



Universidade do Minho
Escola de Engenharia

Sara Silveira Portela

Fotografia de moda – Do *making of* à imagem final

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Design de Comunicação de Moda

Trabalho efetuado sob a orientação do(s)

Professor Helder Carvalho – Orientador

Prof. Auxiliar Universidade do Minho

Paulo Oliveira – Co-orientador

Professor Convidado Escola Superior Artística do Porto

Outubro de 2014

DECLARAÇÃO

Sara Silveira Portela

Correio Eletrónico: ssilveirap2@gmail.com - Contacto: +351 914408153

Número do Bilhete de Identidade (Passaporte): 13903511

Título dissertação:

Fotografia de moda – Do making of à imagem final

Orientador: Hélder Carvalho

Coorientador: Paulo Oliveira

Ano de conclusão: 2014

Mestrado em Design de Comunicação de Moda

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, 30 de outubro de 2014.

Assinatura: _____

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração da presente dissertação. Confirmando que em todo o trabalho conducente à sua elaboração não recorri à prática de plágio ou a qualquer forma de falsificação de resultados.

Mais declaro que tomei conhecimento integral do Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Universidade do Minho, _____ de _____ de _____

Nome completo:

Sara Silveira Portela

Assinatura:

Agradecimentos

Queria agradecer ao meu orientador, Professor Helder Carvalho, Professor Convidado Escola Superior Artística do Porto, co-orientador Paulo Oliveira, fotógrafos e respetivas equipas pela disponibilidade durante a realização desta dissertação.

Agradeço também à minha família, amigos e namorado por todo o apoio e incentivo.

Resumo

As sessões fotográficas apresentam uma diversidade de fatores que permitem a sua concretização assim como o seu sucesso. Questões como: “O que seria de uma sessão fotográfica de moda sem roupa, maquilhagem, cabeleireiro, sem uma equipa criadora ?” apresentam-se fulcrais no desenvolvimento do presente trabalho. Todos os componentes referidos são executados pela equipa do fotógrafo que por sua vez consegue criar um género de “obra de arte”. É neste aspeto que o trabalho desenvolvido se foca, no *making of* de sessões fotográficas. O objetivo do trabalho é de observar sessões com diferentes aspetos entre elas, a realização de uma comparação entre elas, concretização de entrevistas à equipa presente numa sessão fotográfica e a obtenção de diferentes respostas por parte dos elementos nas sessões observadas e contacto com estes elementos.

Para atingir os objetivos foram determinantes os contactos estabelecidos com os fotógrafos em questão, bem como a disponibilidade dos mesmos. É de se notar que a falta de respostas de alguns fotógrafos contactados dificultou o processo de investigação. Houve uma notória diferença entre o numero de sessões em Lisboa comparativamente com as que houve no Porto, porém a distância nem sempre foi compatível com a disponibilidade da autora, pelo que o número de sessões observadas em ambas as cidades se mostrou equilibrado.

Observou-se ainda uma semelhança de trabalho nas sessões. Apenas se verificou exceções em duas das sessões observadas.

Foi assim, permitida uma análise das sessões fotográficas observadas com o objetivo de demonstrar a um indivíduo do que realmente se trata uma sessão fotográfica de moda e o que está por detrás desta.

Palavras-chave: *Making of*, Fotografia, Moda.

Abstract

The photo shoots present a variety of factors that enable its embodiment as well as its success. Questions like: "What would a fashion photo shoot be without clothes, makeup, hairdresser, without a creative team" feature is central to the development of this work. The referred components are executed by the photographer team, which can create a kind of "work of art".

It is in this aspect that the work focuses, on the making of photo shoots. The objective of the work is to observe sessions with different aspects between them, carrying out a comparison between them, carrying out of interviews with all this team a photo shoot and getting different answers from all the elements in the sessions observed and contact with these elements.

To achieve all the objectives the contacts that were made with the photographers in question were crucial, as well as the availability of the same. It should be noted that the lack of answers by some photographers contacted hindered the investigation process. There was a marked difference between the number of sessions in Lisbon compared with what happened in Porto, but the distance was not always compatible with the availability of the author, so the number of sessions observed in both cities showed balanced.

There was also observed a semblance of work in some sessions, each containing the same elements, such as hairdresser, makeup artist, stylist, producer, photographer and his assistant. Exceptions were only found in two of the noted sessions. Thus, allowed an analysis of all the photo shoots observed in order to demonstrate to an individual what fashion photo shoot is really about and what is behind it.

Key words: Making of, Photography, Fashion.

Índice

Capítulo I - Introdução e Objetivos	1
I.1 Introdução	1
I.2 Objetivos.....	1
I.3 Enquadramento e justificação do trabalho	2
Capítulo II - Estado da Arte	5
II.1 Surgimento da fotografia de Moda	5
II.2 Fotografia de moda na atualidade	8
Capítulo III - Técnica na Fotografia	15
III.1 Enquadramento Vertical e Horizontal	15
III.2 Recorte do Corpo	17
III.3 Recorte da cabeça	19
III.4 Recorte de cena	20
III.5 Perspetiva	21
III.6 Composição.....	24
III.7 Iluminação.....	28
III.7.1 Luz Natural.....	28
III.7.2 Luz Artificial	31
III.7.2.1 Iluminação no estúdio	32
III.7.3 Balanceamento de Brancos.....	35
III.7.4 Sombras.....	37
Capítulo IV - Photoshop – Vantagens e Desvantagens	39

Capítulo V - Metodologia do trabalho	43
Capítulo VI - Resultados	47
VI.1 Fotógrafo Frederico Martins // <i>Advertorial</i> para a VOGUE portuguesa de Março, 2014.	47
VI.2 Fotógrafo André Brito // Catálogo para uma marca de óculos, VAVA.....	54
VI.3 Fotógrafo André Brito // Catálogo <i>Rêverie</i>	59
VI.4 Fotógrafo André Brito // TIFFOSI Evolution Denim Winter	66
VI.5 Fotógrafa Anja Ka// Fashion meets fitness	74
VI.6 Discussão de resultados	84
Capítulo VII - Conclusão.....	89
Figuras - Fontes	91
Referências Bibliográficas.....	96

Índice de Figuras

Figura 1 Modelo com tatuagens realizadas com maquilhagem. (<i>Editorial Painted Skin @ H MAGAZINE (SPAIN) 2012</i>)	3
Figura 2 Fotografia da atriz Jeanne Eagles realizada por Adolphe Meyer para a revista Vogue, 1921 (<i>Jeanne Eagles by Baron de Meyer, Vogue, 1921</i>).....	5
Figura 3 Capa da revista Vogue realizada por Irving Penn, Junho de 1950 (<i>Vogue Magazine Archive 1950</i>)	7
Figura 4 Fotografia de Richard Avedon (<i>Dovima With Elephants – Paris 1955, Richard Avedon</i>)	7
Figura 5 Naomi Campbell nos anos 90 por Steven Meisel (Steven Meisel: Fashion Photographie)....	9
Figura 6 Candice Swanepoel por Steven Meisel para o editorial "I Want Candy",Vogue 2011 (<i>Candice Swanepoel by Steven Mesiel</i>).....	9
Figura 7 Nadja Auermann por Peter Lindbergh (<i>Nadja Auermann by Peter Lindbergh</i>).....	10
Figura 8 Daria Werbowy por Peter Lindbergh (<i>Daria Werbowy by Peter Lindbergh for the US Vogue January 2011</i>)	10
Figura 9 Alice no País das Maravilhas por Annie Leibovitz para a revista Vogue (2003) (<i>"Alice in Wonderland" by Annie Leibovitz for Vogue</i>)	11
Figura 10 Campanha Primavera/Verão 2014 da Marca Burberry realizada por Mario Testino (2013) (<i>Burberry Spring Summer 2014 by Mario Testino</i>)	12
Figura 11 Fotografia de Terry Richardson para a Harper's Bazaar China (2014) (<i>Miranda Kerr Poses for Terry Richardson in Cover Shoot of Bazaar China 2014</i>)	12
Figura 12 Página do fotógrafo Frederico Martins na rede social Facebook (<i>Frederico Martins 2014</i>) 13	
Figura 13 Página do fotógrafo Frederico Martins na rede social Facebook (2) (<i>Frederico Martins 2014</i>)	14
Figura 14 <i>Layout</i> da revista, Magnética Magazine. (<i>Colaboração com a Magnética Magazine para o segmento "Fashion Diamonds"</i>).....	15

Figura 15 Kate Moss por Marc Hispard (<i>Kate Moss, Portrait, Paris, 1993</i>).....	16
Figura 16 Enquadramento Retangular, Vogue Britânica, Agosto de 2013 (<i>Girls in Albion - Retro grade/ vogue uk editorial 2013</i>)	17
Figura 17 Recorte bem realizado pelo facto de a fotografia não ter sido cortada nas articulações mas sim pelas coxas. (<i>Cara Delevingne for Reserved Spring Summer 2013</i>)	18
Figura 18 Recorte mal realizado pois realizou-se um corte no pulso.	18
Figura 19 Recorte realizado no topo da cabeça da modelo. (<i>Should Know - Miranda Ker</i>)	19
Figura 20 Fotografia com recorte de cena (<i>Rebloggy - Photoshoot Cara Delevingne</i>)	20
Figura 21 Fotografia sem recorte de cena " <i>Love, Sun & Bicycles</i> " por Josh Caudwell (<i>Love, Sun & Bicycles 2011</i>)	20
Figura 22 Fotografia de Silja Magg com linhas de fuga desenhadas pela autora (<i>Visual Optimism 2013</i>).....	21
Figura 23 Linha do horizonte, Victoria's Secret 2013 (<i>Victoria's Secret 2013 Swimsuit models announced 2013</i>)	22
Figura 24 Linha do horizonte tombada, fotografia de David LaChapelle (<i>David LaChapelle - The house at the end of the world 2005</i>)	22
Figura 25 Plano contrapicado, Paola de Orleans por Renam Christofolletti para a Vogue Brasil (<i>Black and White Fashion Photography by Renam Christofolletti 2010</i>).....	23
Figura 26 Plano Picado,a fotografia foi tirada de cima para baixo. Cara Delevingne por Mert Marcus para a revista Love (<i>Bicyclette Boutique 2013</i>).....	23
Figura 27 Fotografia com a regra dos três terços representada sobre ela (<i>Photography tips for fashion bloggers 2013</i>).....	24
Figura 28 Fotografias de composição simples no site da marca Zara (<i>Zara 2014</i>)	25
Figura 29 Editorial " <i>Wasted Luxury</i> " para a Vogue Itália, Março de 2011 (<i>(IN)DECOROUS TASTE, 2011</i>)	26

Figura 30 Composição simétrica representada numa fotografia realizada por Steven Meisel para a campanha de Outono Inverno 2005 da marca Lanvin. (<i>Lanvin / Fall 2005</i>).....	27
Figura 31 Composição Radial numa fotografia da marca Dior (<i>Design Fundamentals 2012</i>)	28
Figura 32 Tabela com as diferentes temperaturas de cor expressas em grau Kelvin (<i>CAMBRIDGE in COLOUR 2014</i>).....	29
Figura 33 Fotografia com efeitos produzidos pela luz da lua (<i>Fashion Gone Rogue 2013</i>).....	29
Figura 34 Luz fria (<i>NOWEAR LAND 2014</i>)	30
Figura 35 Luz quente, Kate Upton por Mario Testino para a Vogue Uk (Les Beehive - <i>Kate Upton by Mario Testino for Vogue UK, June 2014</i>).....	30
Figura 36 Luz dura (<i>SNC Magazine 2014</i>).....	31
Figura 37 Luz suave (<i>André Brito Fotografia - Tiffosi Evolution Denim Winter 2014/15</i>)	31
Figura 38 Imagem do balanço de brancos numa câmara digital de marca Canon.	36
Figura 39 <i>Softbox</i> 90 x 120 cm (3 x 3.9') (<i>Broncolor s.d</i>)	33
Figura 40 Sombrinha difusora (<i>Kit de iluminação luz continua K2A c/ sombrinha difusora e suporte E27 duplo s.d</i>)	34
Figura 41 O efeito <i>flare</i> numa fotografia de André Brito para a marca de calçado português <i>Seaside</i> . (<i>André Brito Fotografia - Seaside Shoes FW 2013/14 Campaign</i>).....	34
Figura 42 Fotómetro (<i>Fotocasion, s.d</i>).....	35
Figura 43 <i>Balloons and Shadows</i> por Michael Creagh. Fotografia com efeitos resultantes da sombra com luz artificial (<i>Ballons and Shadows by Michael Creagh 2009</i>).....	37
Figura 44 Fotografia por Tyra Banks com efeitos resultantes da sombra com luz natural (A2 Photogrphay - <i>Fashion Photography using shadows s.d</i>)	38
Figura 45 Lena Dunham na capa da revista VOGUE, fevereiro de 2014. Antes e depois de ter sido utilizado o Photoshop. (<i>Can You Tell What Was Photoshopped On Lena Dunham's Vogue Cover? 2014</i>)	40

Figura 46 Filippa Hamilton na campanha da Ralph Lauren, 2009 (<i>10 Horrible Model Photoshop Fails 2009</i>)	40
Figura 47 Fotografias de Karlie Kloss com e sem Photoshop (<i>Karlie Kloss Loses Her Ribs to Numéro's Photoshopping</i>)	41
Figura 48 Fotografia da atriz Jessica Alba sem e com Photoshop. Alterações realizadas a nível de cor, espaço e corpo tornando-a mais magra e curvilínea (<i>30 Fashion Model Photoshop Fails 2013</i>)	41

Capítulo I - Introdução e Objetivos

I.1 Introdução

O presente trabalho aborda o tema: Do *making of* de sessões fotográficas à publicação das fotografias nos meios de comunicação. Trata-se de um assunto relacionado com fotografia de moda, com o objetivo de demonstrar o que foi feito até à atualidade e de que modo se conseguiu atingir o que é visto hoje na fotografia, abordando alguns dos fotógrafos de maior reconhecimento na atualidade. Será explicado o conceito de *making of* e todas as pessoas envolvidas numa sessão fotográfica, falando assim do trabalho de cada uma e de que forma contribuem para este. Com o objetivo de estudar as diferenças na abordagem às várias sessões fotográficas, serão apresentados diferentes casos práticos observados com o objetivo de responder às questões propostas pela autora que naturalmente poderá ter, demonstrar e diferenciar as várias sessões fotográficas. Será referida a técnica na fotografia, como enquadramento, diferentes tipos de recortes, técnicas de iluminação, composição. No seguimento destas técnicas será também abordado o programa de edição Photoshop apresentando-se as vantagens e desvantagens do mesmo.

I.2 Objetivos

O presente trabalho pretende abordar o processo que está para trás e para além das fotografias que vemos nas habituais revistas de moda, catálogos, editoriais e outdoors. O objetivo é demonstrar desde o *making of* até à imagem final inserida em algum meio de comunicação. Assim sendo pretende-se:

- ❖ Verificar em que medida o trabalho não é apenas do fotógrafo mas também do resto da sua equipa: **produtor, stylist, cabeleireiro, maquilhador, assistente do fotógrafo, cliente** e também dos modelos.

- ❖ Apresentar exemplos do *making of* de diversas sessões fotográficas, de forma a comparar as diferenças existentes entre elas;
- ❖ Referenciar o Photoshop, apresentando exemplos do antes e após a edição numa fotografia, no âmbito da moda expondo exemplos positivos e negativos.

1.3 Enquadramento e justificação do trabalho

Ao realizar-se uma abordagem refletida no *making of* fotográfico, está presente uma diversidade de preparações fulcrais para que se torne possível a concretização da sessão fotográfica, tal como pretendida. Estamos então perante produtor, *stylist*, cabeleireiro, maquilhador, assistente do fotógrafo, cliente e modelos. São estes elementos que permitem que a sessão possa ser concretizada na sua totalidade. Sem estes apenas existiria o fotógrafo e muitas das características que nos fascinam na imagem não estariam presentes ou estariam mais negligenciadas. O interesse pelo trabalho que toda a equipa executa foi a principal motivação para o desenvolvimento deste tema, uma vez havia interesse em observar todos estes parâmetros, colocar questões a toda a equipa, bem como esclarecer todas as dúvidas e assim poder demonstrar, numa sessão fotográfica, tudo o que se passa por trás dela, bem como no momento em que se fotografa.

Existem sessões fotográficas bastante simples em que o trabalho que necessita de ser executado da parte dos cabeleireiros e maquilhadores é praticamente nulo. Noutros casos, o tema em questão para a sessão fotográfica apresenta-se como algo mais complexo e neste caso é necessário um maior trabalho. Um exemplo deste trabalho mais árduo, são as tatuagens simuladas com maquilhagem, transmitindo características quase realistas.



Figura 1 Modelo com tatuagens realizadas com maquiagem. (*Editorial Painted Skin @ H MAGAZINE (SPAIN) 2012*)

Situações como a que é apresentada na **figura 1** identificam-se como um motivo para o desenvolvimento do trabalho. Esta mostra tatuagens realizadas a partir de maquiagem com um aspeto realista, que conseguem captar a atenção do observador. Assim sendo, esta investigação é benéfica na medida em que cada sessão fotográfica observada apresenta sempre diferenças relativamente às restantes e torna-se interessante uma análise desses aspetos. No entanto foi na pesquisa de literatura relativa ao tema que houve uma maior dificuldade, devido à escassez desta sobre o tema do presente trabalho. Foi desta forma realizada uma pesquisa mais relacionada com blogues de fotografia e de moda que no entanto permitiu a recolha da informação necessária e possibilitou à autora conhecimento de diferentes fotógrafos antes desconhecidos bem como informações relevantes para um futuro profissional.

Capítulo II - Estado da Arte

II.1 Surgimento da fotografia de Moda

Hall-Duncan (1987,p.9) afirma que *'L'histoire de la photographie et celle de ces images faites pour montrer ou pour vendre des toilettes et leurs accessoires'*

'A fotografia de moda inicialmente era utilizada para fotografar e mostrar ou vender as roupas e acessórios.' (tradução livre do texto original).

A fotografia de moda surgiu pela primeira vez na conceituada revista Vogue fundada em 1892. Até 1914, não era atribuído um grande destaque à moda apresentada em ilustração ou fotografia mas sim à decoração.

Valdete Vazzoler de Souza e José de Arimathéia Cordeiro Custódio(2005,p.240) afirmam que:

'Até os anos 40, a moda foi estritamente ligada à alta costura. A fotografia de moda era a interpretação do universo luxuoso e moderno que cercava esse mundo: as poses eram réplicas de posturas da pintura renascentista.'

Existia desta forma uma ligação com a pintura. Baron Adolphe de Meyer, de nacionalidade francesa, considerado o primeiro fotógrafo de moda e conhecido pelos retratos elegantes e clássicos no início do século XX, fotografou várias celebridades da época incluindo bailarinos do Ballet Russe, companhia russa de *Ballet*. Fotografou também para as revistas Vogue e Vanity Fair. As suas fotografias ficaram marcadas pelo dramatismo, compostura e elegância. (Adolphe de Meyer | Broadway Photographs s.d.)



Figura 2 Fotografia da atriz Jeanne Eagles realizada por Adolphe Meyer para a revista Vogue, 1921
(*Jeanne Eagles by Baron de Meyer, Vogue, 1921*)

Com o acontecimento da Segunda Guerra Mundial diversos jornais europeus acabaram por desaparecer, o que fez com que a produção nas casas de alta-costura francesa parasse. No entanto esse desaparecimento dos jornais europeus foi positivo para as revistas americanas, que por sua vez aumentaram o seu número de leitores.

No pós-guerra, as revistas de moda ganharam um novo destaque na Europa, maioritariamente no “lançamento” de novos modelos. No entanto, na Europa, foi na França que a moda ganhou um maior destaque comparativamente com os outros países. A fotografia de moda começou a sair cada vez mais à rua, mais propriamente nas revistas, embora sofrendo ainda algumas restrições. Começou então a ser dominada uma nova linguagem pelos fotógrafos, uma linguagem mais relacionada com a representação na imagem.

Se até determinado momento, a roupa era o objeto principal na fotografia, essa ideia foi um pouco alterada, passando assim a dar também importância ao modelo fotográfico. A partir das mudanças socioculturais que ocorreram com o acontecimento da Segunda Guerra Mundial, os fotógrafos tornaram-se mais flexíveis. A moda podia assumir variadas perspetivas, no sentido em que não se referia apenas à confeção de roupa. Ela sempre se encontrou com os meios de comunicação e a fotografia não foi exceção, muito pelo contrário, desde sempre que a fotografia é realizada para mostrar ou vender roupas e acessórios, assumindo assim um poderoso papel. Se a fotografia nos permite perceber a estética presente numa fotografia, do ponto de vista da moda esta estética é fundamental, surgindo assim mais um elo de ligação entre estas duas vertentes. (Valdete Vazzoler de Souza e José de Arimathéia Cordeiro Custódio 2005,p.239-240)

Após a Segunda Guerra Mundial apareceram dois nomes relacionados à fotografia de moda, Irving Penn e Richard Avedon.

Irving Penn, fotógrafo americano muito influente na época, iniciou a sua carreira nos anos 40 e passado algum tempo começou a fotografar para a revista Vogue, para a qual trabalhou durante muitas décadas. Richard Avedon à semelhança de Irving Penn realizou trabalhos para a revista Vogue no entanto trabalhou também para a revista Harper's Bazaar. Ficou ainda conhecido pelos retratos de artistas e atores que fotografou.

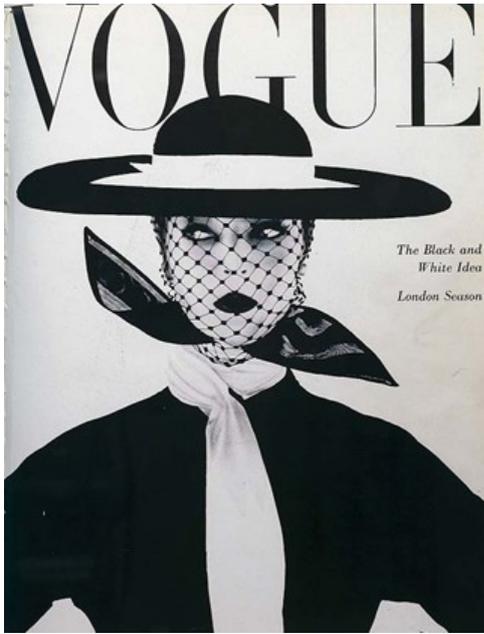


Figura 3 Capa da revista Vogue realizada por Irving Penn, Junho de 1950 (*Vogue Magazine Archive 1950*)



Figura 4 Fotografia de Richard Avedon (*Dovima With Elephants – Paris 1955, Richard Avedon*)

II.2 Fotografia de moda na atualidade

Nos seus inícios, a fotografia de moda promovia apenas os produtos que seriam vendidos e muitas das vezes não prestava atenção à técnica, composição da fotografia, cenário, iluminação e até à própria modelo, tendo apenas como objetivo o consumo. Nos dias que correm, a fotografia de moda alcançou outras preocupações com a imagem mantendo ainda assim o seu objetivo publicitário.

Lorena Bezzer (2013) afirma que : *‘É atribuída uma maior relevância à produção fotográfica e à relação que esta irá estabelecer com a marca, conceito e estilo de vida que quer representar, a criatividade atinge um nível significativo.’*

Atualmente dentro da fotografia de moda subsistem dois tipos de fotógrafos de moda. Por um lado, existem os teatrais, que se responsabilizam pela preparação de todo o cenário e estudam todas as poses, no entanto expõem um maior interesse pelo corpo do modelo do que propriamente pelo cenário em volta. Por outro, existem os cinematográficos, que se interessam mais pela captação do ambiente, instante e pequenos gestos e por vezes até pelos erros se interessam pois estes lapsos podem resultar em imagens únicas. Podem-se mencionar dois grandes nomes para estes géneros de fotografia, sendo estes Steven Meisel, de nacionalidade americana, dentro dos fotógrafos considerados teatrais, e Peter Lindbergh de nacionalidade alemã nos fotógrafos cinematográficos. O primeiro apresenta um trabalho bastante conceituado e reconhecido no mundo da moda. Destaca-se pelo seu magnífico portfólio, em que apresenta sessões realizadas para a revista Vogue e sobretudo por ter fotografado as modelos mais conceituadas como Naomi Campbell e Linda Evangelista. Para além da moda, apresenta trabalho também na área da música. Podem ser vistas no seu portfólio fotografias da tão conhecida cantora Madonna. Durante todo o seu trabalho é notável a importância que é dada ao modelo, à sua pose como foi referido anteriormente. Como exemplo, apresentam-se duas fotografias (**figura 5 e figura 6**) realizadas por Steven Meisel.



Figura 5 Naomi Campbell nos anos 90 por Steven Meisel (Steven Meisel: Fashion Photographie)



Figura 6 Candice Swanepoel por Steven Meisel para o editorial "*I Want Candy*", Vogue 2011 (*Candice Swanepoel by Steven Meisel*)

Peter Lindbergh, de nacionalidade alemã, para além de fotógrafo apresenta também trabalho como diretor de documentários e filmes. É reconhecido pelo seu trabalho em tons de preto e branco devido à influência que teve de alguns filmes. O cinema expressionista desenvolvido na Alemanha na década de 20, revelou-se como uma grande inspiração para a luz e contraste. O fato de ter uma ligação com o cinema, apresenta-se como uma razão pela qual este se insere na categoria de

fotógrafo cinematográfico. Assim como Steven Meisel, apresenta um reportório que passa pela revista Vogue. A sua ligação com o cinema é visível na forma como cria uma narrativa entre as fotografias ou na forma como introduz objetos que sugerem uma filmagem, como uma cadeira de diretor ou uma câmara. Apresentam-se duas imagens (**figura 7 e figura 8**) que ilustram o que acabou de ser dito. (Biografia de Peter Lindbergh s.d.)



Figura 7 Nadja Auermann por Peter Lindbergh (*Nadja Auermann by Peter Lindbergh*)



Figura 8 Daria Werbowy por Peter Lindbergh (*Daria Werbowy by Peter Lindbergh for the US Vogue January 2011*)

Nas **figuras 7 e 8**, especialmente na última, apresenta-se de forma clara a cinematografia e dramatismo que Peter Lindbergh expõe no seu portfólio, sendo por isso o seu trabalho reconhecido e demonstrando uma distinção relativamente a outros.

Para além dos dois nomes Peter Lindbergh e Steven Meisel, referidos anteriormente, pode-se falar em mais alguns fotógrafos que representam e influenciam a atualidade da fotografia de moda. Annie Leibovitz, fotógrafa americana, apresenta um trabalho notável na área da fotografia de moda, especialmente nas suas séries que reencarnam as personagens de alguns filmes da Disney, apresentando assim a sua série: *“Disney Dreams Portraits”*.



Figura 9 Alice no País das Maravilhas por Annie Leibovitz para a revista Vogue (2003) (*“Alice in Wonderland”* by Annie Leibovitz for Vogue)

Além da fotógrafa Annie Leibovitz existem outros fotógrafos que se destacam de igual forma e que são influentes no mundo da moda, Mario Testino é um desses fotógrafos. O seu trabalho passa pelas revistas *Vogue* e *Vanity Fair*. Fotografa também para diversos marcas de moda como é exemplo a *Burberry* que se apresenta de seguida na **figura 10**. (Mario Testino – about, 2012)



Figura 10 Campanha Primavera/Verão 2014 da Marca Burberry realizada por Mario Testino (2013)
(*Burberry Spring Summer 2014 by Mario Testino*)

Ainda dentro dos fotógrafos que mais se destacam pelo seu influente trabalho no mundo da moda, pode-se falar de Terry Richardson cujo trabalho atravessa uma linha mais sensual pela qual passam também algumas celebridades influentes no mundo do cinema e na música. Para além do seu trabalho para as capas das revistas GQ e Harper's Bazaar, apresenta sessões fotográficas mais pessoais e controversas pela extrema sensualidade que estas transmitem através da nudez apresentada. As suas fotografias definem-se por um estilo inconfundível, para além de todos os modelos serem fotografados frontalmente é sempre utilizado como fundo uma parede branca e a nível de luz utiliza sempre um flash brilhante. (Benjamin Wallace 2014)



Figura 11 Fotografia de Terry Richardson para a Harper's Bazaar China (2014) (*Miranda Kerr Poses for Terry Richardson in Cover Shoot of Bazaar China 2014*)

As figuras 5,6,7,8,9,10 e 11 ilustram as possibilidades atuais da fotografia de moda, o que esta evoluiu relativamente aos seus primórdios. É vista criatividade, importância atribuída à produção, às posições do modelo. Outro aspeto valorizado é a pós produção das imagens que é visível, com cores vibrantes e contrastes assumidos. Com o avanço da tecnologia começaram a aparecer programas de edição que permitem esta estética na imagem, sendo bastante valorizados e de utilização quase inevitável como o Photoshop que será falado mais à frente do presente trabalho. Devido a este avanço da tecnologia as fotografias deixaram de aparecer somente nas revistas mas aparecem também em meios virtuais, tais como *websites*, blogues e redes sociais, que nos colocam a par de todas as novidades. De fotógrafos *freelancers* a profissionais é possível ver o seu trabalho divulgado nos seus websites ou nas suas páginas pessoais na rede social *Facebook*.



Figura 12 Página do fotógrafo Frederico Martins na rede social *Facebook* (Frederico Martins 2014)



Figura 13 Página do fotógrafo Frederico Martins na rede social *Facebook* (2) (*Frederico Martins 2014*)

Através das redes sociais é possível manter-se a par do trabalho que está a ser desenvolvido ou que já foi publicado pelo fotógrafo que se deseja seguir.

Capítulo III - Técnica na Fotografia

III.1 Enquadramento Vertical e Horizontal

O enquadramento caracteriza-se como um quadro perfeito por onde começamos a construir a nossa imagem. Eliot Siegel (2012,p.96) afirma que '*... é tecnicamente o ponto onde começa sua história de amor com a imagem fotográfica*'.

Pode-se falar em dois estilos de enquadramento: **vertical** e **horizontal**. Estes apresentam-se como uma ajuda para a definição do que realmente queremos focar na nossa imagem. No entanto é necessário ter sempre em mente uma pré-definição da imagem que queremos concretizar, de forma a simplificar a escolha do enquadramento. Se a nossa opção estiver relacionada com um retrato, temos de nos decidir pelo formato vertical deixando sempre um ligeiro espaço tanto na parte superior como na parte inferior da imagem para que ela “respire” e contenha toda a informação necessária.

Mais importante ainda é que a imagem se ajuste ao *layout* da revista na qual será inserida. Se a revista apresentar uma grelha com páginas nas quais seja obrigatório a colocação das imagens na vertical, a fotografia terá de apresentar esse formato. Seguidamente será apresentado o *layout* ou também grelha, de uma revista, Magnética Magazine, para uma melhor compreensão do que foi dito.



Figura 14 *Layout* da revista, Magnética Magazine. (Colaboração com a Magnética Magazine para o segmento "Fashion Diamonds")

Como se pode observar na **figura 14**, as fotografias apresentam as proporções corretas de forma a serem integradas no *layout*, isto é, na grelha da revista.



Figura 15 Kate Moss por Marc Hispard (*Kate Moss, Portrait, Paris, 1993*)

Na **Figura 15**, pode ver-se um exemplo de como realmente se apresenta o enquadramento relativo ao retrato. Há um *close up* do rosto, apresentando-se destacado de tudo o resto contido na imagem. Valoriza-se assim o que realmente é importante. A valorização referida resulta também de um forte e marcante contraste do rosto relativamente ao resto da imagem. Este apresenta-se definido pela luminosidade direcionada para ele. Coloca-se então uma questão pertinente, qual terá sido o tipo de iluminação utilizado. Este aspeto será discutido mais à frente do presente trabalho.

O **enquadramento horizontal** resulta da operação fotográfica com a câmara colocada na horizontal e é muito vantajoso para uma relação do tema com o contexto, para contar uma história e adequado para imagens amplas e com motivos gerais. É sobretudo utilizado nas fotografias de paisagem, grupos, fotografia de produto e comida sendo também utilizado na fotografia de moda. Geralmente pretende traduzir uma maior estabilidade e uma leitura da esquerda para a direita, estando por vezes o motivo principal da fotografia à direita, o que não se considera regra, pois nem sempre se tem esta leitura. O enquadramento retangular possibilita '*criar imagem de página dupla, o que significa que a foto é impressa horizontalmente ao longo de duas páginas de revista*'. (Elliot Siegel 2012,p.97)



Figura 16 Enquadramento Retangular, Vogue Britânica, Agosto de 2013 (*Girls in Albion - Retro grade/ vogue uk editorial 2013*)

III.2 Recorte do Corpo

No recorte do corpo é necessário salientar que existem zonas impensáveis ao recorte. São estas as articulações, que podem ser, por exemplo o joelho, tornozelo ou o cotovelo. Estes recortes farão com que o modelo se transforme numa imagem estranha, podendo dar a ilusão de que este possui alguma deficiência corporal. Suponha-se que é realizado um recorte no pulso. O modelo transmitirá a sensação de que não possui uma mão, como se estivesse amputada. Assim sendo, é permitido realizar o corte no meio da perna, no meio da coxa, no meio do antebraço e também no meio do braço. (Enquadramento e recorte de imagem 2010)

De seguida apresentam-se duas fotografias como exemplo prático do que foi dito.



Figura 17 Recorte bem realizado pelo facto de a fotografia não ter sido cortada nas articulações mas sim pelas coxas. (*Cara Delevingne for Reserved Spring Summer 2013*)



Figura 18 Recorte mal realizado pois realizou-se um corte no pulso.

A **figura 17** ilustra um bom recorte, uma vez que é realizado a meio das coxas, não interferindo com nenhuma das articulações. Na **figura 18**, pode ser visto um recorte numa articulação, neste caso, o pulso. A imagem torna-se estranha, pois é visível uma mão a preencher uma parte desta mas que

nada mais tem para além dela. Não se vê o que está para o lado, neste caso o braço, criando-se a ilusão de que outra pessoa que não a modelo colocou a sua mão naquele local.

III.3 Recorte da cabeça

O recorte do corpo pode ser dividido por partes, como recorte da cabeça. Assim como o restante corpo, não são todas as zonas que podem ser recortadas. As diferentes zonas da cabeça em que se pode realizar o recorte são: topo da cabeça, meio da testa e também a meio do queixo. O corte na cabeça apenas funciona quando a pessoa se apresenta enquadrada no primeiro plano, preenchendo assim toda a imagem. (Enquadramento e recorte de imagem 2010)



Figura 19 Recorte realizado no topo da cabeça da modelo. (*Should Know - Miranda Kerr*)

Como se vê na **figura 19**, foi realizado um recorte no topo da cabeça que em nada prejudica a fotografia, uma vez que a modelo está bem enquadrada e preenche a imagem toda. Este género de recorte só faz sentido num *close up* do rosto em que o resto do corpo não é visível ou é realizado um recorte pelos ombros.

III.4 Recorte de cena

Não é apenas no corpo que se realizam recortes, nas cenas onde se fotografa também. Numa cena são geralmente recortados os cantos da imagem, conseguindo-se uma imagem com maior profundidade, que permite ponderar a existência de algo mais para além do que ele está a ver. Se, pelo contrário, todo o cenário aparecer na fotografia, tem-se a ideia de que se trata de um local de pequena dimensão. Vejamos o resultado visual de um cenário com recorte e outro sem recorte nas **figuras 20 e 21**, respetivamente.



Figura 20 Fotografia com recorte de cena (Rebloggy - *Photoshoot Cara Delevingne*)



Figura 21 Fotografia sem recorte de cena "*Love, Sun & Bicycles*" por Josh Caudwell (*Love, Sun & Bicycles 2011*)

Ao analisar-se as **figuras 20 e 21**, existe um maior interesse pela primeira fotografia, uma vez que não se vê todo o cenário envolvente, apenas uma parte deste. Esta situação faz com que seja despertada uma maior curiosidade pelo que se pode encontrar no restante meio envolvente. Para além do que foi referido, a modelo fica mais focada na fotografia, mais próxima (figura 20) havendo assim uma clara e evidente distinção dos dois planos - o primeiro plano, que é a modelo, e o segundo, o cenário. Por sua vez, na figura 21 é perceptível o espaço onde os dois modelos se encontram, vê-se que é um jardim e nada mais do que isso. Acaba-se por perder o interesse na imagem em si.

III.5 Perspetiva

A perspetiva utilizada em pinturas e arquitetura é também utilizada na fotografia permitindo a concretização de efeitos bastante interessantes. Uma fotografia contém quase sempre um elemento com um maior peso visual, sendo mais importante relativamente ao resto. Um dos mais poderosos elementos na fotografia são as linhas, principalmente as linhas de fuga que originam uma perspetiva. As linhas de fuga, caracterizam-se por estarem inclinadas relativamente ao plano. Elas convergem para um ponto distante dentro da imagem, o ponto de fuga, e originam profundidade. O ponto de fuga é um ponto imaginário onde se interseitam as linhas de fuga com a linha do horizonte e para onde todas as linhas paralelas convergem quando são visualizadas em perspetiva. O ponto de fuga define o ponto de vista do fotógrafo, ou seja, este último escolhe a direção onde se aprofundam os objetos.



Figura 22 Fotografia de Silja Magg com linhas de fuga desenhadas pela autora (*Visual Optimism 2013*)

Para além das linhas de fuga, é também conhecida a linha do horizonte. A linha do horizonte é a que se encontra mais relacionada com as proporções e consegue transmitir uma certa profundidade. Ela assume quase sempre uma posição horizontal e a fotografia deve apresentar simetria para que esta linha realmente funcione.



Figura 23 Linha do horizonte, Victoria's Secret 2013 (*Victoria's Secret 2013 Swimsuit models announced 2013*)

No entanto existem fotógrafos que não trabalham de acordo com este, sendo David LaChapelle um deles. Este fotógrafo, conhecido como irreverente, opta por um enquadramento que se define pelo equilíbrio do conjunto, e utilizando uma vista tombada da linha do horizonte, isto é, não existe uma linha de horizonte plenamente definida, subsiste sim uma linha quebrada que ao invés de ser reta apresenta-se como uma diagonal. A **Figura 24** apresenta uma fotografia de David LaChapelle que demonstra o que foi dito anteriormente. (Enquadramento e recorte de imagem 2010)



Figura 24 Linha do horizonte tombada, fotografia de David LaChapelle (*David LaChapelle – The house at the end of the world 2005*)

Além das linhas de fuga e linha do horizonte, existem ainda outras técnicas relacionadas com a fotografia de moda que por vezes podem ser úteis, como fotografar em plano contrapicado. Este plano para além do efeito visual que transmite uma maior dinâmica, é um auxílio que resolve por vezes uma baixa estatura do modelo. Ao fotografar de baixo para cima, é possível transmitir a ilusão de uma modelo mais alta.



Figura 25 Plano contrapicado, Paola de Orleans por Renam Christofolletti para a Vogue Brasil (*Black and White Fashion Photography by Renam Christofolletti 2010*)

Para além do plano contrapicado, é também utilizado o plano picado. Ao optar por este plano, fotografa-se de cima para baixo, geralmente num ângulo de 45°. Ao inverso do plano contrapicado, o plano picado consegue transmitir a ilusão de uma pessoa mais baixa e por vezes inferioridade relativamente ao fotógrafo. (Carlos Rodrigues 2012)

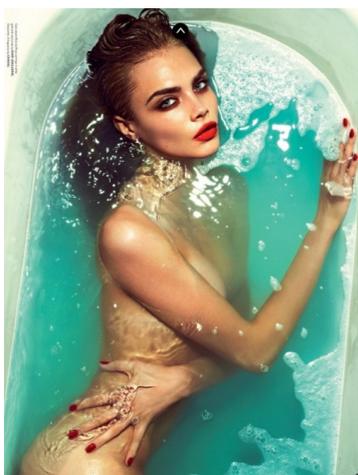


Figura 26 Plano Picado, a fotografia foi tirada de cima para baixo. Cara Delevingne por Mert Marcus para a revista Love (*Bicyclette Boutique 2013*)

III.6 Composição

A composição de uma fotografia não envolve apenas o modelo e o ambiente, mas também outros aspectos para além destes, como o equilíbrio das cores e das formas. Quando se produz uma sessão fotográfica, o objetivo é que o indivíduo que esteja a ver as fotografias coloque toda a sua atenção nas partes mais importantes destas, que podem estar em qualquer fragmento da imagem. Para que possa existir esta atenção, é necessário que o fotógrafo pense na composição que será utilizada na imagem. A composição fotográfica não é mais do que a realização de um conjunto harmonioso entre todos os elementos que se encontram na fotografia (Elliot Siegel 2012,p.86). Poderá, por exemplo, ser conseguida através da regra dos três terços que será explicada de seguida.

Na fotografia há sempre algo a que se deseja conceder um maior destaque, podendo ser um objeto, uma pessoa ou qualquer outro elemento. Segundo a regra dos três terços, estes não devem ser centralizados. Deverão ser colocados numa determinada posição mais descentralizada como os cantos da fotografia, de forma a conseguir empregar dinamismo à imagem. Nesta regra a imagem é dividida com duas linhas imaginárias, estando colocadas horizontalmente e verticalmente sob a fotografia gerando assim quatro pontos de interseção. (Elliot Siegel 2012,p.86)

O objeto com maior destaque na fotografia deve estar colocado numa das linhas ou na interseção delas, como é exemplificado na **figura 27**.

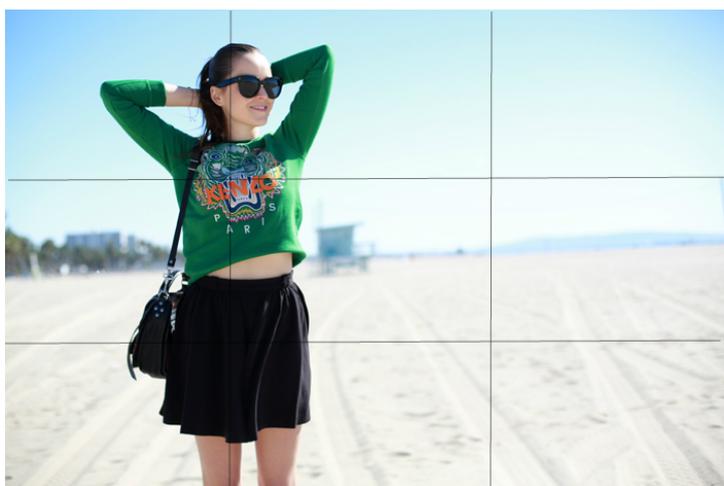


Figura 27 Fotografia com a regra dos três terços representada sobre ela (*Photography tips for fashion bloggers 2013*)

A **figura 27** ilustra o que foi dito anteriormente acerca da regra dos três terços. A personagem principal da imagem não se apresenta no centro mas sim numa das linhas verticais da imagem.

Sendo esta fotografia alusiva à moda, na qual se pretende demonstrar a roupa da modelo em questão, percebe-se que a camisola e a saia se apresentam na linha de interseção. Por sua vez, a camisola apresenta a marca “Kenzo” colocada na interseção das linhas.

A **simplicidade** e **complexidade** são dois aspetos de grande relevância na composição da fotografia. Ao visualizar-se uma fotografia mais simples, pode-se por vezes ganhar uma ideia errada sobre a sua qualidade devido à sua simplicidade. Diferentes fotografias apresentam finalidades diferentes, podendo a simplicidade ou complexidade ajudar numa melhor execução e cumprimento dos requisitos. “*Escolher a simplicidade como estilo é essencialmente buscar uma maneira de dirigir a atenção do espectador para o modelo e as roupas mostradas.*” (Elliot Siegel 2012,p.86)

Quando são solicitadas fotografias do produto para serem colocadas em *websites* na zona de compras online, as fotografias terão geralmente de apresentar uma composição simples, pois neste caso o objetivo é somente a demonstração do produto que será vendido, não podendo existir nada que possa transportar a visão do observador para outra zona da fotografia. (Elliot Siegel 2012,p.86)

PESQUISA _____

ZARA

ÚLTIMA SEMANA

MULHER

Casacões

Jaquetas

• Vestidos

Estampadas

Lisas

Trf

Camisas

Calças

Macacão

Jeans

Saias

Malha

T-shirts

Sapatos

Bolsas

Acessórios

Perfumes

Cream & Beads

.. ..



Figura 28 Fotografias de composição simples no site da marca Zara (Zara 2014)

Na **figura 28**, pode-se observar a simplicidade da sua composição. Fundo branco como cenário, e em primeiro plano a modelo com poses simplificadas, com o vestuário que a marca pretende mostrar e vender. Desta forma, o indivíduo que visualize estas imagens não terá margem para distração do que realmente lhe interessa ver. Contrariamente a esta composição, existe a procura da complexidade. É utilizada uma composição mais complexa quando não existem grandes preocupações em demonstrar o produto mas sim na construção de uma imagem mais apelativa. ‘*As fotos mais complexas podem ser interessantes e provocantes do ponto de vista visual...*’ (Elliot Siegel 2012,p.86)

A complexidade de que se fala pode ser vista em editoriais, onde as fotografias apresentem em comum a mesma ideia e conceito. A partir destas fotografias divulgam-se de uma forma mais artística e não muito óbvia, as marcas que estão presentes no editorial, isto é, que fizeram parte da produção do ambiente e do vestuário dos modelos. Os editoriais acarretam consigo um dinamismo que é transportado para a revista em que estes estão colocados, servindo assim como fonte de inspiração para outras produções de moda, ditando também as tendências da altura em questão.



Figura 29 Editorial “ *Wasted Luxury*” para a Vogue Itália, Março de 2011 ((*IN*)DECOROUS TASTE, 2011)

Na **figura 29**, é visível a complexidade na composição fotográfica referida anteriormente. Não se consegue distinguir de forma clara o primeiro do segundo plano, existe uma paleta cromática variada e a modelo apresenta poses mais arrojadas. Para além da complexidade e simplicidade nas

composições fotográficas que foram faladas até ao momento, existem também outros tipos de composição mais técnicos como: **Composição Simétrica**. Esta composição define-se por ser de fácil interpretação uma vez que apresenta eficácia na organização de imagens com detalhes mais compostos. Define-se também pelo equilíbrio e pela solidez que apresenta. A simplicidade por vezes resulta melhor em termos de moda quando se pretende mostrar um produto.

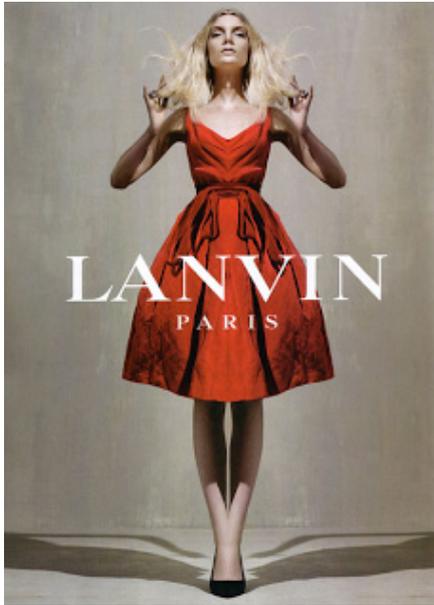


Figura 30 Composição simétrica representada numa fotografia realizada por Steven Meisel para a campanha de Outono Inverno 2005 da marca Lanvin. (*Lanvin / Fall, 2005*)

Numa outra composição, a **radial**, transmite-se uma sensação de vida pois os elementos principais espalham-se a partir do meio da imagem. Portanto mesmo que a imagem seja estática ganha sempre algo mais atrativo visualmente, tornando-se uma composição dinâmica. (*Composição Fotográfica, 2009*)



Figura 31 Composição Radial numa fotografia da marca Dior (*Design Fundamentals, 2012*)

III.7 Iluminação

Da etimologia da palavra “fotografia” encontra-se o significado de “escrever com a luz”. Baseado neste facto, entende-se a luz como o elemento mais importante na fotografia sendo este o recurso mais precioso de um fotógrafo, pois sem este recurso dificilmente se conseguia fotografar. O Fotógrafo pode trabalhar a luz de forma a criar imagens bastante interessantes. Existem dois géneros de fontes de luz, sendo estas a luz natural e artificial.

III.7.1 Luz Natural

A **luz natural** é proveniente do ambiente. Como fonte de luz natural e que se altera ao longo do dia temos o Sol. Num dia nublado a luz apresenta-se dispersa e difusa, situação que se altera com o Sol a meio do dia e que produz uma luz mais dura e com um maior contraste. A luz solar pode variar na sua temperatura ao longo do dia, pode ser mais fria como pode também ser mais quente, dependendo da hora do dia. Relativamente à temperatura de cor, esta é variável. Expressa-se em graus Kelvin. A luz natural do meio-dia, já referida anteriormente, apresenta por norma 5500 graus kelvin, no entanto a luz de uma vela apresenta por volta dos 1930 graus kelvin. Esta alteração de valores, deve-se ao facto de quanto mais elevada for a temperatura de cor, mais azulada será a luz.

A luz de uma vela apresenta uma temperatura de cor inferior à luz do meio dia devido à sua tonalidade mais quente, sendo a luz do meio dia mais azulada. (*História da Fotografia – Luz/cor 2006*) Seguidamente será apresentada uma tabela com diferentes temperaturas de cor de forma a ter uma melhor percepção do que foi dito.

Temperatura de Cor	Fonte de Luz
1000-2000 K	Luz de velas
2500-3500 K	Lâmpada de Tungstênio (as mais comuns em casas)
3000-4000 K	Nascer/Pôr-do-sol (céu limpo)
4000-5000 K	Lâmpadas Fluorescentes
5000-5500 K	Flash
5000-6500 K	Luz do dia com céu claro (pico do sol)
6500-8000 K	Céu levemente nublado
9000-10000 K	Sombra ou céu muito nublado

Figura 32 Tabela com as diferentes temperaturas de cor expressas em grau Kelvin (*CAMBRIDGE in COLOUR 2014*)

No entanto pode ser também utilizada a luz da lua que, sendo uma manifestação da luz do sol, noutra forma produz efeitos mais obscuros devido à luz que esta projeta, como pode ser visto na figura 33.



Figura 33 Fotografia com efeitos produzidos pela luz da lua (*Fashion Gone Rogue 2013*)

Todas as fontes de luz natural, apresentam tonalidades diferentes e muito características. A luz solar, apresenta uma tonalidade mais quente, já uma luz fria como se pode ver num dia nublado é caracterizada por um tom mais azulado, a luz fluorescente apresenta também o mesmo tom que a luz fria.



Figura 34 Luz fria (*NOWEAR LAND 2014*)



Figura 35 Luz quente, Kate Upton por Mario Testino para a Vogue Uk (Les Beehive - *Kate Upton by Mario Testino for Vogue UK, June 2014*)

Dentro da luz natural, subsistem duas categorias diferentes: **luz dura** e **luz suave**. A luz dura distingue-se da luz suave na medida em que, quando incide diretamente sobre o objeto fotografado, resulta numa sombra marcada e visível. As condições meteorológicas em que é possível acontecer este tipo de luz, proporcionam-se num dia sem nuvens. Relativamente à luz suave, esta cria sombras sem qualquer tipo de contorno marcado e nítido. (Ana Nemes 2011)

Gera-se assim uma dúvida sobre onde começa e termina a sombra. A luz suave geralmente acontece quando se apresenta um dia nublado.

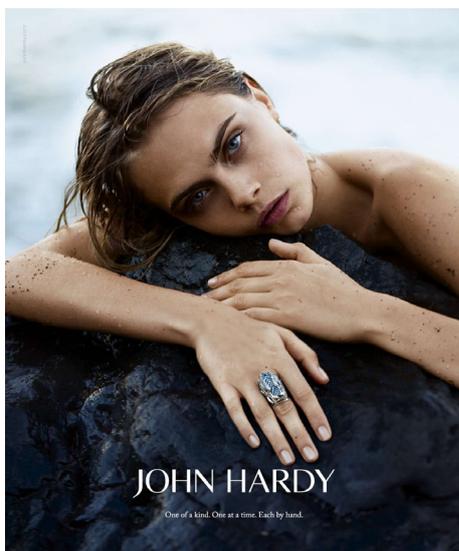


Figura 36 Luz dura (*SNC Magazine 2014*)



Figura 37 Luz suave (*André Brito Fotografia - Tiffosi Evolution Denim Winter 2014/15*)

III.7.2 Luz Artificial

A **luz artificial** encontra-se em diferentes situações, nas lâmpadas de uma casa ou de outro espaço, postes de luz, holofotes entre tantos outros. Esta luz pode apresentar diferentes temperaturas.

III.7.2.1 Iluminação no estúdio

Quando é referida a **luz de estúdio** pode-se falar em diferentes tipos de luz artificial:

❖ Flash direto

Caracteriza-se por um flash que não suaviza a luz. Dispara diretamente da câmara sobre o que irá ser fotografado. Resulta assim uma luz dura, que gera sombras marcadas e formas pouco delineadas.

❖ *Softbox*

A *softbox* que pode ser também chamada de *hazy*, sendo aplicada em cima de lâmpadas o que cria o efeito de uma luz suave que apresenta um tom neutro. Existem diversos tamanhos e formas, normalmente nos bons estúdios apresentam-se diversas *softboxes* com tamanhos variáveis para que possam responder às necessidades que possam surgir. Apresentam uma dimensão que pode variar consoante o pretendido, sendo a dimensão mais utilizada de 90x120cm, conforme se apresenta na **figura 39**.

A *softbox* é constituída por uma lâmpada de luz contínua, revestida por um material prateado ultrarefletivo e coberta por uma ou duas camadas de tela semi opacas, pelas quais passa a luz do flash, suavizando-a. Este auxiliar de luz apresenta a seu favor, a capacidade de suavizar o rosto, a roupa mais enrodilhada. Caso seja utilizada a luz direta sem a *softbox*, haverá uma acentuação notável de pequenas imperfeições e a imagem terá inevitavelmente de ser retocada. (Elliot Siegel 2012,p.76)



Figura 38 *Softbox* 90 x 120 cm (3 x 3.9') (*Broncolor s.d*)

Devido ao material semi opaco do exterior da *softbox* a luz é difusa, evitando o efeito *flare* ou *lens flare*. Este efeito acontece quando a luz entra diretamente, sem difusão pelas extremidades da lente possibilitando a criação de manchas circulares ou raios de luz na imagem. Este efeito consegue ser evitado através de outro auxiliar de luz que será falado seguidamente, sombrinhas difusoras. (Erica Dalbello 2014)

❖ Sombrinhas difusoras

As sombrinhas difusoras apresentam características similares à *softbox*, alterando a luz de forma parecida com a deste auxiliar de luz. Emitem também uma luz suave. Contrariamente à *softbox*, que por ser forrada com material opaco não emite luz para a câmara, as sombrinhas difusoras, que por sua vez são colocadas em frente às lâmpadas, emitem um pouco de luz para trás e é então necessário bloquear esta luz para que não entre na câmara e cause o efeito *flare* ou *lens flare*, já referido anteriormente. Este efeito faz que com que seja perdida a definição dos contornos do sujeito e que seja também perdido o contraste na imagem. No entanto atualmente, este efeito que por vezes é visto como um defeito, é utilizado por variados fotógrafos, transmitindo às imagens um aspeto mais suave, mais dócil e cores mais quentes.

(Elliot Siegel 2012,p.76)



Figura 39 Sombrinha difusora (*Kit de iluminação luz contínua K2A c/ sombrinha difusora e suporte E27 duplo s.d*)



Figura 40 O efeito *flare* numa fotografia de André Brito para a marca de calçado português *Seaside*.
(*André Brito Fotografia - Seaside Shoes FW 2013/14 Campaign*)

No entanto é sempre necessária a realização de uma medição de luz antes de se começar a fotografar. Esta medição é feita através de um pequeno aparelho chamado **fotómetro**, que ao medir

a intensidade da luz determina valores como velocidade de obturação, abertura do diafragma a sensibilidade à luz, podendo ser alterados na câmara. (Nasim Mansurov).



Figura 41 Fotómetro (*Fotocasion, s.d*)

III.7.3 Balanceamento de Brancos

Por variadas vezes as fotografias apresentam tons diferentes do real, como azulados e amarelados, resultando estes tons do balanceamento de brancos que se designa pelo sistema de correção de cor permitindo fotografar com as diferentes condições de luz.

De forma a conseguir corrigir as cores da fotografia e conseguir as cores reais é necessário recorrer ao uso de filtros para as distintas condições de luz. Na câmara fotográfica digital pode-se trabalhar o balanceamento de brancos, possibilitando a alteração da temperatura de cor de forma a conseguir cores mais realistas da fotografia. Se estivermos a fotografar durante o dia, por exemplo, optamos pela utilização da luz de dia na câmara. (Balanço de branco 2014).

'As lâmpadas de tungsténio, por possuírem temperatura de cor de 3.200 graus Kelvin, criam um tom de pele vermelho-amarelado. É preciso usar um filtro azul para compensar a cor e neutralizá-la...' (Elliot Siegel 2012,p.982).

Seguidamente será apresentada uma imagem com os diferentes balanceamentos de branco que uma câmara fotográfica digital pode apresentar.



Figura 42 Imagem do balanço de brancos numa câmara digital de marca Canon.

1- Auto Balanço de Brancos

2 - Luz de Dia

3 - Sombra

4 - Nublado

5 - Tungsténio

6 - Luz fluorescente branca

7 - Flash

8 - Personalizado

Cada tipo de luz com que nos deparamos no nosso dia-a-dia apresenta um brilho com uma cor específica. A cor pode variar entre os amarelos, os verdes, os azuis e o ser humano quase que nem se apercebe disso pois tem a capacidade de corrigir automaticamente a tonalidade que está a observar. No entanto apesar das lâmpadas apresentarem diferentes luzes, umas mais quentes, outras mais frias não significa que a cor que se apresenta na fotografia seja sempre resultado destas, pois o ambiente em questão tem muita influência sobre a cor. Uma parede ou superfícies coloridas, podem refletir a luz em tons peculiares.

III.7.4 Sombras

As sombras naturais produzem uma luz esteticamente bonita, que pode ser benéfica tanto para as roupas que se tenta vender como para os modelos, que muitas vezes têm de realizar um esforço para não “pisca” os olhos ao trabalharem com luz direta. No entanto, esta sombra origina muitas vezes um “defeito” que o fotógrafo tem de corrigir, por estas ocultarem detalhes importantes ou mesmo por arruinarem a imagem desejada. De forma a contornar este problema utilizam-se os **refletores**. São posicionados de várias formas e colocados de maneira a que possam corrigir a sombra indesejada. Pode ser colocado acima da cabeça do modelo como pode ser colocado mais abaixo. Os refletores que também podem ser intitulados de difusores conseguem com que qualquer tipo de sombra desapareça quer no modelo, quer no cenário. O refletor tem a função de evitar que a luz projete sombras no modelo (Elliot Siegel 2012,p.68). No entanto, as sombras nem sempre são um efeito indesejado, podendo também criar efeitos bastante interessantes na fotografia. Geralmente, ao optar por estes efeitos, enquadra-se a imagem e a sombra para que estas consigam criar uma composição simétrica.



Figura 43 *Balloons and Shadows* por Michael Creagh. Fotografia com efeitos resultantes da sombra com **luz artificial** (*Balloons and Shadows* by Michael Creagh 2009)

No entanto, as sombras não criam apenas o efeito demonstrado na **figura 43** quando projetadas no cenário. As sombras podem ser vistas também em cima do motivo principal da fotografia, gerando imagens muitíssimo interessantes.



Figura 44 Fotografia por Tyra Banks com efeitos resultantes da sombra com **luz natural** (A2 Photography - *Fashion Photography using shadows s.d*)

Na **figura 44** pode observar-se um efeito totalmente diferente do que foi visto na **figura 43**, consistindo num efeito geométrico gerado pela sombra sobre o rosto da modelo, gerando um desenho de sombra.

Capítulo IV - Photoshop – Vantagens e Desvantagens

É de conhecimento geral que os programas de edição são muitas das vezes ou quase sempre uma forma de se conseguir a fotografia “perfeita”. No entanto, o termo perfeição não tem o mesmo significado para todos. Por variadas vezes são vistas imagens com imperfeições causadas pela edição exagerada. A edição é em diversas ocasiões usada para obedecer aos padrões de beleza impostos pela sociedade. Ao pensar-se num modelo, idealiza-se uma pessoa quase perfeita a nível de estética. De forma a corresponder a estas expectativas, existem programas de edição de imagem tal como o Photoshop, da Adobe. Este programa é conhecido por muitos como algo que de certa forma tem o poder de tornar as pessoas mais bonitas e de eliminar qualquer imperfeição, transmitindo assim um determinado ideal de beleza. Por outros indivíduos com mais conhecimento sobre este programa, ele é conhecido como uma ajuda a qualquer obstáculo que possa aparecer numa fotografia.

Sokoloski (2011) afirma que: *‘Começa pela descoberta de um pó, que vem do alimento da própria natureza, o arroz, cuja matéria-prima traz a ilusória fonte da juventude. Camufla marcas, disfarça, embeleza e agrada a quem dele se apropria ao satisfazer o olhar social.’*

A partir da citação de Sokoloski podemos perceber o que o Photoshop é para muitos na realidade. Disfarçando imperfeições a imagem perde a sua naturalidade e torna-se algo mais artificial, disposto a agradar à sociedade em que ela se insere. Certamente que esta forte arma de edição altera quase sempre as imagens antes de saírem para qualquer meio de comunicação, nem que seja apenas realizada uma alteração na iluminação ou na tonalidade.



Figura 45 Lena Dunham na capa da revista VOGUE, fevereiro de 2014. Antes e depois de ter sido utilizado o Photoshop. (*Can You Tell What Was Photoshopped On Lena Dunham's Vogue Cover? 2014*)

Na figura 45 é perceptível a transformação da primeira imagem para a segunda. No entanto a mudança reflete-se apenas na cor, luz e contraste. Não existem alterações em que se possa questionar se será a mesma pessoa. A alteração é positiva uma vez que conseguiu realçar o rosto da modelo e tornou as cores mais vibrantes, que assim alcançam a atenção do observador.

A capa apresentada pode-se considerar um exemplo em que o Photoshop ajudou a melhorar a imagem, no entanto existem também exemplos em que a edição não correu tão bem. É exemplo disso a fotografia da marca *Ralph Lauren*, que em 2009, ao realizar o catálogo, exagerou na edição e teve como resultado uma imagem que remetia para a anorexia.



Figura 46 Filippa Hamilton na campanha da Ralph Lauren, 2009 (*10 Horrible Model Photoshop Fails 2009*)

Contrariamente ao caso da Ralph Lauren, a revista Numéro viu-se forçada a “engordar” a modelo Karlie Kloss devido à extrema magreza que esta apresentava.



Figura 47 Fotografias de Karlie Kloss com e sem Photoshop (*Karlie Kloss Loses Her Ribs to Numéro's Photoshopping*)

No entanto as alterações no Photoshop não são apenas a nível de corpo mas também a nível de espaço e de cor. Como aconteceu com a atriz Jessica Alba, numa produção para a marca de bebida *Campari*.



Figura 48 Fotografia da atriz Jessica Alba sem e com Photoshop. Alterações realizadas a nível de cor, espaço e corpo tornando-a mais magra e curvilínea (*30 Fashion Model Photoshop Fails 2013*)

Em suma, o Photoshop acarreta consigo um lado positivo e outro negativo. Por vezes ele permite tornar uma imagem mais agradável a nível visual sem que existam edições exageradas. No entanto pelo lado negativo, quando se excede na edição da imagem são obtidos resultados bastante negativos, gerando assim polémica e transmitindo valores que não são totalmente acertados.

Capítulo V - Metodologia do trabalho

A dissertação foi desenvolvida essencialmente através de trabalho no terreno. Foi realizado um acompanhamento de cinco sessões fotográficas, onde foram realizadas entrevistas à equipa e observação do trabalho da mesma, e das sessões. Apresenta-se como objetivo a análise detalhada e comparação das várias sessões com base na observação e no que foi dito pelos entrevistados, sendo estes as diferentes equipas de *making of* constituídas pelo fotógrafo, maquilhador, *stylist*, cabeleireiro, produtora, cliente e assistente do fotógrafo.

A pesquisa bibliográfica auxiliou este desenvolvimento do trabalho através de livros e *websites*. No entanto foram mais utilizados os *websites* uma vez que a nível de livros a informação relativa ao assunto deste trabalho era bastante reduzida.

Como produto final, para além das entrevistas, observações realizadas e análise das mesmas, apresentam-se as imagens fotografadas no *making of* das sessões fotográficas, de forma a ilustrar o próprio ambiente que se vive nas sessões fotográficas. Apresentam-se também as fotografias finais no meio de comunicação no qual elas foram colocadas.

Seguidamente será apresentada uma esquematização de itens descritivos do trabalho do fotógrafo e da sua equipa para uma mais fácil comparação dos diferentes aspetos e para uma maior organização da análise. Posteriormente serão apresentados os resultados de todas as sessões fotográficas observadas bem como a sua análise e comparação.

❖ Objetivo

Cliente

- ❖ O que este pretende com a sessão fotográfica?

- ❖ Estabelece contacto durante a sessão fotográfica com mais alguém para além do fotógrafo e sua respetiva equipa?

Tem *making of* em vídeo?

Qual foi o tema escolhido para a sessão fotográfica?

Cenário

- ❖ Qual foi o cenário utilizado?

Maquilhador

- ❖ Qual foi a maquilhagem utilizada?
- ❖ Qual a diferença entre a realização da maquilhagem no modelo feminino e no masculino (quando aplicável)?
- ❖ Existe alguma relação da maquilhagem com os coordenados e cabelo?
- ❖ Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração para a escolha da maquilhagem?

Cabeleireiro

- ❖ Quais são as influências na criação do penteado?
- ❖ O cabelo corresponde ao tema da sessão fotográfica?

Stylist

- ❖ Qual foi o papel do *stylist* na sessão fotográfica?
- ❖ Quais foram os coordenados, acessórios e as cores predominantes nos mesmos?
- ❖ Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração para a escolha dos coordenados?

Produtora

- ❖ Qual o trabalho da produtora?

Assistente do Fotógrafo

- ❖ Está apenas responsável pela assistência ao fotógrafo ou tem outras funções na sessão fotográfica ?

Modelos

- ❖ Os modelos escolhidos são nacionais ou deslocam-se do estrangeiro propositadamente a Portugal para a realização do trabalho?
- ❖ Procuram características específicas no modelo para a sessão realizada?

Fotógrafo

- ❖ Em que medida interagiu com o resto da equipa?
- ❖ Teve mais alguma função para além de fotografar?
- ❖ Para além da equipa do fotógrafo, tinha mais alguém a trabalhar para este?

Capítulo VI - Resultados

VI.1 Fotógrafo Frederico Martins // *Advertorial* para a VOGUE portuguesa de Março, 2014.

❖ Objetivo

Advertorial da *Portuguese Shoes* realizado para a revista VOGUE portuguesa. A *Portuguese Shoes* define-se como :

“Uma indústria jovem, sexy, moderna e voltada para o futuro, que alia a tradição às tecnologias de ponta, o "saber-fazer" ao melhor design de sempre. A indústria portuguesa de calçado está em permanente evolução.” (Portuguese Shoes – Designed by the Future s.d)

Privilegia assim, o calçado português, atribuindo um maior destaque a este nas suas edições. As imagens serão publicadas num *advertorial*, que se define por ter 50% de publicidade e 50% de editorial. Nesta situação específica, o cliente realizou um pagamento à revista Vogue para publicar as suas imagens. O *advertorial* será apresentado numa secção da revista.

Cliente

❖ O que este pretende com a sessão fotográfica ?

A empresa *Portuguese Shoes*, apresenta como objetivos principais a boa imagem da indústria e a demonstração da excelência, sofisticação e *glamour* do calçado português.

❖ Estabelece contacto durante a sessão fotográfica com mais alguém para além do fotógrafo e sua equipa ?

Cliente: *‘ Realizo contactos com toda a equipa envolvente na sessão fotográfica. ’*

Através das observações feitas, depreendeu-se que o cliente tem a primeira palavra acerca de tudo o que se desenvolve na sessão fotográfica.

❖ Tem *making of*em vídeo ?

Foi possível concluir que não havia *making of*em vídeo na sessão fotográfica.

❖ Qual foi o tema escolhido para a sessão fotográfica?

Fotógrafo: *'O tema escolhido baseou-se no contexto cool e punk.'* Através das observações feitas durante toda a sessão fotográfica não foi perceptível o tema escolhido, principalmente o contexto "*punk*" que apenas estava ligeiramente presente no cabelo do modelo feminino.

Cenário

❖ Qual foi o cenário utilizado ?

Na montagem dos cenários foram privilegiados os sólidos geométricos, como cubos e esferas em tons pastéis, isto é, cores esbatidas podendo ser vistas principalmente o verde, amarelo e rosa.

Maquilhador

❖ Qual foi a maquilhagem utilizada?

Maquilhadora: *'A maquilhagem nesta sessão apresentou características relacionadas com o cool e o punk, apresentando alguma complexidade. Não reflete nenhum glamour mas prima por uma pele luminosa remetendo para o Verão, fazendo também referência aos anos 60, com muitas pestanas num olho arredondado e os lábios apresentam tons pastéis . A maquilhagem apresenta-se como um processo construtivo.'* A autora não conseguiu identificar uma ligação entre os conceitos de "*cool*" e "*punk*" com anos 60. Pelas observações feitas, a maquilhagem realizada na rapariga conseguia transmitir mais o conceito de "*punk*" através do seu rosto mais carregado no entanto no rapaz esse conceito não era perceptível.

- ❖ Qual a diferença entre a realização da maquiagem no modelo feminino e no masculino ?

Maquilhadora: *‘ Os aspetos trabalhados no feminino trabalham-se também no masculino, sendo possível a criação de um ponto de ligação entre ambos, que no caso específico desta sessão fotográfica pode ser definido pela luminosidade na pele.’*

- ❖ Existe alguma relação da maquiagem com os coordenados e cabelo?

Maquilhadora: *‘ Existe. O conceito é sempre o mesmo. Para além do conceito, existe um grandioso trabalho de equipa.’* Como foi dito anteriormente o conceito de *cool* e *punk* não foi totalmente perceptível na maquiagem, desta forma não foi possível estabelecer uma relação evidente com os coordenados e cabelo.

- ❖ Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração para a escolha da maquiagem?

Maquilhadora: *‘ Existe. Para a realização desta maquiagem tive como inspiração a modelo Edie Campbell e trabalhei a partir daí.’* A autora ao realizar a pesquisa da modelo referenciada conseguiu identificar uma ligação entre a maquiagem realizada na modelo da sessão fotográfica com a Edie Campbell.

Cabeleireiro

- ❖ Quais são as influências na criação do penteado?

Cabeleireiro: *‘ As influências são atravessadas pelo cool e pelo punk.’* A autora conseguiu perceber o conceito de “*punk*” no cabelo da modelo feminina, no entanto no modelo masculino não era evidente esse conceito bem como o “*cool*.”

- ❖ O cabelo corresponde ao tema da sessão fotográfica?

Cabeleireiro: *‘Corresponde. Na rapariga foi utilizada uma peruca com franja assumida, textura natural e mais construído, remetendo para o estilo “punk”. No rapaz, as influências apresentam-se iguais às da rapariga no entanto, no cabelo deste foi realizado um corte com linhas, mais marcado e construído.’* Como foi dito na questão anterior, através da observação feita o cabelo da rapariga remetia para o conceito “*punk*” no cabelo do rapaz não foi perceptível esse conceito.

Stylist

❖ Qual foi o papel do *stylist* na sessão fotográfica?

O *stylist* é responsável pelos coordenados utilizados na sessão fotográfica. No caso desta sessão fotográfica pretendia-se promover essencialmente o calçado português e também vestuário de designers nacionais.

Stylist: 'Os coordenados são escolhidos à priori e neste caso trabalho com a Moda Lisboa, portanto tive um acesso mais facilitado às peças de designers portugueses, uma vez que a empresa presente apenas pretende mostrar a excelência do calçado português e ao mesmo tempo unir este conceito com roupas de designers nacionais também. É assim realizada uma comunicação entre o stylist e o gabinete de imprensa. No gabinete de imprensa cada designer tem o seu stand e apresenta amostras da sua coleção.' O *stylist* perante uma variedade de vestuário e calçado dos diferentes designers que se apresentam no gabinete de imprensa, requisita as peças que deseja utilizar na sessão fotográfica. Como o conceito da *Portuguese Shoes* define-se pela excelência do calçado português todo o calçado selecionado tinha de ser de um designer nacional. No entanto, o interesse não é apenas do *stylist* mas também do designer, uma vez que as suas peças ao serem utilizadas na sessão fotográfica sairão em algum meio de comunicação, neste caso, na revista Vogue que permite o destaque destas. Sendo positivo para o reconhecimento do designer por vezes a nível internacional.

❖ Quais foram os coordenados, acessórios e as cores predominantes nestes ?

Stylist: 'Os coordenados escolhidos à priori, atravessam um conceito definido como cool, punk e desportivo. Foram adquiridas peças clássicas conjugadas com outras mais desportivas. As cores predominantes são os pastéis.'

❖ Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração

para a escolha dos coordenados ?

Stylist: 'Não. A partir do conceito da sessão pensei nos possíveis coordenados a utilizar.'

Produtora

- ❖ Qual o trabalho da produtora?

Produtora: *'Tenho de concretizar a proposta desenvolvida pelo fotógrafo e stylist, tratando também de toda a logística e manequins, realizo um interface entre a agência e cliente. Para além destes aspetos, trato também do deslocamento e alojamento dos modelos.'*

Assistente do Fotógrafo

- ❖ Está apenas responsável pela assistência ao fotógrafo ou tem outras funções na sessão fotográfica ?

Observou-se que para além da assistência ao fotógrafo, o assistente está também responsável pela montagem do cenário.

Modelos

- ❖ Os modelos escolhidos são nacionais ou deslocam-se do estrangeiro propositadamente a Portugal para a realização do trabalho?

Foram escolhidos um modelo feminino e outro masculino, sendo o primeiro estrangeiro e o segundo nacional.

- ❖ Procuram características específicas no modelo para a sessão realizada ?

Fotógrafo: *'O modelo tem de se enquadrar no perfil adequado para o conceito.'* Observou-se que os modelos não apresentavam características específicas que remetessem para o conceito de "cool" e "punk, uma vez que a autora associa estes conceitos a um visual mais carregado e estereotipado que remete para acessórios específicos como por exemplo, piercings e penteados exuberantes.

Fotógrafo

- ❖ Em que medida interagiu com o resto da equipa ?

Observou-se que houve uma interação do fotógrafo com o resto da equipa na medida em que deu a

sua opinião acerca do trabalho que cada um estava a realizar. Aos modelos deu ideias de poses que estes podiam executar.

❖ Teve mais alguma função para além de fotografar ?

Para além da tarefa de fotografar deu ideias para a realização do cenário.

❖ Para além da equipa do fotógrafo, tinha mais alguém a trabalhar para este ?

Observou-se que não existia mais ninguém a trabalhar para o fotógrafo, apenas a equipa dele.

Seguidamente serão apresentadas algumas fotografias de *making of* e o resultado final da sessão fotográfica na revista Vogue Portugal.



Figura 49 Acessórios utilizados no *styling* na sessão fotográfica da *Portuguese Shoes* para a Vogue Portuguesa, 2014

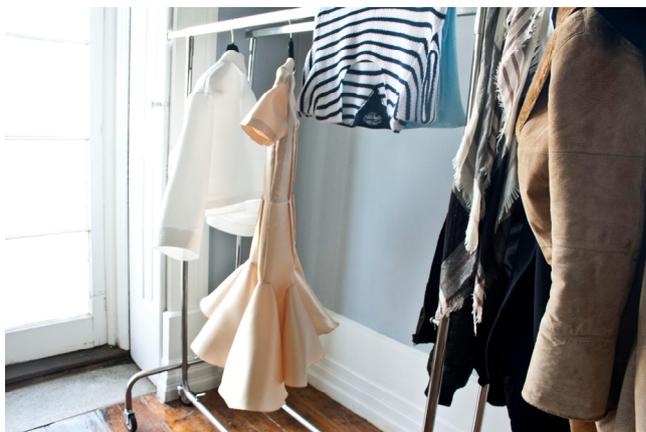


Figura 50 Coordenados/peças do *styling* na sessão fotográfica da *Portuguese Shoes* para a Vogue Portuguesa, 2014



Figura 51 Óculos utilizados no *styling* na sessão fotográfica da *Portuguese Shoes* para a *Vogue Portuguesa*, 2014



Figura 52 Advertorial da *Portuguese Shoes* para a *Vogue Portugal* (*Portuguese Shoes – Portuguese Soul para Vogue Portugal* 2014)



Figura 53 Advertorial da Portuguese Shoes para a Vogue Portugal (2) (*Portuguese Shoes - Portuguese Soul para Vogue Portugal* 2014)

VI.2 Fotógrafo André Brito // Catálogo para uma marca de óculos, VAVA

❖ Objetivo

Sessão fotográfica realizada para a marca de óculos VAVA.

As fotografias serão colocadas no website.

Cliente

❖ O que este pretende com a sessão fotográfica?

O cliente pretende colocar no seu website a coleção de óculos que criou para o mercado.

❖ Estabelece contacto durante a sessão fotográfica com mais alguém para além do fotógrafo e sua respetiva equipa?

Para além do fotógrafo e a sua equipa durante a sessão, o cliente não estabeleceu contacto com mais ninguém.

❖ Tem *making of* em vídeo ?

A sessão fotográfica não apresentava *making of* em vídeo.

❖ Qual foi o tema escolhido para a sessão fotográfica?

O tema utilizado apresentava características futuristas devido aos acessórios que seriam fotografados, aos coordenados escolhidos e penteados realizados.

Cenário

❖ Qual foi o cenário utilizado?

Observou-se que o cenário produzido era bastante simples sendo apenas utilizado um papel de cenário preto ou branco.

Maquilhador

❖ Qual foi a maquilhagem utilizada?

Maquilhadora: *'Nesta sessão fotográfica a maquilhagem utilizada adjectiva-se como gélida.'*

Observou-se que a maquilhagem realizada em ambos os modelos apresentava tons frios que refletiam um rosto pálido e gélido.

❖ Qual a diferença entre a realização da maquilhagem no modelo feminino e masculino?

Foi possível observar que existiu um ponto de ligação na maquilhagem da rapariga com o rapaz. Ambos os rostos apresentavam-se pálidos remetendo para o conceito de gélido já referido na questão anterior.

❖ Existe alguma relação da maquilhagem com os coordenados e cabelo?

Maquilhadora: *'O conceito é o mesmo para todos os elementos que constituem a equipa de trabalho.'* Foi observada uma relação entre a maquilhagem, coordenados e cabelo. Todos estes elementos apresentavam características relacionadas com o tema futurista, a maquilhagem através da palidez no rosto, os coordenados pela contemporaneidade neles presentes e o cabelo pelo penteado um pouco invulgar, remetendo para uma sensação futurista.

- ❖ Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração para a escolha da maquiagem?

Após as questões colocadas à maquilhadora concluiu-se que geralmente, quando é do conhecimento da maquilhadora o tema da sessão fotográfica, ela realiza uma pesquisa relacionada com o conceito e trabalha a partir daí.

Cabeleireiro

- ❖ Quais são as influências na criação do penteado?

Observou-se que o penteado tinha influências de contemporaneidade e futurismo.

- ❖ O cabelo corresponde ao tema da sessão fotográfica?

A partir do que foi observado foi possível concluir que o cabelo correspondia ao tema da sessão fotográfica. Como foi dito anteriormente, o cabelo apresentava características contemporâneas e futuristas.

- ❖ Qual foi o papel do *stylist* na sessão fotográfica?

O *stylist* teve como papel, a escolha dos coordenados para a sessão fotográfica. Relativamente aos acessórios, como eram os óculos e estes por sua vez eram o produto principal representado na fotografia, foi o cliente que os trouxe. Para além dos óculos foram também utilizados coordenados requisitados a diferentes designers.

Stylist: ' Os coordenados foram adquiridos através de um contacto com os designers que eram do meu interesse, isto é, que tinham as peças que me podiam ser úteis e parcerias que me pudessem interessar.'

- ❖ Quais foram os coordenados, acessórios e as cores predominantes nestes?

Conforme a observação feita, os coordenados escolhidos apresentavam características futuristas bem como os óculos que eram o único acessório nos coordenados e motivo principal na fotografia. As cores predominantes nos coordenados e acessórios foram o preto e o branco. No entanto nos óculos também puderam ser observadas cores como cinzento e amarelo.

- ❖ Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração para a escolha dos coordenados ?

Devido ao trabalho existente na sessão fotográfica, houve uma maior dificuldade na obtenção de uma resposta concreta por parte do *stylist*. Contudo depreendeu-se que a partir do momento em que o conceito da sessão está definido, por norma o *stylist* realiza uma pesquisa anterior relacionada com o tema da sessão e a partir daí realiza a escolha dos coordenados.

Produtora

- ❖ Qual o trabalho da produtora?

Não havia produtora na sessão fotográfica.

Modelos

- ❖ Os modelos escolhidos são nacionais ou deslocam-se do estrangeiro propositadamente a Portugal para a realização do trabalho?

Os modelos escolhidos eram ambos nacionais.

- ❖ Procuram características específicas no modelo para a sessão realizada?

Através das observações feitas, concluiu-se que os modelos para além de apresentarem um visual que se adequava ao tema em questão e comportaram-se de acordo com esse mesmo tema.

Fotógrafo

- ❖ Em que medida interagiu com o resto da equipa?

À semelhança do que aconteceu na sessão fotográfica anterior, a autora observou que o fotógrafo interagiu com o resto da equipa na medida em que deu a sua opinião acerca do trabalho que cada um estava a realizar. Aos modelos deu ideias de poses que estes podiam executar.

❖ Teve mais alguma função para além de fotografar?

O fotógrafo para além de fotografar, ajudou na montagem do cenário.

❖ Para além da equipa do fotógrafo, tinha mais alguém a trabalhar para ele ?

Através das observações feitas foi possível concluir que não havia mais ninguém a trabalhar para o fotógrafo sem ser a equipa dele.

De seguida serão apresentadas algumas fotografias de *making of* da sessão fotográfica para a marca de óculos VAVA.

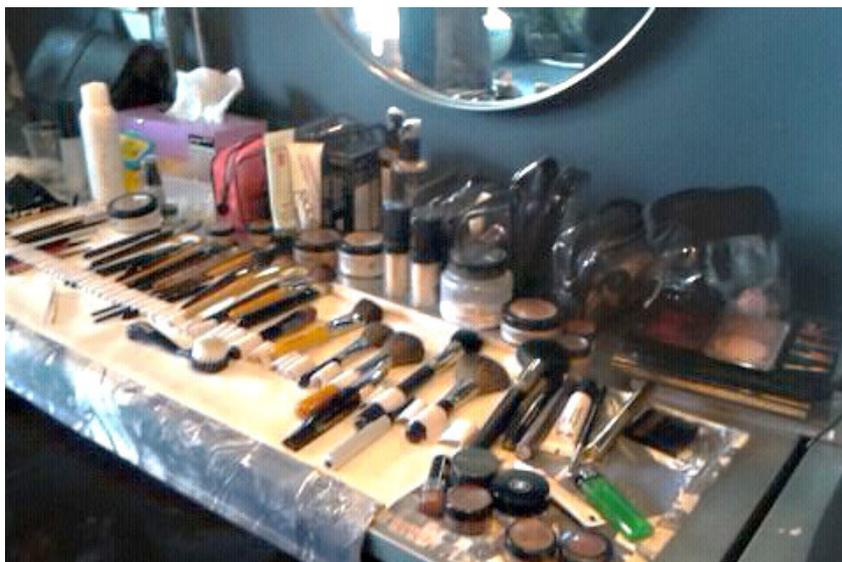


Figura 54 Maquilhagem na sessão fotográfica para a marca de óculos VAVA.



Figura 55 Coordenados na sessão fotográfica para a marca de óculos VAVA.

De seguida apresenta-se o resultado final da sessão fotográfica para a marca de óculos VAVA.



Figura 56 Fotografia por André Brito da sessão fotográfica para a marca de óculos VAVA como página inicial do website da marca. (*VAVA Eyewear* 2014)

VI.3 Fotógrafo André Brito // Catálogo *Rêverie*

❖ Objetivo

Catálogo Primavera/Verão para a *Rêverie*, uma marca portuguesa de lingerie.

'Apresenta linhas seleccionadas, aliando a elegância, o requinte, a modernidade e a feminilidade, sem nunca renunciar o conforto.' (Lingerie *Rêverie* 2008)

As fotografias serão publicadas num catálogo para que o público possa ver a coleção.

Cliente

❖ O que este pretende com a sessão fotográfica ?

Com esta sessão fotográfica o cliente pretende demonstrar a coleção que criou através de um catálogo, introduzindo-a desta forma no mercado. O catálogo pode ser visto online no website da marca. Mais à frente poderão ser vistas algumas fotografias do catálogo.

- ❖ Estabelece contacto durante a sessão fotográfica com mais alguém para além do fotógrafo e sua equipa?

O cliente tem a primeira palavra sobre tudo na sessão fotográfica. Além do fotógrafo e da sua equipa ele não estabelece contacto com mais ninguém durante toda a sessão fotográfica.

- ❖ Tem *making of* em vídeo?

Esta sessão apresentava *making of* em vídeo, tendo sido filmado os bastidores bem como o momento em que se estava a fotografar.

- ❖ Qual foi o tema escolhido para a sessão fotográfica?

Pelos elementos que foram observados, como flores, poltrona, espelho com características mais poéticas depreendeu-se que o tema escolhido baseou-se num conceito romântico. Mais à frente apresentam-se figuras que demonstram este conceito.

Cenário

- ❖ Qual foi o cenário utilizado?

A sessão foi realizada no interior e no jardim de uma casa com características requintadas em paredes, cama, sofá e em todo o ambiente envolvente que remetiam para antiguidade e romantismo. Uma outra parte da sessão fotográfica foi realizada num outro espaço ao ar livre, num campo.

Maquilhador

- ❖ Qual foi a maquilhagem utilizada?

Tendo como conceito principal o romantismo, a maquilhagem inspirava-se nesse mesmo conceito. Transmitem leveza pela sua simplicidade e delicadeza, conseguida através de tons claros remetendo para um rosto natural.

- ❖ Qual a diferença entre a realização da maquilhagem no modelo feminino e no masculino?

Nesta sessão fotográfica apenas houve uma modelo feminina.

❖ **Existe alguma relação da maquilhagem com os coordenados e cabelo?**

Observou-se que existiu uma relação da maquilhagem com os coordenados e cabelo. O tema da sessão baseou-se no romantismo, conceito que se define pela sua leveza, poesia e delicadeza. Tanto o cabelo como os coordenados, apresentavam características referentes a esse mesmo conceito. Houve assim uma ligação com a maquilhagem que pela sua simplicidade e tons muito naturais, se apresentava intrinsecamente relacionada com os restantes elementos.

❖ **Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração para a escolha da maquilhagem?**

Através das observações feitas depreendeu-se que foi realizada uma pesquisa anterior ao dia da sessão fotográfica baseada no tema, pelo facto de ser complicado a criação de uma maquilhagem relacionada com o conceito da sessão fotográfica naquele preciso momento.

Cabeleireiro

❖ **Quais são as influências na criação do penteado ?**

A autora observou que as influências foram atravessadas pelo romantismo. A ideia era que a modelo se aproximasse da aparência de uma boneca.

❖ **O cabelo corresponde ao tema da sessão fotográfica ?**

Sim, o cabelo está intrinsecamente relacionado com todo o tema abordado na sessão fotográfica. A modelo foi penteada de duas formas diferentes e como já foi dito na questão anterior o cabeleireiro tinha como objetivo dar a ilusão de uma boneca. Num dos penteados, apresentava um cabelo bastante volumoso e trabalhado com a conjugação de umas pequenas flores. Num outro penteado apresentava duas tranças também conjugadas com flores e um outro elemento, um chapéu. Ambos os penteados correspondiam perfeitamente aos coordenados utilizados.

Stylist

❖ **Qual foi o papel do *stylist* na sessão fotográfica?**

Como foi dito anteriormente, esta sessão destinava-se a um catálogo de *lingerie* de uma marca específica. Por esta razão os coordenados foi o cliente que trouxe os coordenados, neste caso a

stylist apenas recolheu algumas peças bastante simples como casacos e acessórios para juntar aos coordenados já existentes.

❖ **Quais foram os coordenados, acessórios e as cores predominantes nestes?**

Foi observado que os coordenados predominantes na sessão fotográfica foram peças de *lingerie*, uma vez que era o produto principal na fotografia, sendo ao mesmo tempo conjugadas algumas peças de renda, como coletes. Para além destas peças, foram também utilizados como acessórios uma mesa com cadeiras, uma bicicleta, um cesto de palha, uma poltrona e flores. As cores influentes foram o branco, rosa e tons pastéis.

❖ **Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração para a escolha dos coordenados ?**

Nesta sessão fotográfica os coordenados que seriam utilizados pertenciam à marca portanto não houve uma pesquisa anterior para a escolha destes.

Produtora

❖ **Qual o trabalho da produtora?**

Observou-se que não havia produtora na sessão fotográfica.

Assistente do Fotógrafo

❖ **Está apenas responsável pela assistência ao fotógrafo ou tem outras funções na sessão fotográfica?**

O assistente do fotógrafo teve como tarefa auxiliá-lo sempre que necessário. Para além do assistente, havia também uma outra pessoa na parte do vídeo a realizar o *making of* da sessão fotográfica.

Modelos

❖ **Os modelos escolhidos são nacionais ou deslocam-se do estrangeiro propositadamente a Portugal para a realização do trabalho?**

Foi escolhida apenas uma modelo nacional.

❖ **Procuram características específicas no modelo para a sessão realizada?**

Sim. Neste caso, como era uma sessão para uma marca de *lingerie*, escolheu-se um modelo com um corpo mais curvilíneo, adequado ao serviço pretendido pela própria marca. Neste caso a modelo escolhida já tinha realizado trabalhos anteriores para a *Rêverie*.

Fotógrafo

❖ **Em que medida interagiu com o resto da equipa?**

A autora observou que o fotógrafo para além da sua tarefa de fotografar, interagiu com toda a equipa uma vez que é necessário existir coerência entre todos os elementos. Deu também ideias de pose à modelo sempre que necessário e auxiliou em outras tarefas que pudessem requerer a sua ajuda.

❖ **Teve mais funções para além de fotografar?**

Através das observações feitas concluiu-se que para além de fotografar, o fotógrafo sugeriu posições à modelo e deu opiniões sobre o trabalho de cada elemento da equipa.

❖ **Para além da equipa do fotógrafo, tinha mais alguém a trabalhar para este?**

Através da observação realizada, foi possível concluir que não havia mais ninguém a trabalhar para o fotógrafo sem ser a sua equipa.

Seguidamente serão apresentadas algumas fotografias tiradas na sessão fotográfica que mostram o *making of* desta.



Figura 57 Fotografia do cabeleireiro no *making of* da sessão fotográfica para a marca de *lingerie* *Rêverie*.



Figura 58 Fotografia do cenário exterior no *making of* da sessão fotográfica para a marca de *lingerie* *Rêverie*.



Figura 59 Fotografia do cenário interior no *making of* da sessão fotográfica para a marca de lingerie *Rêverie*.

Seguidamente apresenta-se o resultado final da sessão fotográfica no catálogo da *Rêverie*.



Figura 60 Catálogo *Rêverie* (Catálogo Lingerie *Rêverie-Primavera/Verão* 2012)

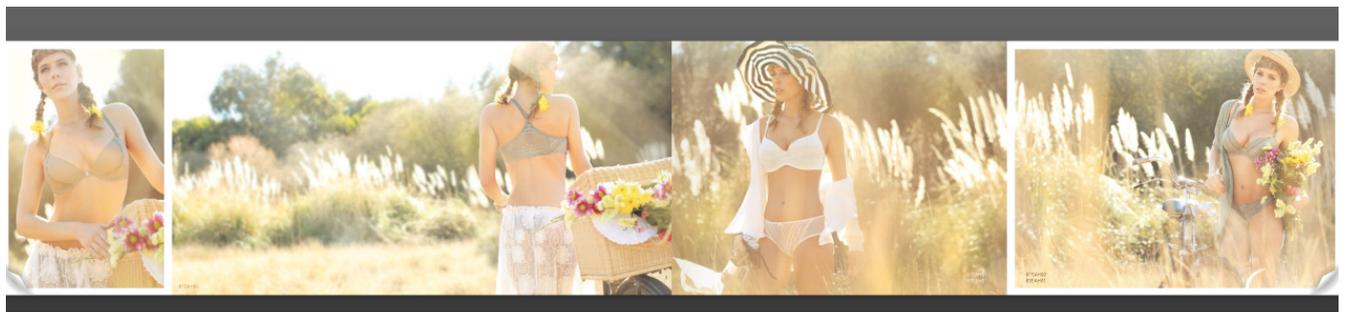


Figura 61 Catálogo *Rêverie* (2) (Catálogo Lingerie *Rêverie-Primavera/Verão* 2012)

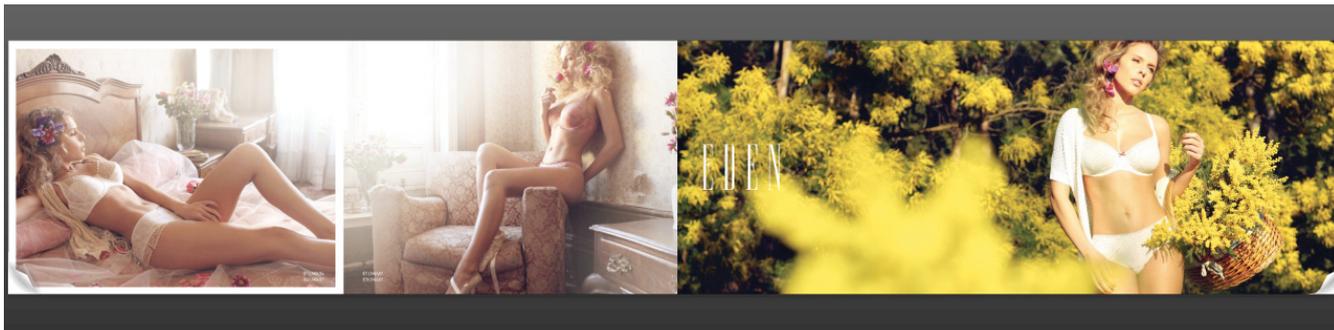


Figura 62 Catálogo *Rêverie* (3) (*Catálogo Lingerie Rêverie-Primavera/Verão* 2012)

VI.4 Fotógrafo André Brito // TIFFOSI Evolution Denim Winter

❖ Objetivo

Sessão realizada para o catálogo Outono/Inverno da Tiffosi, marca que privilegia as gangas.

Cliente

❖ O que este pretende com a sessão fotográfica?

O cliente pretende que seja criado um catálogo onde possam ser vistas as peças da sua marca, neste caso, *Tiffosi*, e que as fotografias correspondam ao conceito que o cliente quer passar ao espetador.

❖ Estabelece contacto durante a sessão fotográfica com mais alguém para além do fotógrafo e sua respetiva equipa?

O cliente desenvolveu contactos com toda a equipa da sessão fotográfica. Desta forma, deu a primeira palavra acerca de tudo que se realizava na sessão. A autora observou que o cliente não estabeleceu contacto com mais ninguém sem ser o fotógrafo e a sua respetiva equipa na sessão fotográfica.

❖ Qual foi o destino das fotografias?

As fotografias realizadas pelo fotógrafo André Brito estavam destinadas para o catálogo de Inverno da *Tiffosi*.

❖ Tem *making of* em vídeo?

A sessão tinha *making of* em vídeo, tendo sido filmado o momento em que se fotografou.

Cenário

❖ Qual foi o cenário utilizado?

A sessão foi realizada em exterior. Foram percorridas algumas estações de metro e de comboio o que tornou as imagens mais citadinas e contemporâneas. Os elementos envolventes como escadas rolantes, metro, contribuíram para essa imagem. Mais à frente poderão ser vistas fotografias que ilustram o que acabou de ser dito.

Maquilhador

❖ Qual foi a maquilhagem utilizada?

Observou-se que foi utilizada uma maquilhagem simples. Dando assim mais destaque aos coordenados utilizados, uma vez que eram o produto principal na imagem.

❖ Qual a diferença entre a realização da maquilhagem no modelo feminino e no masculino?

Observou-se que existia uma ligação entre o modelo feminino e masculino na simplicidade do rosto.

❖ Existe alguma relação da maquilhagem com os coordenados e cabelo?

Através das observações realizadas, foi possível afirmar que existia uma relação da maquilhagem com os coordenados e cabelo. Foi criada uma maquilhagem simples, prática e de uso diário e os penteados foram igualmente ligados ao quotidiano.

❖ Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração para a escolha da maquiagem?

Através das observações feitas, a autora depreendeu que foi elaborada uma pesquisa anterior ao dia da sessão baseada no tema, de forma a ganhar inspiração para a maquiagem a ser utilizada. No entanto, pode também surgir alguma ideia diferente, durante a realização da maquiagem.

Cabeleireiro

❖ Quais são as influências na criação do penteado?

Através das observações realizadas concluiu-se que os penteados do modelo feminino e masculino apresentavam influências de penteados simplificados remetendo para o dia-a-dia em que não existe tanta preocupação com um penteado mais elaborado.

❖ O cabelo corresponde ao tema da sessão fotográfica?

A sessão fotográfica corresponde a um conceito mais citadino, desta forma a autora observou que o cabelo não apresentava nenhuma complexidade. Foi realizado um penteado simples, um cabelo encaracolado na rapariga e um cabelo liso no rapaz, mas que no entanto se conseguiam complementar perfeitamente com os coordenados, ambiente e cenário envolvente.

Stylist

❖ Qual foi o papel do *stylist* na sessão fotográfica?

Os coordenados utilizados pertenciam à marca representada, *Tiffosi*. Neste caso as peças de vestuário pertenciam ao cliente. O *stylist* apenas teve como trabalho a conjugação das diferentes peças de roupa adquiridas com o objetivo de formar diferentes coordenados.

❖ Quais foram os coordenados, acessórios e as cores predominantes nestes?

Foi observado que os coordenados predominantes na sessão envolveram quase sempre calças de ganga, uma vez que a marca produz isso mesmo, e esta sessão se destinava também a demonstrar essas peças. Os coordenados apresentaram uma paleta cromática diversificada, com

preponderância nas cores mais escuras e inverniais. Foram colocados alguns acessórios também da marca, como gorro, cachecol e pulseiras.

- ❖ Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração para a escolha dos coordenados?

Neste caso específico concluiu-se que não existiu uma vez que as peças já eram da marca, *Tiffosi*, que seria representada.

Produtora

- ❖ Qual o trabalho da produtora?

Observou-se que não havia produtora na sessão fotográfica.

Assistente do Fotógrafo

- ❖ Está apenas responsável pela assistência ao fotógrafo ou tem outras funções na sessão fotográfica ?

A autora observou que nesta sessão estavam presentes dois assistentes e também a pessoa responsável pelo *making of* em vídeo. Os assistentes estavam responsáveis pela assistência ao fotógrafo sempre que necessário. A pessoa responsável pelo *making of* realizou o vídeo em que documentou toda a sessão fotográfica.

Modelos

- ❖ Os modelos escolhidos são nacionais ou deslocam-se do estrangeiro propositadamente a Portugal para a realização do trabalho?

Foram dois os modelos escolhidos, uma rapariga e um rapaz. Ambos eram estrangeiros. Viajaram para Portugal com o objetivo de realizar este trabalho.

- ❖ Procuram características específicas no modelo para a sessão realizada?

Através da observação feita, concluiu-se que os modelos apresentavam características que se enquadravam no conceito da sessão fotográfica, jovem, urbana e cidadina.

Fotógrafo

❖ Em que medida interagiu com o resto da equipa?

Foi observado que o fotógrafo interagiu com o resto da equipa na medida em que deu a sua opinião acerca do trabalho que cada um estava a realizar. Para além de sugerir aos modelos ideias de poses que estes podiam executar focou-se essencialmente na sua tarefa de fotografar.

❖ Teve mais alguma função para além de fotografar?

Sim. Observou-se que o fotógrafo, procurou um lugar para fotografar que se identificasse com o conceito da sessão.

❖ Para além da equipa do fotógrafo, tinha mais alguém a trabalhar para este?

Para além da equipa do fotógrafo não havia mais ninguém a trabalhar para ele sem ser a sua equipa.

De seguida são apresentadas algumas fotografias do *making of* da sessão fotográfica, bem como o resultado final.



Figura 63 Maquilhagem no *making of* da sessão fotográfica para *TIFFOSI Evolution Denim Winter*



Figura 64 Fotografia do *making of* da sessão fotográfica para *TIFFOSI Evolution Denim Winter*.

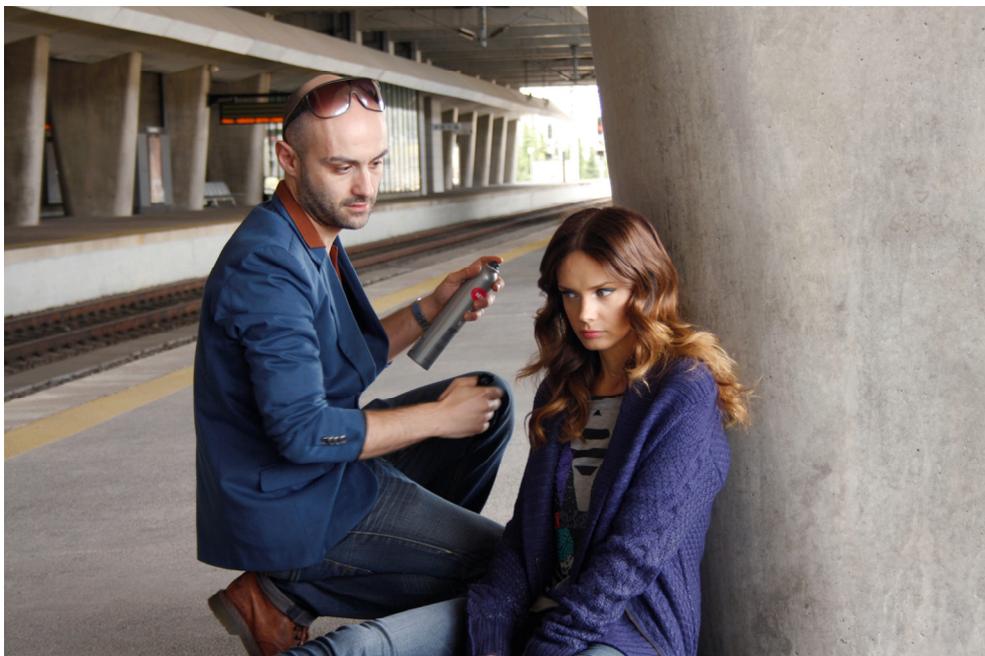


Figura 65 Fotografia do *making of* da sessão fotográfica para *TIFFOSI Evolution Denim Winter* (2)



Figura 66 Fotografia do cabeleireiro no *making of* da sessão fotográfica para *TIFFOSI Evolution Denim Winter*.



Figura 67 Fotografia do *making of* da sessão fotográfica para *TIFFOSI Evolution Denim Winter*



Figura 68 Fotografia do *making of* da sessão fotográfica para *TIFFOSI EVOLUTION DENIM WINTER* (2)

Seguidamente apresentam-se algumas fotografias do resultado final da sessão fotográfica para a *TIFFOSI EVOLUTION DENIM WINTER*

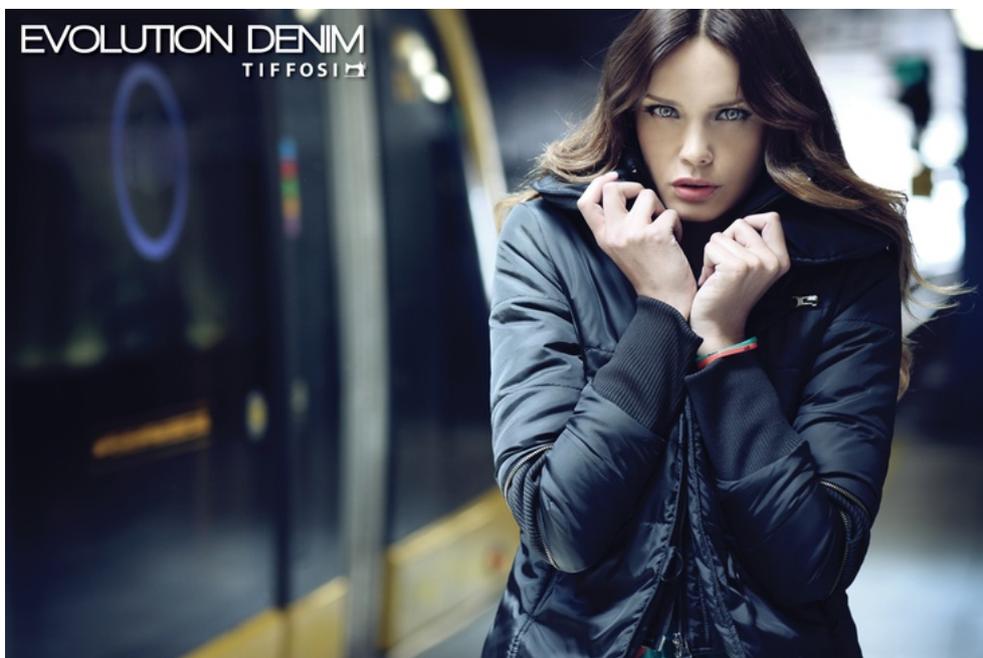


Figura 69 *TIFFOSI EVOLUTION DENIM WINTER* (Tiffosi | Evolution Denim Collection | Winter 2012)



Figura 70 *TIFFOSI EVOLUTION DENIM WINTER (2)* (Tiffosi | Evolution Denim Collection | Winter 2012)

VI.5 Fotógrafa Anja Ka// Fashion meets fitness

❖ Objetivo

A sessão fotográfica “*Fashion meets fitness*”, apresenta um conceito relacionado com o desporto mas que ao mesmo tempo associa-se a um conceito sensual. A sessão apresenta como objetivo a possibilidade de colocação das fotografias tiradas, numa revista online. Segundo a fotógrafa, ‘*é uma sessão de teste*’ de forma a ser aceite pelo meio de comunicação em questão.

Cliente

Através das informações dadas pela fotógrafa, foi possível concluir que não houve cliente.

❖ Tem *making of* em vídeo ?

Foi realizado vídeo do *making of*.

❖ Qual foi o tema escolhido para a sessão fotográfica?

Fotógrafa: *'O tema escolhido para a sessão fotográfica baseou-se no estilo desportivo mas ao mesmo tempo sensual, "Fashion meets fitness" ' foi esta a forma como a fotógrafa se referiu ao tema da sessão fotográfica.'*

Cenário

❖ Qual foi o cenário utilizado?

O cenário utilizado foi simples. A sessão foi realizada dentro de um estúdio, com papel de cenário branco como fundo. Na fotografia de dois coordenados foram adicionados ao cenário dois objetos diferentes para cada um. Num deles, um cubo branco com o qual a modelo interagiu, e já num outro coordenado foi adicionada um banco no qual também houve interação por parte da modelo.

Maquilhador

❖ Qual foi a maquilhagem utilizada?

Maquilhadora: *'A maquilhagem realizada está relacionada com o "fitness chic". Foi feita uma maquilhagem que caracterizava um ar cansado, desportivo mas ao mesmo tempo sensual. Foram definidas as sobrancelhas e as pestanas foram carregadas. No entanto, a maquilhagem não foi muito exagerada. Colocou-se também bastante gloss no rosto de forma a dar o ar transpirado. É importante referir que sobressai a estrutura óssea facial da modelo e os seus olhos.'* Foram realizadas duas maquilhagens, a primeira para três coordenados de tons claros e a segunda para três coordenados de tons escuros. Segundo a maquilhadora, *'A segunda maquilhagem tem estar sempre relacionada com a primeira, tem de existir um ponto de ligação entre as duas.'*

❖ Qual a diferença entre a realização da maquilhagem no modelo feminino e no masculino ?

Nesta sessão fotográfica apenas foi fotografada uma rapariga. Desta forma não foi possível responder à questão.

❖ Existe alguma relação da maquilhagem com os coordenados e cabelo?

Maquilhadora: *'Sim, existe sempre uma relação da maquilhagem com os coordenados e cabelo.'*

Através das observações realizadas concluiu-se que existia uma relação evidente através do rosto no qual, com a maquilhagem realizada e o cabelo molhado, simulavam o efeito de transpiração.

Estando o tema relacionado com o desporto, as características anteriormente referidas relacionavam-se com o tema bem como os coordenados desportivos.

❖ Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração

para a escolha da maquilhagem ?

Quando a maquilhadora soube do tema da sessão fotográfica, realizou uma pesquisa prévia de maquilhagens que fossem de encontro com o pretendido. No dia da sessão fotográfica a maquilhadora tinha as imagens de pesquisa numa *tablet* que a acompanhou durante todo o processo de maquilhagem.

Cabeleireiro

❖ Quais são as influências na criação do penteado ?

O penteado realizado pela cabeleireira, que também foi maquilhadora nesta sessão fotográfica, apresentava influências de atividade desportiva, uma vez que por estar molhado dava a sensação de transpiração.

❖ O cabelo corresponde ao tema da sessão fotográfica ?

Cabeleireira: *‘Sim, o cabelo corresponde ao tema da sessão fotográfica. Foi realizado um cabelo molhado para entrar no tema desportivo, uma vez que na sessão fotográfica a modelo vai simular poses de exercício físico.’*

Stylist

❖ Qual foi o papel do *stylist* na sessão fotográfica?

Nesta sessão fotográfica o *styling* foi realizado por uma dupla de *stylists* que teve como tarefa, a procura das peças de roupa que se adequavam ao que elas procuravam para a sessão fotográfica.

Stylists : *‘Obtivemos as peças de um “showroom” intitulado “Showpress” e tentámos completar com artigos de lojas.’* Os artigos eram desportivos existindo também acessórios da mesma categoria. A autora observou que os artigos utilizados eram de marcas como *Lacoste*, *Bershka*, *Gant*, *Oysho* e *Reebok*.

- ❖ Quais foram os coordenados, acessórios e as cores predominantes nestes ?

Stylist. 'Os coordenados utilizados estão relacionados com roupa de desporto e ao mesmo tempo sensual. Foram usados acessórios desportivos como uma bola de pilates, cordas de saltar e alteres. As cores predominantes nos coordenados e acessórios foram o preto e o cinzento. No entanto existem também apontamentos de rosa, laranja, azul e prateado.'

- ❖ Existe alguma pesquisa anterior à sessão de forma a ganhar alguma inspiração para a escolha dos coordenados ?

Stylist. 'Foi realizada previamente uma pesquisa de sessões já realizadas, que fossem idênticas à que será concretizada'. A partir daí o *stylist* ganhou de certa forma inspiração para a escolha dos coordenados a serem utilizados na sessão fotográfica.

Produtora

- ❖ Qual o trabalho da produtora?

Através das informações dadas pela fotógrafa, concluiu-se que não havia produtora na sessão fotográfica.

Assistente do Fotógrafo

A fotógrafa afirmou que nesta sessão não houve assistente. Como a fotógrafa trabalha mais no seu país de origem, Noruega, apenas tem lá o seu assistente.

Modelos

- ❖ Os modelos escolhidos são nacionais ou deslocam-se do estrangeiro propositadamente a Portugal para a realização do trabalho?

Foi escolhida uma modelo feminina de nacionalidade portuguesa.

❖ Procura características específicas no modelo para a sessão realizada?

Fotógrafa: *'Querida uma modelo com um look forte, com sobrancelhas escuras e que não apresentasse um corpo excessivamente magro, mas sim atlético.'* A autora observou que a modelo apresentava as características que a fotógrafa desejava, o comportamento da modelo a nível de poses correspondeu ao que era solicitado.

Fotógrafo

❖ Em que medida interagiu com o resto da equipa?

A fotógrafa interagiu com todos os elementos presentes na sessão fotográfica. Por vezes pediu a alguns elementos presentes na sessão como maquilhadora, *stylist* para segurarem no refletor, dando também sugestões de poses à modelo.

❖ Teve mais alguma função para além de fotografar?

A autora observou que para além de fotografar acrescentou elementos no cenário, como o banco e cubo referidos anteriormente e montou a iluminação.

❖ Para além da equipa do fotógrafo, tinha mais alguém a trabalhar para este?

Para além da equipa da fotógrafa, não houve mais ninguém a trabalhar para ela.

De seguida apresentam-se algumas fotografias tiradas na sessão fotográfica.



Figura 71 Fotografia da cabeleireira no *making of* da sessão fotográfica “*Fashion meets fitness*”.

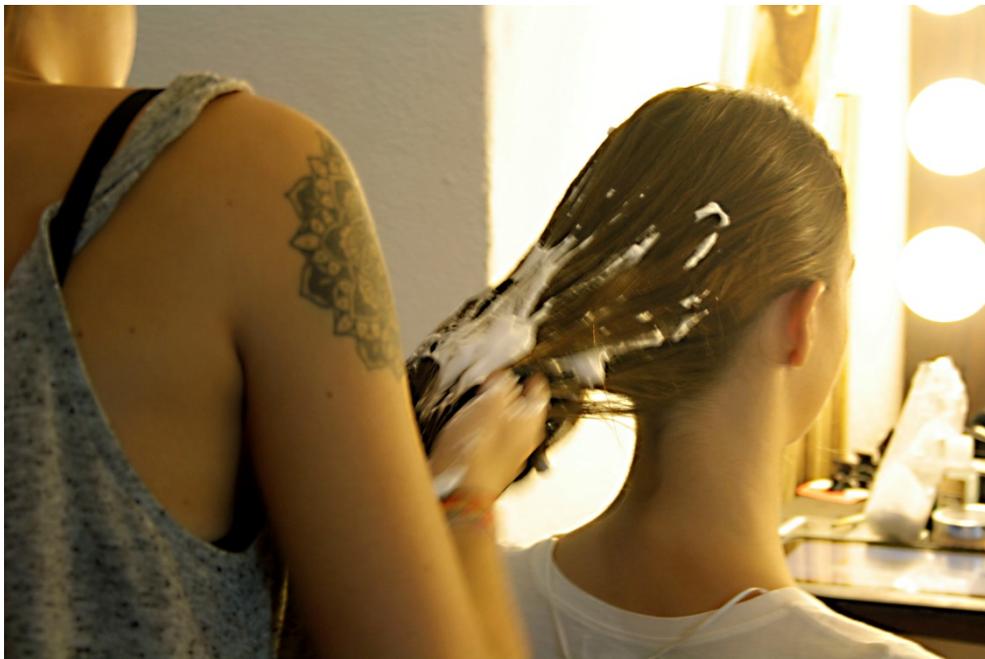


Figura 72 Fotografia da cabeleireira no *making of* da sessão fotográfica “*Fashion meets fitness*” (2)

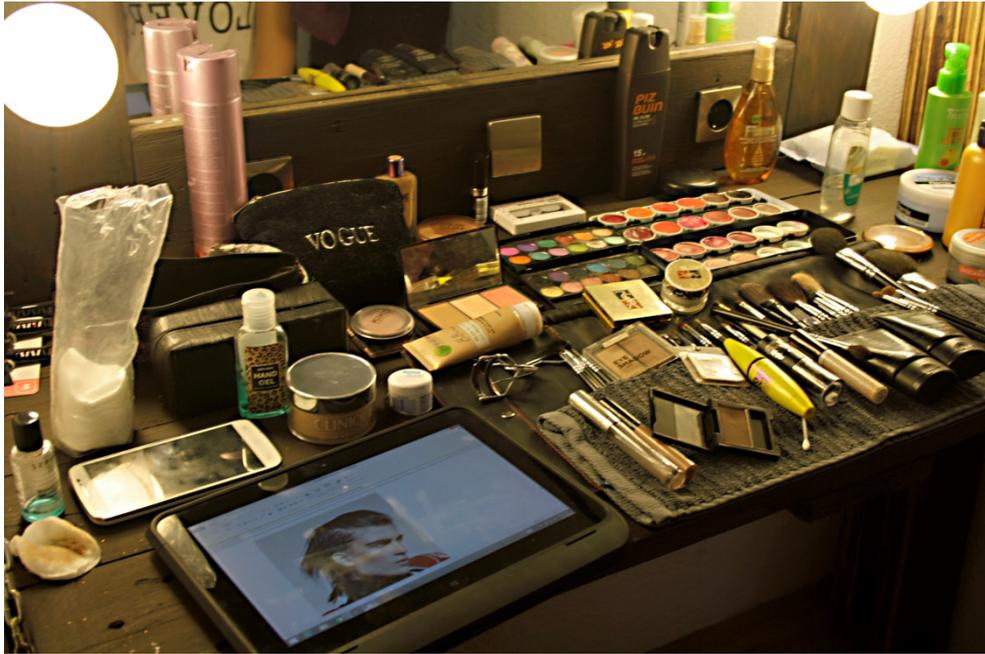


Figura 73 Fotografia da maquiagem no *making of* da sessão fotográfica “*Fashion meets fitness*”



Figura 74 Fotografia da maquiagem no *making of* da sessão fotográfica “*Fashion meets fitness*” (2)



Figura 75 Fotografia do *styling* no *making of* da sessão fotográfica “*Fashion meets fitness*”



Figura 76 Fotografia do *styling* no *making of* da sessão fotográfica “*Fashion meets fitness*” (2)



Figura 77 Fotografia de pormenor de vestuário e acessório no *making of* da sessão fotográfica “*Fashion meets fitness*” (3)



Figura 78 Fotografia a visualizar as fotografias tiras na sessão fotográfica “*Fashion meets Fitness.*”

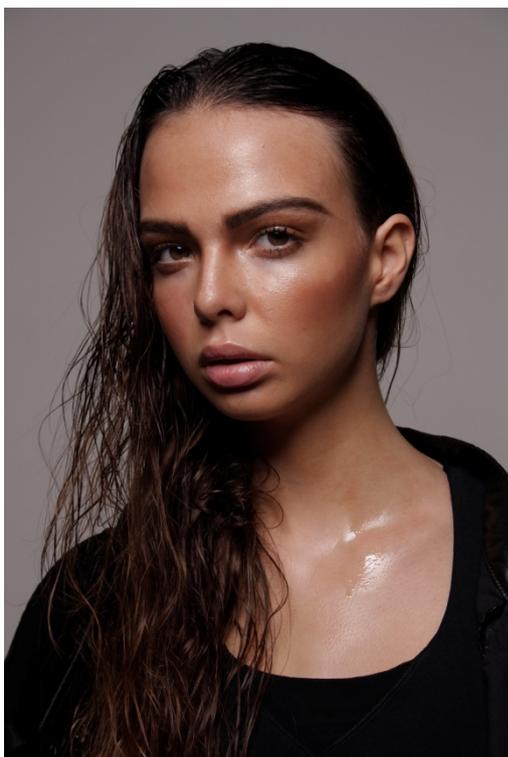


Figura 79 Fotografia da modelo na sessão fotográfica “*Fashion meets fitness*”



Figura 80 Fotografia da modelo na sessão fotográfica “*Fashion meets fitness*”



Figura 81 Fotografia do cenário da sessão fotográfica “Fashion meets fitness”

VI.6 Discussão de resultados

O trabalho permitiu uma análise aprofundada do que se trata no *making of* de sessões fotográficas, da fotografia e tudo o que esta envolve. O caso prático possibilitou uma melhor e maior percepção relativamente às diferenças que podem existir em sessões que aos olhos de muitos espetadores aparentam ser realizadas de igual forma. Em algumas sessões foi possível a obtenção de resposta por parte de todos os elementos através de uma entrevista, em outros casos não foi possível uma vez que as pessoas em causa apresentavam-se bastante ocupadas obtendo assim informação através da observação.

Objetivo

Das cinco sessões observadas, apenas as sessões do fotógrafo André Brito para a marca *Rêverie* e para a *Tiffosi* apresentavam o mesmo objetivo, que era a inserção das fotografias num catálogo. Nas restantes sessões, *Advertorial* para a Portuguese Shoes, VAVA e *Fahion meets fitness*, o objetivo diferenciou-se das restantes sessões.

Making of em vídeo

Na análise de todas as sessões fotográficas apenas duas tinham *making of* em vídeo, nomeadamente a sessão para a *Rêverie* e para a *Tiffosi*, ambas do mesmo fotógrafo, André Brito. Conclui-se que nas restantes sessões poderia ter sido realizado um *making of* em vídeo. É importante na medida em que através deste é possível documentar toda a sessão desde o *making of* até ao final da sessão fotográfica em vídeo. Desta forma uma pessoa mais curiosa que observe apenas as fotografias no meio de comunicação e que deseje saber como foram feitas, poderá ver o vídeo do *making of* da sessão fotográfica.

Tema escolhido para a sessão Fotográfica

Nas cinco sessões observadas, todas apresentaram temas bastante interessantes e diversificados. Desde o futurismo até ao desporto, quase todos os temas foram bem representados à exceção de um tema que a autora não identificou bem com o resultado final. Na sessão fotográfica realizada pelo fotógrafo Frederico Martins para a Vogue Portugal, o tema “*cool*” e “*punk*” não foi visível no geral, apenas em pequenos elementos como o cabelo da modelo feminina. Nas restantes sessões fotográficas o tema foi representado de uma forma clara.

Cenário

Existiram cinco tipos de cenário nas sessões observadas: estúdio, interior e exterior de uma casa e interior e exterior de uma estação de metro. Três das sessões apresentadas: Catálogo para a marca de óculos VAVA do fotógrafo André Brito, *Advertorial* para a Vogue Portuguesa do fotógrafo Frederico Martins e *Fashion Meets Fitness* da fotógrafa Anja Ka respetivamente, foram realizadas em estúdio. A sessão da *Rêverie* do fotógrafo André Brito foi realizada no interior de uma casa e também em exterior, a sessão da *Tiffosi Evolution Denim* do fotógrafo André Brito foi concretizada no interior de uma estação de metro e no exterior da mesma. Em duas das sessões que aconteceram dentro do estúdio (*Advertorial Portuguese Shoes* para a Vogue Portuguesa e *Fashion Meets Fitness*) foram introduzidos elementos relacionados com o tema da sessão, para além do papel de cenário. Na restante sessão (Catálogo para a marca de óculos VAVA) foi utilizado apenas o papel de cenário referido anteriormente. As sessões realizadas no interior de uma casa e exterior bem como a sessão realizada no interior de uma estação de metro e no seu exterior, *Rêverie* e *Tiffosi Evolution Denim Winter*, respetivamente, ambas realizadas pelo fotógrafo André Brito, apresentaram uma distinção

relativamente às de estúdio uma vez que havia mais elementos envolventes para trabalhar e utilizar. Através das observações feitas, para a autora foi possível concluir que o cenário exterior e interior da casa e estação de metro acabam por ser mais interessante que o interior.

Para a autora o cenário exterior tem mais elementos naturais para se trabalhar, realizando assim um trabalho mais envolvente com o meio em que se encontra. Em estúdio também se podem criar ambientes de interesse, porém em todos os ambientes observados os de exterior mostram uma possibilidade de movimentação dos próprios modelos e fotógrafo. Não estão restringidos a um espaço e a determinados elementos.

Maquilhador

Na maquilhagem o método de trabalho foi idêntico para todas as maquilhadoras, distinguindo-se evidentemente nas maquilhagens utilizadas devido aos diferentes temas apresentados nas sessões. Houve no entanto um aspeto na sessão “*Fashion meets Fitness*” que se destacou das restantes, na medida em que a maquilhadora foi também cabeleireira. Concluiu-se através de questões colocadas e das suas próprias observações que houve uma relação da maquilhagem com os coordenados e cabelo em todas as sessões fotográficas, sem exceção.

Cabeleireiro

O método de trabalho dos cabeleireiros de todas as sessões foi idêntico, destacando-se apenas pela diferença na forma como foram penteados os cabelos. A autora observou que em todas as sessões o cabelo correspondia ao tema da sessão fotográfica, no entanto na sessão realizada pelo fotógrafo Frederico Martins para a Vogue Portugal, o tema da sessão foi apenas perceptível no cabelo do modelo feminino.

Stylist

Foi na sessão fotográfica realizada pelo Frederico Martins para a Vogue portuguesa que mais se diferenciou o *stylist* das restantes sessões fotográficas. Este apresentou um método de trabalho diferente, na medida em que as peças usadas na sessão fotográfica foram adquiridas em *showrooms*, espaço onde vários designers expõem as suas criações. Neste ponto é criada uma ligação com a dupla de *stylists* da sessão fotográfica “*Fashion meets Fitness*” realizada pela fotógrafa Anja Ka, uma vez que parte das peças foram adquiridas em *showrooms* e para além destas conseguiram as restantes peças solicitando-as em lojas. Nas sessões *Tiffosi Evolution Denim* e

Rêverie) como o objetivo era a colocação das peças em catálogos e num *website*, as peças correspondiam apenas à marca que estava a ser representada. Na sessão para a VAVA o objeto principal, óculos, pertencia à marca representada, relativamente ao vestuário, este, foi requisitado a diferentes designers.

Cliente

Em todas as sessões fotográficas à exceção da “Fashion meets Fitness” realizada pela fotógrafa Anja Ka, houve um cliente para o qual o fotógrafo e a sua respetiva equipa estavam a trabalhar. As duas sessões que mais se destacaram no destino das fotografias foram: *Advertorial* para a Vogue Portuguesa realizada pelo fotógrafo Frederico Martins e sua respetiva equipa e “*Fashion meets Fitness*” concretizada pela fotógrafa Anka Ka e sua equipa. O primeiro caso salientou-se das restantes pois o cliente tinha de realizar um pagamento à revista Vogue de forma a possibilitar a publicação das fotografias na revista. Na segunda sessão referida, não havia cliente e foi neste aspeto que foi introduzido um conceito que não é tão habitual para a autora como os restantes havendo assim um maior interesse. Nas restantes sessões havia um cliente para o qual o fotógrafo e a sua respetiva equipa estavam a trabalhar. No entanto na sessão “*Fitness meets Fashion*” a fotógrafa não tinha um cliente específico, apresentava como objetivo futuro publicar as suas fotografias numa revista online.

Produtora

Através da entrevista foi possível obter as respostas necessárias para a compreensão do trabalho deste elemento da equipa, que consiste na realização de interfaces entre modelo e agencia e todos os detalhes de logística. Tudo isto, que por ser realizado previamente à sessão fotográfica, pode ser definido pela autora como um trabalho mais discreto durante o decorrer da sessão fotográfica.

Assistente do Fotógrafo

O assistente do fotógrafo executou a mesma tarefa em todas as sessões fotográficas, porém, como já foi referido, na sessão “*Fashion meets Fitness*” não houve assistente. O assistente é útil na medida em que ajuda na montagem do cenário e sempre que é necessário auxiliar o fotógrafo enquanto fotografa, efetuando tarefas tais como assegurar a luz pré-definida e pretendida pelo fotógrafo, através de refletores, por exemplo. A presença do assistente nas sessões fotográficas é importante, e observou-se isso no decorrer da sessão “*Fashion meets Fitness*”, que contou com a ausência de um. Todos os problemas que poderiam ser solucionados pelo assistente foram

resolvidos pela própria fotógrafa e elementos da equipa como *stylist* e maquilhador, apresentando ainda assim um resultado positivo.

Modelos

A autora verificou que nas cinco sessões fotográficas estavam presentes na sua maioria modelos nacionais. No entanto houve também modelos estrangeiros em duas sessões no *Advertorial* para a Vogue Portugal, na sessão para a *Tiffosi Evolution Denim*, deduziu-se que por vezes é necessário procurar no mercado internacional, modelos realizar trabalhos nacionais sendo esta uma desvantagem para os modelos nacionais que não conseguem determinados trabalhos. Concluiu-se que em todas as sessões fotográficas o modelo apresentou características que se relacionassem com o tema da sessão fotográfica.

Fotógrafo

Em todas as sessões sem exceção foi possível concluir através da observação feita a existência de uma boa interação com o resto da equipa. Sugestão de poses para os modelos, opinião sobre maquilhagem e penteado realizado, foram elementos que permitiram a interação referida. Para além de fotografar, quando a sessão foi realizada no estúdio, em alguns casos, tal como na sessão fotográfica “*Fashion Meets Fitness*” e Catálogo para a marca de óculos VAVA, o fotógrafo montou o cenário. Na sessão do *Advertorial* para a Vogue Portugal, o fotógrafo apenas auxiliou na montagem deste. Através da questão colocada ao fotógrafo e observações feitas, a autora concluiu que em todas as sessões fotográficas observadas não havia mais ninguém a trabalhar para ele sem ser a sua equipa.

Durante todas as sessões fotográficas foi possível o registo do *making of* através das fotografias da autora que, de certa forma ao inclui-las no presente trabalho serviu para a uma melhor compreensão do trabalho realizado, ilustrando exemplos concretos do assunto abordado. O contacto realizado com toda a equipa e fotógrafo através das entrevistas ajudou a uma maior integração em todo o ambiente envolvente nas sessões fotográficas observadas.

Capítulo VII - Conclusão

Elliot Siegel (2012,p.103) afirma que : “ *Qualquer fotógrafo de moda reconhecido dirá que sem o apoio de sua equipe nunca teria alcançado o sucesso. A imagem de uma pessoa vestindo determinadas roupas não resulta por si só em uma grande foto de moda. Sem a ajuda de um produtor de moda inovador, um maquiador e um cabeleireiro criativos, um belo modelo adequado ao estilo da sessão e um assistente trabalhador, uma obra de arte em potencial pode estar destinada ao fracasso.*”

A citação anteriormente descrita resume de uma forma clara e sucinta o que era pretendido com este trabalho. Além da referência feita à fotografia e tudo o que esta envolve, o objetivo principal e no qual o trabalho esteve sempre focado, foi a observação de como se desenvolvia uma sessão fotográfica e principalmente tudo o que era feito previamente à sua concretização. Perceber a um nível mais aprofundado o que cada elemento da equipa trabalhava apresentou-se como um ponto fulcral no desenvolvimento deste trabalho, e que apresentou resultados positivos, permitindo uma comparação entre todas as sessões fotográficas com algumas informações que permitiram uma visível distinção entre todas.

Figuras - Fontes

Editorial PAINTED SKIN @ H MAGAZINE (SPAIN) [figura 1] 2012. Acedida a 8 de Outubro,2014.

Disponível em

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10151103744886298.438290.369103866297&type=3>

Jeanne Eagles by Baron de Meyer, Vogue [figura 2] 1921. Acedida a 30 de Julho,2014. Disponível

em: <http://www.condenast.com/about-us/heritage/1914/conde-nast-elevates-magazine-photography-arrival-baron-adolphe-de-meyer>

Vogue Magazine Archive [figura 3] 1950. Acedida a 3 de Julho,2014. Disponível em:

<http://www.vogue.co.uk/magazine/archive/issue/1950/June>

Dovima With Elephants - Paris 1955, Richard Avedon [figura 4] 1955. Acedida a 30 de Julho, 2014.

Disponível em: <http://bridalmakeovers.com/blog/tag/richard-avedon/>

Steven Meisel: Fashion Photographie [figura 5] s.d. Acedido a 3 de Julho de 2014. Disponível em :

<http://www.purpleleaves.de/blog/steven-meisel-fashion-photography/>

Candice Swanepoel by Steven Meisel [figura 6] 2011. Acedido a 3 de Julho de 2014. Disponível em:

<http://www.touchpuppet.com/2011/02/15/17567/>

Nadja Auermann by Peter Lindbergh [figura 7] s.d. Acedido a 3 de Julho, 2014. Disponível em :

<http://filmmakeriq.com/images/nadja-auermann-by-peter-lindbergh/>

Daria Werbowy por Peter Lindbergh [figura 8] 2011. Acedido a 3 de Julho, 2014. Disponível em :

<http://mevoque.com/de/daria-werbowy-by-peter-lindbergh-for-the-us-vogue-january-2011/>

"Alice in Wonderland" by Annie Leibovitz for Vogue [figura 9] 2003. Acedida a 12 de Agosto, 2014.

Disponível em : <http://dustyburrito.blogspot.pt/2010/03/alice-in-wonderland-by-annie-leibovitz.html>

"Burberry Spring Summer 2014 by Mario Testino [figura 10] 2013. Acedida a 12 de Agosto,2014.

Disponível em: <http://www.designscene.net/2013/12/burberry-ss14-mario-testino.html>

Miranda Kerr Poses for Terry Richardson in Cover Shoot of Bazaar China [figura 11] 2014. Acedida a 13 de Agosto, 2014. Disponível em: <http://www.fashiongonerogue.com/miranda-kerr-poses-terry-richardson-bazaar-china-cover-shoot/>

Frederico Martins - Fotógrafo, 2014 [figura 12]. Acedida a 16 de Agosto de 2014. Disponível em : <https://www.facebook.com/pages/Frederico-Martins/62771034128>

Frederico Martins - Fotógrafo, 2014 [figura 13]. Acedida a 16 de Agosto de 2014. Disponível em : <https://www.facebook.com/pages/Frederico-Martins/62771034128>

Colaboração com a Magnética Magazine para o segmento "Fashion Diamonds" [figura 14] s.d. Acedida a 18 de Julho, 2014. Disponível em: <http://cargocollective.com/carlamacedo/Magnetica-Magazine-Colaboracao>

Kate Moss, Portrait, Paris, 1993 [figura 15]. Acedido a 3 de Julho, 2014. Disponível em : <http://www.artnet.com/artists/marc-hispard/kate-moss-portrait-paris-a-ZW2kruZpSZu70Cb8q2Jbqg2>

Girls in Albion – Retro grade/ vogue uk editorial, 2013 [figura 16] Acedido a 5 de Julho, 2014. Disponível em : <http://girlinalbion.blogspot.pt/2013/07/retro-grade-vogue-uk-editorial.html>

Cara Delevingne for Reserved Spring Summer [figura 17] 2013. Acedido a 4 de Julho, 2014. Disponível em : <http://www.designscene.net/2013/02/cara-delevingne-reserved-ss13.html>

Recorte mal realizado pois realizou-se um corte no pulso, sem data [figura 18]. Acedido a 4 de Julho, 2014. Disponível em : http://pt.gde-fon.com/download/estilo_moda_maquiagem_menina/348423/2550x1890

Should Know – Miranda Kerr [figura 19] s.d. Acedido a 4 de Julho, 2014. Disponível em : <http://www.should-know.com/miranda-kerr/>

Rebloggy – Photoshoot Cara Delevingne [figura 20] s.d. Acedido a 4 de Julho, 2014: . Disponível em : <http://rebloggy.com/post/photoshoot-cara-delevingne/45201031350>

"Love, Sun & Bicycles" [figura 21] 2011. Acedido a 4 de julho de 2014. Disponível em : <http://joshcaudwell.blogspot.pt/2011/05/vintage-fashion-photoshoot-love-sun.html>

Visual Optimism, [figura 22] 2013. Acedido a 6 de Julho,2014. Disponível em:
<http://visualoptimism.blogspot.pt/2013/05/vanishing-point-chrysal-copland-by.html>

Victoria's Secret 2013 Swimsuit models announced [figura 23] 2013. Acedido a 27 de Agosto,2014.
Disponível em : http://rollingout.com/culture/victorias-secret-2013-swimsuit-models-announced/attachment/behati-prinsloo-in-bikini-for-victorias-secret-26-640x862/#_

David LaChapelle - The house at the end of the world [figura 24] 2005. Acedida a 10 de Outubro,2014. Disponível em : <http://www.davidlachapelle.com/series/the-house-at-the-end-of-the-world/>

Black and White Fashion Photography by Renam Christofolletti [figura 25] 2010. Acedido a 28 de Agosto,2014. Disponível em : <http://free-wallpapers-stock.blogspot.pt/2010/11/black-and-white-fashion-photography-by.html>

Bicyclette Boutique [figura 26] 2013. Acedido a 28 de Agosto,2014. Disponível em :
<http://bicycletteboutique.com/cara-delevingne-monday-muse/>

Photography tips for fashion bloggers [figura 27] 2013. Acedido a 5 de Julho,2014. Disponível em :
<http://stylevanity.com/2013/04/photography-tips-for-fashion-bloggers.html>

Zara [figura 28] 2014. Acedida a 7 de Julho,2014. Disponível em : <http://www.zara.com/pt/>

(IN)DECOROUS TASTE [figura 29] 2011. Acedida a 7 de Julho,2014. Disponível em :
<http://www.indecoroustaste.com/2011/04/indecorous-taste-harnesses-in-vogue.html>

Lanvin / Fall [figura 30] 2005. Acedida a 8 de Julho,2014. Disponível em:
<http://styleregistry.livejournal.com/172592.html>

Design Fundamentals [figura 31] 2012. Acedida a 7 de Julho,2014. Disponível em:
<http://alisondub.blogspot.pt/>

CAMBRIDGE in COLOUR [figura 32] 2014. Acedida a 8 de Julho, 2014. Disponível em :
<http://www.cambridgeincolour.com/pt-br/tutorials/color-black-white.htm>

Fashion Gone Rogue [figura 33] 2013. Acedida a 8 de Julho, 2014. Disponível em :
<http://www.fashiongonerogue.com/kate-moss-daria-werbowy-and-joan-smalls-are-goddesses-for-versace-spring-2013-campaign-mert-marcus/>

NOWEAR LAND [figura 34] 2014. Acedido a 7 de Julho ,2014. Disponível em :
<http://www.nowearland.com/model/barbara-palvin/>

Les Beehive - Kate Upton by Mario Testino for Vogue UK, June 2014 [figura 35]. Acedido a 7 de Julho, 2014. Disponível em : <http://lesbeehive.com/2014/05/03/kate-upton-by-mario-testino-for-vogue-uk-june-2014/>

SNC Magazine [figura 36] 2014. Disponível em: <http://sncmagazine.ru/kara-delevin-stala-litsom-reklamnoj-kampanii-yuvelirnoj-marki-john-hardy/>

André Brito Fotografia - André Brito Fotografia - Tiffosi Evolution Denim Winter 2014/15 [figura 37] 2014. Disponível em:
<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10152464207336298.1073741886.369103866297&type=3>

Broncolor [figura 38] s.d. Acedida a 12 de Julho ,2014 . Disponível em :
<http://www.bron.ch/broncolor/products/light-shapers/showproduct/softbox-90-x-120-cm-3-x-3-9/?cHash=9d747c857c6948c5cc1a25bdf8e81fc8>

Kit de iluminação luz continua K2A c/ sombrinha difusora e suporte E27 duplo [figura 39] s.d. Acedida a 12 de Julho ,2014 . Disponível em :
http://www.absolutainformatica.com.br/ecommerce_site/produto_34325_5755_Kit-de-iluminacao-luz-continua-K2A-c-sombrinha-difusora-e-suporte-E27-duplo

André Brito Fotografia - Seaside Shoes FW 2013/14 Campaign, 2013. [figura 40]. Acedida a 14 de Julho de 2014. Disponível em : <https://www.facebook.com/pages/André-Brito-Fotografia/369103866297?fref=ts>

Fotocasion [figura 41] s.d. Acedida a 16 de Julho de 2014 . Disponível em :
<http://www.fotocasion.es/catalogo/fotometros/010500/>

Balloons and Shadows by Michael Creagh [figura 42] 2009. Acedida a 5 de Julho,2014. Disponível em : <http://michaelcreagh.blogspot.pt/2009/10/balloons-and-shadows-by-michael-creagh.html>

A2 Photography - Fashion Photography using shadows [figura 43] s.d. Acedida a 5 de Julho,2014. Disponível em : <http://lissa2photography.blogspot.pt/2011/06/fashion-photography-using-shadows.html>

Can You Tell What Was Photoshopped On Lena Dunham's Vogue Cover? [figura 44] 2014. Acedida a 10 de Agosto de 2014. Disponível em : <http://www.shefinds.com/2014/can-you-tell-what-was-photoshopped-on-lena-dunhams-vogue-cover/>

10 Horrible Model Photoshop Fails [figura 45] 2009. Acedida a 14 de Agosto ,2014. Disponível em : <http://www.complex.com/style/2013/07/model-photoshop-fails/ralph-lauren>

Jezebel - Karlie Kloss Loses Her Ribs to Numéro's Photoshopping [figura 46] 2012. Acedida a 14 de Agosto ,2014. Disponível em : <http://jezebel.com/5947061/karlie-kloss-loses-her-ribs-to-numero>

30 Fashion Model Photoshop Fails [figura 47] 2013. Acedida a 14 de Agosto ,2014. Disponível em: <http://www.refinedguy.com/2013/07/11/30-fashion-model-photoshop-fails/#16>

Referências Bibliográficas

Adolphe de Meyer | Broadway Photographs s.d. Acedido a 30 de Julho, 2014. Disponível em:
<http://broadway.cas.sc.edu/content/adolph-de-meyer>

Balanço de Branco 2014. Acedido a 18 de Julho, 2014. Disponível em:
<http://fotografo.blog.br/balanco-de-branco/>

Bezzerá, L 2013 “Por dentro: Fotografia de Moda”. Acedido a 12 de Agosto, 2014. Disponível em :
<http://profissaomoda.com.br/materias/2013/05/por-dentro-fotografia-de-moda>

Biografia de Peter Lindbergh s.d. Acedido a 3 de Julho, 2014. Disponível em : <http://a-galerie.fr/pt/peter-lindbergh-biografia.html>

Carvalho, A 2006 “História da Fotografia – luz/cor”, Acedido a 17 de Julho, 2014. Disponível em :
http://achfoto.com.sapo.pt/hf_1luz.html

Custódio, J; Souza, V., 2005 “Fotografia: meio e linguagem dentro da moda dentro da moda.”, discursos fotográficos, Londrina, v.1, p.231-251, 2005

DalBello, E 2014 “O que é o FLARE na fotografia?”. Acedido a 10 de Julho, 2014. Disponível em:
<http://www.photopro.com.br/tutorial-photoshop/o-que-e-flare-fotografia>

Enquadramento e recorte da imagem 2010. Acedido a 19 de Julho, 2014. Disponível em :
<http://fotografiafacil.wordpress.com/2010/09/27/enquadramento-e-recorte-da-imagem/>

Hall-Duncan, N 1987, *Histoire de la photographie de mode, préface de Yves Saint Laurent*, Chêne, Nova Iorque

Lingerie Rêverie, 2008. Acedido a 6 de Setembro, 2014. Disponível em:
<http://reverielingerie.blogspot.pt/2008/05/sobre-rverie.html>

Mario Testino – about s.d. Acedido a 12 de Agosto, 2014. Disponível em:
<http://www.mariotestino.com/about/>

Nemes, A 2011 “ Fotografia : Entenda os diferentes tipos de iluminação”. Acedido a 9 de

Julho,2014. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/9930-fotografia-entenda-os-diferentes-tipos-de-iluminacao.htm>

Portuguese Shoes – Designed by the Future s.d. Acedido a 30 de Agosto, 2014. Disponível em: <http://www.portugueseshoes.pt/info.asp?op=10&idp=OA==>

Portuguese Shoes – Designed by the Future s.d. Acedido a 30 de Agosto, 2014. Disponível em: <http://www.portugueseshoes.pt/info.asp?op=10&idp=OA==>

Rodrigues, C 2012 “ Iniciação à Fotografia Profissional: Enquadramento e composição de fotografias” , *Escolacriatividade*. Acedido a 10 de Julho,2014. Disponível em : (<http://www.escolacriatividade.com/enquadramento-e-composicao-de-fotografias/>) .

Siegel, E;2012, *Curso de fotografia de moda*, Editorial Gustavo Gili,Barcelona.

Sokoloski 2011 “Do pó de arroz ao Photoshop”. Acedido a 10 de Agosto,2014.Disponível em : <<http://w.razonypalabra.org.mx/N/N74/VARIA74/01SokoloskiV74.pdf>>

Wallace, B 2014 “Is Terry Richardson an Artist or a Predator?”. Acedido a 13 de Agosto,2014. Disponível em: <http://nymag.com/thecut/2014/06/terry-richardson-interview.html>