

GRANT SCOTT

GUIA ESSENCIAL

PARA O ESTUDANTE

DE FOTOGRAFIA

PROFISSIONAL

www.ggili.com.br

GG

Editorial Gustavo Gili, SL

Via Laietana 47, 2º, 08003 Barcelona, Espanha. Tel. (+34) 93 3228161

Editora G.Gili, Ltda

Av. José Maria de Faria 470, Sala 103, Lapa de Baixo,
CEP 05.038-190 São Paulo-SP Brasil. Tel. (55) (11) 36112443

GRANT SCOTT

GUIA ESSENCIAL

PARA O ESTUDANTE

DE FOTOGRAFIA

PROFISSIONAL

www.ggili.com.br

GG®

Título original: *The Essential Student Guide To Professional Photography*.
Publicado originalmente em 2016 pela Focal Press, uma divisão do Taylor & Francis Group

Tradução: Denis Fracalossi
Preparação de texto: Solange Monaco
Revisão de texto: Adriana Cerello
Design da capa: Toni Cabré/Editorial Gustavo Gili, SL

Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação desta obra só pode ser realizada com a autorização expressa de seus titulares, salvo exceção prevista pela lei. Caso seja necessário reproduzir algum trecho desta obra, seja por meio de fotocópia, digitalização ou transcrição, entrar em contato com a Editora.

A Editora não se pronuncia, expressa ou implicitamente, a respeito da acuidade das informações contidas neste livro e não assume qualquer responsabilidade legal em caso de erros ou omissões.

Os direitos do autor Grant Scott para esta obra foram registrados de acordo com o Copyright, Design and Patent Act de 1988.

© Taylor & Francis Group, 2016
© da tradução: Denis Fracalossi
para a edição em português:
© Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona, 2017

ISBN: 978-85-8452-085-5 (epub)
www.ggili.com.br

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Scott, Grant
Guia essencial para o estudante de fotografia
profissional / Grant Scott ; [tradução Denis Fracalossi].
-- São Paulo : Gustavo Gili, 2017.

Título original: *The essential student guide to
professional photography*.
ISBN 978-85-8452-085-5

1. Fotografia - Orientação profissional
I. Título.

16-09152

CDD-770.23

Índices para catálogo sistemático:

1. Fotografia : Orientação profissional 770.23

Para Samantha, Alice, Daisy e Florence.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 **2**

O QUE É FOTOGRAFIA PROFISSIONAL?

Como criar uma linguagem visual	4
A fotografia profissional é um negócio	6
Solucionar problemas visuais	11

CAPÍTULO 2 **16**

O QUE FAZ UM FOTÓGRAFO PROFISSIONAL?

O que é um cliente e o que ele espera?	17
Como os fotógrafos profissionais conseguem trabalho?	18
A encomenda	19
O que é esperado de um fotógrafo profissional?	20
Crie seu próprio <i>briefing</i> publicitário	24
Crie seu próprio <i>briefing</i> editorial	29
Como levar projetos pessoais adiante	30
A importância do trabalho em equipe	33
Habilidades que devem ser aprendidas para um bom trabalho em equipe	34
Que pessoas devo ter na minha equipe?	35
Posso ser seu agente?	37

CAPÍTULO 3 **40**

COMO ENCONTRAR SUA VOZ FOTOGRÁFICA?

O que é a voz fotográfica?	42
O que influencia sua voz fotográfica?	43
Analisar o trabalho de outros fotógrafos	44
Crie uma narrativa visual	47
A narrativa visual	48
Como desenvolver um projeto	49
Projetos fotográficos icônicos	50
O que quer dizer editar	51
Muito cuidado com os efeitos e as técnicas de pós-produção	53

CAPÍTULO 4 **56**

ENTENDER A FOTOGRAFIA COMO NEGÓCIO

O que significa especialização fotográfica?	57
Como descobrir sua área de especialização fotográfica	59
Crie um álbum de imagens em sua área de especialização	60
Como devo apresentar meu trabalho profissionalmente?	61
Monte um projeto para seu portfólio impresso	63
Sites de fotografia profissional	63
Blog de fotografia	67
Como criar uma personalidade on-line	69
Dicas sobre o Twitter	70

A fotografia é um negócio	72
Quanto devo cobrar?	73
Por que você não deve abrir mão dos seus direitos autorais	76
Como/O que você deve negociar	76
Como evitar que pessoas roubem minhas imagens?	77
Como entender um contrato	78
Proteja-se	80
Como devo entregar meu trabalho ao cliente?	83
Como meu pagamento será feito? Como emitir uma fatura?	87

CAPÍTULO 5 **88**

TRABALHAR SOZINHO – EM QUE ÁREA VOCÊ SE ENCAIXA?

O que é preciso para ser um fotógrafo de moda?	90
Como fazer uma fotografia de moda	95
O que é preciso para ser um fotógrafo de retratos?	96
O que é um retrato de estilo?	101
O que é preciso para ser um fotógrafo de música ou de esportes?	103
O que é preciso para ser um fotógrafo de alimentos ou de still?	111
O que é preciso para ser um fotógrafo de lifestyle, de interiores, de arquitetura ou de viagens?	119
Você não mencionou o que eu quero fazer!	126
Fotografia como arte contemporânea	127

Assistente: ser ou não ser?	128
Os bons, os ruins e os do cafezinho	130

CAPÍTULO 6 **134**

A IMPORTÂNCIA DA IMAGEM EM MOVIMENTO

A comunidade YouTube	137
O pioneirismo dos esportes radicais	138
Como ser convidado para trabalhar com imagens em movimento	138
Faça seu primeiro curta	141
Escolha um assunto para seu filme	143
Dicas para ajudá-lo a criar boas imagens em movimento	145
O que posso fazer com meu filme agora que ele está pronto?	145

CAPÍTULO 7 **148**

O FOTÓGRAFO PROFISSIONAL DO SÉCULO XXI

Eu gosto disso, por que você não gosta?	151
Entenda o contexto	152
Fotografe mais!	153

Preciso me mudar para uma cidade grande se eu quiser ser um fotógrafo profissional?	155
Crie uma narrativa e seja consistente	156
Câmeras caras não fazem fotografias excepcionais	157
Não basta apenas fazer fotos!	159
Quais são suas expectativas?	159
Já pro telefone!	160
Como enviar um e-mail	162
É possível obter trabalho se eu fizer fotografia analógica?	164
Eu adoro fotografia, mas não quero ser fotógrafo!	166
Pronto! Terminei de ler o livro. O que devo fazer agora?	168

PEQUENO GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS DA FOTOGRAFIA

170

FONTES

172

Sites para obter inspiração 173

Sites de colaboradores 174

AGRADECIMENTOS

175

ÍNDICE

176

CAPÍTULO 1

O QUE É FOTOGRAFIA PROFISSIONAL?

QUANDO A PALAVRA “PROFISSIONAL” é usada, para se referir à criação de fotografias, costuma ser entendida como uma descrição da qualidade técnica de determinada imagem. Os próprios fabricantes de câmeras dizem que seus modelos mais caros são produzidos para profissionais, enquanto os demais modelos são capazes de fazer imagens com qualidade profissional. Nesse sentido, os fabricantes partem do princípio de que todos queremos criar imagens profissionais. No entanto, antes de começarmos a discutir o papel de um fotógrafo profissional, devemos, em primeiro lugar, nos dedicar a entender o que define a fotografia profissional. Afinal, que imagens podem ser consideradas profissionais? Elas são realmente profissionais?

Para fazermos essa análise, vamos nos concentrar sobre os elementos geralmente abordados quando o assunto são imagens profissionais. Os requisitos básicos são os seguintes:

A imagem está focada?

A luz incidente sobre o tema está correta, sem estar muito clara nem muito escura?

A composição da fotografia foi bem cuidada?

O tema está no centro do quadro?

O plano de fundo foi levado em consideração?

O plano de fundo foi suavizado pelo uso da profundidade de campo?

Ou, em outras palavras, o fotógrafo se mostrou capaz de controlar uma série de elementos técnicos e fazer julgamentos estéticos no momento de criar uma imagem que as pessoas considerem “aceitável”? Os fabricantes de câmeras produzem equipamentos que facilitam ao máximo o controle de todos esses aspectos, com opções automáticas, de forma que o fotógrafo possa se dedicar apenas à composição da imagem. Resumindo, as câmeras oferecem todos os recursos necessários para que você possa criar uma imagem “perfeita”. Mas será que o resultado será uma fotografia profissional? Bom, não. A fotografia profissional não está baseada apenas na criação de “imagens perfeitas” nem no domínio de técnicas e processos específicos. Embora este livro não seja um guia de como tirar melhores fotos, é importante entender as regras básicas da fotografia de forma a garantir que você esteja no controle do seu processo de criação de imagens. Nesse sentido, para começar a

trabalhar de maneira profissional, o primeiro passo é abrir mão das funções automáticas de sua câmera (com a exceção, talvez, do foco automático, ainda que de vez em quando não se possa confiar plenamente nessa função) e passar a se concentrar na composição da imagem que você quer criar e no tema a ser retratado por essa imagem. É assim que você dará início a seu processo de criação: fazendo imagens que sejam importantes para você e que o ajudem a desenvolver uma linguagem visual própria. É por esse caminho que você estará cada vez mais próximo da criação de fotografias profissionais.

***Qualquer um pode ser um fotógrafo fantástico:
basta focar naquilo que ama.***

Fotógrafo: David Bailey

COMO CRIAR UMA LINGUAGEM VISUAL

Somente no ano de 2014 foram vendidos 2,25 bilhões de equipamentos capazes de fazer fotos em todo o mundo, sendo que os smartphones correspondem a mais da metade desse número. Um ano antes, foram vendidos 89 milhões de câmeras digitais, o que equivale a apenas 4% das vendas globais de dispositivos capazes de fazer fotos. Com tanta gente fazendo fotos com equipamentos “não profissionais”, os fotógrafos profissionais precisam dar a seus clientes uma boa razão pela qual contratar (e pagar por) seus serviços. Essa razão, porém, não pode se basear apenas no domínio de habilidades técnicas, já que tais habilidades podem ser facilmente aprendidas. A justificativa deve estar baseada na capacidade que o fotógrafo tem de registrar sua maneira de ver o mundo e em sua habilidade de convencer possíveis clientes a ter uma reação positiva diante dessa visão. A fotografia profissional é um ramo que interage com uma infinidade de outros campos – e o funcionamento dessa interação é o que pretendo explicar a vocês.

Bilhões de fotos são feitas anualmente – e a tarefa mais difícil de um fotógrafo é conseguir criar um estilo visual original, pessoal e que se deixe reconhecer instantaneamente.

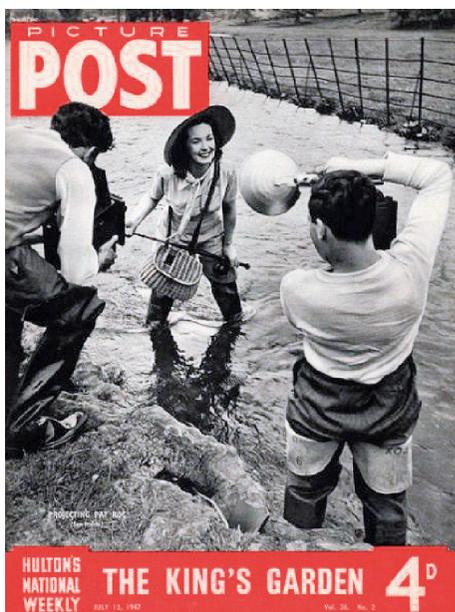
Crítico de arte da *New York Magazine*: Jerry Saltz

Desde que foi criada, a fotografia é um negócio. Como profissão, entretanto, esse campo estava a princípio limitado às pessoas mais abastadas e àquelas que sabiam lidar com os processos químicos que se faziam necessários. Como material educativo, o uso da fotografia remonta aos primórdios do meio, entre meados e o fim do século XIX, quando a fotografia de viagem trouxe imagens do mundo àqueles que não tinham recursos suficientes para viajar. Mais adiante, a fotografia passou a ser usada para documentar guerras e batalhas, ocupando as páginas dos jornais que ansiavam por incluir esse novo meio de registro em suas reportagens e satisfazendo os leitores que queriam ver imagens feitas nos campos de batalha da Guerra de Secessão, da Guerra da Crimeia e das Guerras dos Bôeres. Em toda rua movimentada era possível encontrar um fotógrafo retratista, que ficava feliz em retratar famílias, crianças e aqueles que queriam ser fotografados para um *carte-de-visites* (um tipo de cartão de visitas), então na moda.

Dois exemplos de *carte-de-visites* do século XIX, uma das primeiras formas assumidas pela fotografia de retrato profissional.



Publicadas semanalmente, as revistas *Life* e *Picture Post* promoviam a fotografia de qualidade e destacavam a importância da história da fotografia. Após o surgimento da televisão, porém, as altas vendas registradas por essas duas publicações caíram drasticamente.

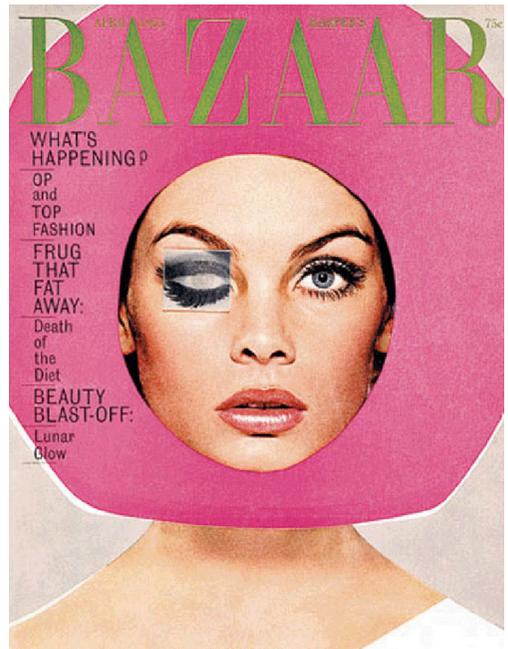
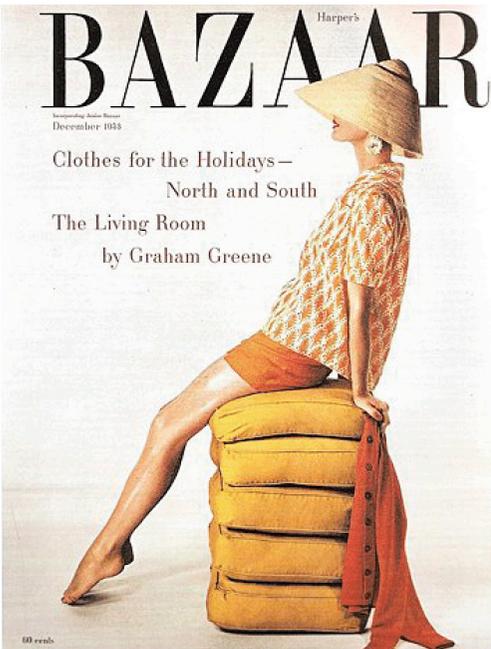
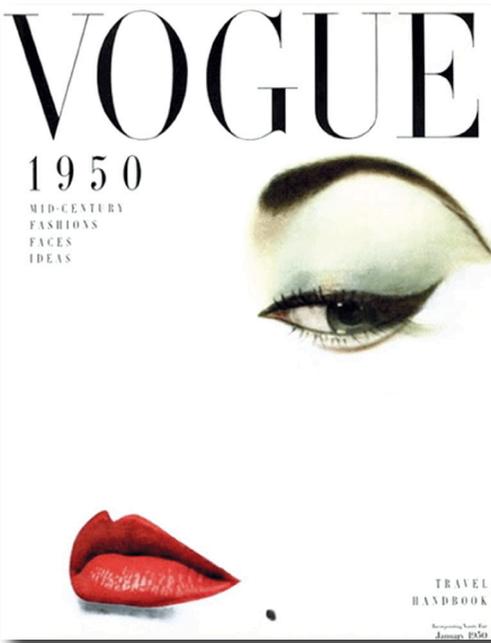


Gostaria que mais pessoas sentissem que a fotografia, assim como a própria vida, é uma aventura. E gostaria também que elas sentissem que vale a pena expressar seus sentimentos individuais. Para mim, é isso o que torna a fotografia mais emocionante.

Fotógrafo: Harry Callahan

A FOTOGRAFIA PROFISSIONAL É UM NEGÓCIO

No entanto, foi apenas no início do século xx que o poder da fotografia se tornou evidente para aqueles que desejavam vender seus produtos usando anúncios publicitários e revistas. As revistas ilustradas foram o meio de comunicação que mais colaborou para o



www.ggili.com.br

Revistas de moda foram uma importante vitrine para fotógrafos profissionais ao longo do século xx, uma vez que proporcionavam liberdade de criação àqueles que produziam fotografia de moda, retratos, imagens de alimentos, de interiores e da realidade social.



Imagem gráfica extraída de uma narrativa de moda fotografada por Ben Breeding.

crescimento e o desenvolvimento da fotografia profissional ao longo do século passado. Afinal, ao mesmo tempo em que davam espaço a todos os tipos de fotografia, essas publicações acabaram por criar uma espécie de comportamento profissional padrão no que se refere à encomenda de imagens feitas por fotógrafos profissionais. As revistas ilustradas semanais, tais como a *Life* e a *Picture Post*, se encarregavam de levar a todos os lares as notícias, os temas, os acontecimentos do dia a dia e as maravilhas do mundo até a década de 1960, quando a televisão passou a exercer um domínio global. Além disso, revistas de moda como a *Vogue* e a *Harper's Bazaar* ajudaram a definir o que era aceitável tanto na fotografia de moda profissional como no design de revistas ao longo do século.

A French Vogue sempre foi uma revista para fotógrafos.

Ex-editora-chefe da *French Vogue*: Carine Roitfield

A década de 1960 assistiu ao declínio das revistas ilustradas semanais e a ascensão dos suplementos semanais dos jornais. A fotografia encontrara, então, um novo lar ou, no caso, um novo ringue de disputa, já que a competição entre os jornais se tornava cada vez mais dura: na tentativa de publicar suplementos cada vez maiores e melhores, os jornais iam atrás das melhores fotografias e do trabalho dos melhores fotógrafos. Foi assim que a fotografia profissional chegou a seu auge, tanto do ponto de vista criativo como do ponto de vista financeiro. As vantagens de investir em fotografia para criar campanhas publicitárias cada vez mais inovadoras ficaram totalmente evidentes para as marcas, e as revistas de alta circulação eram o espaço perfeito a partir do qual vender produtos. Mas, como acontece com todo auge, o declínio era inevitável: pouco antes do fim do século xx, as crises econômicas de nível global começaram a interferir diretamente sobre a indústria da publicidade e sobre o mercado editorial. O mundo da fotografia profissional sentiu bastante esse impacto. Porém, assim que os fotógrafos começaram a se adequar aos parâmetros da nova realidade econômica, aconteceu uma mudança ainda maior no que se refere à forma de criar e ver a fotografia.

A revolução digital fez o mundo da fotografia profissional ficar de cabeça para baixo – algo que, de fato, vem durando até os dias de hoje. Afinal, essa revolução não influenciou apenas a fotografia em si, mas toda a comunicação global, obrigando os fotógrafos profissionais a reavaliar sua profissão e seu papel dentro dela. Para os fotógrafos já bem-sucedidos, essa mudança exigiu disposição e flexibilidade para trabalhar, ver as coisas e se conectar com clientes de diferentes maneiras. Por outro lado, para os fotógrafos que estão começando sua carreira neste momento, tal cenário fornece novas oportunidades que, quando combinadas com uma compreensão da estrutura da fotografia profissional, possibilitam executar um trabalho criativamente compensador e comercialmente viável como criador de imagens e solucionador de problemas.



A paixão que a fotógrafa Emma Woodcock tem por sapatos fez que ela se especializasse nessa área da fotografia profissional. A imagem conceitual apresentada ao lado foi criada e fotografada por ela.



O fotógrafo Robert Gifford é um skatista fanático. Nesse sentido, foi um tanto óbvia sua decisão de escolher o esporte como um campo para seu trabalho como fotógrafo profissional.

SOLUCIONAR PROBLEMAS VISUAIS

Tanto um fotógrafo como uma fotografia profissional podem ser vistos como formas de solucionar problemas visuais. Tais formas são criadas e usadas para ajudar uma empresa a vender mensagens, histórias, produtos, celebridades, estilos de vida, lembranças, crenças. Enfim, tudo aquilo que precisa ser vendido. Talvez essa seja a melhor definição do que é a fotografia profissional. Tendo em vista que as possibilidades de uso da fotografia são ilimitadas, o fotógrafo profissional passa a ter permissão para criar imagens diferentes. No entanto, todas essas imagens devem ter um ingrediente essencial em comum: elas precisam mostrar quem você é, precisam contar suas experiências pessoais e revelar a forma como você vê o mundo. É isso o que fará suas imagens serem diferentes



A fotógrafa Jen Rich precisou terminar seus estudos de fotografia para enfim se decidir pela fotografia de alimentos. Apesar de sempre ter sido uma dedicada cozinheira em seu tempo livre, ela nunca pensara em combinar esse hobby com o trabalho de criação de imagens até que alguém lhe sugeriu fazer uma pesquisa sobre fotografia de alimentos.