

# DIGITAL EM ALTA

## Mercado fotográfico aposta na oferta de novos serviços digitais para o crescimento do setor



**C**om o tema “Foco dos serviços na era digital”, a “PhotoImageBrazil 2005”, realizada de 9 a 12 de agosto, em São Paulo, levantou algumas discussões em torno do mercado fotográfico, invadido nos últimos anos por equipamentos digitais.

Enquanto executivos não se cansavam de dizer que a impressão de fotografias vai crescer muito de 2005 em diante, expositores apresentavam equipamentos e produtos para viabilizar essa expectativa, já sugerida pela diretora de feiras da Alcantara Machado, Duda Escobar. “Os varejistas precisam ser criativos no sentido de oferecer novas opções de serviços aos consumidores que já migraram da câmera convencional para a digital”, conta ela, que comenta: “o mercado está passando por uma reformulação, mas é importante lembrar que não estamos em crise”.

O setor gráfico pode comemorar os resultados dos debates realizados durante a feira. Um dos temas mais comentados foi a transformação das fotos digitais em fotos impressas. Os profissionais se mostraram bastante otimistas e dispostos a se dedicarem ao crescimento dessa fatia de mercado.

O diretor geral da área de fotografia da Kodak no País, Flávio Gomes, afirmou em entrevista coletiva realizada durante o evento que, em 2007, as impressões

representarão uma oportunidade de 3 bilhões de cópias por ano no Brasil. Mas, para que isso aconteça, é preciso soluções que possam promover a redução do custo da cópia, aumento da qualidade e diminuição do tempo de impressão.

Quem visitou a feira pôde conhecer as opções para o aumento das cópias que as empresas demonstraram em seus estandes, como impressoras, papéis fotográficos e terminais de impressões digitais, que imprimem fotos gravadas em CDs, cartões de memória e celulares. No equipamento, colocado em lojas ou locais públicos, o usuário pode tratar as imagens e inserir textos nelas, além de poder colocá-las no formato, gráfico e layout que desejarem.

Gomes disse que a preocupação da empresa, de expandir a produção de câmeras digitais, divide espaço com as soluções que proporcionam facilitar e aumentar as impressões de fotografias e afirma que este é o futuro da companhia. Segundo ele, as vendas da Kodak cresceram 238% em câmeras digitais, 162% em quiosques e 242% em impres-

são on-line, no ano passado, enquanto o crescimento no setor de equipamentos convencionais foi de 8% em filmes, 12% em papel, 10% em câmeras.

O diretor afirmou que a tendência é de forte crescimento no mercado nacional e nos Estados Unidos já virou hábito. Estatísticas da empresa comprovaram que 95% dos consumidores brasileiros ainda desconhecem a possibilidade ou acham complexa a impressão de fotos digitais, enquanto 63% querem imprimir mais, mas não o fazem devido a más experiências domésticas com a qualidade da impressão (45%), desperdício ou tempo de impressão (28%) e custo da mesma (27%).

Segundo ele, hoje, a maior parte das imagens é impressa pelos próprios usuários, mas em 2007, as impressões serão realizadas, em maior quantidade, nas lojas e depois via Internet. Gomes chegou a afirmar que os celulares que tiram fotos são muito bem-vindos, pois a empresa está realmente interessada nas impressões das imagens e que os telefones não concorrem com as máquinas fotográficas.



Estudo revela que no Brasil existem ainda 16 milhões de compradores em potencial para câmeras digitais

Fizeram parte da edição 2005 da “PhotolmageBrazil”, seis seminários promovidos pela revista *Professional Publish* em parceria com a Alcantara Machado. No dia 11, as palestras “Captura de imagens RAW: vantagens, problemas e dúvidas” e “Tratamento de imagens para fotógrafos digitais” foram ministradas em dois módulos cada, pelo editor-contribuinte da publicação André Lopes.

Na primeira, o palestrante explicou o funcionamento do processo de captura de imagens com câmeras digitais, desde o disparo da foto até o arquivo chegar no programa de tratamento no computador. De acordo com ele, um arquivo RAW é composto por um mosaico de tons de cinza (grayscale), que derivam diretamente de informações capturadas pelos sensores das câmeras digitais, sem qualquer ajuste ou edição. “Diferente dos equipamentos convencionais, onde a captura é feita em camadas, o sensor capta alternadamente três cores [verde, vermelho e azul] e o software da câmera faz a interpolação das cores”.

Nos melhores equipamentos, esse arquivo é capturado com 16 bits/pixels e pode armazenar milhares de gradações de meio-tons entre as áreas claras e escuras da foto. Dessa forma, mesmo depois da aplicação das curvas de ajuste é possível preservar um mínimo de 256 tons nos canais RGB da imagem final.

Fazendo uma analogia simplificada com a fotografia convencional, o arquivo RAW é como um filme negativo, que, dentro de certos limites, pode ter a luminosidade ajustada e as cores balanceadas no momento da ampliação. Por outro lado, entre as desvantagens do uso do arquivo RAW, Lopes citou o tamanho relativamente grande dos arquivos (em comparação com o JPEG) e o maior dispêndio de tempo com os ajustes manuais.

Na segunda palestra do dia, os participantes ouviram sobre métodos rápidos de correção de fotografias no Adobe Photoshop, baseados em parâmetros numéricos e nos recursos da ferramenta curvas. As técnicas visam a obtenção de aprimoramentos visíveis em fotografias digitais, sem comprometer a agilidade da produção — evitando o uso de máscaras e trilhas de demarcação, que segundo o palestrante são processos lentos e difíceis de serem executados. Além disso, foram abordados recursos específicos para reduzir os problemas de ruído nas fotos digitais obtidas em condições de baixa luminosidade.

No segundo dia, a palestra “Da criação a edição final: como produzir imagens digitais de alto impacto visual”, ministrada pelo artista gráfico, ilustrador e capista, Roberto Weigand, abriu o evento. Uma pergunta inicial, feita pelo palestrante, serviu para constatar que cerca de 40% da platéia era composta por fotógrafos, 30% por publicitários e 20% por designers, além de jornalistas e outros. “Com essa formação tentei equilibrar o assunto abordado dando ênfase também aos aspectos técnicos inerentes ao processo produtivo do profissional de fotografia, além do interesse em criação e imagem de designers e publicitários”, afirma Weigand.

Entre outras coisas, sua apresentação mostrou como criar imagens de alto teor comunicativo e força gráfica, para ilustrar capas de revistas. “Das reuniões semanais devem surgir quatro possibilidades criativas: capa com reprodução de uma foto de um fato ou personalidade, capa ilustrada, capa com foto de produção em estúdio e capa com montagem fotográfica. As duas últimas são as que mais dão trabalho e prazer ao capista, pois permitem maiores possibilidades criativas, tanto na concepção como na finalização”, garante ele. Outro tema debatido foi como ilustrar com fotografias provenientes de bancos de imagens. “A principal dificuldade disso é não poder pautar o fotógrafo com a imagem que o designer tem na cabeça”, conta o palestrante. Ele ainda aproveitou o evento para ressaltar a importância do designer estar presente no estúdio, para o caso de fotos produzidas que precisam passar por uma fusão. “A luminosidade ou qualidade das fotos pode variar, o que dificultará a montagem, mas isso pode ser corrigido com um bom tratamento de curvas”, garante.

Já na palestra “Requisitos técnicos para as diversas aplicações e segmentos da fotografia digital”, o fotógrafo Clício Barroso comentou sobre as possíveis dúvidas dos profissionais que migraram da fotografia analógica para a digital. Segundo ele, a captura em RAW é a mais indicada para processos que necessitam de alta qualidade e o formato JPEG para os profissionais que desejam apenas imprimir seu trabalho em minilabs.

O fotógrafo Mauro Risch, terceiro palestrante do dia 12 de agosto, abordou o tema “Desconstrução da imagem e a ética para o uso no mercado publicitário”. Risch explicou como realizar e viabilizar a demanda de trabalhos do mercado de propaganda, questão que, segundo ele, representa o maior dilema dos profissionais acostumados a trabalhar com imagem e que são cada vez mais exigentes.

O palestrante André Borges Lopes, ao acessar o arquivo RAW da câmera e fazer manualmente os ajustes de sensibilidade, interpolação e balanceamento de cores, o fotógrafo pode aplicar apenas a correção efetivamente necessária, minimizando a possibilidade de perda de detalhes, surgimento de passagens visíveis nos meios-tons e de ruídos nas áreas de sombra



Diretora da Alcantara Machado faz abertura do “Image & Publish 05” destacando a parceria com a revista *Professional Publish* para realização do evento nas próximas edições da PhotolmageBrazil

A última apresentação do dia foi feita novamente por André Lopes e teve o título: “Adobe Photoshop CS2: Vale a pena fazer a atualização?”. Na ocasião, o palestrante falou sobre as novas ferramentas incorporadas a essa versão do software, com destaque especial para aquelas destinadas aos profissionais que trabalham com tratamento de fotos digitais.

Segundo Lopes, para esse público específico, o grande destaque da nova versão é a ferramenta “Bridge”, que permite organizar, acessar e pesquisar arquivos de fotografias com grande facilidade. Além disso, a Bridge pode operar em conjunto com o módulo Image RAW, o que dá ao fotógrafo a possibilidade de abrir e converter lotes de imagens capturadas em formato RAW sem paralisar o trabalho do Photoshop.

Outro ponto de destaque pelo palestrante foram as possibilidades de personalização de menus e paletas do aplicativo, que permitem a construção de uma interface personalizada para as necessidades de cada usuário. O palestrante apresentou ainda outros aperfeiçoamentos do aplicativo: um filtro de remoção de ruídos e de artefatos de compactação JPEG, os recursos Smart Sharpen da ferramenta Unsharp Mask, o corretor de distorções geradas por lentes grande angulares e a ferramenta de remoção rápida de “olhos vermelhos” em fotografias feitas com uso de flash.

Por fim, foram mostradas inovações de uso mais restrito, como os novos recursos de seleção e agrupamento de camadas, a possibilidade de criar imagens de alta faixa dinâmica (HDR) em 32 bits/canal e a nova ferramenta de retoque Spot Healing Brush.

Lopes concluiu que, mesmo para fotógrafos que não tenham intenção de usar as ferramentas de efeitos especiais do CS 2, como o Vector Smart e o Image Warp, a nova versão traz atrativos suficientes para justificar o investimento em uma atualização.



Atrair o consumidor, na opinião do gerente de marketing da Fujifilm, Flávio Takeda, é uma tarefa do lojista. "A indústria fornece ferramentas, mas o varejista pode oferecer algo mais como conforto para que o cliente passe mais tempo na loja e consequentemente gaste mais".

Além do grande público que já conta com equipamentos digitais e desejam imprimir suas memórias ou trabalhos, a diretora da feira também afirmou que há uma grande quantidade de consumidores a ser explorada. "Existem cerca de 22 milhões de câmeras analógicas e 6 milhões de câmeras digitais no mercado hoje. Como a tendência é de que todos migrem para o digital, há cerca de 16 milhões de compradores em potencial". Um estudo do instituto de pesquisa europeu GfK mostrou que 2005 deve terminar com duas milhões de câmeras digitais a mais no mercado.

Nos stands da feira, os minilabs também apareceram com frequência e as câmeras digitais roubaram a atenção dos visitantes com seus diferentes formatos, recursos e possibilidades. Expositores de serviços e materiais complementares a fotografia como álbuns e suportes também compareceram ao evento, que contou, além disso, com um espaço direcionado ao scrapbook, livro de fotos com páginas decoradas artesanalmente de acordo com a história da imagem.

Segundo Duda essa é uma das opções de serviço criativas que o lojista pode oferecer ao seu cliente. "Além de ganhar com a venda dos acessórios para decorar o livro, o empresário pode se responsabilizar pela revelação ou impressão das fotos". Durante a feira, fornecedores ofereceram cursos sobre a técnica a fim de incentivá-la no mercado.

### Tendências

Algumas tendências do setor de câmeras digitais ficaram claras no evento desse ano. Uma delas é a minimização dos equipamentos, que estão ficando mais leves e portáteis, o que na opinião de Takeda, aconteceu por uma solicitação dos consumidores. O que se pôde observar foram diversos equipamentos do tamanho de um cartão de crédito, tão pequenos que podem ser facilmente guardados no bolso de uma camisa, por exemplo.

Visores cada vez maiores também passam a fazer parte dos novos equipamentos. É o caso da câmera Pro 815, lançamento da Samsung na feira, que traz tela TFT LCD de 3,5 polegadas. "Acredito que possam existir máquinas com visores de até 5 polegadas e arrisco que chegaremos a ver equipamentos com tela em toda parte tra-

seira, que seria acionada por touch screen, permitindo inclusive que a imagem fosse trabalhada na própria máquina", palpa o gerente de marketing da companhia, Cláudio Rosembaum. O gerente de marketing da Kodak, Jairo Rozenblit, afirma que a tendência é proveniente da característica do equipamento. "A emoção de quem fotografa é ver a imagem na hora e o visor maior proporciona isso".

Outra característica que recebe atenção especial por parte dos fabricantes é o zoom. O equipamento da Kodak com mais potência nesse quesito é o P850, lançado durante a feira, que possui zoom ótico de 12X.



Câmera P850 possui zoom ótico de 12X

"É natural que os fornecedores tenham trazer para a câmera digital, recursos encontrados na analógica, e o aumento de zoom nos equipamentos mostra isso", conta Takeda. Outra novidade é o zoom lateral, apresentado na nova linha Digi-max i5, da Samsung.

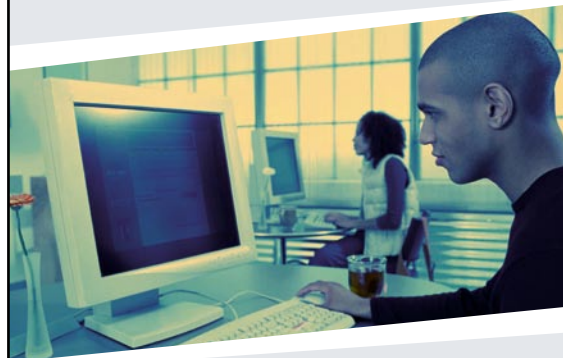
Nessa edição da "PhotoImageBrazil" também foi comum encontrar equipamentos com menus explicativos inseridos, para auxiliar o fotógrafo enquanto ele utiliza a máquina. "Essa é uma tendência mas o custo disso é bastante alto", comenta Rosembaum. Na opinião de Rozenblit, isso acontece porque não só no Brasil como no mundo as pessoas não tem o hábito de ler manuais impressos.

Com relação a tendências que devem virar realidade no futuro, o gerente de marketing da Samsung completa: "pode ser que as câmeras também sejam capazes de acessar a Internet".

PhotoImageBrazil  
www.photoimagebrazil.com.br  
Tel.: 0800-702-9007

# IMPACTA

DIVISÃO COMUNICAÇÃO DIGITAL



## Conquiste um dos títulos mais respeitados do mercado

### Domine as melhores ferramentas para Design Gráfico

Produção Gráfica • InDesign • Illustrator  
Fechamento de arquivo • Fotografia Digital  
PhotoshopTéc. Avançadas • Corel DrawTéc. Avançadas • Pintura Digital • Criação e Design • Direção de Arte • Diagramação Digital • QuarkXPress • entre outros

### Conheça as certificações

ICS Designer Gráfico • ICS Criação Publicitária  
ICS Web Designer • ICS Vídeo Digital  
ICS 3D Modeler and Animator for TV  
ICS Multimedia Creator • ICS Audio Maker  
ICS Cad Engineer • ICS Maquete Eletrônica entre outras

### Palestra Gratuita - 15/10 Infografia - O apoio visual do texto. Inscrições pelo [www.impacta.com.br](http://www.impacta.com.br)

Premiada como o maior Centro de Certificação em TI da América Latina por 3 anos consecutivos

200 diferentes treinamentos em TI.  
Os melhores cursos preparatórios para 40 Certificações profissionais

Instrutores qualificados e com ampla experiência no mercado publicitário

Av. Paulista, 1.009 - 9º andar  
São Paulo - SP - Metrô Triunfo  
[www.impacta.com.br](http://www.impacta.com.br)  
(11) 3254.2200

