

Betina Bugnotto

**PROPOSTA DE GUIA BÁSICO PARA TRATAMENTO DE  
FOTOGRAFIAS DE MODA**

Projeto de Conclusão de Curso  
submetido ao curso de Design da  
Universidade Federal de Santa  
Catarina para a obtenção do Grau  
de Bacharel em Design.

Orientadora: Prof. Dra. Arina Blum.

Florianópolis  
2019

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da  
UFSC.

Bugnotto, Betina  
Proposta de Guia Básico para Tratamento de  
Fotografias de Moda / Betina Bugnotto ;  
orientadora, Arina Blum, 2019.  
105 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -  
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de  
Comunicação e Expressão, Graduação em Design,  
Florianópolis, 2019.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design gráfico. 3. Tratamento de  
imagem. I. Blum, Arina. II. Universidade Federal de  
Santa Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Betina Bugnotto

**PROPOSTA DE GUIA BÁSICO PARA TRATAMENTO DE  
FOTOGRAFIAS DE MODA**

Este Projeto de Conclusão de Curso (PCC) foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design, e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 6 de 12 de 2019.

Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. Mary Vonni Meürer  
Coordenadora do Curso

**Banca Examinadora:**

Prof. Dr. Israel de Alcântara Braglia  
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Marília Matos Gonçalves  
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Arina Blum  
Orientadora

Universidade Federal de Santa Catarina

## **RESUMO**

Este trabalho consiste na descrição do processo de criação do projeto gráfico-editorial de um livro-guia de pós-produção de fotografias de moda, acompanhando e descrevendo as fases analíticas, criativas e executivas da metodologia proposta por Bruce Archer. O desenvolvimento textual e a diagramação foram propostos no projeto.

**Palavras-chave:** Design gráfico. Tratamento de imagem. Moda.

## **ABSTRACT**

This paper describes the process of creation of a guidebook's graphic-editorial project in post-production of fashion photographs, following and describing the analytical, creative and executive phases proposed by Bruce Archer's methodology. The text for the book and the graphic project were both developed in the project.

**Keywords:** Graphic design. Image retouch. Fashion.

## LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1: As fases principais de projeto segundo Archer.</i>	17
<i>Figura 2: Retrato de Abraham Lincoln e retrato de John C. Calhoun.</i>	24
<i>Figura 3: Retrato original de Lincoln</i>	25
<i>Figura 4: Fotografia da família Danquila, por A. Werner and Sons, no início do século XX.</i>	26
Figura 5: Audrey Hepburn por Richard Avedon	27
Figura 6: Sistemas de Cores: RGB e CMYK, respectivamente	30
Figura 7: Gráfico de Curvas	33
Figura 8: Histograma	34
Figura 9: Capa do livro Fotografia digital	39
Figura 10: página do livro Fotografia digital	40
Figura 11: Página do livro Fotografia digital	41
Figura 12: Capa do livro Fotoedição	42
Figura 13: Página do livro Fotoedição	43
Figura 14: Página do livro Fotoedição	44
Figura 15: Imagem do livro Fotografia Digital	46
Figura 16: Livro Fotoedição	46
Figura 17: Formato de página	73
Figura 18: Estrutura, em infográfico, do Modelo de apoio à seleção tipográfica.	75
Figura 19: Fontes submetidas à matriz de avaliação.	77
Figura 20: Tipografia de apoio selecionada	78
Figura 21: Idade x tamanho do tipo.	79
Figura 22: Demonstração do cálculo do valor do módulo.	80
Figura 23: Definição do módulo e da entrelinha no Adobe Indesign®.	81
Figura 24: Cálculo do dimensionamento da página de acordo com os módulos.	82
Figura 25: Cálculo da largura do alfabeto	83
Figura 26: Tabela de Média de Caracteres por Linha	84
Figura 27: Cálculo das margens.	85
Figura 28: Diagrama final da publicação.	85

Figura 29: Espelho da publicação.....	86
Figura 30: cor RGB 23, 57, 59 .....	88
Figura 31: cor RGB 134, 41, 52. ....	88
Figura 32: cor RGB 30, 42, 75. ....	88
Figura 33: elementos gráfico-editoriais textuais .....	89
Figura 34: O fio aplicado à diagramação, compondo a vinheta com texto .....	89
Figura 35: Exemplo de página do guia .....	91
Figura 36: Exemplo de spread do guia .....	92
Figura 37: Exemplo de spread com capa de seção .....	93
Figura 38: exemplo de página da diagramação, ilustrando o diagrama de três colunas.....	94
Figura 39: Sumário do livro. ....	95
Figura 40: proposta de capa gerada.....	96
Figura 41: Mockup para representação do guia em computadores.....	98
Figura 42: Mockup para representação do guia em dispositivos móveis. ....	99

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1: Matriz de Seleção Tipográfica.....	80
--	----

## Sumário

1. INTRODUÇÃO .....	11
1.1 OBJETIVOS.....	13
1.1.1 Objetivo Geral.....	13
1.1.2 Objetivos Específicos .....	13
1.2 JUSTIFICATIVA .....	13
1.3 DELIMITAÇÕES PROJETUAIS .....	14
1.4 METODOLOGIA.....	15
2 FASE ANALÍTICA: CONCEITOS E SIMILARES .....	20
2.1 Fotografia de Moda.....	20
2.1.1 Fotografia de Moda Conceitual .....	20
2.1.2 Fotografia de Moda Comercial .....	22
2.2 TRATAMENTO DE IMAGEM .....	23
2.2.1 História do Tratamento de Imagem.....	23
2.2.2 Técnicas de Manipulação de Imagem.....	29
2.3 Análise de Similares .....	37
3 FASE CRIATIVA: DESENVOLVIMENTO DO GUIA.....	45
3.1 Público-alvo .....	45
3.2 Conteúdo textual.....	45
3.3 Conteúdo desenvolvido .....	48
3.4 Desenvolvimento gráfico-editorial .....	71
3.4.1 Formato.....	71
3.4.2 Definição da tipografia .....	74
3.4.3 Estabelecimento da entrelinha .....	79
3.4.4 Determinação do módulo .....	80

3.4.5 Dimensionamento da forma da página e construção do grid (módulos) .....	81
3.4.6 Criação de uma escala modular e representação do diagrama .....	82
3.4.7 Distribuição de texto e imagens para compor a mancha gráfica .....	85
3.4.8 Proposta Cromática .....	87
3.4.9 Elementos gráfico-editoriais textuais e não-textuais..	89
4 FASE EXECUTIVA: MATERIALIZAÇÃO DO GUIA.....	90
4.1 Diagramação.....	90
4.1.1 Capa .....	95
4.1.2 Especificações do projeto.....	96
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	100
6. REFERÊNCIAS .....	101
APÊNDICE A – Livro completo. ....	104

## 1. INTRODUÇÃO

Apesar da manipulação de imagens ter se tornado mais popular na era das câmeras digitais, ela já está presente nas fotografias praticamente desde a invenção das câmeras analógicas, nos anos de 1800. Nos dias atuais, existem diversos softwares que possibilitam a pós-produção de fotografias. Dentre esses, os mais utilizados por profissionais da área da fotografia são o Adobe Photoshop e o Adobe Lightroom, que permitem técnicas avançadas de manipulação para o aperfeiçoamento da imagem.

A manipulação da fotografia de moda, especificamente, por sua vez, começou a desenvolver-se durante o século XX, quando as campanhas de moda irromperam no mercado da publicidade. A manipulação excessiva destas fotografias, diminuindo exageradamente as medidas de modelos e criando personagens irreais gerou discussões e polêmicas que permanecem até a época atual. O debate sobre as técnicas de tratamento de imagem e o uso das ferramentas para pós-produção na área da moda torna-se necessária neste ponto, apesar das fontes ainda muito escassas, mesmo com toda a tecnologia facilitadora deste processo.

Diante disso, compreendeu-se a necessidade do desenvolvimento de um projeto que aborde estas discussões,

guiando o leitor por todo o processo de pós-produção de fotografias de moda.

Segundo Matté (2009),

O design editorial permite que material didático estimule a curiosidade do leitor, controlando os recursos e a linguagem a ser empregada, adequando a publicação ao usuário. Seu objetivo é facilitar o processo perceptivo, encurtando obstáculos e possíveis dificuldades.

Assim, para este projeto, decidiu-se pela elaboração de um livro digital, que possa atender às necessidades do público e que se adeque às urgências e discussões atuais, permitindo a atualização constante do conteúdo pelas plataformas digitais.

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Objetivo Geral

Este projeto possui como objetivo geral apresentar o processo do tratamento de fotografias de moda por meio de um guia.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

- Desenvolver o conteúdo textual do guia;
- Selecionar fotografias que ilustrem o processo a ser explanado no manual;
- Definir qual o melhor meio para apresentação do mesmo;
- Criar o projeto gráfico-editorial para a exposição do conteúdo em questão.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

A definição do tema a ser trabalhado neste projeto se deu primeiramente por motivação pessoal, em razão da atuação da acadêmica na área da pós-produção de fotografias de moda.

Após dois anos atuando no ramo como estagiária, a autora, na busca por conteúdos que possam aperfeiçoar seu conhecimento, percebe a escassez e a necessidade da abordagem do tema devido à falta de referências escritas de fácil acesso. A maioria das informações existentes atualmente sobre o tema dá-se por meio de vídeo-aulas disponíveis na internet, que tratam do conteúdo de forma bastante técnica e pouco reflexiva quanto aos objetivos finais da imagem. As referências escritas são

incomuns e possuem data de validade, visto que costumam abordar uma única versão de um software, exclusivamente, não debatendo todo o processo de tratamento de fotografias de forma ampla e não deixando claras ou sequer considerando as múltiplas ferramentas disponíveis.

Compreende-se, portanto, a necessidade do desenvolvimento de um conteúdo sucinto, no entanto completo, que aborde todo o progresso da pós-produção de uma imagem, expondo as etapas e buscando associar os conhecimentos teóricos obtidos durante a graduação à experiência prática e técnica desenvolvidas pela autora como profissional na área, auxiliando outros profissionais no aperfeiçoamento de seus próprios projetos e auxiliando no preenchimento da lacuna de materiais de referência para esse nicho de mercado.

### 1.3 DELIMITAÇÕES PROJETUAIS

O projeto se apoiará na coleta de informações relativas ao tema e de publicações similares. O produto final do trabalho em questão constituirá um guia para pós-produção de fotografias de moda, com texto desenvolvido pela autora e projeto gráfico simplificado que atenderá facilmente às necessidades do público.

Assim sendo, a forma do guia será projetada com o intuito de expressar o seu conteúdo, tendo como foco o entendimento do processo de tratamento de imagens, e assim traduzindo o conteúdo em um livro-guia de formato digital, compreendido por

um arquivo PDF (*portable document format*) através de ferramentas gráfico-editoriais. O ponto central do trabalho está no conteúdo textual, apoiando-se no produto editorial para a apresentação deste.

As imagens utilizadas na diagramação deste projeto foram produzidas pelo local de trabalho da acadêmica e reproduzidas neste trabalho com a autorização do autor. O produto é voltado para profissionais e entusiastas da área de fotografia de moda, apoiando-se no conhecimento básico e prévio sobre os programas de edição de imagens que estes indivíduos possuem.

#### 1.4 METODOLOGIA

A metodologia serve como ponto de partida em cada projeto. Segundo Bomfim (1995) metodologia é “a ciência que se ocupa do estudo de métodos, técnicas ou ferramentas e de suas aplicações na definição, organização, e solução de problemas teóricos e práticos”.

No entanto, a metodologia é auxiliar nos projetos, não exigindo que o indivíduo obedeça estritamente à todas as regras propostas. As etapas e as metodologias estão em constante evolução, cabendo a cada um a adaptação das mesmas de acordo com a necessidade de cada projeto.

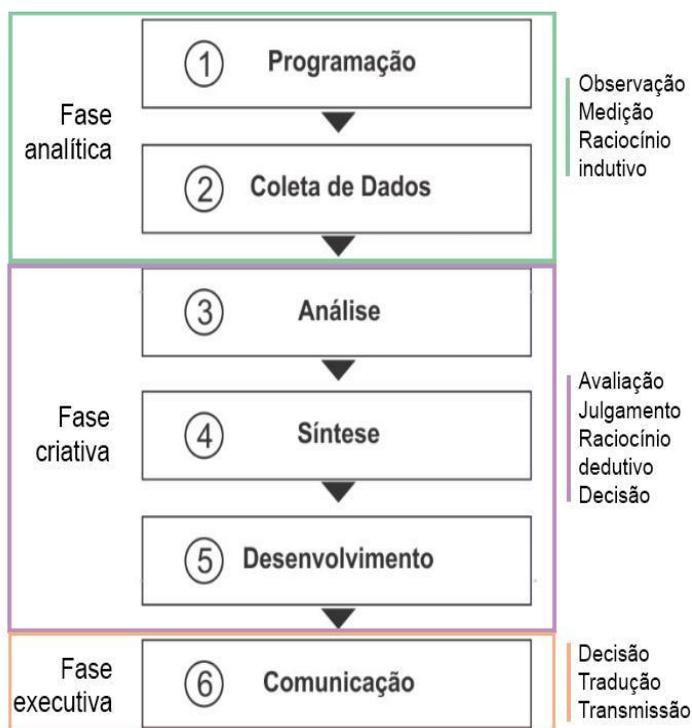
O método para o designer não é nada absoluto nem definitivo. É, portanto, algo que se pode modificar, caso se encontre outros

valores objetivos que melhorem o processo. E isto se liga à criatividade do projetista que, ao aplicar o método, pode descobrir algo para melhorá-lo. Portanto, as regras do método estimulam o projetista a descobrir coisas que, eventualmente, poderão ser úteis também aos outros. (MUNARI, 2008)

Com base nisso, foram utilizadas duas principais metodologias, adaptadas de acordo com as necessidades da autora e à aplicação delas na temática. O projeto foi dividido em dois principais momentos, o desenvolvimento do conteúdo e o desenvolvimento do projeto gráfico, abordando estas duas metodologias, que encontram-se em determinado ponto.

Foi utilizada como base a metodologia desenvolvida por Bruce Archer presente no livro “A prática do design gráfico – uma metodologia criativa” de Fuentes (2006) pela facilidade em adequá-la esclarecendo o processo projetual. Divide-se em três fases principais: a fase analítica, a fase criativa e a fase executiva, conforme ilustrado na Figura 1:

*Figura 1: As fases principais de projeto segundo Archer.*



Fonte: Adaptado pela autora.

A fase analítica consistiu em coletar, reunir e ordenar todas as informações de cunho teórico a respeito do projeto a ser

desenvolvido. Nesta fase realizou-se a compilação de dados, ou seja, a pesquisa e o levantamento de material bibliográfico, desenvolvendo conceitos gerais essenciais para o tratamento de imagem.

Dentro da segunda fase, a criativa, é definida a estruturação e hierarquização das informações obtidas no estudo da fase anterior, assim como a verificação e adequação das mesmas. O texto do livro foi elaborado nesta fase e a estrutura do projeto gráfico foi definida. Para esta etapa, utilizou-se da metodologia proposta por Castro e Souza (2013), que toma a tipografia como base para a estruturação de projetos gráficos. Este método compreende as seguintes etapas:

1. Definição da tipografia;
2. Estabelecimento da entrelinha;
3. Determinação do módulo;
4. Dimensionamento da forma da página e construção da grade (módulos);
5. Criação de uma escala modular;
6. Representação do diagrama (largura de colunas e margens);
7. Distribuição de textos e imagens para compor a mancha gráfica.

Na última fase, a fase executiva, foi contemplada a materialização do projeto desenvolvido, na qual iniciou-se a diagramação após a estruturação do projeto, inserindo texto e imagens no diagrama. O projeto foi, por fim, materializado e

testado através de um protótipo, para assim efetivar a proposta final do produto e apresentá-la à banca examinadora.

O planejamento (...) é iniciado dentro da página, a partir da escolha do tipo, como unidade mínima da composição gráfico-editorial. Assim, com base nessa escolha, é planejada em sequência toda a estruturação do projeto. (CASTRO; Souza, 2013, p. 12)

## 2 FASE ANALÍTICA: CONCEITOS E SIMILARES

### 2.1 Fotografia de Moda

#### 2.1.1 Fotografia de Moda Conceitual

A fotografia de moda se trata de construir uma mensagem para o espectador, compondo toda a cena de forma a apresentar o produto - é um instrumento de auxílio para a moda em si. Ela pode ser conceitual ou comercial, encomendada por uma marca ou por uma revista, e é isso que irá conferir o caráter final à imagem.

A fotografia de moda conceitual é subversiva, com ângulos inusitados e imagens que nem sempre têm como foco principal o produto, e sim a atmosfera na qual se pretende colocá-lo. Este tipo de imagem convida o espectador a parar e pensar sobre o que vê, sentir-se instigado pela fotografia. O objetivo do fotógrafo neste tipo de imagem não é vender a peça, e sim o comportamento e o conceito. Utiliza-se mais da semiótica na produção deste tipo de fotografia, em contraponto a imagens com foco comercial e de campanha, geralmente dirigidas para a venda do produto.

*“Compreender essas imagens significa considerá-las como um todo, pois os objetos e roupas mostrados não se caracterizam apenas como alvo de um olhar que buscaria compreender a qual estilista se atribui determinada roupa ou o modo como ela pode ser combinada em um look. Ver imagens de moda é mais do que isso, é entrar em*

*relação com outro sujeito, é entender o papel dos modelos e produtos como protagonistas em ação, capazes de se mostrar e entrar em relação com o sujeito que os vê” (FAÇANHA, 2012).*

*“O fotógrafo inscreve em suas imagens seus "posicionamentos, pontos de vista, apreciações e valorações que se explicitam pelo modo como ele organiza o discurso: na escolha das cores, no uso específico da forma, no emprego reiterado da mesma figura, no gênero da iluminação utilizada, na estruturação do ritmo, na opção por determinada distribuição” (OLIVEIRA, 1997).*

Assim, a imagem criada dependerá da interação com o público espectador e consumidor, e pode ou não funcionar para determinado nicho de mercado, já que cada grupo possui expectativas diferenciadas e entenderá e compreenderá ou não a imagem da forma que inicialmente pretendia-se. Essa imagem pode não atingir todos os públicos, que pode não ter todo o background necessário para o entendimento do assunto. O público é parte necessária para a construção do sentido na fotografia de moda, e segundo Mesquita e Façanha (2012) "colocar o espectador em uma ambiência relativa a um clima da moda é o grande objetivo dessas imagens." Se o consumidor não possui a bagagem necessária para a compreensão deste

processo, o elo de comunicação entre a marca e o público se perde.

As fotos venderão originalidade, atitude e estilo de vida, apelando para o imaginário de quem vê. Conceito, marca e estilo de vida - essa é a mensagem a ser transmitida; a roupa fica em segundo plano. Algumas utilizam-se de modelos ou celebridades famosas para apelar ao público já fiel - se a pessoa usa esta marca, quem se espelha nela também comprará, buscando relacionar-se e estabelecer vínculos com a marca.

### 2.1.2 Fotografia de Moda Comercial

A fotografia de moda comercial costuma ser voltada para a venda e divulgação dos produtos especificamente, de forma diferente da fotografia conceitual. Neste nicho, o mais aceito pelo público em geral, as imagens são pensadas de modo que o produto esteja sempre em evidência e sem defeitos, ilustrando perfeitamente o caimento das peças de uma coleção. A atmosfera em que os modelos estão inseridos ainda é importante, mas o foco está produto e na forma que ele pode ser usado; a linguagem é mais clara e atinge todos os públicos mais facilmente.

Estas imagens são costumeiramente encomendadas ao fotógrafo por uma empresa, e servirão como divulgação de uma coleção de forma impressa ou online, apresentadas em catálogos, revistas, outdoors, pontos de venda ou nas redes sociais de uma marca.

## 2.2 TRATAMENTO DE IMAGEM

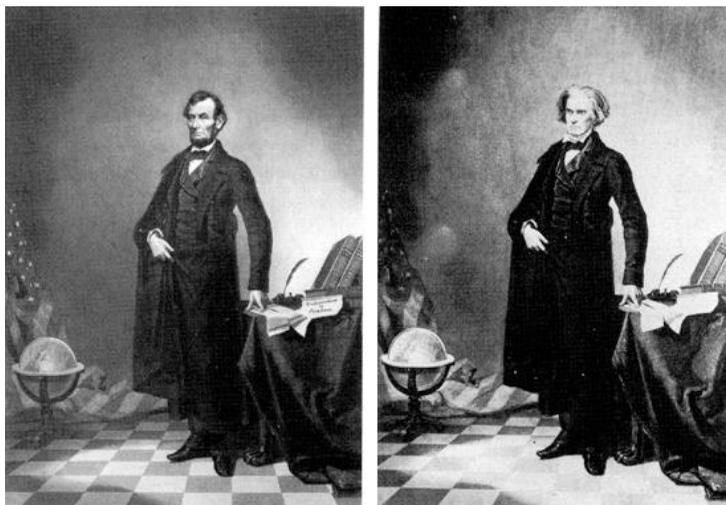
Apesar da manipulação de imagens ter se tornado mais popular na era das câmeras digitais, ela na verdade já está presente nas fotografias praticamente desde a invenção da mesma. Nos dias atuais, existem diversos softwares que possibilitam a pós-produção de fotografias. Dentre esses, os mais utilizados são o Adobe Photoshop e o Adobe Lightroom, que permitem técnicas de manipulação para o aperfeiçoamento da imagem.

### 2.2.1 História do Tratamento de Imagem

Antes da existência dos computadores, a manipulação de imagens era feita por meio de câmaras escuras ou com aerógrafos, em processos analógicos. Anos depois, a tecnologia permitiu que esse processo fosse feito por designers gráficos por meio de uma infinidade de softwares.

Havia um grande número de técnicas para manipulação utilizadas na câmara escura antigamente - adicionar luzes ou sombras, riscar os negativos, manchar, usar aerógrafos (um pulverizador de tinta), pintar os negativos ou colorir; as montagens (combinação de uma ou mais imagens diferentes) eram feitas para adulterar registros históricos, ou seja, a manipulação não era utilizada apenas na área da moda, mas também em fotografias políticas. Abaixo estão algumas imagens que representam como e em que tipos de imagem esse processo acontecia.

*Figura 2: Retrato de Abraham Lincoln e retrato de John C. Calhoun.*



Fonte: Mitchel, 1992.

O retrato de Lincoln na esquerda foi produzido após seu assassinato por meio da manipulação deste retrato de Calhoun.

Mitchell, em *The Reconfigured Eye* (1992), fornece mais detalhes históricos: Depois do assassinato de Lincoln, novas fotos do presidente foram criadas colocando a cabeça dele que está presente em uma fotografia famosa (a que está gravada na nota de 5 dólares) em uma foto mais apropriada, em pose estadista e de corpo inteiro, de Calhoun. A cabeça de Lincoln foi espelhada para que encaixasse; a fraude foi descoberta quando alguém percebeu que a verruga singular do presidente falecido estava no lado errado.

Abaixo apresenta-se o retrato original de Lincoln, que foi fotografado por Mathew Brady em 1864 e atualmente utilizado na nota de 5 dólares.

*Figura 3: Retrato original de Lincoln*



Fonte: Mitchel, 1992.

Nos anos de 1910, estúdios comerciais de fotografia compunham fotos para colocar parentes de uma mesma família que não estavam juntos em uma só, mesmo que eles não estivessem juntos na sessão; eles eram recortados das fotografias originais e colados em cima de outra, e depois re-fotografados, resultando numa montagem, que encontra-se abaixo:

*Figura 4: Fotografia da família Danquila, por A. Werner and Sons, no início do século XX.*



Fonte: Mitchel 1992.

Com o passar do século XX, a fotografia passou a ser amplamente utilizada pela imprensa mundial em reportagens de fotojornalismo e campanhas de publicidade ou moda. Surgiu assim a necessidade por equipamentos ágeis e de fácil transporte, como coloca Oliveira (2006), despertando o interesse de investidores no setor da fotografia. O grande público viu-se atraído pelas imagens e tecnologias, e revelaram-se profissionais de fama na área, como Cartier Bresson, Robert Capa e Brett Weston.

A manipulação de imagens acompanhou esta evolução, e passou a ser utilizada não somente na fotografia de momentos históricos, mas também para apagar pequenos erros ou imperfeições em imagens de moda, ou para criar fotomontagens atraentes ao olhar do público.

Figura 5: Audrey Hepburn por Richard Avedon.



Legenda: Fotomontagem de Audrey Hepburn feita analogicamente por Richard Avedon em 1967 para a indústria da moda. Fonte: site Retouching Academy

Com o surgimento da fotografia digital, no final dos anos 1980, a fotografia analógica tende a entrar em declínio. A evolução dos equipamentos digitais aponta para a baixa na fotografia analógica, levando ao desenvolvimento de outras novas

tecnologias de manipulação de imagens digitais. Chegando aos anos 90, com o advento das câmeras digitais de alta-resolução e computadores potentes, surgiram diversos programas de edição de imagem, com versões precedentes às conhecidas nos dias atuais, tornando ainda mais comum a manipulação de imagens.

O Adobe Photoshop é, sem dúvidas, o aplicativo de maior destaque no mundo da fotografia. Distribuído em todo o mundo, disponível em mais de 25 idiomas e com versões online e para tablets e smartphone, o programa recebe destaque por ampliar as possibilidades de uma imagem por meio de retoques.

Segundo Miller (2013), o lançamento da primeira versão do programa trouxe possibilidades antes inimagináveis. Ao longo de suas várias versões o aplicativo ganhou novos recursos e ferramentas, transformando-se no aplicativo para edição de imagens mais poderoso na atualidade.

O aplicativo já é afamado não somente por profissionais da área, mas também por pessoas leigas, e é responsável por inúmeras obras do design digital, assim como por alguns erros notórios de manipulação de imagem, gerando polêmicas quanto ao uso exacerbado do programa, aparecendo em capas de grandes publicações e campanhas de moda.

O Adobe Photoshop deu origem a outros programas, como o Adobe Lightroom, da mesma empresa. O Lightroom procura atender o usuário em todas as etapas do fluxo de trabalho em uma fotografia, passando pela inserção, edição e organização dos arquivos até a exportação do material. Além disso, o Lightroom

processa arquivos no formato RAW e trabalha com imagens em lote de forma prática, funcionalidade não presente no Photoshop.

A inteligência artificial nesses programas têm sido intensamente trabalhada para o reconhecimento das ações do usuário. Assim, pode-se esperar novas e maiores funcionalidades para as próximas versões, aperfeiçoando e facilitando o trabalho dos tratadores de imagem.

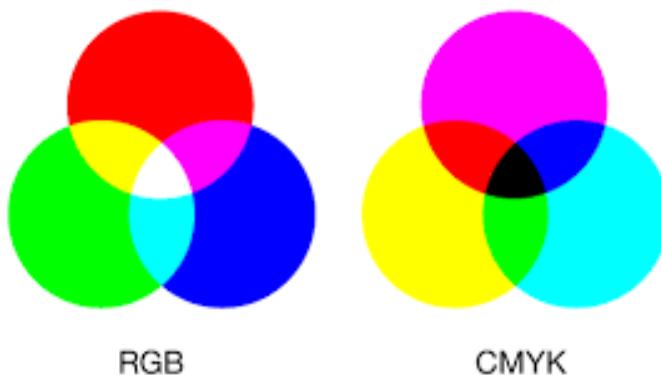
### 2.2.2 Técnicas de Manipulação de Imagem

Existem diferentes técnicas para a combinação dos diversos elementos que serão trabalhados em uma só composição. Esse pós-processamento da imagem digital pode ser comparado ao trabalho que os fotógrafos fazem na sala escura, uma vez que as fotos já estão gravadas no filme (depois da revelação), porém antes destas serem impressas. Essas técnicas são utilizadas com a finalidade de alterar cor, contraste e brilho, além do próprio conteúdo da imagem. É o momento para se incluir elementos, editá-los ou remover erros. Entre as técnicas de manipulação de imagem, serão apresentadas as seguintes:

#### Sistema de Cores

Dentre os principais modelos de cores, destaca-se o CMYK (ciano, magenta, amarelo e preto), o RGB (vermelho, verde e azul) e o HSL (*hue*, *saturation* e *lightness*, que podem ser traduzidos como tom, saturação e luminosidade).

Figura 6: Sistemas de Cores: RGB e CMYK, respectivamente



Legenda: RGB: vermelho, verde e azul. CMY: ciano, magenta, amarelo e preto.

I - O sistema CMYK consiste em um modelo à base de pigmento, amplamente utilizado nas artes gráficas tradicionais e na impressão digital, para reprodução mecânica de imagens coloridas. É conhecido como sistema substrativo de cor, e utilizado na impressão de fotografias em geral.

II – RGB. As cores visualizadas em uma tela de computador, no entanto, ocorrem em um ambiente baseado em luz. São criadas somando diferentes quantidades de três cores primárias desse sistema aditivo - o vermelho, o verde e o azul. É importante frisar que, somando duas cores primárias do modelo RGB, o resultado só fará sentido em algum ambiente baseado em luz, e não baseado em pigmento.

Este é um modelo bastante preciso e eficiente ao descrever as cores, que podem ser manipuladas separadamente, já que a maioria dos *softwares* representa cada cor primária em um canal separado. Cada canal destes pode ser descrito por um valor numérico, habitualmente entre 0 e 255.

III – HSL. Esse sistema pode ser considerado o mais intuitivo, já que é possível tratar as cores levando em conta propriedades que a maioria das pessoas já está habituada - o tom, a saturação e a luminosidade. Uma variação desse sistema é o HSB, onde o brilho é utilizado substituindo a luminosidade.

#### Redimensionamento de Imagem

Consiste em modificar a resolução espacial de uma imagem. A depender do destino final da fotografia, a imagem poderá ter resoluções e tamanhos diferentes; uma fotografia que estampará um outdoor de alguns metros de altura, por exemplo, terá um tamanho muito maior do que uma fotografia destinada para a internet, ou para a rede social *Instagram*, que será vista pela tela do celular, que tem poucos centímetros.

Quando há a necessidade de que as dimensões de uma imagem sejam ampliadas, é provável que esta apresente perda de qualidade, visto que o programa utilizado precisará encontrar uma solução para criar *pixels* interpolados - já que uma imagem (que é feita de *pixel/s*) onde antes não havia nada está sendo criada. Para tanto, os programas gráficos fazem uso tecnologias de

interpolação, como a “*neighbor pixel interpolation*” e a “*weighted interpolation*”.

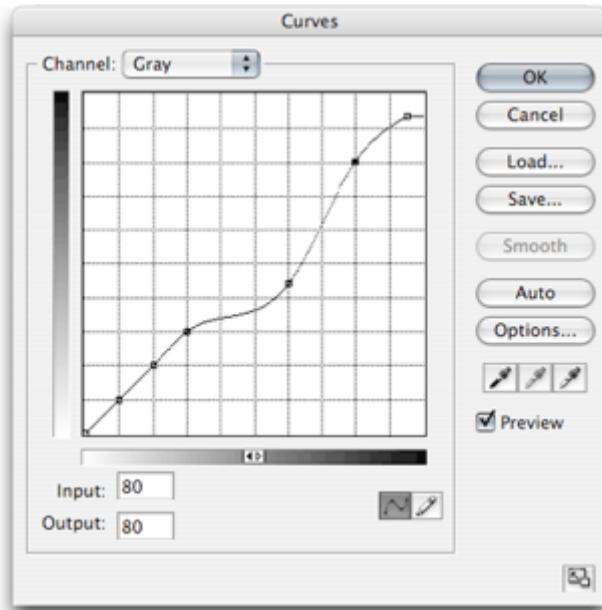
### Ajuste de Curvas

Essa função nos *softwares* exibe um gráfico que representa e controla diferentes atributos de uma imagem, como a cor e o brilho. A vantagem desta função é a facilidade na alteração de tais atributos, não havendo a necessidade de utilizar formas mais complexas de retoque.

O gráfico consiste em uma linha reta diagonal, que representa um atributo ainda não modificado. Qualquer alteração nessa linha resultará na alteração da imagem; se a linha for alterada para cima da posição original, o atributo em questão aumenta, se for alterada para baixo, o atributo diminui.

A correção de cor é feita com facilidade nesse sistema, já que pode haver uma curva para cada canal de cor.

Figura 7: Gráfico de Curvas

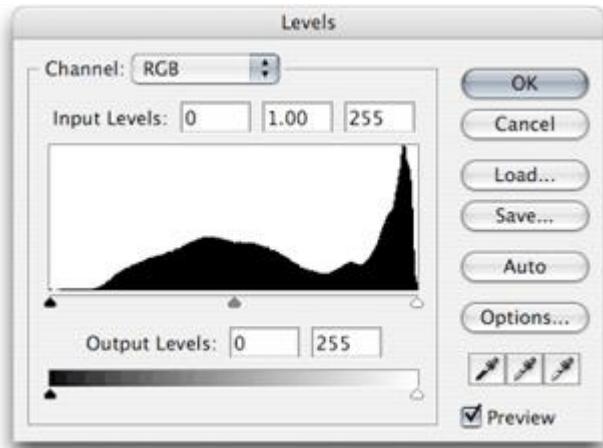


Fonte: Captura de tela do Adobe Photoshop, realizado pela autora, 2019.

## Histograma

Um dos princípios de pintura tradicional e fotografia clássica recomenda a criação de imagens com uma gama de tons rica. O histograma é uma forma gráfica de representar a distribuição dos valores de cada canal da imagem; esse gráfico apresenta uma linha horizontal que representa a gama de tons possíveis. Uma imagem com *pixels* que apresentam boa distribuição de tons na escala de cor apresentará linhas verticais bem distribuídas no histograma.

Figura 8: Histograma



Fonte: Captura de tela do Adobe Photoshop, realizado pela autora, 2019.

## Camadas

Os valores numéricos e alguns componentes que definem uma imagem bidimensional podem ser organizados em camadas. Com essa separação organizada, o controle de cada elemento da imagem é maior. É possível, por exemplo, que um ajuste de curvas seja feito em apenas uma região da imagem, seja num personagem em primeiro plano, um cenário, ou apenas um elemento. A organização em camadas é bastante útil para o controle sombras, brilho, mudanças de cor, e para facilitar a visualização e organização do tratador da imagem, possibilitando a melhor compreensão de todas as pessoas por quem uma fotografia pode passar no processo de tratamento.

## Ajustes de cor

Necessita-se verificar se a exposição e a cor estão corretas; uma imagem insuficientemente exposta pode deixar a foto muito escura ou sem contraste, enquanto uma superexposição pode conferir à imagem uma aparência desbotada. Esses efeitos podem ser intencionais, se anteriormente discutidos no briefing, mas podem ser corrigidos com três ferramentas básicas - "Brightness/contrast", "Levels", e "Curves".

## Canal Alpha

O canal alpha vai além dos canais de cores (vermelho, verde e azul), e traz a informação da transparência de uma imagem bidimensional. É amplamente utilizado na composição de imagens com diversas camadas. Por exemplo, quando pretende-se alterar um cenário atrás de um modelo, necessita-se da informação da silhueta do modelo através do canal alpha, para que as alterações ocorram apenas no fundo, excluindo o personagem.

O canal alpha também pode ser obtido através de uma imagem separada. Nesse caso, é possível definir o mapa da transparência com uma imagem em preto e branco, onde as partes mais escuras serão mais transparentes e as partes mais claras serão mais opacas; a imagem com essas informações será posicionada uma camada acima das outras, cobrindo todas e funcionando como uma máscara.

## Retoque

Há uma grande variedade de ferramentas para o retoque de imagens já digitalizadas, algumas destas baseadas em ferramentas tradicionais de pintores e ilustradores e outras baseadas em ferramentas utilizadas por fotógrafos.

As ferramentas de retoque são normalmente utilizadas para a remoção de pequenos erros, como uma sombra indesejável, ou para o acréscimo de alguns detalhes. Refazer uma fotografia ou sessão inteira devido a um pequeno erro pode ser inviável, então essas ferramentas têm sua importância destacada.

Algumas delas são chamadas de “*brushes*”, “*pencils*”, “*rubber*”, e “*stamp*”, e podem ser traduzidas como pincel, lápis, borracha e carimbo, simulando as funções reais destes objetos. É possível, inclusive, customizar a pressão colocada nos pincéis, a área a ser transformada, entre outros. Existem também outras ferramentas com as quais pode-se clarear ou escurecer partes selecionadas da imagem.

As ferramentas específicas para seleção de partes de uma imagem agilizam bastante o processo de retoque em diversos casos, como o *content aware*, que faz um preenchimento inteligente da área selecionada, considerando o que está ao redor.

## Filtros Digitais

Os filtros digitais têm como função básica a modificação da aparência da imagem, assim como acontecia com os filtros em que estes, os digitais, foram inspirados, tradicionais na fotografia

analógica. Estes filtros podem abranger a imagem toda ou apenas partes desta, quando aliados ao uso das ferramentas de seleção. Os filtros são imensamente variados - podem borrar um imagem, deixá-la mais nítida ou simular aspectos artísticos, como uma aquarela.

Os filtros funcionam submetendo pixels individuais a uma série de operações matemáticas, cujo resultado se dá visualmente na imagem bidimensional. Os filtros mais utilizados na fotografia de moda são os de nitidez, borrados ou o *liquify*, que permite empurrar, puxar, girar, refletir, enrugar e inchar qualquer área de uma imagem. Todos estes precisam ser utilizados com cuidado, caso contrário irão alterar a fotografia de forma sobrecarregada e indesejada, exceto em propostas que pedem este tipo de tratamento.

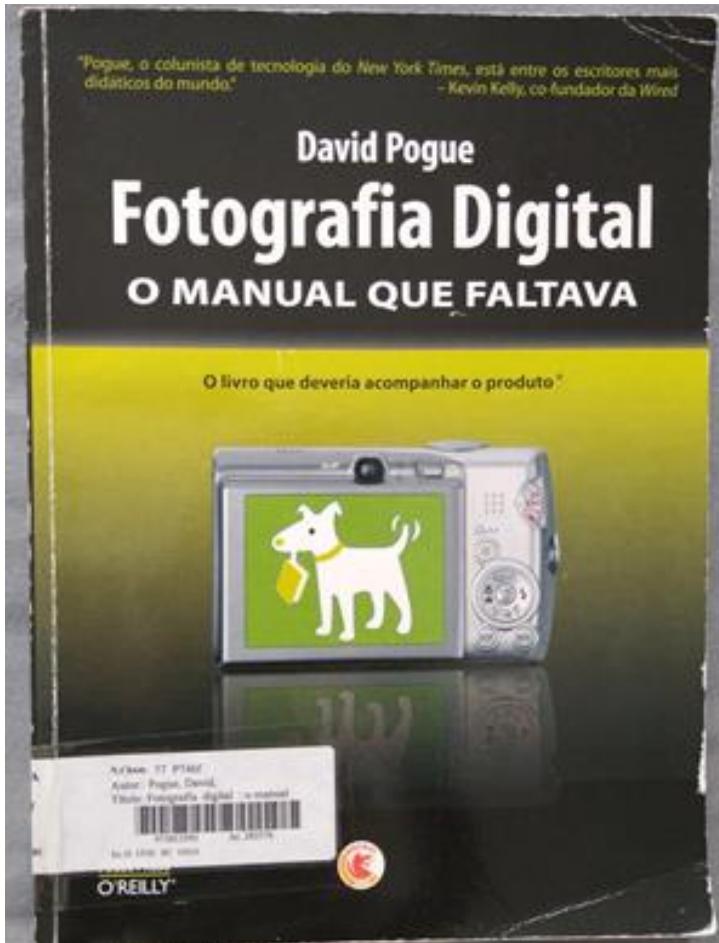
### 2.3 Análise de Similares

Buscou-se também, além do conteúdo bibliográfico, fazer uma análise das publicações similares existentes no mercado, analisando e apontando as principais características destes. De acordo com a pesquisa da autora, não existem muitos livros-guia com a temática do tratamento de imagem para moda. Buscou-se, então, guias ou passo-a-passo que abordassem a temática da fotografia no geral; estes livros compreendem publicações impressas e digitais. Apresenta-se aqui a análise de algumas destas publicações: Fotografia Digital, por Porgue (2009).

Este livro possui diagramação extremamente simples, com o uso de apenas duas cores em cada capítulo – o preto, como

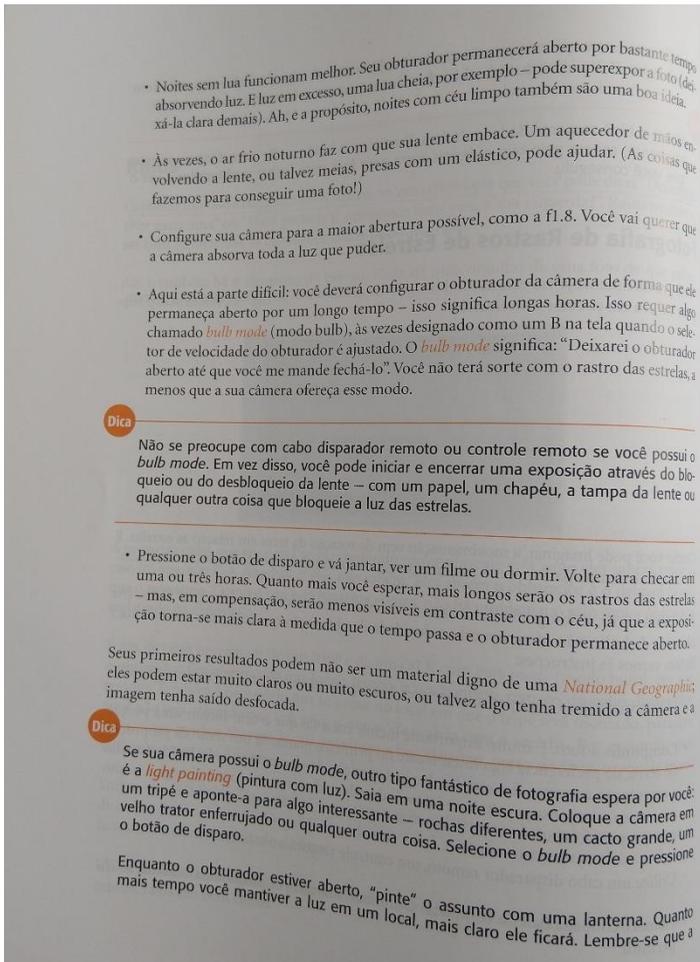
padrão, e outra cor como apoio para os destaques. O diagrama possui apenas uma coluna e utiliza-se fios e estilos de parágrafos quando a intenção é destacar um parágrafo. As imagens são pequenas e é difícil observá-las. O formato da página é vertical.

Figura 9: Capa do livro Fotografia digital.



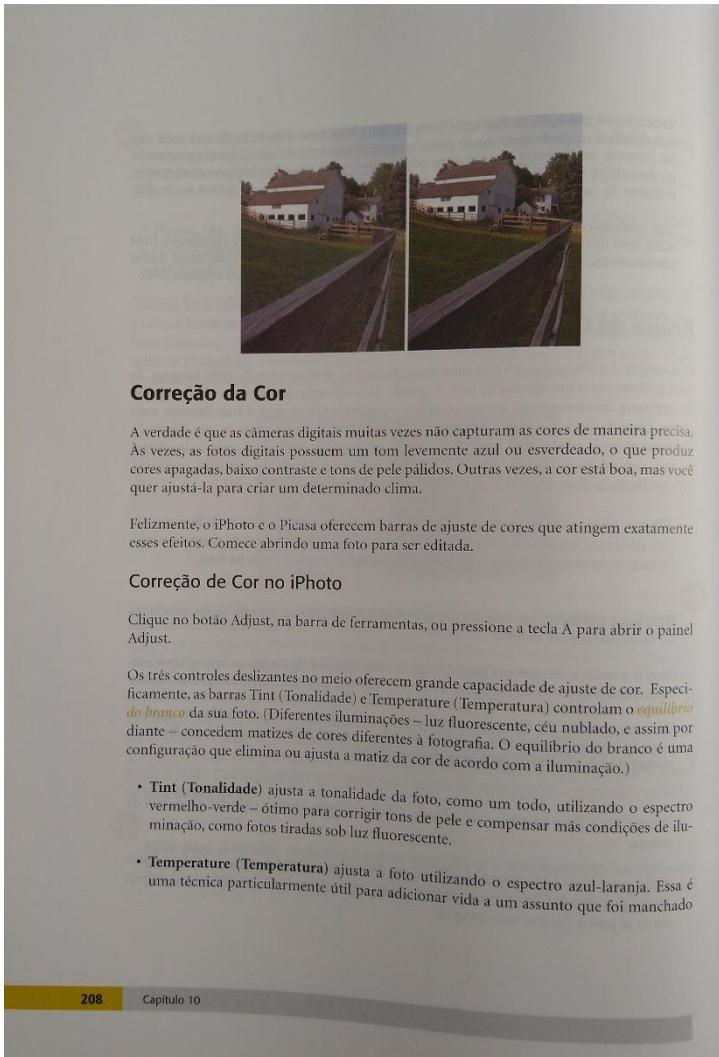
Fonte: Fotografia realizada pela autora, do livro Fotografia digital (PORGUE, 2009), 2019.

Figura 10: página do livro Fotografia digital.



Fonte: Fotografia realizada pela autora, do livro Fotografia digital (PORGUE, 2009), 2019.

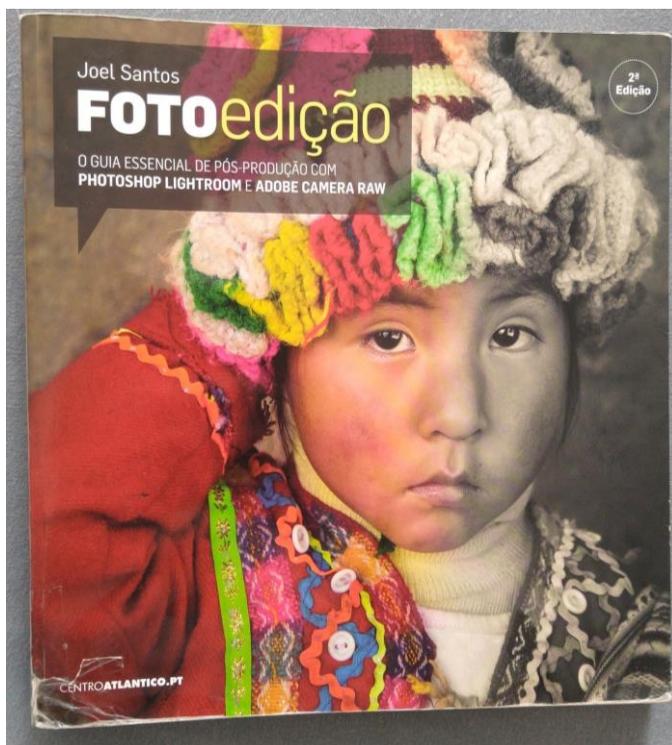
Figura 11: Página do livro Fotografia digital



Fonte: Fotografia realizada pela autora, do livro Fotografia digital (PORGUE, 2009), 2019.

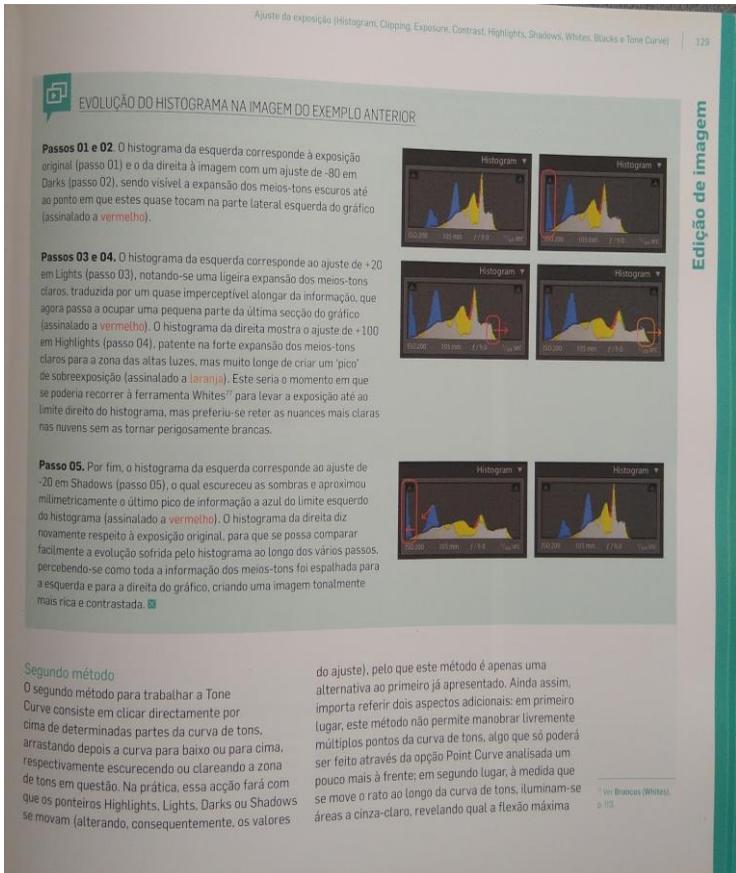
O diagrama contido no livro Fotoedição (SANTOS, 2013), compreende duas colunas, com eventual variação para uma coluna. As cores utilizadas são o preto e cada capítulo possui outra cor-chave, que serve como apoio para os destaques e boxes. Há o destaque para as fotografias, que têm tamanho grande no manual. O formato da página é quadrado, facilitando a inserção de fotos.

Figura 12: Capa do livro Fotoedição



Fonte: Fotografia realizada pela autora do livro Fotoedição (SANTOS, 2013), 2019.

Figura 13: Página do livro Fotoedição



Fonte: Fotografia realizada pela autora do livro Fotoedição (SANTOS, 2013), 2019.

Figura 14: Página do livro Fotoedição



Fonte: Fotografia realizada pela autora do livro Fotoedição (SANTOS, 2013), 2019.

### 3 FASE CRIATIVA: DESENVOLVIMENTO DO GUIA

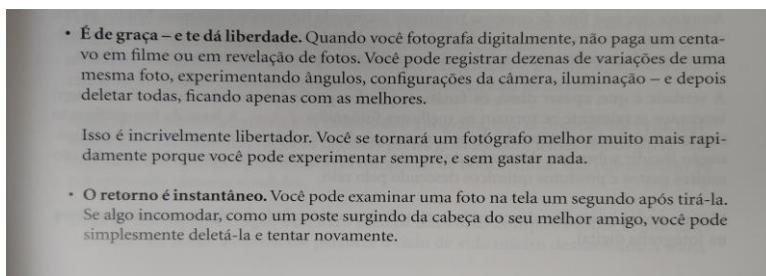
#### 3.1 Público-alvo

Desenvolveu-se o texto considerando o público-alvo definido pela autora e pretendido para o projeto – estudantes ou designers e outros profissionais da área de fotografia, ainda não habituados à pós-produção de imagens de moda, buscando um guia que apresente conceitos básicos e de fácil acesso para tratamentos pontuais que possam ser exigidos durante a carreira dos mesmos. Não buscam conhecimento técnico avançado, e sim um panorama geral sobre o assunto.

#### 3.2 Conteúdo textual

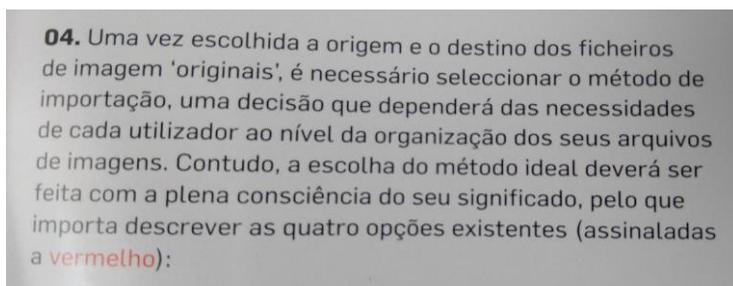
O conteúdo textual do projeto foi desenvolvido a partir do levantamento bibliográfico dos conceitos gerais apresentados na fase anterior do trabalho. Devido à escassez de recursos escritos e referenciáveis baseou-se essencialmente em duas publicações: o livro Fotoedição (Santos, 2013) e a obra Fotografia Digital, o manual que faltava (Pogue, 2009). A acadêmica analisou a linguagem dos dois exemplares a fim de fundamentar o linguajar mais adequado para a elaboração dos textos do guia. Notou-se o uso da linguagem coloquial e o emprego de verbos em primeira pessoa, utilizados pelos autores na possível tentativa de aproximação com o leitor, tornando o conteúdo mais facilmente compreensível, como ilustrado nas seguintes imagens:

Figura 15: Imagem do livro Fotografia Digital



Fonte: Fotografia realizada pela autora, do livro Fotografia Digital (PROGUE, 2009), 2019.

Figura 16: Livro Fotoedição



Fonte: Fotografia realizada pela autora, do livro Fotografia Digital (PROGUE, 2009), 2019.

Definiu-se, portanto, que a linguagem do guia seguiria o carácter dos livros analisados, resultando em um vocabulário acessível ao público e apresentando os conceitos de forma descomplicada. Tomou-se cuidado também com emprego de verbos no imperativo, visto que o texto tem como objetivo servir

como uma sugestão, e não a certeza do único método a ser seguido.

O conteúdo foi analisado pela autora e posteriormente dividido em três grandes enfoques, que representam o processo de trabalho e fornecem a conceituação necessária para a pós-produção. São eles:

1. Conceitos gerais. Aborda tópicos essenciais para o entendimento do tratamento de fotografias de moda, anteriores ao uso de programas específicos.
2. Lightroom. Refere-se às questões tratadas no programa Adobe Lightroom.
3. Photoshop. Expõe pontos mais facilmente abordados no programa Adobe Photoshop.

O texto foi pensado a fim de não representar um guia técnico, mas sim surgir como uma convite ao leitor para explorar as ferramentas disponíveis nos programas, deixando claro que não há um único caminho para cada fim na pós-produção de fotografias de moda. Buscou-se apresentar uma reflexão quanto a cada tipo de fotografia de moda e a diferença que o tratamento fará no resultado final, a depender de cada cliente ou produto.

A experiência profissional da acadêmica, complementada pelo estudo do material bibliográfico e público-alvo resultou no seguinte texto:

### 3.3 Conteúdo desenvolvido

#### Apresentação

Este livro-guia busca auxiliar designers e entusiastas no tratamento de uma fotografia de moda, levando em consideração a fotografia de moda comercial, focada no produto.

Se você está lendo este livro, então você já está familiarizado com a estrutura dos softwares. Iremos retocar uma série de imagens de moda, passando por todos os processos, desde a seleção da imagem até o fechamento do arquivo, abordando, é claro, os processos que resultam numa imagem final satisfatória e que atende às necessidades do público - as suas ou do seu cliente.

Os softwares normalmente apresentam ferramentas diversas que servem para realizar as mesmas tarefas - seleção, corte, correção de exposição, equilíbrio de cores, etc. Para facilitar o entendimento, neste projeto utilizaremos como base os softwares mais utilizados neste meio, o *Adobe Lightroom* e o *Adobe Photoshop*, mas mantendo em mente que estes ajustes podem ser realizados por meio de outras ferramentas, com a mesma finalidade.

O propósito deste livro não é ser um guia técnico, que ensina a utilizar as ferramentas, mas sim um convite ao leitor a explorar o software e entender o que ele pode realizar como um todo, não apenas apresentando macetes. Não existe um caminho único e infalível para a pós-produção de imagens, então o que

apresento aqui é o caminho que costumo tomar, como um panorama básico na pós-produção de fotografias de moda.

A ideia surgiu a partir de algumas dificuldades com as quais me deparei ao iniciar na profissão sabendo apenas o básico do software, mas sem entender ajustes específicos para a área da moda. Entendi que um guia básico, que apresentasse soluções e reflexões rápidas, serviria bem a esse propósito - o de uma pessoa que não é totalmente leiga no assunto, mas que precisa de respostas após uma consulta breve. Pensando nisso, o formato de perguntas e respostas expondo meu próprio processo de trabalho foi o mais adequado, já que também as fotos escolhidas para o projeto são frutos de trabalhos reais, refletindo o dia-a-dia de profissionais que trabalham com tratamento de imagem.

## O Briefing

Estranhamente, a primeira coisa a ser pensada é a que fim serve a imagem a ser tratada. Ela precisa ser compreendida como um todo, considerando as características do cliente e atendendo às especificidades da demanda. Esse é um pensamento a ser mantido em mente durante toda a pós-produção.

Pensando nisso, considere - qual é o destino final desta imagem? Um outdoor, um catálogo? Esses questionamentos irão interferir no modo com que a fotografia será pós-produzida. Após um briefing bem feito com o cliente, você entenderá quais as necessidades dele e poderá pensar quais as melhores maneiras de atendê-las; uma campanha de moda de verão, por exemplo, poderá pedir alterações nas cores da fotografia aparentando um

clima mais quente, e uma campanha de inverno pode pedir tons mais frios ou aconchegantes.

Fotografia de moda comercial e conceitual - quais as diferenças?

A fotografia de moda conceitual é subversiva, com ângulos inusitados e imagens que nem sempre têm como foco principal o produto, e sim a atmosfera na qual se pretende colocá-lo. Este tipo de imagem convida o espectador a parar e pensar sobre o que vê, sentir-se instigado pela fotografia. O objetivo do fotógrafo neste tipo de imagem não é vender a peça, e sim o comportamento e o conceito. Assim como na fotografia, a pós-produção dela também também é mais livre, permitindo que o profissional divirta-se e ouse mais no tratamento.

A fotografia de moda comercial costuma ser voltada especificamente para a venda e divulgação dos produtos. Neste nicho, o mais aceito pelo público em geral, as imagens são pensadas de modo que o produto esteja sempre em evidência e sem defeitos, ilustrando perfeitamente o caimento das peças de uma coleção. A atmosfera em que os modelos estão inseridos ainda é importante, mas o foco está produto e na forma que ele pode ser usado; a linguagem é mais clara e atinge mais facilmente todos os públicos.

Tipos de fotografia de moda

Dentro desse nicho, podemos ainda dividir a fotografia de moda em mais alguns segmentos - a campanha de moda, o lookbook e o still.

Mas o que é uma campanha de moda?

A campanha de moda preza apenas por alguns produtos-chave que representam toda uma coleção; o número de fotos é menor quando comparado às de um lookbook, e existe uma história a ser contada pela fotografia, um conceito a ser passado. É criado um clima que transmite emoção, provoca desejo e chama à atenção. A peça não é apenas um produto, ela está inserida em um meio que representa a marca e a coleção. A pós-produção desse tipo de fotografia envolve muito desse clima a ser transmitido. Precisamos nos atentar principalmente às cores, ao cenário e à iluminação, para que tudo esteja de acordo com a narrativa ideal de coleção e corresponda aos detalhes incluídos na fotografia.

O que é um lookbook?

O objetivo principal do lookbook é vender a peça, por isso esse tipo de fotografia mostra todos os detalhes do produto e o que o cliente mais quer valorizar nele. Os looks são montados por um produtor de moda e possuem todas as peças da coleção da marca. Por ser em grande quantidade, as poses em geral são mais paradas e valorizam a visualização do produto, podendo ser de frente, costas e lado. Na pós-produção deste tipo de fotografia é importante que você analise a peça toda para que não existam defeitos no produto; a presença de amassados ou fios soltos pode tirar a atenção de quem está vendo a foto com um olhar minucioso.

O que é um still?

A fotografia still refere-se à fotografia de objetos parados, sem movimento. Muito utilizada para a comercialização, tem como principal objetivo demonstrar determinado produto. É também conhecida simplesmente por “fotografia de produto”. É indispensável na publicidade, seja em mídias impressas ou na web. Os stills são mais comumente utilizados nos e-commerces, apresentando fundo branco, transparente ou neutro, que pode ser aplicado em diferentes sites e plataformas. Com estas características, este tipo de fotografia atende à demanda dos clientes de comércio eletrônico, que desejam ver os produtos em detalhes. O papel da pós-produção neste caso é o de atentar sempre aos detalhes da peça, igualar o fundo ou deixá-lo transparente.

Quais são os formatos de imagem mais utilizados na fotografia?

### **RAW**

Os arquivos RAW são os arquivos brutos, crus, sem compressão ou modificação. Contém informações reais (não processadas, em seu estado original) registradas pelo sensor da câmera. Ou seja, não podem ser visualizadas como uma imagem, precisam passar por um processo de conversão desses dados em uma imagem visível.

Essa conversão torna necessário um pós-processamento, com balanço de brancos, contraste, saturação de cores, nitidez, redução de ruído e compressão do arquivo em outro formato. Funciona como o negativo da analógica na fotografia digital,

necessitando de revelação. Esta revelação pode ser feita por meio de softwares, como o Adobe Lightroom, que será utilizado neste guia.

Assim, para o pós-processamento, o ideal é que as imagens sejam sempre fotografadas no formato RAW para que a conversão para outros formatos seja feita mais tarde.

## **PSD**

O formato PSD é indicado principalmente para usuários do Adobe Photoshop por possuir suporte a máscaras, modo CMYK, camada de texto, canais alfa e outras ferramentas avançadas. Funciona bem para o tratamento de imagens, permitindo a organização por camadas. Muitos profissionais preferem salvar a imagem em PSD, mantendo a estrutura editada e gerando outros formatos conforme a necessidade (como o JPEG).

## **JPEG**

O JPEG é o formato mais utilizado na web graças à sua alta taxa de compressão, que reduz consideravelmente o espaço ocupado pelas imagens. Ele possui compressão ajustável, permitindo a regulagem da relação entre qualidade e tamanho da imagem. Comparado a outros formatos, o JPEG é o mais leve e popular, por isso é mais utilizado para o envio de imagens por e-mail e publicações em blogs, sites e redes sociais - ou seja, no meio digital; para finalidades de impressão sugiro priorizar o formato TIFF, já que o JPEG remove pixels com cores e tons

similares, igualando-os, reduzindo assim a quantidade de variações dentro da imagem.

Quanto maior a compressão, menor o tamanho do arquivo e, conseqüentemente, menor a qualidade da foto.

## **TIFF**

Para impressão em alta resolução, convém trabalhar com este formato. Você poderá fazer todas as alterações necessárias em sua imagem, sem comprometer a qualidade. Além do suporte a diversos canais (o alpha, inclusive), ele permite que você use compactações que não agridem a qualidade da imagem, como o LZW e o ZIP.

Por possuir baixa ou quase nenhuma compressão, a imagem não perde em detalhes, como o JPG, porém os arquivos são bem maiores e mais pesados.

Resolução ou tamanho de imagem? Quais são as diferenças?

Uma imagem digital bitmap é composta por pixels como unidade de medida. Um pixel pode ser comparado a uma célula. Cada pixel possui apenas uma cor, então para compor uma imagem precisamos de milhares de pixels de cores diferentes, que juntos formarão a imagem, resultando na percepção de profundidade, luz, sombra, etc. A resolução é medida por pixels por polegada (PPI - pixels per inch, para monitores) ou pontos por polegada (DPI - dots per inch, para impressão).

Uma imagem de alta resolução é uma imagem com grande quantidade de pixels. Quanto mais pixels, maior a resolução,

resultando numa imagem mais definida em detalhes. Portanto, uma imagem com alta resolução é de alta qualidade, mas uma imagem com tamanho grande não é necessariamente de alta qualidade, porque ela pode conter uma quantidade pequena de pixels distribuídos num espaço maior, resultando em uma foto menos detalhada.

É importante levarmos em conta a necessidade do cliente, bem como o destino da imagem, para que se possa adequar a resolução e o tamanho ideal. Um arquivo que será impresso precisa de uma resolução de no mínimo 300dpi; já um arquivo que destina-se apenas à web não necessita de uma resolução tão grande, pois a resolução tem como consequência um arquivo mais pesado e de carregamento lento, e aparência não facilmente diferenciável.

Já para grandes formatos, como banners, lonas e adesivações, os arquivos geralmente são enviados com resolução mínima de 300 dpi e com 30% do tamanho real - ou seja, um outdoor, por exemplo, terá um tamanho maior, mas a qualidade da imagem será menor, já que os pixels serão vistos de muito longe, sem a necessidade de grande qualidade quando próximos.

Sistemas de cores

## **RGB**

É o sistema criado para captação e reprodução de cores em objetos que emitem luz, como aparelhos eletrônicos e diferentes modelos de tela.

Essas cores (Red - vermelho, Green - verde e Blue - azul) foram escolhidas por serem primárias da luz, e suas combinações em determinadas quantidades originam outras 16 milhões de cores. Cada uma das cores obtidas está enquadrada numa escala que varia de 0 a 255, combinando os valores. Quando a mistura das três está no valor mínimo (0, 0, 0), o resultado é a cor preta. Quanto está no máximo (255, 255, 255), resulta na cor branca. Este é o sistema de cores aditivo.

O sistema RGB não pode ser utilizado em imagens que serão impressas, pois ele existe apenas em um meio baseado em luz e não em pigmento.

## **CMYK**

O CMYK é o sistema formado pelas cores Ciano, Magenta, Yellow e Key. É um sistema de cor subtrativo, ou seja, baseado em pigmento - que quando sobrepostos ficam cada vez mais escuros. A cor que vemos é um reflexo da luz que incide sobre o pigmento, e uma vez sobrepostos esses pigmentos refletem menos luz, até haver não haver luz nenhuma, resultando no preto. Esse sistema baseia-se sempre na quantidade do preto, a cor key (chave).

É o sistema utilizado pela indústria gráfica para impressão de materiais. Ou seja, sempre que for imprimir um material, utilize o CMYK, pois ele reproduz grande parte das cores do espectro visível. Ainda assim, nem todas as cores podem ser impressas

pelo CMYK, necessitando de um sistema de cores especiais, o Pantone.

## **Pantone**

O sistema Pantone é uma escala de cores criada pela empresa estadunidense Pantone Inc. Estas cores não estão no quadro CMYK, e são escolhidas através de uma numeração no catálogo.

Cada cor tem o seu próprio código e funciona como se fosse a identidade da cor, código esse composto por três ou quatro números e uma letra, C ou U.

É um sistema utilizado para gerar cores que não se encontram no espectro do CMYK, produzindo, por exemplo, tons e efeitos metálicos e fluorescentes.

## **Adobe Lightroom**

Por que o Lightroom?

Costumo utilizar o lightroom como o primeiro software no tratamento de imagens por conta de alguns pontos fortes:

- A simplicidade da interface. Os menus são intuitivos, os ponteiros são deslizantes e os botões são facilmente entendidos, possibilitando a visualização do resultado ainda no processo.
- Edição não destrutiva. O ficheiro de imagem nunca é alterado, todos os ajustes são aplicados sobre pré-visualizações da imagem original, tornando os ajustes todos reversíveis.

- Eficiência e velocidade. É um software rápido por conta do trabalho com as pré-visualizações. Isso possibilita também que trabalhem com as imagens em lote, realizando modificações que não são específicas para cada fotografia, mas sim várias, tornando o trabalho muito mais rápido.

### Perfis de cor

Na maior parte dos casos, existe uma grande diferença ao comparar a uma fotografia na tela LCD da câmera e a tela do computador. Para além das diferenças tecnológicas e de ambiente, existem outras razões para essa diferença, desde a reprodução de cores ao contraste da imagem, exposição e nitidez dos detalhes.

Para corrigir essa diferença é possível aplicar perfis de ajuste que algumas câmeras possuem nativamente. Esses perfis são essencialmente utilizados pelas câmeras para processar arquivos JPEG, mas também podem ser utilizados como ponto de partida para editar arquivos no formato RAW, que é o que utilizamos no Lightroom. Para tal, na seção Camera Calibration, basta você selecionar um dos perfis existentes em Profile.

### Ajustes de cor e iluminação

É bom que você brinque com os ajustes de modo a perceber o que cada um faz - leve cada um ao máximo e ao mínimo para perceber bem a diferença entre um e outro. Assim que ver o que fica bom para esse lote de arquivos como um todo,

you can start inserting the values in the photos so that the lighting and the color remain similar in the set, creating unity for the campaign.

### Reenquadramento

Not always the photograph is taken with the best possible framing; sometimes the horizon is tilted, sometimes some unnecessary elements are included in the photo, or the framing leads the eye to an unwanted part of the image.

In the case below, for example, the image was photographed in the landscape format, horizontal, but the client decided that this same image should compose an entire page of a catalog. It was necessary to use the crop tool, modifying the photo to the portrait format, vertical. In these cases, you need to pay attention to the main elements of the photograph, since a good part of the image will be lost in the crop; consider what is essential and important for the photo - in this case, the garment itself.

## Adobe Photoshop

Após esses ajustes iniciais, você pode exportar as fotografias para outro formato para que sejam editadas em outro software com mais precisão de detalhes e ferramentas. Neste caso, costumo utilizar o Photoshop, com o arquivo em formato PSD. Este formato permite a criação de camadas não destrutivas e o software possui uma ampla gama de ferramentas e ajustes para a pós-produção meticulosa por meio de pincéis, filtros e camadas de ajustes.

Como posso me organizar no software para garantir que o trabalho seja fluido?

Como as etapas para a pós-produção de uma imagem de moda são várias, é preciso que você se organize em seu espaço para que alguns processos não se percam. O photoshop oferece o recurso de camadas, possibilitando um controle maior sobre cada elemento da imagem.

Costumo criar um grupo de camadas para cada etapa do tratamento, como vemos ao lado, o que facilita na visualização e na organização. Dessa forma não deixo de fora nenhuma das etapas padrão, pois já estão todas descritas.

Lembre-se de sempre manter uma cópia do arquivo original numa camada, para que possa voltar em eventuais ajustes equivocados.

Por onde começar o tratamento?

Com o arquivo já organizado, fica mais fácil saber por onde começar o tratamento. Seguindo as etapas das camadas, costumo começar fazendo retoques básicos na imagem, como a suavização da pele e remoção de objetos indesejados.

A que devo atentar no modelo durante a pós-produção?

São diversas as coisas às quais você pode atentar. Costumo procurar pelas seguintes:

1. Imperfeições na pele (rugos, espinhas, marcas de expressão);
2. Marcas no corpo devido a outras roupas (um biquíni que a modelo estava usando anteriormente e que deixou marcas, por exemplo) e machucados;
3. Maquiagem (após uma sessão de algumas horas, é natural que a maquiagem tenha se acumulado ou borrado);
4. Cabelo muito bagunçado. Bastante comum em sessões externas, quando o vento pode bagunçar o cabelo ou deixá-lo com frizz.

Como suavizar a pele?

As câmeras profissionais fazem fotos bastante nítidas, então é natural que acne, cicatrizes, olheiras ou rugas sejam evidenciadas. Para corrigir isso você pode usar diversas ferramentas. A ferramenta correção costuma funcionar bem removendo a maioria dessas marcas. Apenas atente para essas

correções, uma pessoa que não possui nenhuma marca de expressão ou poros aparentes é uma pessoa irreal. Quanto maior o tamanho da seleção feita com a ferramenta, mais informação da imagem original será retirada. O ideal é fazer uma correção minuciosa das imperfeições, para que a textura da pele e o brilho não sejam perdidos e o resultado não seja um boneco de cera. Certifique-se de prestar atenção ao corpo todo, não apenas ao rosto.

Essa ferramenta também pode ser utilizada para remoção de tatuagens, quando necessário.

O cabelo está bagunçado. O que pode ser feito?

Como podemos ver nesta imagem, o cabelo da modelo, devido às condições do clima, está muito bagunçado. Neste caso prefiro usar a ferramenta carimbo, que copia uma parte selecionada da imagem, permitindo que o fundo seja reproduzido e eliminando o cabelo. Se o resultado for muito artificial, podemos utilizar a ferramenta pincel do histórico, com opacidade menor no pincel, para voltar parte do processo feito com a ferramenta carimbo. Você pode também associar ao uso da ferramenta correção para um melhor acabamento da imagem.

Como posso remover um objeto indesejado do fundo?

Muitas vezes, na hora da sessão de fotos, há um objeto que não pode ser removido mas que atrapalha na fotografia final. Isso também pode ser resolvido na pós produção com uma série

de ferramentas, a depender do tamanho do objeto ou o cenário no qual ele está inserido. Apresento aqui dois exemplos para ilustrar este processo.

O photoshop possui uma ferramenta chamada preencher sensível ao conteúdo, que preenche uniformemente partes selecionadas de uma imagem com um conteúdo semelhante às partes ao redor da foto. Dessa forma, procuro utilizá-la sempre que há alguma pessoa indesejada no fundo, por exemplo, já que a ferramenta inteligente costuma excluí-las pelo menos parcialmente. Como o resultado nem sempre será perfeito, você poderá associar essa ferramenta ao uso do carimbo, por exemplo, copiando partes da imagem que correspondam ao que queremos apresentar.

O que são ações? Como utilizá-las?

Uma ação é uma série de tarefas reproduzidas em um único arquivo ou lote de arquivos — comandos de menu, opções de painel, ações de ferramenta e assim por diante. Por exemplo, é possível criar uma ação que altera o tamanho de uma imagem, aplica um efeito e, em seguida, salva o arquivo no formato desejado.

Portanto, as ações podem servir a inúmeros propósitos, quando você mantém em mente que ela irá automatizar processos que seriam feitos várias vezes, em vários arquivos. Basta fazer o processo uma vez, gravando-o como uma ação e depois reproduzindo-o em uma pasta de arquivos específica. Costumo

utilizar ações para otimizar processos como salvar uma série de fotografias em um formato específico ou aplicar filtros de nitidez.

Os retoques nos modelos e cenário foram feitos. E agora?

Agora podemos partir para os ajustes de cor e de iluminação. O photoshop oferece uma série de ferramentas para esses ajustes, cada uma trabalhando de uma forma. Você poderá decidir o que funciona melhor em cada imagem após explorar essas ferramentas. Mostro aqui alguns ajustes feitos em imagens e o por quê da escolha destas ferramentas, mas sinta-se livre para descobrir outras formas de utilizá-las a seu benefício.

### Ajustes de cor

#### Pele muito vermelha

Em sessões de várias horas ao sol, mesmo com todos os cuidados a modelo pode acabar com a pele queimada. Foi este o caso da foto ao lado, os ombros da modelo foram ficando vermelhos ao longo da sessão, e igualar o tom do rosto ao do corpo foi a responsabilidade do tratamento de imagem.

Nesta situação, utilizei a ferramenta cor seletiva para selecionar as partes vermelhas da foto. Com o canal vermelho selecionado, diminuí a quantidade de magentas e aumentei um pouco os cianos e amarelos, diminuindo assim a vermelhidão da pele.

Você pode reparar que o rosto da modelo também estava muito claro quando comparado ao resto do corpo. Uma camada

de curvas selecionando apenas o rosto já permite que você escureça um pouco o tom e iguale a pele, resolvendo essa desarmonia.

Procure sempre atentar a essas discrepâncias, resolvendo-as para em seguida conseguir ressaltar os pontos desejados.

Trocando a cor do produto

Às vezes, por diversas razões, um cliente pode querer que você mude a cor de um produto. Ele pode ter sido fotografado errado, ou o estilista decidiu que uma certa cor não seria utilizada.

Assim, há inúmeras ferramentas com as quais a troca pode ser feita. Você precisará analisar a cor inicial e a cor final desejada para o produto, para assim escolher a melhor forma de fazê-lo.

Se o processo exige apenas escurecer uma cor, por exemplo, uma camada de curvas ou níveis já costuma bastar. A seleção do produto precisa ser feita minuciosamente por meio de máscaras, para que o resultado não fique artificial.

Se a cor final do produto difere muito da cor inicial, como no exemplo ao lado, o ideal é que você experimente mesclar diversas camadas de ajustes. No exemplo utilizei o matiz/saturação para alcançar o azul, e camadas de balanço de cor, níveis e cor seletiva para chegar à exata tonalidade de azul pretendida.

## Criando filtros de cor

Uma campanha de inverno, por exemplo, nem sempre será fotografada num dia invernal - inclusive, como as campanhas geralmente são fotografadas com antecedência, pode ser que a sessão seja ainda no verão. Assim, a responsabilidade da pós-produção é conferir à fotografia a atmosfera invernal, para que a campanha acompanhe as peças.

Nesse caso, é essencial refletir quais elementos trazem a sensação de inverno para uma imagem - tons quentes ou frios? Céu azul, céu acinzentado? Na foto ao lado, a proposta foi essa. Tentei aplicar tons mais alaranjados, com o preto ressaltado, e o céu foi transformado no céu do pôr-do-sol. Se o tema fosse inverno, por exemplo, as cores da fotografia poderiam ser mais frias; tudo depende da proposta do cliente e das referências apresentadas no briefing.

As ferramentas podem ser as mesmas utilizadas para a troca de cor do produto. Apenas atente às exigências do clientes, o filtro de cor aplicado em uma fotografia pode mudar a cor do produto. Nesses casos, você poderá criar uma máscara selecionando o produto e excluindo qualquer alteração de cor feita nele.

## Ajustes de luz

### Trazendo foco para o produto

Uma fotografia nem sempre é feita nas condições ideais de luz, ela pode estar estourada ou superexposta. Os ajustes

iniciais para essa correção já foram feitos anteriormente, no Adobe Lightroom, mas alguns detalhes mais pontuais podem ser corrigidos neste momento.

No exemplo ao lado podemos notar que, apesar desta correção já ter sido feita, a luz da fotografia estava homogênea e não trazia destaque para nenhum elemento em especial.

Assim, utilizando máscaras para selecionar o foco (neste caso, os modelos), procurei clarear o cenário com uma camada de níveis, e destacar as partes claras e escuras dos modelos com camadas de curvas, destacando mais o produto e levando o olhar ao foco. São mudanças sutis, mas que trazem mais destaque à parte desejada da imagem.

O céu também recebeu camadas de correções de luz e cor, iluminando a imagem como um todo.

## Volumes

Existem algumas técnicas utilizadas para a valorização de luzes e sombras em uma fotografia, contribuindo para a melhoria da volumetria de um objeto.

Escurecer e iluminar os pontos da imagem na mesma proporção acaba deixando a imagem achatada, sem volume. Por isso, atente à áreas específicas da imagem. Você pode, por exemplo, valorizar o corpo e as curvas de um modelo aplicando luz e sombra em determinados pontos - aplicando sombras para dar a ilusão de profundidade, e luzes para a aparência de algo mais próximo, criando a sensação de volume e profundidade.

Você consegue aplicar essa técnica manuseando camadas de curvas mais claras e mais escuras, utilizando os pincéis nas máscaras para escolher apenas alguns pontos da imagem.

Apagando o fundo de uma fotografia e montando o still

Como destacamos anteriormente, as fotos still geralmente exigem um fundo transparente e a montagem do produto precisa ser feita em 3D. Para obter esse feito, você precisará fazer um recorte da imagem como um todo, deixando o fundo transparente. Esse recorte pode ser feito com mais precisão com a ferramenta caneta, que permite que você exclua os pontos e faça as curvas necessárias.

Para a montagem da imagem em 3D você geralmente terá 4 fotos do produto - uma da frente, uma das costas e duas do avesso. Este será um exercício para a sua mente de entender qual será a parte do produto mostrada em cada vista da peça.

Para a composição da peça você poderá utilizar algumas ferramentas que permitem o manuseio da proporção das peças, como a ferramenta distorção de marionete, a ferramenta deformar em perspectiva e o filtro de distorção, muito utilizado também para diminuir ou aumentar medidas em modelos.

Deixando o fundo de uma foto branco - lookbook

Muitas empresas exigem que o cenário de fundo para as fotografias de lookbook seja completamente branco, para fins de

diagramação do catálogo ou website. Diante disso, a fotografia, por problemas de iluminação ou cenário, nem sempre chegará à pós-produção já com esse fundo ideal.

Para corrigir isso, você pode aliar o uso de duas ferramentas, a primeira sendo a seleção por intervalo de cores (color range), que selecionará as partes mais claras da fotografia (o fundo cinza-claro) e a segunda sendo a ferramenta clarear, que funciona “queimando” estas partes claras, deixando-as brancas e sem grande discrepância dos tons de pele, já que atua neles também. Assim, temos como resultado uma foto mais natural, que não parece completamente recortada e colada em outro fundo.

## Nitidez

A última tarefa que você pode executar ao retocar uma foto é ajustar a nitidez. Há diversas maneiras de ajustar a nitidez de uma imagem, mas o filtro de nitidez inteligente é o que oferece maior controle.

Após todos os passos feitos para editar o arquivo de imagem original, chega o momento em que precisamos dar um passo à frente no fluxo de trabalho, exportando as imagens para que possam ser utilizadas em sua finalidade - arquivo, impressão, redes sociais, entre muitas outras.

Para tanto, busque ponderar o destino final desta imagem, levando em conta os conceitos de formatos e resoluções de arquivos previamente apresentados. A exportação de um arquivo corretamente é muito importante e influenciará no resultado final

de sua fotografia. Procure sempre manter uma cópia do arquivo original para eventuais alterações, e divirta-se com todo o processo e seu produto final. Bom trabalho!

### 3.4 Desenvolvimento gráfico-editorial

#### 3.4.1 Formato

Este livro-guia foi pensado com o formato de um livro digital. O formato deu-se a partir de ideia de que o leitor pode acessá-lo rapidamente e em qualquer lugar durante o processo de trabalho. O indivíduo, ao trabalhar com tratamento de imagem, estará sempre com o computador ou smartphone de fácil acesso, então um guia no formato de ebook acompanha esta fluidez no trabalho. Um livro digital também pode ser posteriormente atualizado de forma rápida pela autora, permitindo melhoramentos condizentes com novas versões dos programas abordados.

Como o livro não será impresso, não houve necessidade de preocupação com os formatos de papéis usuais, apenas como ficaria melhor compreendido nas telas às quais o projeto é destinado - os notebooks, smartphones e tablets.

Como coloca Fernandes (2015), um livro digital suporta bem inúmeros tamanhos de página, devido ao grande número de dispositivos diferentes pelos quais este livro pode ser acessado. No entanto, deve-se atentar a dois critérios para a configuração das páginas: a relação de aspecto da página (a relação entre a largura e a altura da página [paisagem] ou altura com a largura [retrato]) e as dimensões da página (em pixels). Há muitos dispositivos diferentes que podem ser utilizados para leitura do ebook, nem todos com o mesmo formato de tela.

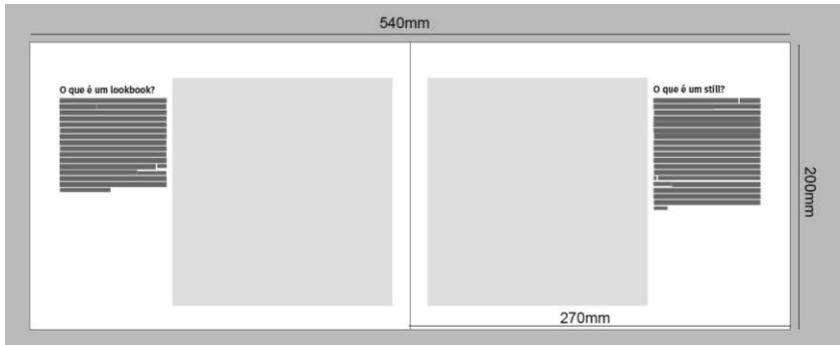
Para este projeto considerou-se, portanto, as medidas básicas de tamanho de uma tela de computador e de um

smartphone. Para o smartphone utilizou-se como exemplo um Moto G6 Plus, da marca Motorola, que possui uma tela de 5,9 polegadas e resolução de 2160x1080 pixels. Já para o computador utilizou-se a tela de um Macbook Pro, com tela de 13,3 polegadas e resolução de 2560 x 1600 pixels. Estes dispositivos foram escolhidos pela autora em razão da facilidade de acesso para testes.

Como os dois dispositivos diferem bastante em tamanho e formato de tela – o computador possui a tela em orientação horizontal e o smartphone possui a mesma em sentido vertical, buscou-se desenvolver um formato pensando ainda no conteúdo a ser trabalho no guia, que inclui alguns textos com foco nas fotografias, que também possuem diferentes orientações.

Decidiu-se, por fim, após alguns testes, pelo formato de orientação horizontal com as dimensões de aproximadas de 270mmX200mm. Este formato permite que o leitor dê zoom em qualquer um dos dispositivos, permitindo a leitura e visualização das fotografias de acordo com o desejado.

Figura 17: Formato de página



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2019.

Para a realização do projeto gráfico do guia, como apresentado anteriormente, utilizou-se o método de estruturação de projetos gráficos desenvolvido por Castro e Souza (2013), seguindo sete etapas de desenvolvimento, sendo elas:

- Definição da tipografia.
- Estabelecimento da entrelinha.
- Determinação do módulo.
- Dimensionamento da forma da página e construção do grid (módulos).
- Criação de uma escala modular.
- Representação do diagrama (largura de colunas e margens).
- Distribuição de texto e imagens para compor a mancha gráfica.

### 3.4.2 Definição da tipografia

Após a escolha do formato das páginas e do livro, sentiu-se necessidade de eleger uma tipografia condizente com o público e os princípios do projeto.

Meürer (2017) propõe critérios básicos para o processo de seleção de tipografias a fim de facilitar o processo de definição com o Modelo de Seleção Tipográfica - MAST. Este modelo compreende um matriz para avaliação de fontes em cinco etapas: o contexto do problema, a escolha dos critérios, a definição de uma hierarquia para estes critérios, o processo de busca das fontes realizando testes e por fim a avaliação com o uso da matriz.

Figura 18: Estrutura, em infográfico, do Modelo de apoio à seleção tipográfica.



Fonte: MEÜRER, 2017.

Na primeira etapa, Meürer sugere que se faça a análise do briefing, entendendo-se o contexto do problema e recursos que a fonte deve oferecer, compreendendo o leitor e suas necessidades. Segundo Bringham (2005) as famílias serifadas são costumeiramente utilizadas em textos extensos, transmitindo ar de seriedade; estas características não são condizentes com o guia, que possui textos com parágrafos curtos e linguagem informal, acompanhados por fotografias. Desse modo, optou-se por fontes pré-selecionadas que possuem serifa leve ou ausente, conferindo ao texto caráter descontraído e apropriado para o público.

Na segunda etapa deve-se estabelecer critérios que acompanhem o contexto do problema: legibilidade, variações, recursos, história e cultura, expressão, qualidade, suporte, licenciamento e investimento. Após a seleção, esses critérios serão orientados na terceira etapa de modo a compreender uma hierarquia, atribuindo peso para cada critério de acordo com a relevância para o projeto em questão.

Organizou-se, assim, alguns critérios pertinentes para seleção da tipografia do projeto em questão. Estes foram: legibilidade, variações, expressão e investimento, com peso 5, 5, 4 e 3, respectivamente.

Na próxima etapa foi realizada a busca com base nos critérios eliminatórios, selecionando o total de 5 diferentes fontes: Latin modern sans, Luciole, Merriweather sans, Montserrat e Quattrocento.

Figura 19: Fontes submetidas à matriz de avaliação.

Latin Modern Sans 10 Regular AaBbC

Latin Modern Sans 10 Regular | 775 Glyphs

**Luciole AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlM**

Luciole Regular | 755 Glyphs

Merriweather Sans Light AaBbCcDdE

Merriweather Sans Light | 450 Glyphs

Montserrat AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj

Montserrat Regular | 1946 Glyphs

Quattrocento Sans AaBbCcDdEeFfGgHhI

Quattrocento Sans Regular | 243 Glyphs

Fonte: A autora, 2019.

A avaliação pôde se iniciar após a realização da busca, submetendo as fontes à matriz de seleção. A avaliação resultou na seguinte matriz:

Tabela 1: Matriz de Seleção Tipográfica

	Legibilidade	Variações	Expressão	Investimento	TOTAL
Latin Modern Sans	4	3	3	5	15
Luciole	5	2	4	5	16
Merriweather	4	3	3	5	15
Montserrat	5	5	4	5	19
Quattrocento	4	2	4	4	14

Fonte: A autora, 2019.

Consequentemente, a fonte com maior pontuação foi a Montserrat, escolhida para o desenvolvimento do projeto. Trata-se de uma tipografia sem serifa com classificação humanista, de caráter dinâmico e adequado ao público-alvo. Houve, ainda, a escolha de uma tipografia de apoio para os textos, presente nos títulos para destaque e diferenciação. A escolha desta fonte fez-se por meio de critérios estéticos e de combinação com a fonte principal, resultando na fonte Fira Sans.

Figura 20: Tipografia de apoio selecionada

**Fira Sans Medium AaBbCcDdEeFfGgHhIj**

Fira Sans Medium | 2708 Glyphs

Fonte: A autora, 2019

### 3.4.3 Estabelecimento da entrelinha

Com a tipografia selecionada, definiu-se o tamanho do tipo, de acordo com a tabela proposta por Castro e Souza (2013), que recomendam que a idade do público seja considerada durante esta decisão.

Figura 21: Idade x tamanho do tipo.

<b>Idade (anos)</b>	<b>Tipo (pontos)</b>
Menor que 7	24
7-8	18
8-9	16
9-10	14
10-12	12
Maior que 12	11
19-26	9
Adultos	10
Terceira idade	12

Fonte: Adaptado por Castro e Souza (2013).

De acordo com a tabela, considerando que o público-alvo constitui-se basicamente por indivíduos de 19 a 26 anos e adultos, o tamanho da tipografia foi determinado em 10pt.

Optou-se pelo tamanho de entrelinha de proporção tradicional, positiva, proposta automaticamente pelo programa de

editoração; essa entrelinha corresponde a 20% a mais que o tamanho da fonte, resultando no valor de 12pt.

#### 3.4.4 Determinação do módulo

Um módulo corresponde a um quadrado de dimensões iguais à entrelinha; mas, diferente desta, que é mensurada em pontos, o módulo define-se milímetros. Após os cálculos de módulo, o tamanho definido foi de 4,233mm.

Figura 22: Demonstração do cálculo do valor do módulo.

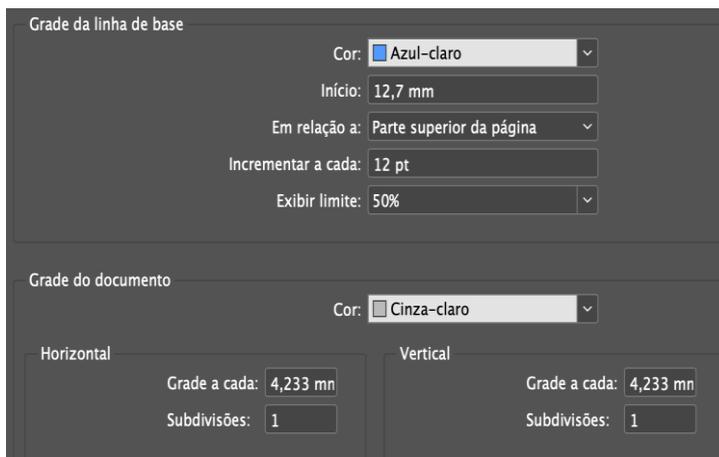
1pt ----- 0,35275mm

12pt ----- X

X = 4,233mm

Fonte: A autora, 2019

Figura 23: Definição do módulo e da entrelinha no Adobe Indesign®.



Fonte: A autora, 2019.

### 3.4.5 Dimensionamento da forma da página e construção do grid (módulos)

Utilizando o módulo como referência, redimensiona-se a página para que o tamanho seja equivalente a um número inteiro de módulos, garantindo precisão nas medidas do diagrama.

## Figura 24: Cálculo do dimensionamento da página de acordo com os módulos.

Formato proposto: 270mm x 200mm

$270\text{mm}/4,233 = 63,78$  módulos = 64 (arredondamento)

$64 \cdot 4,233\text{mm} = 270,912\text{mm}$  de largura

$200\text{mm}/4,233 = 47,24$  módulos = 48 módulos (arredondamento)

$48 \cdot 4,233\text{mm} = 203,184\text{mm}$  de altura

Fonte: A autora, 2019.

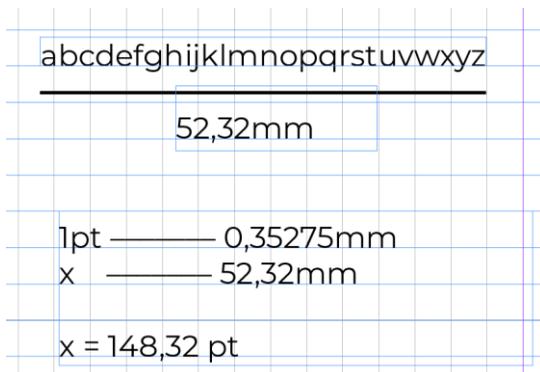
### 3.4.6 Criação de uma escala modular e representação do diagrama

Optou-se pela criação de um diagrama colunar, considerando este como o tipo de diagrama mais adaptável ao livro, visto que as colunas podem apresentar os diferentes tipos de informações presentes no guia (fotografias e textos). Para o desenvolvimento de um diagrama colunar deve-se, primeiramente, desenvolvê-lo de forma retangular.

As dimensões dos retângulos que compõem a mancha são calculadas a partir da largura do alfabeto, obedecendo à tabela comparativa de média de caracteres por linha. A largura do alfabeto na tipografia do projeto corresponde a 148,32 pt, então, segundo a tabela de caracteres por linha, a largura de coluna ideal

está entre 26 e 28 paicas. Contudo, como este diagrama compreende três colunas, a largura estará dentro da linha satisfatória da tabela, com 18 paicas.

Figura 25: Cálculo da largura do alfabeto



Fonte: A autora, 2019.

Figura 26: Tabela de Média de Caracteres por Linha

		MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA															
LARGURA DA COLUNA (palcas)	LARGURA DA COLUNA (palcas)																
	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40	
COMPRIMENTO DO ALFABETO em caixa-baixa (pontos)	80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152	160
	85	38	45	53	60	68	76	83	91	98	106	113	121	129	136	144	151
	90	36	43	50	57	64	72	79	86	93	100	107	115	122	129	136	143
	95	34	41	48	55	62	69	75	82	89	96	103	110	117	123	130	137
	100	33	40	46	53	59	66	73	79	86	92	99	106	112	119	125	132
	105	32	38	44	51	57	63	70	76	82	89	95	101	108	114	120	127
	110	30	37	43	49	55	61	67	73	79	85	92	98	104	110	116	122
	115	29	35	41	47	53	59	64	70	76	82	88	94	100	105	111	117
	120	28	34	39	45	50	56	62	67	73	78	84	90	95	101	106	112
	125	27	32	38	43	48	54	59	65	70	75	81	86	91	97	102	108
	130	26	31	36	41	47	52	57	62	67	73	78	83	88	93	98	104
	135	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
	140	24	29	34	39	44	48	53	58	63	68	73	77	82	87	92	97
	145	23	28	33	37	42	47	51	56	61	66	70	75	80	84	89	94
	150	23	28	32	37	41	46	51	55	60	64	69	74	78	83	87	92
	155	22	27	31	36	40	45	49	54	58	63	67	72	76	81	85	90
	160	22	26	30	35	39	43	48	52	56	61	65	69	74	78	82	87
	165	21	25	30	34	38	42	46	51	55	59	63	68	72	76	80	84
	170	21	25	29	33	37	41	45	49	53	57	62	66	70	74	78	82
	175	20	24	28	32	36	40	44	48	52	56	60	64	68	72	76	80
	180	20	23	27	31	35	39	43	47	51	55	59	62	66	70	74	78
	185	19	23	27	30	34	38	42	46	49	53	57	61	65	68	72	76
	190	19	22	26	30	33	37	41	44	48	52	56	59	63	67	70	74
	195	18	22	25	29	32	36	40	43	47	50	54	58	61	65	68	72
	200	18	21	25	28	32	35	39	42	46	49	53	56	60	63	67	70
210	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67	
220	16	19	22	25	29	32	35	38	41	45	48	51	54	57	60	64	
230	15	18	21	24	27	30	33	36	40	43	46	49	52	55	58	61	
240	15	17	20	23	26	29	32	35	38	41	44	46	49	52	55	58	
250	14	17	20	22	25	28	31	34	36	39	42	45	48	50	53	56	

linha satisfatória  
linha ideal

Fonte: Castro e Souza (2013).

Após a definição da largura da coluna, buscou-se distribuir os módulos restantes da página para compor as margens da página; estas foram definidas por critérios estéticos, pensando na distribuição do conteúdo posteriormente.

Figura 27: Cálculo das margens.

Margem superior = 6 módulos.4,233mm = 25,398mm

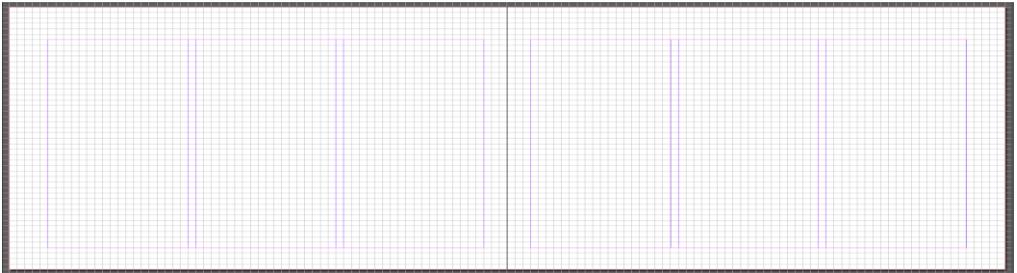
Margem inferior = 4 módulos.4,233mm = 16,94mm

Margem interior = 3 módulos.4,233mm = 12,7mm

Margem exterior = 5 módulos.4,233mm = 21,17mm

Fonte: A autora, 2019.

Figura 28: Diagrama final da publicação.



Fonte: A autora, 2019.

### 3.4.7 Distribuição de texto e imagens para compor a mancha gráfica

Segundo Castro e Souza (2013), "mancha gráfica é o espaço útil de impressão de uma página, sendo previamente determinado pela diagramação. Geralmente, em projeto gráfico-editorial o termo "mancha" indica a área de ocupação básica em uma página, desconsiderando-se os elementos complementares." Assim, o planejamento do espaço que compõe a mancha foi feito desde a composição da grade de suporte ao diagrama.

Nesta fase, criou-se um espelho da publicação, para que os elementos fossem posteriormente distribuídos pelo diagrama. Planejou-se quais partes do texto comporiam as páginas, e quais as melhores formas de distribuição das imagens. Para tal, as fotografias pré-selecionadas e o texto foram novamente estudados, criando a sequência ideal de páginas para o guia.

Figura 29: Espelho da publicação.



Fonte: A autora, 2019

### 3.4.8 Proposta Cromática Para Samara (2011)

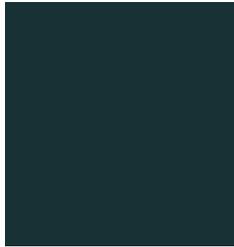
Dentro de um visual complexo, a cor pode ajudar a distinguir diferentes tipos de informação, além de criar relações entre os componentes ou edições de uma publicação.

O projeto pretendido é um material didático e o conteúdo deve exercer caráter de instrução, portanto a cor apenas auxiliará na transmissão do conteúdo. Sendo assim, as cores facilitam a separação de seções e identificam componentes, mas para que isso ocorra, devem ser simples e de fácil identificação.

Durante o desenvolvimento da paleta de cores do guia, procurou-se sempre considerar o número elevado de fotografias de diferentes procedências que estariam presentes na publicação – as imagens eram bastante coloridas e, junto ao texto, compunham os elementos principais da publicação. Para que as escolhas cromáticas da diagramação não entrassem em conflito com as cores das fotografias, decidiu-se por uma paleta de cores com a predominância do preto e do branco no interior do guia. Buscou-se utilizar estas cores na tipografia e grande parte dos elementos gráficos livro.

Após a escolha das cores principais, elegeu-se mais três cores de apoio que ajudariam a compor o guia e diferenciar as três principais seções do livro. Foram estas:

Figura 30: cor RGB 23, 57, 59



Fonte: A autora, 2019

Figura 31: cor RGB 134, 41, 52.



Fonte: A autora, 2019.

Figura 32: cor RGB 30, 42, 75.



Fonte: A autora, 2019.

### 3.4.9 Elementos gráfico-editoriais textuais e não-textuais

Com o objetivo de que a identidade gráfica do livro fosse coerente, buscou-se criar um padrão para todos os elementos gráficos, seguindo assim um modelo visual constante e bastante simples, dando espaço às fotografias.

Os elementos gráfico-editoriais textuais definidos foram os seguintes:

Figura 33: elementos gráfico-editoriais textuais

**Título - Fira Sans 28pt**  
**Subtítulo - Fira Sans 19pt**

Texto - Montserrat 10pt

Legendas - Montserrat 8 pt

**Fólio - Fira Sans 10pt**

Fonte: A autora, 2019.

Mantendo a identidade minimalista e direcionada para a fotografia, utilizou-se um único elemento gráfico-editorial não-textual, um fio de espessura 0,25pt que ajuda a compor as vinhetas de seção. O comprimento do fio varia com o tamanho do texto da vinheta.

Figura 34: O fio aplicado à diagramação, compondo a vinheta com texto

pós-produção adobe photoshop

---

Fonte: Adobe Photoshop.

## 4 FASE EXECUTIVA: MATERIALIZAÇÃO DO GUIA

### 4.1 Diagramação

O início da fase executiva dá-se pela diagramação do livro. Após a estruturação prévia, a etapa de diagramação é onde todos os elementos e especificações definidos nas fases anteriores são acomodados na peça, colocando em prática tudo que foi discutido nas fases anteriores.

Para a ADG (2003), a diagramação é:

Conjunto de operações utilizadas para dispor títulos, textos, gráficos, fotos, mapas e ilustrações na página de uma publicação ou em qualquer impresso de forma equilibrada, funcional e atraente, buscando estabelecer um sentido de leitura que atenda a determinada hierarquia de assuntos.

Neste livro, a diagramação atuou apenas como elemento de apoio ao texto previamente desenvolvido, sem prejudicar a compreensão da mensagem, atentando-se às hifenizações corretas e eliminando linhas que terminassem em um única palavra, chamadas por Lupton (2013) de "viúvas, órfãs e forcas".

Esses fatores contribuíram para a composição da publicação e fortalecem a hierarquia da informação, garantindo a boa exposição do conteúdo. Procurou-se fazer a escolha sensata de espaços em branco, utilizando seu potencial ao máximo, a fim

de destacar o conteúdo do livro e dar ao leitor momentos de descanso durante a leitura.

Figura 35: Exemplo de página do guia

---

conceitos gerais pós-produção

## Tipos de fotografia de moda

Dentro desse nicho, podemos ainda dividir a fotografia de moda em mais alguns segmentos - a campanha de moda, o lookbook e o still.



### Mas o que é uma campanha de moda?

A campanha de moda preza apenas por alguns **produtos-chave** que representam toda uma coleção; o número de fotos é menor quando comparado às de um lookbook, e existe uma história a ser contada pela fotografia, **um conceito a ser passado**. É criado um clima que transmite emoção, provoca desejo e chama à atenção. A peça não é apenas um produto, ela está inserida em um meio que representa a marca e a coleção. A pós-produção desse tipo de fotografia envolve muito desse clima a ser transmitido. Precisamos nos atentar principalmente às cores, ao cenário e à iluminação, para que tudo esteja de acordo com a narrativa ideal de coleção e corresponda aos detalhes incluídos na fotografia.

---

guia básico

9

Fonte: A autora, 2019

Figura 36: Exemplo de spread do guia

gêneros produção artefatos photoshop

## Ajustes de luz

### Trazendo foco para o produto

Uma fotografia nem sempre é feita nas condições ideais de luz, ela pode estar escurada ou superexposta. Os ajustes iniciais para essa correção já foram feitos anteriormente, no Adobe Lightroom, mas alguns detalhes mais pontuais podem ser corrigidos neste momento.

No exemplo ao lado poderemos notar que, apesar desta correção já ter sido feita, a luz da fotografia estava homogênea e não trazia destaque para nenhum elemento em especial.

Assim, utilizando máscaras para selecionar o foco (neste caso, os modelos), procurei clarear o cenário com uma camada de níveis, e destacar as partes claras e escuras dos modelos, com curvas de curvas, destacando mais o produto e levando o olhar ao foco. São mudanças sutis, mas que trazem mais destaque à parte desejada da imagem.

O céu também recebeu camadas de correções de luz e cor, iluminando a imagem como um todo.



guia básico

artefatos photoshop produção



32

Fonte: A autora, 2019

O diagrama de três colunas coube bem à publicação, facilitando a inserção das imagens de diferentes orientações e tamanho, bem como textos longos e curtos. As três seções do guia diferem-se por meio das capas de seção, que apresentam cores diferentes, e também por meio da cartola presente em todas as páginas, que indica ao leitor por meio de texto em qual parte ele se encontra.

Figura 37: Exemplo de spread com capa de seção

## Adobe Lightroom

### Por que o Lightroom?

Como utilizar o Lightroom como o primeiro software no tratamento de imagens por conta de alguns pontos fortes.

**A simplicidade da interface.** Os menus são intuitivos, os ponteiros são desolizantes e os botões são facilmente entendidos, possibilitando a visualização do resultado ainda no processo.

**Edição não destrutiva.** O arquivo de imagem nunca é alterado, todos os ajustes são aplicados sobre pré-visualizações da imagem original, tornando os ajustes todos reversíveis.

**Eficiência e velocidade.** É um software rápido por conta do trabalho com as pré-visualizações, isso possibilita também que trabalhe mais com as imagens em lote, realizando modificações que não são específicas para cada fotografia, mas sim várias, tornando o trabalho muito mais rápido.

## Perfis de cor

Na maior parte dos casos, existe uma grande diferença ao comparar a uma fotografia na tela LCD da câmera e a tela do computador. Para além das diferenças tecnológicas de ambiente, existem outras razões para essa diferença, desde a introdução de cores ao contraste da imagem, exposição e nitidez dos detalhes.

Para corrigir essa diferença é possível aplicar perfis de ajuste que algumas câmeras possuem nativamente. Esses perfis são essencialmente utilizados pelas câmeras para processar arquivos JPEG, mas também podem ser utilizados como ponto de partida para editar arquivos no formato RAW, que é o que utilizamos no Lightroom. Para tal, na seção Camera Calibration, basta você selecionar um dos perfis existentes em (perfil).



Imagem de um produto sem tratamento, antes de aplicar o perfil de cor

Imagem de um produto sem tratamento, depois de aplicar o perfil de cor

guia básico

Fonte: A autora, 2019.

Figura 38: exemplo de página da diagramação, ilustrando o diagrama de três colunas

pós-produção adobe photoshop

## O cabelo está bagunçado. O que pode ser feito?

Como podemos ver nesta imagem, o cabelo da modelo, devido às condições do clima, está muito bagunçado. Neste caso prefiro usar a **ferramenta carimbo**, que copia uma parte selecionada da imagem, permitindo que o fundo seja reproduzido e eliminando o cabelo. Se o resultado for muito artificial, podemos utilizar a ferramenta pincel do histórico, com opacidade menor no pincel, para voltar parte do processo feito com a ferramenta carimbo. Você pode também associar ao uso da ferramenta correção para um melhor acabamento da imagem.



Imagem antes da pós-produção.



Imagem depois da pós-produção.

guia básico

26

Fonte: A autora, 2019

Por fim, como último elemento elaborado do miolo do livro, foi desenvolvido o sumário. Este seguiu as diretrizes tipográficas do restante do guia, assim como o diagrama de três colunas. Buscou-se utilizar as três cores de apoio que já diferenciavam as seções para identificá-las.

Figura 39: Sumário do livro.

1		2		3	
CONCEITOS GERAIS		ADOBE LIGHTROOM		ADOBE PHOTOSHOP	
Apresentação	7	Por que o Lightroom?	16	Como posso me organizar no software para garantir um trabalho fluido?	21
O briefing	8	Perfis de cor	17	Por onde começar o tratamento?	21
Fotografia de moda comercial e conceitual	8	Ajustes de cor e iluminação	18	A que devo atentar no modelo durante a pós-produção?	22
Tipos de fotografia de moda		Reenquadramento	19	Como suavizar a pele?	23
Campanha de moda	9			Como posso remover um objeto indesejado do fundo?	24
Lookbook	10			Cabelo bagunçado	26
Still	11			O que são ações?	27
Formatos de imagem				Ajustes de cor	28
RAW	12			Ajustes de luz	32
PSD	12			Apagando o fundo e montando um still	36
TIFF	13			Deixando o fundo de uma foto branco - Lookbook	37
JPEG	13			Nitidez e fechamento de arquivo	39
Resolução ou tamanho de imagem? Quais são as diferenças?	14				
Sistemas de cores					
RGB					
CMYK					
PANTONE	15				

Fonte: A autora, 2019

#### 4.1.1 Capa

Para a capa da publicação, optou-se por criar uma capa simples, que se comunicasse bem com o estilo gráfico do livro. Buscou-se uma fotografia que fosse atraente ao olhar mas que não divergisse do caráter minimalista do projeto gráfico. A

tipografia da capa mantém-se correlata à do restante do guia, criando unidade.

Figura 40: proposta de capa gerada.



Fonte: A autora, 2019

#### 4.1.2 Especificações do projeto

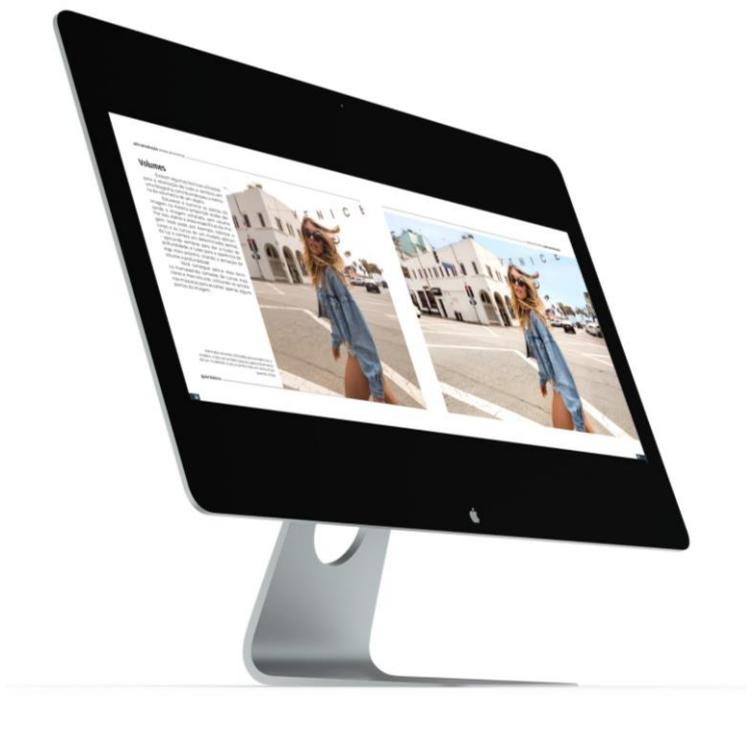
Este livro foi elaborado com o intuito de ser uma publicação digital, portanto não obedece a nenhuma especificidade técnica quanto à impressão e papéis usuais. Está disponível para consulta por meio da plataforma ISSUU e também como arquivo .PDF (Portable Document Format), o que garante ao indivíduo a possibilidade de leitura nos mais diversos dispositivos eletrônicos, sendo eles smartphones, computadores ou tablets.

A publicação tem formato de 270,94mm de largura e 203,19mm de altura. A mancha gráfica que compõe a publicação possui margens superiores de 25,398mm, margem inferior de 16,94mm, margem interna de 12,7mm e externa de 21,17mm. O módulo que compõe o *grid* tem 4,233mm. A exportação do arquivo ocorreu no formato PDF para publicação em dispositivos eletrônicos e desenvolvida em RGB.

As únicas duas imagens utilizadas neste guia que não são provenientes do ambiente de trabalho da acadêmica estão presentes na capa e na segunda-capa; estas duas foram retiradas de bancos de imagens gratuitos com as devidas licenças. Os textos foram desenvolvidos pela acadêmica.

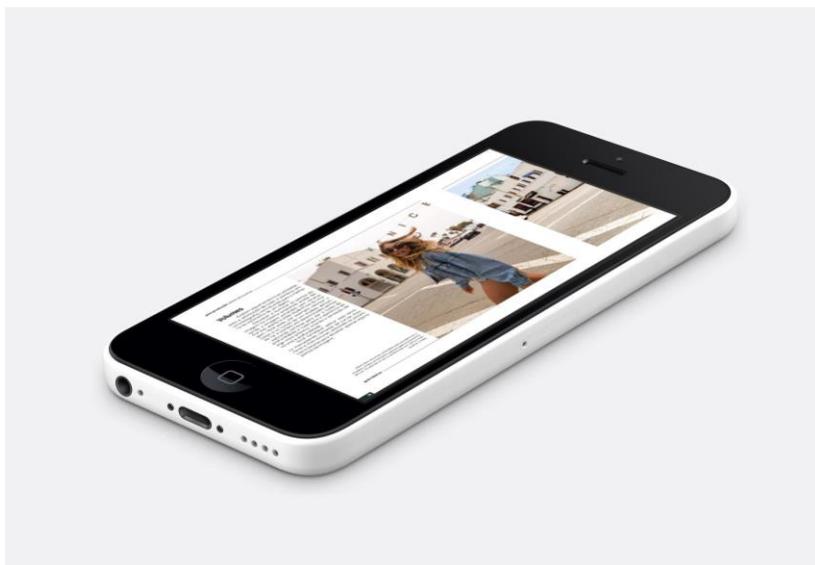
Para a apresentação final do resultado deste projeto gerou-se mockups, que auxiliam na apresentação da ideia.

Figura 41: Mockup para representação do guia em computadores.



Fonte: A autora, 2019.

Figura 42: Mockup para representação do guia em dispositivos móveis.



Fonte: A autora, 2019.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este trabalho, procurou-se atender às necessidades de um público específico, indivíduos que buscam conhecimento na área de tratamento de imagens para moda. No contexto atual, os materiais escritos para pesquisa são bastante raros e muitas vezes desatualizados, pois acompanham versões já ultrapassadas dos programas utilizados.

Foi com esta compreensão que o projeto foi desenvolvido; todos os processos de desenvolvimento do livro foram feitos para atender os objetivos principais, desde o desenvolvimento textual, passando pela seleção das fotografias e criação do projeto gráfico-editorial, resultando no guia do conteúdo exposto. O projeto gráfico buscou dar destaque ao material desenvolvido e às fotografias, respeitando a limitação de tempo disponível para elaboração do projeto.

Acredita-se que projeto poderá ser futuramente aplicado de outras maneiras, possibilitando a atualização do conteúdo conforme necessidade e viabilizando a aplicação em diversas outras mídias e distribuído de forma livre, com a possibilidade de abordagem de outros programas e discussões mais elaboradas nas edições seguintes.

Conclui-se que o projeto cumpriu com o objetivo de preencher a lacuna nos materiais de referência, contribuindo para a área da pesquisa, e também atendeu às necessidades e motivações pessoais da acadêmica.

## 6. REFERÊNCIAS

ADG, Associação dos Designers Gráficos. **O Valor do Design: Guia ADG Brasil de Prática Profissional do Designer Gráfico**. São Paulo: Editora SENAC, 2004.

AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Imagem**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BOMFIM, G. A. **Metodologia para desenvolvimento de projetos**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1999

BONNEVILLE, Douglas. **The Big Book of Font Combinations**. Rhode Island: BonFX Press, 2010.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify. 2005.

CASTRO, Luciano Patrício Souza de. SOUZA, Richard Perassi Luiz de. **A tipografia como base do projeto gráfico-editorial**. UFSC, Florianópolis: 2013.

FERNANDES, Emílio. **Preparando os arquivos para conversão de um ebook de layout fixo**. Disponível em: <<https://comopublicarebooksnaamazon.com/2015/04/preparando-conversao-de-um-ebook-de-layout-fixo/>> Acesso em 4 de Outubro de 2019.

FUENTES, Rodolfo. **A Prática do Design Gráfico: Uma metodologia criativa**. São Paulo: Edições Rosari, 2006.

LUPTON, Ellen. **Pensar com Tipos: Guia para Designers, Escritores e Estudantes**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

MATTÉ, Volnei A. **O Conhecimento da Prática Projetual dos Designers Gráficos como Base para o Desenvolvimento de Materiais Didáticos Impressos.** Tese, 2009.

MEÜRER, Mary Vonni **Seleção Tipográfica no Contexto do Design Editorial: um modelo de apoio à tomada de decisão.** PósDesign UFSC, 2017.

MILLER, Paul. **Photoshop is a city for everyone: how Adobe endlessly rebuilds its classic app.** Disponível em: <<https://www.theverge.com/2013/2/13/3959868/photoshop-is-a-city-for-everyone-how-adobe-endlessly-rebuilds-its>> Acesso em 4 de Outubro de 2019.

MITCHELL, William J. **The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era.** Cambridge, Mass: MIT Press, 1992.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas.** São Paulo, Ed. Martins Fontes. 2008.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. **Vitrinas, acidentes estéticos da cotidianidade.** São Paulo: Educ, 1997.

OLIVEIRA, Erivam M. de. **Da fotografia analógica à ascensão da fotografia digital.** 2006. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/oliveira-erivam-fotografia-analogica-fotografia-digital.pdf>> Acesso em 13 de Setembro de 2019.

POGUE, David. **Fotografia Digital, o manual que faltava.** São Paulo: Universo dos Livros, 2009.

RUIZ, Guillermo González. **Estudio de Diseño.** Buenos Aires: Emecé Editores, 1994.

SAMARA, Timothy. **Guia de Design Editorial**: Manual prático para o design de publicações. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SANTOS, Joel. **Fotoedição, O guia essencial de pós-produção com Photoshop Lightroom e Adobe Camera Raw**. Famalicão, Portugal: Centro Atlântico, 2013.

APÊNDICE A – Livro completo.



Canon

# Guia Básico para Tratamento de Imagens de Moda

Betina Bugnotto

# Guia Básico para Tratamento de Imagens de Moda

Betina Bugnotto

Este guia é fruto de um projeto  
de conclusão de curso, do curso  
de Design da Universidade  
Federal de Santa Catarina

# Sumário

## 1

### CONCEITOS GERAIS

Apresentação	7
O briefing	8
Fotografia de moda comercial e conceitual	8
Tipos de fotografia de moda	
Campanha de moda	9
Lookbook	10
Still	11
Formatos de imagem	
RAW	12
PSD	12
TIFF	13
JPEG	13
Resolução ou tamanho de imagem? Quais são as diferenças?	14
Sistemas de cores	
RGB	
CMYK	
PANTONE	15

## 2

### ADOBE LIGHTROOM

Por que o Lightroom?	16
Perfis de cor	17
Ajustes de cor e iluminação	18
Reenquadramento	19

## 3

### ADOBE PHOTOSHOP

Como posso me organizar no software para garantir um trabalho fluido?	21
Por onde começar o tratamento?	21
A que devo atentar no modelo durante a pós-produção?	22
Como suavizar a pele?	23
Como posso remover um objeto indesejado do fundo?	24
Cabelo bagunçado	26
O que são ações?	27
Ajustes de cor	28
Ajustes de luz	32
Apagando o fundo e montando um still	36
Deixando o fundo de uma foto branco - Lookbook	37
Nitidez e fechamento de arquivo	39

# Apresentação

Este livro-guia busca auxiliar designers e entusiastas no tratamento de uma fotografia de moda, levando em consideração a fotografia de moda comercial, focada no produto.

Se você está lendo este livro, então você já está familiarizado com a estrutura dos softwares. Iremos retocar uma série de **imagens de moda**, passando por todos os processos, desde a seleção da imagem até o fechamento do arquivo, abordando, é claro, os processos que resultam numa imagem final satisfatória e que atende às necessidades do público - as suas ou do seu cliente.

Os softwares normalmente apresentam ferramentas diversas que servem para realizar as mesmas tarefas - seleção, corte, correção de exposição, equilíbrio de cores, etc. Para facilitar o entendimento, neste projeto utilizaremos como base os softwares mais utilizados neste meio, o *Adobe Lightroom* e o *Adobe Photoshop*, mas mantendo em mente que estes ajustes podem ser realizados por meio de outras ferramentas, com a mesma finalidade.

O propósito deste livro **não é ser um guia técnico**, que ensina a utilizar as ferramentas, mas sim um convite ao leitor a explorar o software e entender o que ele pode realizar como um todo, não apenas apresentando macetes. **Não existe um caminho único e infalível para a pós-produção de imagens**, então o que apresento aqui é o caminho que costumo tomar, como um panorama básico na pós-produção de fotografias de moda.

A ideia surgiu a partir de algumas dificuldades com as quais me deparei ao iniciar na profissão sabendo apenas o básico do software, mas sem entender ajustes específicos para a área da moda. Entendi que um guia básico, que apresentasse soluções e reflexões rápidas, serviria bem a esse propósito - o de uma pessoa que não é totalmente leiga no assunto, mas que precisa de respostas após uma consulta breve. Pensando nisso, o formato de perguntas e respostas expondo meu próprio processo de trabalho foi o mais adequado, já que também as fotos escolhidas para o projeto são frutos de trabalhos reais, refletindo o dia-a-dia de profissionais que trabalham com tratamento de imagem.

## O briefing

Estranhamente, a primeira coisa a ser pensada é a que fim serve a imagem a ser tratada. Ela precisa ser compreendida como um todo, considerando as características do cliente e atendendo às especificidades da demanda. Esse é um pensamento a ser mantido em mente durante toda a pós-produção.

Pensando nisso, considere - qual é o destino final desta imagem? Um outdoor, um catálogo? Esses questionamentos irão interferir no modo com que a fotografia será pós-produzida. Após um briefing bem feito com o cliente, você entenderá quais as necessidades dele e poderá pensar quais as melhores maneiras de atendê-las; uma campanha de moda de verão, por exemplo, poderá pedir alterações nas cores da fotografia aparentando um clima mais quente, e uma campanha de inverno pode pedir tons mais frios ou aconchegantes.

## Fotografia de moda comercial e conceitual - quais as diferenças?

A fotografia de moda **conceitual** é **subversiva**, com ângulos inusitados e imagens que nem sempre têm como foco principal o produto, e sim a **atmosfera** na qual se pretende colocá-lo. Este tipo de imagem convida o espectador a parar e pensar sobre o que vê, sentir-se instigado pela fotografia. O objetivo do fotógrafo neste tipo de imagem não é vender a peça, e sim o comportamento e o conceito. Assim como na fotografia, a pós-produção dela também também é mais livre, permitindo que o profissional divirta-se e ouse mais no tratamento.

A fotografia de moda **comercial** costuma ser voltada especificamente para a **venda e divulgação** dos produtos. Neste nicho, o mais aceito pelo público em geral, as imagens são pensadas de modo que o produto esteja sempre em evidência e sem defeitos, ilustrando perfeitamente o caimento das peças de uma coleção. A atmosfera em que os modelos estão inseridos ainda é importante, mas o foco está produto e na forma que ele pode ser usado; a linguagem é mais clara e atinge mais facilmente todos os públicos.

## Tipos de fotografia de moda

Dentro desse nicho, podemos ainda dividir a fotografia de moda em mais alguns segmentos - a campanha de moda, o lookbook e o still.



### Mas o que é uma campanha de moda?

A campanha de moda preza apenas por alguns **produtos-chave** que representam toda uma coleção; o número de fotos é menor quando comparado às de um lookbook, e existe uma história a ser contada pela fotografia, **um conceito a ser passado**. É criado um clima que transmite emoção, provoca desejo e chama à atenção. A peça não é apenas um produto, ela está inserida em um meio que representa a marca e a coleção. A pós-produção desse tipo de fotografia envolve muito desse clima a ser transmitido. Precisamos nos atentar principalmente às cores, ao cenário e à iluminação, para que tudo esteja de acordo com a narrativa ideal de coleção e corresponda aos detalhes incluídos na fotografia.

## O que é um lookbook?

O objetivo principal do lookbook é **vender a peça**, por isso esse tipo de fotografia mostra todos os detalhes do produto e o que o cliente mais quer valorizar nele. Os looks são montados por um produtor de moda e possuem todas as peças da coleção da marca. Por ser em grande quantidade, as poses em geral são mais paradas e valorizam a visualização do produto, podendo ser de frente, costas e lado. Na pós-produção deste tipo de fotografia é importante que você analise a peça toda para que **não existam defeitos no produto**; a presença de amassados ou fios soltos pode tirar a atenção de quem está vendo a foto com um olhar minucioso.

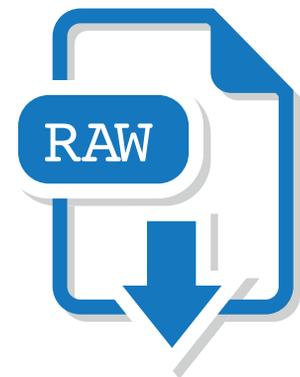


## O que é um still?

A fotografia still refere-se à **fotografia de objetos parados**, sem movimento. Muito utilizada para a comercialização, tem como principal objetivo demonstrar determinado produto. É também conhecida simplesmente por “fotografia de produto”. É indispensável na publicidade, seja em mídias impressas ou na web. Os stills são mais comumente utilizados nos e-commerces, apresentando fundo branco, transparente ou neutro, que pode ser aplicado em diferentes sites e plataformas. Com estas características, este tipo de fotografia atende à **demanda dos clientes de comércio eletrônico**, que desejam ver os produtos em detalhes. O papel da pós-produção neste caso é o de atentar sempre aos detalhes da peça, igualar o fundo ou deixá-lo transparente.



## Quais são os formatos de imagem mais utilizados na fotografia?



### RAW

Os arquivos RAW são os arquivos brutos, crus, sem compressão ou modificação. Contém informações reais (não processadas, em seu estado original) registradas pelo sensor da câmera. Ou seja, não podem ser visualizadas como uma imagem, precisam passar por um processo de conversão desses dados em uma imagem visível.

Essa conversão torna necessário um pós-processamento, com balanço de brancos, contraste, saturação de cores, nitidez, redução de ruído e compressão do arquivo em outro formato. Funciona como o negativo da analógica na fotografia digital, necessitando de revelação. Esta revelação pode ser feita por meio de softwares, como o Adobe Lightroom, que será utilizado neste guia.

Assim, para o pós-processamento, o ideal é que as imagens sejam sempre fotografadas no formato RAW para que a conversão para outros formatos seja feita mais tarde.



### PSD

O formato PSD é indicado principalmente para usuários do Adobe Photoshop por possuir suporte a máscaras, modo CMYK, camada de texto, canais alfa e outras ferramentas avançadas. Funciona bem para o tratamento de imagens, permitindo a organização por camadas. Muitos profissionais preferem salvar a imagem em PSD, mantendo a estrutura editada e gerando outros formatos conforme a necessidade (como o JPEG).

### JPEG

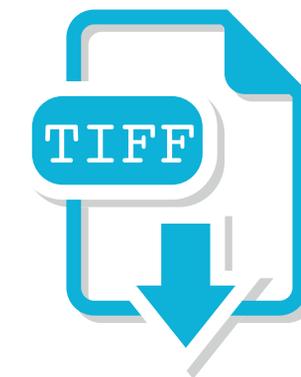
O JPEG é o formato mais utilizado na web graças à sua alta taxa de compressão, que reduz consideravelmente o espaço ocupado pelas imagens. Ele possui compressão ajustável, permitindo a regulação da relação entre qualidade e tamanho da imagem. Comparado a outros formatos, o JPEG é o mais leve e popular, por isso é mais utilizado para o envio de imagens por e-mail e publicações em blogs, sites e redes sociais - ou seja, no meio digital; para finalidades de impressão sugiro priorizar o formato TIFF, já que o JPEG remove pixels com cores e tons similares, igualando-os, reduzindo assim a quantidade de variações dentro da imagem.

Quanto maior a compressão, menor o tamanho do arquivo e, conseqüentemente, menor a qualidade da foto.

### TIFF

Para impressão em alta resolução, convém trabalhar com este formato. Você poderá fazer todas as alterações necessárias em sua imagem, sem comprometer a qualidade. Além do suporte a diversos canais (o alpha, inclusive), ele permite que você use compactações que não agridem a qualidade da imagem, como o LZW e o ZIP.

Por possuir baixa ou quase nenhuma compressão, a imagem não perde em detalhes, como o JPG, porém os arquivos são bem maiores e mais pesados.



## Resolução ou tamanho de imagem? Quais são as diferenças?

Uma imagem digital bitmap é composta por pixels como unidade de medida. Um pixel pode ser comparado a uma célula. Cada pixel possui apenas uma cor, então para compor uma imagem precisamos de milhares de pixels de cores diferentes, que juntos formarão a imagem, resultando na percepção de profundidade, luz, sombra, etc. A resolução é medida por pixels por polegada (PPI - pixels per inch, para monitores) ou pontos por polegada (DPI - dots per inch, para impressão).

Uma imagem de alta resolução é uma imagem com grande quantidade de pixels. Quanto mais pixels, maior a resolução, resultando numa imagem mais definida em detalhes. Portanto, uma imagem com alta resolução é de alta qualidade, mas uma imagem com tamanho grande não é necessariamente de alta qualidade, porque ela pode conter uma quantidade pequena de pixels distribuídos num espaço maior, resultando em uma foto menos detalhada.

É importante levarmos em conta a necessidade do cliente, bem como o destino da imagem, para que se possa adequar a resolução e o tamanho ideal. Um arquivo que será impresso precisa de uma resolução de no mínimo 300dpi; já um arquivo que destina-se apenas à web não necessita de uma resolução tão grande, pois a resolução tem como consequência um arquivo mais pesado e de carregamento lento, e aparência não facilmente diferenciável.

Já para grandes formatos, como banners, lonas e adesivações, os arquivos geralmente são enviados com resolução mínima de 300 dpi e com 30% do tamanho real - ou seja, um outdoor, por exemplo, terá um tamanho maior, mas a qualidade da imagem será menor, já que os pixels serão vistos de muito longe, sem a necessidade de grande qualidade quando próximos.



Imagem com resolução de 300dpi.



Imagem com resolução de 40dpi.

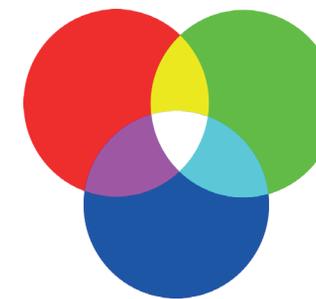
## Sistemas de cores

### RGB

É o sistema criado para captação e reprodução de cores em objetos que emitem luz, como **aparelhos eletrônicos** e diferentes modelos de **tela**.

Essas cores (**Red** - vermelho, **Green** - verde e **Blue** - azul) foram escolhidas por serem primárias da luz, e suas combinações em determinadas quantidades originam outras 16 milhões de cores. Cada uma das cores obtidas está enquadrada numa escala que varia de 0 a 255, combinando os valores. Quando a mistura das três está no valor mínimo (0, 0, 0), o resultado é a cor preta. Quando está no máximo (255, 255, 255), resulta na cor branca. Este é o sistema de cores **aditivo**.

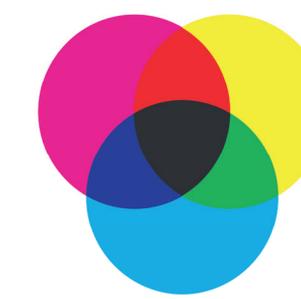
O sistema RGB não pode ser utilizado em imagens que serão impressas, pois ele existe apenas em um meio baseado em luz e não em pigmento.



### CMYK

O CMYK é o sistema formado pelas cores **Ciano**, **Magenta**, **Yellow** e **Key**. É um sistema de cor **subtrativo**, ou seja, baseado em pigmento - que quando sobrepostos ficam cada vez mais escuros. A cor que vemos é um reflexo da luz que incide sobre o pigmento, e uma vez sobrepostos esses pigmentos refletem menos luz, até não haver luz nenhuma, resultando no preto. Esse sistema baseia-se sempre na quantidade do preto, a cor key (chave).

É o sistema utilizado pela indústria gráfica para impressão de materiais. Ou seja, sempre que for imprimir um material, utilize o CMYK, pois ele reproduz grande parte das cores do espectro visível. Ainda assim, nem todas as cores podem ser impressas pelo CMYK, necessitando de um sistema de cores especiais, o Pantone.



### PANTONE

O sistema Pantone é uma escala de cores criada pela empresa estadunidense Pantone Inc. Estas cores não estão no quadro CMYK, e são escolhidas através de uma numeração no catálogo.

Cada cor tem o seu próprio código e funciona como se fosse a identidade da cor, código esse composto por três ou quatro números e uma letra, C ou U.

É um sistema utilizado para gerar cores que não se encontram no espectro do CMYK, produzindo, por exemplo, tons e efeitos metálicos e fluorescentes.



# Adobe Lightroom

## Por que o Lightroom?

Costumo utilizar o Lightroom como o primeiro software no tratamento de imagens por conta de alguns pontos fortes:

**A simplicidade da interface.** Os menus são intuitivos, os ponteiros são deslizantes e os botões são facilmente entendidos, possibilitando a visualização do resultado ainda no processo.

**Edição não destrutiva.** O ficheiro de imagem nunca é alterado, todos os ajustes são aplicados sobre pré-visualizações da imagem original, tornando os ajustes todos reversíveis.

**Eficiência e velocidade.** É um software rápido por conta do trabalho com as pré-visualizações. Isso possibilita também que trabalhem com as imagens em lote, realizando modificações que não são específicas para cada fotografia, mas sim várias, tornando o trabalho muito mais rápido.

## Perfis de cor

Na maior parte dos casos, existe uma grande diferença ao comparar a uma fotografia na tela LCD da câmera e a tela do computador. Para além das diferenças tecnológicas e de ambiente, existem outras razões para essa diferença, desde a reprodução de cores ao contraste da imagem, exposição e nitidez dos detalhes.

Para corrigir essa diferença é possível aplicar perfis de ajuste que algumas câmeras possuem nativamente. Esses perfis são essencialmente utilizados pelas câmeras para processar arquivos JPEG, mas também podem ser utilizados como ponto de partida para editar arquivos no formato RAW, que é o que utilizamos no Lightroom. Para tal, na seção Camera Calibration, basta você selecionar um dos perfis existentes em Profile.



Imagem de um produto sem tratamento, antes de aplicar o perfil de cor



Imagem de um produto sem tratamento, depois de aplicar o perfil de cor

## Ajustes de cor e iluminação

É bom que você brinque com os ajustes de modo a perceber o que cada um faz - leve cada um ao máximo e ao mínimo para perceber bem a diferença entre um e outro. Assim que ver o que fica bom para esse lote de arquivos como um todo, você pode começar a inserir os valores nas fotos para que a iluminação e a cor fiquem semelhantes no conjunto, criando unidade para a campanha.



Diferença de uma fotografia com valores de configurações zerados e ajustados.

## Reenquadramento

Nem sempre a fotografia é realizada com o melhor enquadramento possível; às vezes o horizonte está torto, às vezes alguns elementos desnecessários estão incluídos na foto, ou o enquadramento leva o olhar para uma parte indesejada da imagem.

No caso abaixo, por exemplo, a imagem foi fotografada no formato paisagem, horizontal, mas o cliente decidiu que esta mesma imagem deveria compor uma página inteira de um catálogo. Foi necessário o uso da **ferramenta cortar**, modificando a foto para o formato de retrato, vertical. Nestes casos, você precisa atentar-se aos elementos principais da fotografia, já que boa parte da imagem será perdida no recorte; considerar o que é essencial e importante para a foto - neste caso, a própria peça de roupa.



Imagem inteira, como fotografada.



Imagem após o reenquadramento.

## Adobe Photoshop

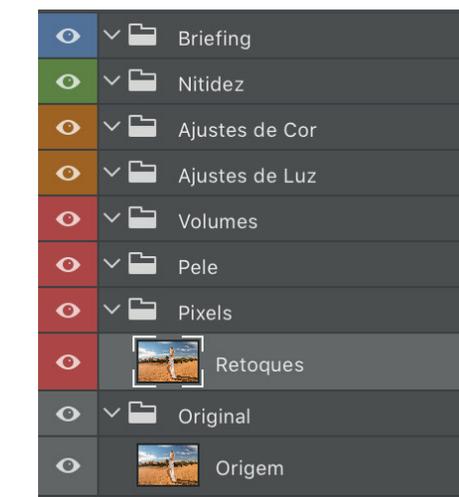
Após esses ajustes iniciais, você pode exportar as fotografias para outro formato para que sejam editadas em outro software com mais precisão de detalhes e ferramentas. Neste caso, costumo utilizar o Photoshop, com o arquivo em formato PSD. Este formato permite a criação de camadas não destrutivas e o software possui uma ampla gama de ferramentas e ajustes para a pós-produção meticulosa por meio de pincéis, filtros e camadas de ajustes.

## Como posso me organizar no software para garantir um trabalho fluido?

Como as etapas para a pós-produção de uma imagem de moda são várias, é preciso que você se organize em seu espaço para que alguns processos não se percam. O photoshop oferece o recurso de camadas, possibilitando um controle maior sobre cada elemento da imagem.

Costumo criar um grupo de camadas para cada etapa do tratamento, como vemos ao lado, o que facilita na visualização e na organização. Dessa forma não deixo de fora nenhuma das etapas padrão, pois já estão todas descritas.

Lembre-se de sempre manter uma cópia do arquivo original numa camada, para que possa voltar em eventuais ajustes equivocados.



Etapas da pós-produção enumeradas do primeiro ao último passo.

## Por onde começar o tratamento?

Com o arquivo já organizado, fica mais fácil saber por onde começar o tratamento. Seguindo as etapas das camadas, costumo começar fazendo retoques básicos na imagem, como a suavização da pele e remoção de objetos indesejados.

## A que devo atentar no modelo durante a pós-produção?

São diversas as coisas às quais você pode atentar. Costumo procurar pelas seguintes:

1. Imperfeições na pele (rugos, espinhas, marcas de expressão);
2. Marcas no corpo devido a outras roupas (um biquíni que a modelo estava usando anteriormente e que deixou marcas, por exemplo) e machucados;
3. Maquiagem (após uma sessão de algumas horas, é natural que a maquiagem tenha se acumulado ou borrado);
4. Cabelo muito bagunçado. Bastante comum em sessões externas, quando o vento pode bagunçar o cabelo ou deixá-lo com frizz.

## Como suavizar a pele?

As câmeras profissionais fazem fotos bastante nítidas, então é natural que acne, cicatrizes, olheiras ou rugas sejam evidenciadas. Para corrigir isso você pode usar diversas ferramentas. A **ferramenta correção** costuma funcionar bem removendo a maioria dessas marcas. Apenas atente para essas correções, uma pessoa que não possui nenhuma marca de expressão ou poros aparentes é uma pessoa irreal. Quanto maior o tamanho da seleção feita com a ferramenta, mais informação da imagem original será retirada. O ideal é fazer uma **correção minuciosa das imperfeições**, para que a textura da pele e o brilho não sejam perdidos e o resultado não seja um boneco de cera. Certifique-se de prestar atenção ao corpo todo, não apenas ao rosto.

Essa ferramenta também pode ser utilizada para remoção de tatuagens, quando necessário.

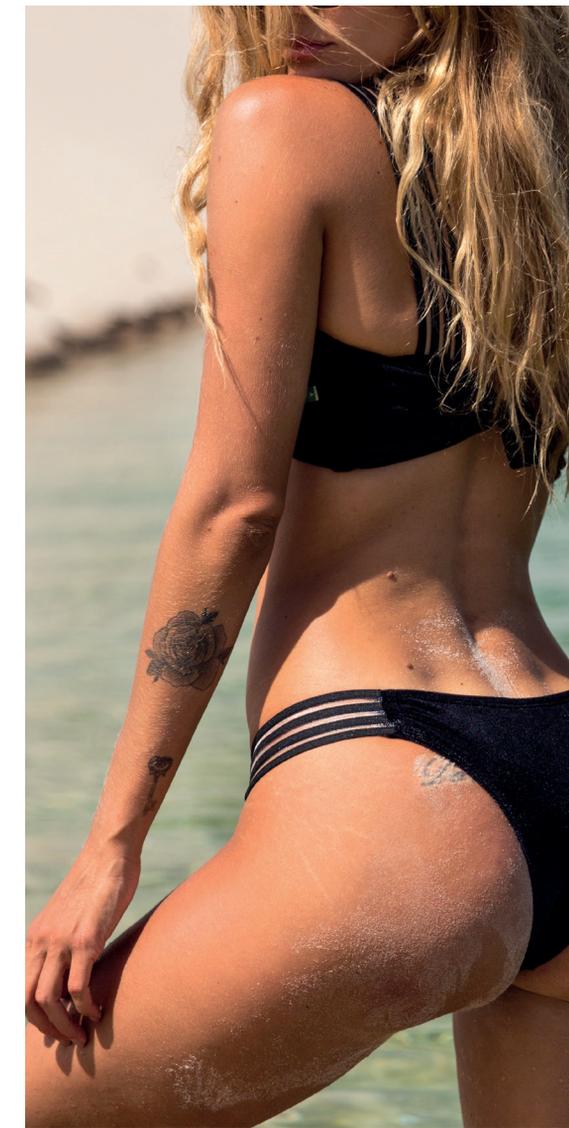


Imagem antes do tratamento da pele.

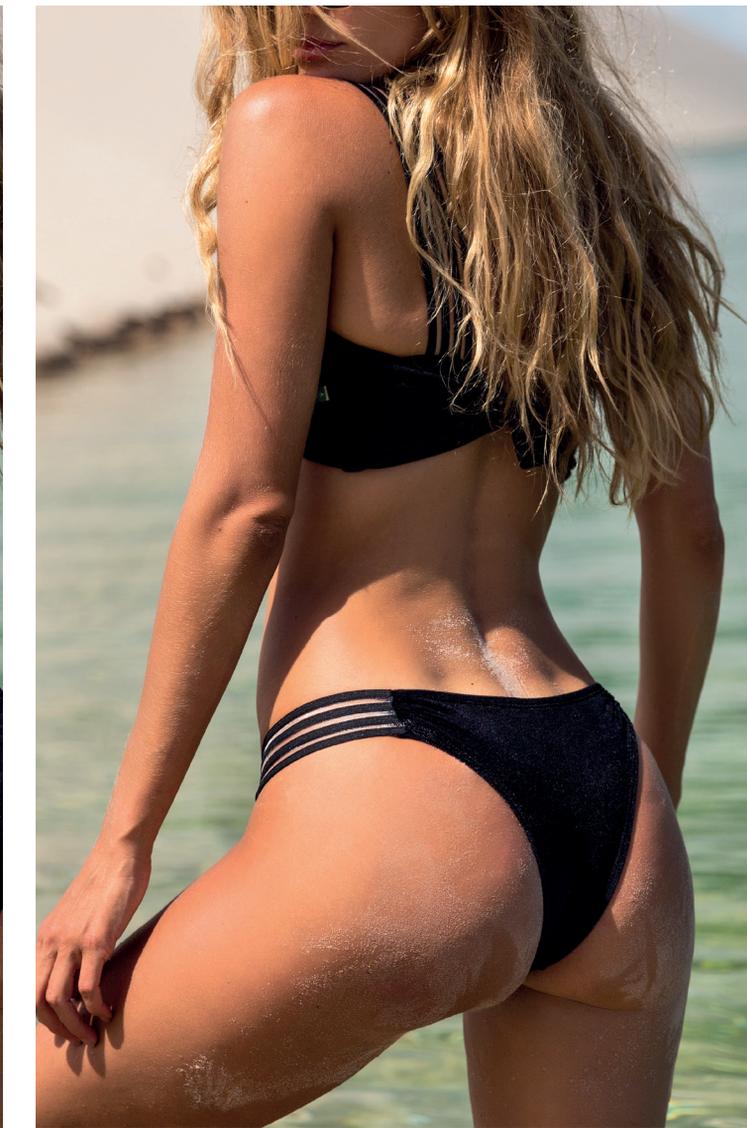


Imagem após o tratamento da pele.

## Como posso remover um objeto indesejado do fundo?

Muitas vezes, na hora da sessão de fotos, há um objeto que não pode ser removido mas que atrapalha na fotografia final. Isso também pode ser resolvido na pós produção com uma série de ferramentas, a depender do tamanho do objeto ou o cenário no qual ele está inserido. Apresento aqui dois exemplos para ilustrar este processo.

O photoshop possui uma ferramenta chamada preencher **sensível ao conteúdo**, que preenche uniformemente partes selecionadas de uma imagem com um conteúdo semelhante às partes ao redor da foto. Dessa forma, procuro utilizá-la sempre que há alguma pessoa indesejada no fundo, por exemplo, já que a ferramenta inteligente costuma excluí-las pelo menos parcialmente. Como o resultado nem sempre será perfeito, você poderá associar essa ferramenta ao uso do carimbo, por exemplo, copiando partes da imagem que correspondam ao que queremos apresentar.



## O cabelo está bagunçado. O que pode ser feito?

Como podemos ver nesta imagem, o cabelo da modelo, devido às condições do clima, está muito bagunçado. Neste caso prefiro usar a **ferramenta carimbo**, que copia uma parte selecionada da imagem, permitindo que o fundo seja reproduzido e eliminando o cabelo. Se o resultado for muito artificial, podemos utilizar a ferramenta pincel do histórico, com opacidade menor no pincel, para voltar parte do processo feito com a ferramenta carimbo. Você pode também associar ao uso da ferramenta correção para um melhor acabamento da imagem.



Imagem antes da pós-produção.

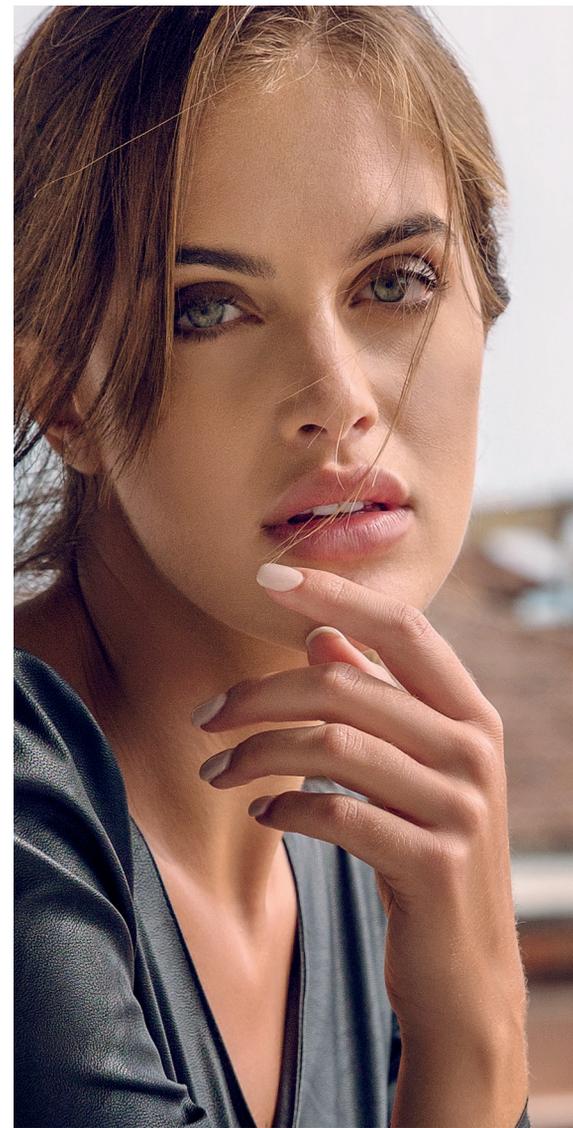


Imagem depois da pós-produção.

## O que são ações? Como utilizá-las?

Uma *ação* é uma série de tarefas reproduzidas em um único arquivo ou lote de arquivos — comandos de menu, opções de painel, ações de ferramenta e assim por diante. Por exemplo, é possível criar uma ação que altera o tamanho de uma imagem, aplica um efeito e, em seguida, salva o arquivo no formato desejado.

Portanto, as ações podem servir a inúmeros propósitos, quando você mantém em mente que ela irá **automatizar processos que seriam feitos várias vezes**, em vários arquivos. Basta fazer o processo uma vez, gravando-o como uma ação e depois reproduzindo-o em uma pasta de arquivos específica. Costumo utilizar ações para otimizar processos como salvar uma série de fotografias em um formato específico ou aplicar filtros de nitidez.

## Os retoques nos modelos e cenário foram feitos. E agora?

Agora podemos partir para os ajustes de cor e de iluminação. O photoshop oferece uma série de ferramentas para esses ajustes, cada uma trabalhando de uma forma. Você poderá decidir o que funciona melhor em cada imagem após explorar essas ferramentas. Mostro aqui alguns ajustes feitos em imagens e o por quê da escolha destas ferramentas, mas sinta-se livre para descobrir outras formas de utilizá-las a seu benefício.

## Ajustes de cor

### Pele muito vermelha

Em sessões de várias horas ao sol, mesmo com todos os cuidados a modelo pode acabar com a pele queimada. Foi este o caso da foto ao lado, os ombros da modelo foram ficando vermelhos ao longo da sessão, e igualar o tom do rosto ao do corpo foi a responsabilidade do tratamento de imagem.

Nesta situação, utilizei a **ferramenta cor seletiva** para selecionar as partes vermelhas da foto. Com o canal vermelho selecionado, diminuí a quantidade de magentas e aumentei um pouco os cianos e amarelos, diminuindo assim a vermelhidão da pele.

Você pode reparar que o rosto da modelo também estava muito claro quando comparado ao resto do corpo. Uma camada de curvas selecionando apenas o rosto já permite que você escureça um pouco o tom e iguale a pele, resolvendo essa desarmonia.

Procure sempre atentar a essas discrepâncias, resolvendo-as para em seguida conseguir ressaltar os pontos desejados.

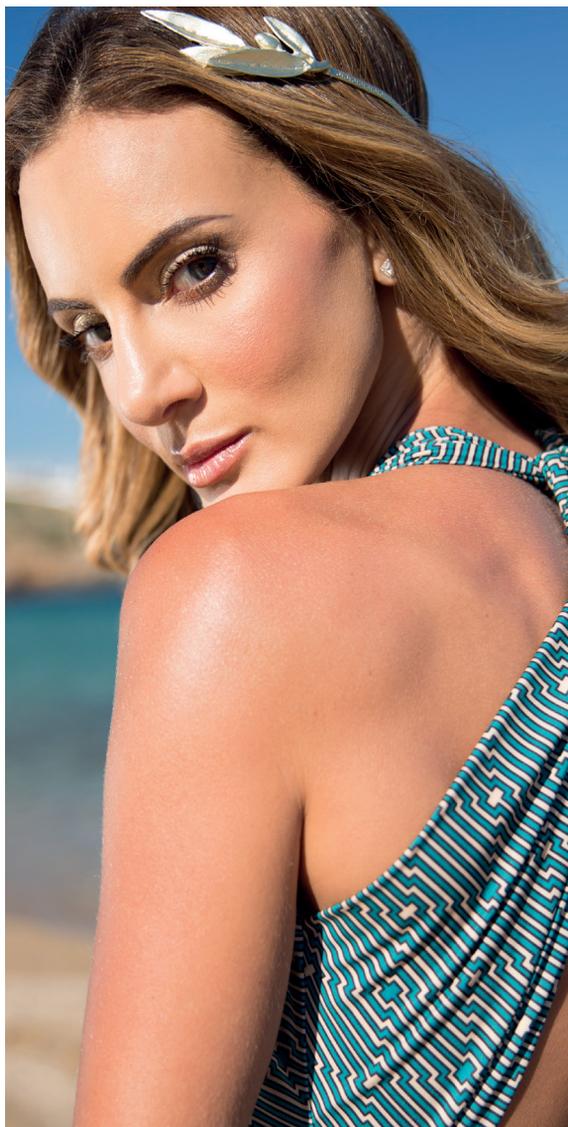


Imagem antes da pós-produção.

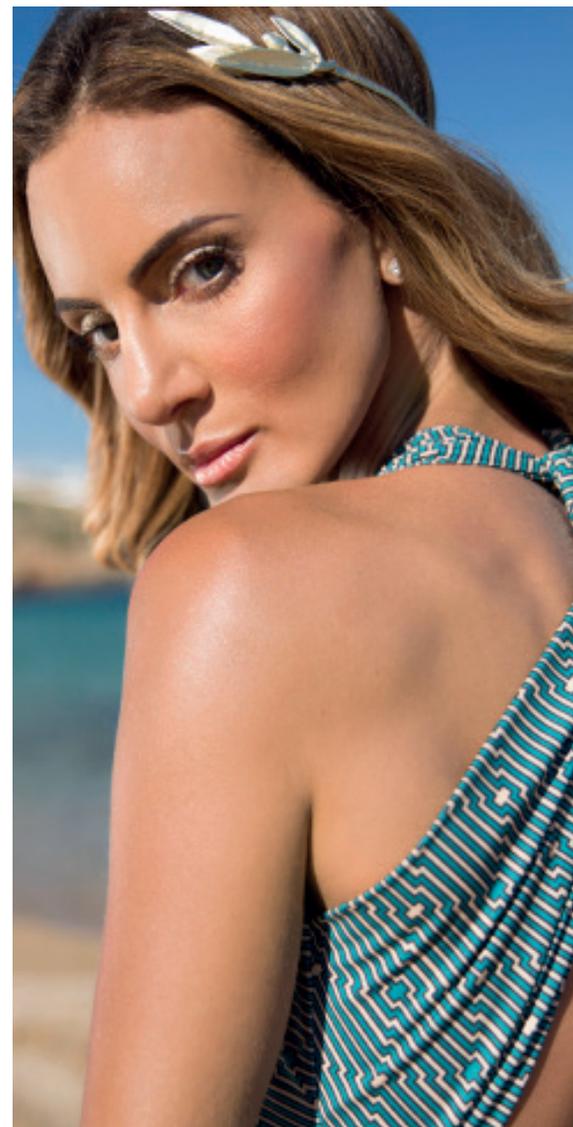


Imagem depois da pós-produção.

## Trocando a cor do produto

Às vezes, por diversas razões, um cliente pode querer que você mude a cor de um produto. Ele pode ter sido fotografado errado, ou o estilista decidiu que uma certa cor não seria utilizada.

Assim, há inúmeras ferramentas com as quais a troca pode ser feita. Você precisará analisar a cor inicial e a cor final desejada para o produto, para assim escolher a melhor forma de fazê-lo.

Se o processo exige apenas escurecer uma cor, por exemplo, uma camada de **curvas** ou **níveis** já costuma bastar. A seleção do produto precisa ser feita minuciosamente por meio de **máscaras**, para que o resultado não fique artificial.

Se a cor final do produto difere muito da cor inicial, como no exemplo ao lado, o ideal é que você experimente mesclar diversas camadas de ajustes. No exemplo utilizei o matiz/saturação para alcançar o azul, e camadas de balanço de cor, níveis e cor seletiva para chegar à exata tonalidade de azul pretendida.



Peça da cor original, antes da troca de cor.



Peça após a troca de cor.

## Criando filtros de cor

Uma campanha de inverno, por exemplo, nem sempre será fotografada num dia invernal - inclusive, como as campanhas geralmente são fotografadas com antecedência, pode ser que a sessão seja ainda no verão. Assim, a responsabilidade da pós-produção é conferir à fotografia a atmosfera invernal, para que a campanha acompanhe as peças.

Nesse caso, é essencial refletir quais elementos trazem a sensação de inverno para uma imagem - tons quentes ou frios? Céu azul, céu acinzentado? Na foto ao lado, a proposta foi essa. Tentei aplicar tons mais alaranjados, com o preto ressaltado, e o céu foi transformado no céu do pôr-do-sol. Se o tema fosse inverno, por exemplo, as cores da fotografia poderiam ser mais frias; tudo depende da proposta do cliente e das referências apresentadas no briefing.

As ferramentas podem ser as mesmas utilizadas para a troca de cor do produto. Apenas atente às exigências dos clientes, o filtro de cor aplicado em uma fotografia pode mudar a cor do produto. Nesses casos, você poderá criar uma máscara selecionando o produto e excluindo qualquer alteração de cor feita nele.



# Ajustes de luz

## Trazendo foco para o produto

Uma fotografia nem sempre é feita nas condições ideais de luz, ela pode estar estourada ou superexposta. Os ajustes iniciais para essa correção já foram feitos anteriormente, no Adobe Lightroom, mas alguns detalhes mais pontuais podem ser corrigidos neste momento.

No exemplo ao lado podemos notar que, apesar desta correção já ter sido feita, a luz da fotografia estava homogênea e não trazia destaque para nenhum elemento em especial.

Assim, utilizando máscaras para selecionar o foco (neste caso, os modelos), procurei clarear o cenário com uma camada de níveis, e destacar as partes claras e escuras dos modelos com camadas de curvas, destacando mais o produto e levando o olhar ao foco. São mudanças sutis, mas que trazem mais destaque à parte desejada da imagem.

O céu também recebeu camadas de correções de luz e cor, iluminando a imagem como um todo.



## Volumes

Existem algumas técnicas utilizadas para a valorização de luzes e sombras em uma fotografia, contribuindo para a melhoria da volumetria de um objeto.

Escurecer e iluminar os pontos da imagem na mesma proporção acaba deixando a imagem achatada, sem volume. Por isso, atente à áreas específicas da imagem. Você pode, por exemplo, valorizar o corpo e as curvas de um modelo aplicando luz e sombra em determinados pontos - aplicando sombras para dar a ilusão de profundidade, e luzes para a aparência de algo mais próximo, criando a sensação de volume e profundidade.

Você consegue aplicar essa técnica manuseando camadas de curvas mais claras e mais escuras, utilizando os pincéis nas máscaras para escolher apenas alguns pontos da imagem.

Além dos volumes utilizados para evidenciar a modelo, a foto ao também passou pelo tratamento de cor, mudando o céu e conferindo um clima mais quente à foto.



## Apagando o fundo de uma fotografia e montando o still

Como destacamos anteriormente, as fotos still geralmente exigem um fundo transparente e a montagem do produto precisa ser feita em 3D. Para obter esse feito, você precisará fazer um recorte da imagem como um todo, deixando o fundo transparente. Esse recorte pode ser feito com mais precisão com a ferramenta caneta, que permite que você exclua os pontos e faça as curvas necessárias.

Para a montagem da imagem em 3D você geralmente terá **4 fotos do produto** - uma da frente, uma das costas e duas do avesso. Este será um exercício para a sua mente de entender qual será a parte do produto mostrada em cada vista da peça.

Para a composição da peça você poderá utilizar algumas ferramentas que permitem o manuseio da proporção das peças, como a ferramenta distorção de marionete, a ferramenta deformar em perspectiva e o filtro de distorção, muito utilizado também para diminuir ou aumentar medidas em modelos.



Fotografia still da frente da peça.



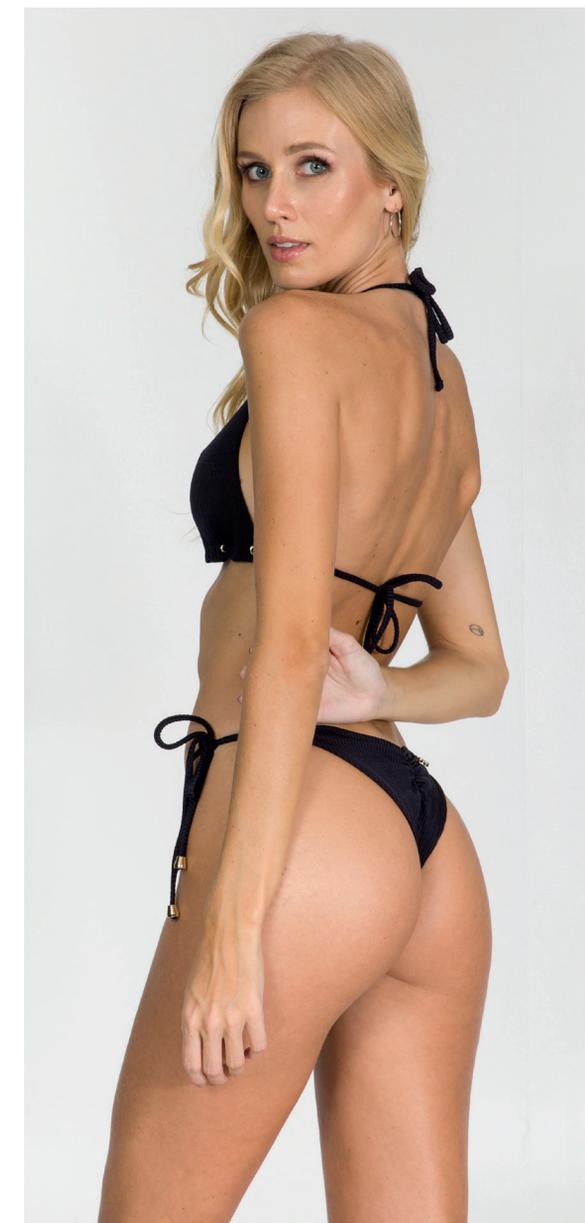
Fotografia still das costas da peça.

## Deixando o fundo de uma foto branco - lookbook

Muitas empresas exigem que o cenário de fundo para as fotografias de lookbook seja completamente branco, para fins de diagramação do catálogo ou website. Diante disso, a fotografia, por problemas de iluminação ou cenário, nem sempre chegará à pós-produção já com esse fundo ideal.

Para corrigir isso, você pode aliar o uso de duas ferramentas, a primeira sendo a **seleção por intervalo de cores** (color range), que selecionará as partes mais claras da fotografia (o fundo cinza-claro) e a segunda sendo a ferramenta clarear, que funciona "queimando" estas partes claras, deixando-as brancas e sem grande discrepância dos tons de pele, já que atua neles também. Assim, temos como resultado uma foto mais natural, que não parece completamente recortada e colada em outro fundo.

Foto antes e depois do tratamento do fundo, respectivamente.





## Nitidez e fechamento de arquivo

A última tarefa que você executar ao retocar uma foto é ajustar a nitidez. Há diversas maneiras de ajustar a nitidez de uma imagem, mas o filtro de nitidez inteligente é o que oferece maior controle.

Após todos os passos feitos para editar o arquivo de imagem original, chega o momento em que precisamos dar um passo à frente no fluxo de trabalho, exportando as imagens para que possam ser utilizadas em sua finalidade - arquivo, impressão, redes sociais, entre muitas outras.

Para tanto, busque ponderar o destino final desta imagem, levando em conta os conceitos de formatos e resoluções de arquivos previamente apresentados. A exportação de um arquivo corretamente é muito importante e influenciará no resultado final de sua fotografia. Procure sempre manter uma cópia do arquivo original para eventuais alterações, e divirta-se com todo o processo e seu produto final.

Fotografia depois e antes do filtro de nitidez, respectivamente.

No decorrer deste guia ficou implícito que uma fotografia jamais exibirá o seu máximo potencial assim que se pressiona o botão de disparo da câmera, existindo questões técnicas, estéticas e criativas que podem ser trabalhadas na fase de pós-produção, uma extensão natural do processo fotográfico.

Os passos que constituíram estes exemplos apresentados são apenas uma amostra das possibilidades de edição de imagem mais recorrentes, mas que certamente farão uma diferença considerável na maioria das fotografias.

As imagens nem sempre exigem que se faça uso de todas as ferramentas disponíveis no Adobe Lightroom ou Adobe Photoshop. As mudanças muitas vezes são pouco perceptíveis, mas no resultado final fazem grande diferença. Você está convidado a testar outras ferramentas e ajustes, chegando a um resultado que seja mais do seu agrado ou que atenda às suas necessidades.

**Bom trabalho!**



