



GUIA ABRAFOTO

GUIA ABRAFOTO



1. ESCOLHA DO FOTÓGRAFO

O fotógrafo profissional precisa ter alguns atributos essenciais: conhecimento técnico sofisticado, talento, cultura, sensibilidade, atualização profissional constante, eficiência administrativa para desenvolver e organizar o seu trabalho.

Na maioria dos casos os fotógrafos dispõem de um estúdio com área de foto, fundo infinito, laboratório, cozinha, oficina, contra-regra e área administrativa.

Isso não significa que ele tenha funcionários para cada área. Muitos trabalham sozinhos e gerenciam o próprio negócio.

A responsabilidade, profissional e ética, do fotógrafo deve ser a sua linha de conduta durante a realização do trabalho, já que compete a ele a qualidade e a composição da imagem que será publicada.

O seu trabalho é parte integrante de um conjunto de providências que serão tomadas para a divulgação da marca ou produto do cliente.

Isso significa que estão envolvidos grandes verbas de produção e veiculação, tempo de planejamento e estratégia publicitária.

O fotógrafo inicia seu trabalho a partir do momento que é chamado e recebe um layout ou briefing para orçar a realização de uma foto.

Com essas informações ele se prepara para elaborar o orçamento, o mais próximo possível da realidade, o que pode se tornar uma tarefa exaustiva e demorada.

Se, durante o trabalho, o cliente solicitar mudanças que alterem o seu custo final, o fotógrafo poderá apresentar uma complementação do orçamento, identificando a origem das alterações.

A foto, pronta para aprovação, envolve uma série de medidas a serem tomadas pelo fotógrafo que, na maioria das vezes, o cliente desconhece.

2. AS FORMAS DE PAGAMENTO

Existem duas maneiras para se avaliar os custos de um trabalho de fotografia encomendada: o orçamento único ou a concorrência.

Em qualquer das duas situações, informe ao fotógrafo a sua decisão. O orçamento único é uma avaliação dos custos do trabalho.

O fotógrafo, que você previamente determinou, elabora essa avaliação a partir das informações que ele recebeu.

Neste caso, por não existir uma situação competitiva, o orçamento poderá ser flexível, dependendo da natureza do trabalho.

As concorrências, por sua vez, podem se dividir em duas categorias: a competitiva e a comparativa.

A concorrência competitiva envolve dois ou mais participantes, onde apenas o preço é considerado.

A comparativa envolve outros fatores como: criatividade, relacionamento de trabalho já existente, disponibilidade, estilo etc.

Seja qual for o tipo de concorrência que você defina, o ideal é que todos os participantes ofereçam o mesmo nível de qualidade e recebam as mesmas informações e critérios para orçar o trabalho.

Esse cuidado evitará que você faça uma avaliação errada, baseada apenas na comparação dos preços.

Certifique-se também que as informações passadas ao fotógrafo estejam corretas.

As alterações do briefing original, que gerou o orçamento, ocorridas durante o trabalho, implicam em despesas adicionais, para as quais ele poderá solicitar a aprovação antecipada de um orçamento complementar.

3. VERBA APERTADA

Concluir que a verba para realizar uma foto é menor do que as suas necessidades, pode ser frustrante, mas não impossível de resolver.

Há muitas maneiras de acomodar os custos, sem perder na qualidade.

Saiba que a experiência do fotógrafo pode se tornar um fator econômico ao longo do tempo.

Descubra que tipo de serviços ele pode oferecer para facilitar e agilizar

seu trabalho. Converse com o fotógrafo, colocando suas dúvidas e dificuldades.

A comunicação franca leva a um relacionamento saudável e tranquilo, que pode ser traduzido em satisfação profissional.

4. ORÇAMENTO DO TRABALHO

Depois de selecionar o fotógrafo que mais se identifica com o seu trabalho, o próximo passo é solicitar um orçamento, onde você poderá avaliar todos os custos referentes à encomenda da fotografia.

Exponha minuciosamente o que você precisa.

O fotógrafo poderá ajudá-lo com sugestões e soluções significativas para o desenvolvimento do trabalho, tornando-se parte integrante da sua criação. Como em qualquer mercado livre, os orçamentos variam muito entre os fotógrafos. Lembre-se que, para discutir preços, é necessário ter algum conhecimento sobre como se desenvolve um trabalho de fotografia encomendada.

O talento e a experiência do fotógrafo, o equipamento e a capacidade que ele tem disponíveis para realizar corretamente o seu trabalho, podem ser muito mais valiosos para você do que o preço apresentado.

O valor do orçamento encerra os custos referentes à produção do trabalho em si, aos honorários do fotógrafo e sua equipe, ao valor cobrado pelos diversos usos que a foto possa ter, além dos custos operacionais e dos impostos.

Para que o fotógrafo possa fazer um orçamento justo, ele precisa saber tudo sobre o trabalho a ser realizado. Essas informações devem abranger uma descrição detalhada (briefing) do trabalho, incluindo o que a foto deve comunicar e um layout, se houver. Informe também o prazo para realizar a foto, onde ela será utilizada e que tipo de material você precisa (cromo, cópias - cor ou PB).

Você poderá ter amplas variações de orçamento, dependendo de como foi passado o briefing e de que forma o trabalho será realizado.

5. A UTILIZAÇÃO DA FOTOGRAFIA

Um dos componentes do cachê do fotógrafo é a remuneração pelos direitos concedidos para utilização da foto.

Pela Lei Federal nº 9610/98, do Direito Autoral, o fotógrafo possui os direitos morais e patrimoniais da foto, a menos que haja um contrato específico de transferência dos direitos patrimoniais de sua obra (V. capítulo XVI-Direito Autoral).

Por isso é importante que você estabeleça previamente essa utilização. Assim, o fotógrafo terá condições de calcular corretamente o valor desses usos, garantindo o direito de reprodução pelo cliente.

As questões sobre utilização que você precisa determinar são:

- se as fotos serão usadas na propaganda em mídia nacional, regional ou local;
- quais as peças em que elas serão utilizadas;
- por quanto tempo as fotos serão utilizadas.
- Pese bem suas reais necessidades de utilização, de acordo com sua verba.

Solicitar os direitos totais de utilização nem sempre é o melhor negócio. A cessão total de direitos (não use a expressão buyout - legalmente ela não existe) pode se tornar extremamente cara, pois o cliente estará pagando também pelas peças que não serão utilizadas imediatamente. Por que pagar por algo que você não vai precisar?

Além disso, futuras utilizações poderão ser negociadas conforme sua intenção de uso. Elas são calculadas apenas sobre o cachê do fotógrafo e não sobre o total do orçamento, já que a foto está pronta e todos os custos e despesas de produção foram pagos.

Quando negociar a utilização de uma foto, lembre-se:

- os direitos não especificados no orçamento são reservados ao fotógrafo;
- os direitos concedidos para determinado cliente são específicos quanto à sua utilização e são exclusivos desse cliente, não podendo ser negociados, por intermediários, quaisquer acordos com outras partes, sem que o fotógrafo seja consultado quanto à autorização e remuneração de uma nova utilização;
- o tempo de utilização de uma foto encomendada, normalmente, obedece a uma prática de mercado: um ano para foto sem modelo; seis meses ou um ano para foto com modelo e, no mínimo, três anos para foto de embalagem. Esses prazos, todavia, podem ser diferentes, dependendo da necessidade e do acordo realizado entre cliente/modelo/fotógrafo ou cliente/fotógrafo;
- a especificação correta de utilização deve estar presente no orçamento, pedido, protocolo, nota fiscal e em todos os documentos referentes ao trabalho;
- a posse dos originais → transparências, cópias ou negativos → não pressupõe o direito de reproduzi-los ou copiá-los.

6. RESUMO

Estes são os pontos básicos que você deve desenvolver ao encomendar uma fotografia:

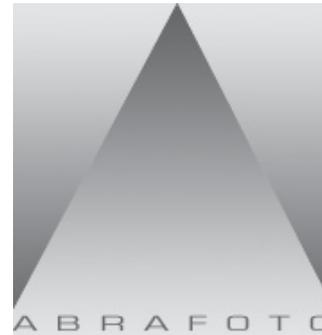
- defina suas necessidades;
- contrate o fotógrafo que corresponda ao seu trabalho;
- procure valor em vez de preço;
- negocie criteriosamente os direitos de uso que você precisa;

- especifique corretamente a utilização: quem usará a foto, em que peças, em qual mercado e por quanto tempo será usada;

- tenha tudo sempre por escrito.

Nos capítulos seguintes deste guia você poderá ter uma visão abrangente de como funciona e do que se compõe o complexo trabalho da fotografia encomendada.

("On buying photography" - tradução autorizada pela ASMP)



Endereço da Sede
R. Tabapuã, 821 - cj.124 - CEP 04533-013
São Paulo - SP
Fone: (11) 3168.1093
Fax: (11) 3168.1243

Horário de funcionamento: das 13hs às 19hs

