ofício do fotógrafo, o fomento e estímulo à fotografia como produto cultural, a criação e manutenção de um mercado digno para a negociação, compra e venda de fotografias, encontros periódicos para troca de informações, workshops, congressos e palestras, divulgação e exposição dos trabalhos fotográficos produzidos pelos associados”.

O associativismo é importante para o fotógrafo como classe. Ações individuais — ou cada um por si — nunca levarão a lugar nenhum quando na defesa de interesses econômicos e jurídicos. No Brasil há escassa legislação que defenda os interesses dos fotógrafos, como, por exemplo, a alta tributação de equipamentos. As conquistas só acontecem quando determinada classe está mobilizada. Com os fotógrafos não é diferente.



capítulo **3**

NO ESTÚDIO: QUEM FAZ O QUÊ?

Todo profissional de fotografia que quer ter seu estúdio próprio deve buscar um organograma ideal para a realização das tarefas cotidianas. Ser fotógrafo já é uma condição nada fácil, imagina administrar tudo, e todos, que um estúdio envolve. Claro que cada fotógrafo dará o passo conforme suas pernas permitirem, como se diz no popular. Mas é importante saber quem é quem num estúdio completo. Esse é objetivo deste capítulo.

ASSISTENTES: FIXOS E FREELANCERS

A função primordial do assistente é atender a todas as necessidades operacionais do estúdio. Em princípio, deve ter conhecimentos teóricos de fotografia bem fundamentados, cuidado e responsabilidade com equipamentos, habilidade em tarefas manuais, atenção e organização. Atualmente, também é muito importante que tenha conhecimento de informática, especialmente softwares de edição e retoque de imagens — como se costuma brincar, o assistente deve ser “pau para toda obra”. O dito segundo o qual “a culpa é sempre do assistente” ilustra, de modo jocoso, a ideia de que, em sua posição, ele já sente a pressão e a responsabilidade com que terá de lidar mais tarde, o que é uma preparação conveniente, caso deseje ele próprio se tornar fotógrafo mais adiante.

Em Nova York, é natural que um assistente fique de um a dois anos com o mesmo fotógrafo. A rotatividade faz com que ele amplie o escopo das diferentes técnicas empregadas por diferentes fotógrafos, assim como o impede de se acomodar a um conjunto restrito de soluções. Uma vez seguro de sua capacidade, o assistente pode se aventurar como freelancer e acelerar o processo de aprendizagem. É nesse ponto que ele pode se dar ao luxo de selecionar os fotógrafos com os quais deseja trabalhar — para o fotógrafo iniciante é até recomendável que se contrate assistentes temporários para que se mantenha um custo operacional baixo.

Os fotógrafos também podem escolher assistentes freelancers mais convenientes para cada tipo de trabalho. Por exemplo, para um trabalho que envolva locação externa e grande quantidade de equipamentos, pode ser selecionado um assistente que tenha bastante força física; para um trabalho com bebês, um assistente que tenha jeito com crianças; para um trabalho que envolva cenários, um assistente com habilidades manuais; para uma grande produção, um assistente que tenha uma capacidade comunicativa desenvolvida, e assim por diante.

AGENTE (PHOTO REP)

Como ocorre a qualquer profissional autônomo, ao fotógrafo de estúdio não basta saber de sua área de especialidade; precisa ser hábil em administrar sua própria empresa — o que inclui atrair e conquistar clientes. Se essa não é uma de suas capacidades, pode entrar em cena o agente, que é um profissional a quem o fotógrafo se associa, às vezes com direito a participação nos lucros, encarregado de vender seu serviço para agências ou clientes diretos. Agentes costumam ser responsáveis pelo sucesso de muitos fotógrafos. Como hábeis negociantes, conseguem os melhores e mais ambicionados trabalhos, deixando o fotógrafo livre para fotografar. Além disso, servem também ao interesse do cliente, que por vezes prefere negociar de maneira estritamente comercial, de modo a evitar atritos diretos com o fotógrafo.

A relação entre fotógrafo e agente pode não ser tão simples, no entanto. Se o agente cuidar de todos os contatos e negociações (tanto dos clientes conquistados por ele como dos anteriores), no caso de algum desentendimento que leve à ruptura da parceria, o agente pode levar todos consigo e encaminhá-los a outro fotógrafo — isso porque o envolvimento do fotógrafo com o cliente, nesses casos, é mediado pelo agente.

Embora contratos ajudem a prevenir esse tipo de problema, o fotógrafo, sem um bom conhecimento jurídico, pode firmá-lo sem pleno conhecimento de suas consequências. Como se costuma dizer, é melhor um bom aperto de mão do que um contrato complicado. Essa delicada dependência de confiança é que motiva a existência de parcerias entre fotógrafos de um lado e suas esposas de outro, cumprindo o papel de agentes. Outra solução, peculiar ao Brasil, é a dos "atendimentos comissionados" — pessoas contratadas com salários fixos mais uma comissão por job — o que ajuda a evitar tal dependência.

PRODUTOR

Basicamente, temos diversas áreas de atuação que requerem a figura do produtor: fotografia de objetos, de comida, mock-up, casting, figurino, produção de cena e de locação. Vejamos cada uma delas:

A) PRODUTOR DE OBJETOS (PROP STYLIST)

Em sessões que envolvem o uso de objetos, há um profissional encarregado deles — desde sua seleção, obtenção, transporte, organização e arranjo no set. Por exemplo, para uma foto de comida, o produtor de objetos se responsabiliza por todos os objetos que figurem em cena: louças, talheres, guardanapos, velas etc. Entre suas aptidões, devem estar um bom conhecimento de fornecedores, senso de necessidade, bom gosto e habilidade para preparar cenas. Invariavelmente ocorrem situações inusitadas, como encontrar, a toque de caixa, produtos com apenas a qualidade e quantidade suficientes para produzir uma foto — é o caso da imagem que ilustra a página 80.

Após receber o briefing, o produtor prepara um conjunto de objetos apropriados — ou de fotos desses objetos — e os encaminha para a seleção final, feita pelo fotógrafo e diretor de arte. A obtenção desses objetos pode se dar de diversas maneiras. Primeiramente, o produtor recorre ao seu acervo profissional: uma coleção de objetos de sua propriedade a serem usados para trabalho. Se não encontrar ali nada adequado, pode ir a uma loja especializada e adquirir o que estiver dentro do orçamento pré-aprovado pelo cliente. Uma vez no estúdio, os produtores montam a cena conforme escolha com o fotógrafo e, às vezes, com acompanhamento do diretor de arte e até mesmo do cliente.

Essa aquisição pode se dar por compra, como é comum no

DELICIOSAMENTE SUAVE PORQUE É FEITO COM MUITO CARINHO.



O azeite para ser tão precioso em sabor, é feito ser suave, precisa ser feito com o máximo cuidado e carinho que
você faz no seu trabalho. Andorinha possui níveis piores, localizados nas melhores regiões de Portugal.
As espalhas são selecionadas por melhores azeites locais-originais, garantindo, desde 1927,
o alto padrão de qualidade e a sustentabilidade da receita e sabor por seus produtos. Andorinha. O azeite tradicionalmente suave.

Criação: Darcy Fonseca. Agência: NBS. Produtora de
objetos: Danielle Sanches. Sistema: Roosevelt Goldenberg



Cartaz de ponto de venda criado para o cliente Café do Ponto em referência aos vários sabores de seus produtos (produtora de objetos: Cica Carvalho, Food stylist: Lucilla Paes de Barros. Cliente: Café do Ponto. Agência: Oz Design)

Brasil, ou por aluguel e empréstimos consignados, como ocorre em Nova York — nestes casos, pagam-se 10% do valor do objeto e mais um cheque-caução que, se o produto for devolvido intacto no prazo estipulado, não é descontado. Existem em Nova York várias prop houses com vasto sortimento de objetos disponíveis para aluguel, cujo valor depende da qualidade, da importância ou da exclusividade do objeto.

A foto das páginas a seguir foi criada originalmente como autopromoção nos Estados Unidos. Seis meses depois, ao sair a publicação no diretório de fotógrafos American Showcase, foi negociada com a própria Singer, que por incrível coincidência procurava uma ilustração para um anúncio cujo texto era: "For 138 years Singer stitches America" (Há 138 anos, a Singer costura a América).



Foto clássica de uma autopromoção de fotografia de gastronomia de Ricardo de Vicq, feita com uma câmera de grande formato

B) COMIDA (FOOD STYLIST)

A produção de alimentos depende, na maioria das vezes, da elaboração prévia do prato, com base em seus valores nutricionais, sabor e aspecto, por parte de nutricionistas e chefes de cozinha. É dessa elaboração que vem a receita para a produção do alimento na sessão de fotos — que é um processo posterior e completamente diferente. Em primeiro lugar, porque o alimento ao vivo é apreciado visualmente de outra maneira: volumes, aroma, ambiente e expectativa contribuem complementarmente para o apetite; ao passo que na foto somente a imagem visual deve ser usada para esse efeito. Assim, o refinamento estético deve ser mais rigoroso.

Entre os desafios do profissional responsável por esse refinamento — o produtor de alimentos, ou food stylist — estão: apresentar o prato da maneira mais apetitosa que a receita possa render, incrementar esse fator com o uso de técnicas especiais (realçar o brilho de um risoto ou a cor de um assado), compor o

alimento no enquadramento, manter o melhor aspecto ao longo de toda sessão e corrigir eventuais alterações no alimento (uma lasanha, por exemplo, tende a desabar com o tempo — é função do produtor estruturá-la não apenas tendo em vista sua beleza, mas minimizando as chances de que ela desmonte.) E, como o aspecto da comida tem duração curta, o produtor e o fotógrafo devem trabalhar na mais ágil sincronia, alternando-se para produzir o melhor resultado no menor intervalo de tempo.

Embora existam hoje muitos cursos livres e superiores dirigidos à alimentação no Brasil (engenharia de alimentos, nutrição, gastronomia), a produção de alimentos para fotografia ainda é uma área cujo maior corpo de conhecimento não se encontra em instituições de ensino, e sim no próprio mercado de trabalho, o que agrega um valor alto a esses profissionais, essenciais para o sucesso da foto de culinária.

C) CASTING

A ideia mais costumeira que se faz de um modelo fotográfico está ligada à moda, mas a diversidade do mercado publicitário demanda muito mais que beleza pessoal, simplesmente. Uma foto de pai e filho, por exemplo, requer semelhança física entre os modelos; uma foto de um casal requer um entrosamento no mínimo aparente entre eles; uma foto de xampu pode requerer apenas uma foto dos cabelos. O trabalho de selecionar esses modelos é feito por um produtor especializado em casting.

Preliminarmente, esse trabalho é feito com até mesmo centenas de composites (espécie de mini-portfolio de cada modelo) fornecidos pelo booker, que é o atendente da agência de modelos. Os selecionados são fotografados sem nenhuma produção, apenas para se ter uma ideia de sua aparência no momento — cor e comprimento do cabelo, qualidade da pele, marcas de bronzeamento etc. É essa seleção que será apresentada à agência de publicidade e ao cliente para posterior definição, o que pode sugerir nova sessão fotográfica, de refinamento.

O produtor de casting deve ter contato com várias agências de modelos e ter um certo olho para prever quais modelos funcionam melhor para o trabalho determinado, no que a experiência conta bastante.

D) FIGURINO

Em fotografia de estúdio, o trabalho do figurinista se divide em duas grandes áreas: a publicidade e a moda — isso porque, no segundo caso, o produto que está sendo vendido é precisamente o objeto de sua área: roupas, calçados e acessórios.

A função principal do figurinista na fotografia de moda é gerenciar o guarda-roupa fornecido pela grife, o que consiste em determinar a ordem de entrada das peças, registrar as que já foram fotografadas, associar os diferentes modelos às peças, conforme determinações prévias, e comandar uma equipe que inclui passadeiras e costureiras para todos os ajustes que sejam necessários no set.

Já em fotografia publicitária, o figurinista deve selecionar peças que se encaixem no briefing fornecido pela agência de propaganda. Essa seleção deve levar em conta a atualidade, o estilo e





outros fatores indumentários. Se a equipe de criação da agência e o cliente estiverem presentes, a seleção definitiva pode ser feita no estúdio, entre opções trazidas pelo figurinista. As fotos nestas páginas mostram como são expostas as opções feitas por uma figurinista para um photoshoot.

E) LOCAÇÃO

Embora o enfoque deste livro seja fotografia de estúdio, não há necessariamente nenhuma diferença essencial entre essa e a fotografia realizada em locação. Quando existe maior conveniência ou mesmo necessidade de sair do conforto do estúdio e seguir para uma locação, seja ela interna ou externa, entra em cena o produtor de locação. Esse profissional tem conhecimento de lugares apropriados para diferentes tipos de trabalho, assim como meios de encontrá-los. Deve ainda deter um acervo fotográfico rico e variado para as pré-seleções, ou produzir fotos de novas locações que consiga encontrar, de acordo com o briefing elaborado pela criação e o orçamento do cliente.

Uma vez escolhida a locação, cabe ainda a esse produtor gerenciar permissões e acesso, instruções de locomoção, seguros e logística. Fotógrafos de moda e de carros, principalmente, têm no produtor de locação um parceiro fundamental.



Nesta foto, uma pequena mostra da grande diversidade dos trabalhos do mocapista Claudio Rocha (100% Coml. de Cenários Ltda.)

F) MOCAPE (MOCK-UP)

A palavra "mocape" vem do inglês mock-up, que em geral quer dizer "imitação". Em fotografia de estúdio, o mocape é, mais especificamente, uma réplica fiel de um objeto. Essa réplica pode reproduzir o objeto no tamanho original (por exemplo, um biscoito de resina que possa entrar em contato com um fluido sem se desmanchar), em tamanho ampliado (no caso de um comprimido) ou em tamanho reduzido — uma aeronave. Existe um profissional especializado nessas réplicas, o "mocapista". A inventividade e a capacidade de solucionar problemas, usando técnicas e materiais variados, estão entre as principais qualidades desse profissional.

O uso de mocapes não é, entretanto, irrestrito. Tome-se o caso de fotos de comida: o alimento que está sendo vendido não deve ou não pode ser substituído por um mocape, por questões éticas e até mesmo jurídicas, a depender do país. No entanto, na mesma foto, se houver um elemento de composição que não é o que a foto vende, ele pode ser substituído por um mocape, caso haja necessidade — por exemplo, se a foto for feita para vender mostarda e a imagem envolver um cachorro-quente, tanto o pão como a salsicha podem ser substituídos, mas a mostarda, não.

Além das razões mencionadas, existem outras para o fotógrafo chamar o mocapista, por exemplo, para resolver problemas que envolvam a construção de aparelhos mais sofisticados, que podem não fazer parte da foto como réplica, mas apenas permitir a produção de algum efeito desejado.



O briefing original desta campanha para as "Noites do Terror do Playcenter" contemplava uma imagem de uma espada atravessando a cabeça de um modelo devidamente maquiado. Um mocapista foi contratado para produzir uma espada dividida em duas partes para produzir o efeito desejado. Curiosamente, a imagem ficou tão aterrozante que mais tarde decidiu-se por uma opção de menor impacto (detalhe). Criação: Sandra Tanaka. Agência: Agnelo Pacheco. Maquiador de efeitos especiais: Jean Canova. Sistema: Roosevelt Goldenberg