



Derreta-se¹

Paula Zanetti²
Manoella Casagrande³
Matheus Romminger⁴
Laura Toniolo⁵
Manuel da Costa⁶

Escola Superior de Propaganda e Marketing, RS

RESUMO

O presente paper versa sobre a fotografia publicitária, intitulada “Derreta-se”, desenvolvida na disciplina de Fotografia II do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, da ESPM-SUL. A atividade proposta previa a criação de uma fotografia de estúdio com conceito criativo. Desta forma, a partir de um *brainstorm*, o grupo optou por promover a marca de preservativos Olla, utilizando como conceito para a concepção da imagem a dualidade presente no contraste dos elementos fogo e gelo, bem como da forma com que estes se sobrepõem, relacionando, desse modo, a fotografia com a linha intitulada “Ice” e “Hot” do produto em questão. Para cumprir tal objetivo, foi utilizada uma câmera Nikon D600 com a lente 24-85mm, aplicando os conhecimentos e técnicas desenvolvidos pela disciplina.

PALAVRAS-CHAVE: Foto Publicitária; Olla; Fogo; Gelo; Dualidade.

1 INTRODUÇÃO

A disciplina de Fotografia II do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda orienta os alunos para a criação de produções fotográficas em estúdio durante o semestre, colocando em prática os conceitos teóricos, técnicos e artísticos desenvolvidos previamente na disciplina de Fotografia I. A partir do *briefing* passado pelo docente, o grupo tinha como compromisso a realização de uma produção fotográfica criativa e da forma o mais simples possível, considerando para a execução da foto em estúdio elementos acessíveis e que estivessem de acordo com as normas do ambiente acadêmico, assim como

¹ Trabalho submetido ao XV Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Fotografia Publicitária.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na ESPM-Sul, email: pzmarcon@gmail.com.

³ Estudante do 4º. Semestre do Curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na ESPM-Sul, email: manoellaci@gmail.com.

⁴ Estudante do 4º. Semestre do Curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na ESPM-Sul, email: matheusromm@gmail.com.

⁵ Estudante do 4º. Semestre do Curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na ESPM-Sul, email: lauratoniolov@gmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul, e-mail: mcosta@espm.br



explorando a linguagem e as possibilidades técnicas da fotografia na produção de imagens com fins publicitários, conforme a seguinte definição:

“A fotografia publicitária deve comunicar seus conceitos e pretensões de maneira a despertar sentimentos, emoções e reações pré-estabelecidas. Ela leva consigo a responsabilidade de ligar a mensagem elaborada na imagem com a mente do seu público-alvo.” (LAHAM e LOPES, 2005).

A intenção de produzir uma fotografia com fins publicitários para promover a marca de preservativos Olla resultou do incentivo do professor da disciplina e orientador do trabalho, Manuel da Costa. O estímulo para que os alunos criassem produções fotográficas que tivessem sido fruto da construção de um conceito que, após elaborado, planejado e realizado, se assemelhasse ao máximo a uma situação real dos trabalhos produzidos por profissionais do mercado, deveria proporcionar uma vivência de aprendizado para os alunos.

A elaboração de todo o processo de planejamento, considerando as etapas do que deveria ser concebido em termos de técnicos e artísticos, a escolha dos materiais necessários para a concepção da fotografia e as questões de segurança física dos presentes no estúdio, foram aspectos de suma importância para que não ocorressem imprevistos que pudessem dificultar e atrapalhar o andamento da produção fotográfica. Desta forma, todos os detalhes foram planejados durante o período de pré-produção para que a fotografia pudesse ser concebida com êxito e apresentados ao professor e à turma semanas antes da produção.

2 OBJETIVO

Através da fotografia intitulada “*Derreta-se*”, objetiva-se representar a dualidade* presente na oposição dos elementos fogo e gelo, relacionando-a com as características do

* Dentre múltiplos significados, diz-se que a “dualidade é a propriedade ou caráter do que é duplo, do que é *dual*, ou que contém em si duas naturezas”. Disponível em: <http://www.significados.com.br/dualidade/>. Acesso: 25/02/2014.



produto escolhido. A marca de preservativos Olla possui as versões *Olla Canela Hot* e *Olla Ice*, em busca de oferecer novas sensações aos consumidores. Dessa forma, a dualidade compreende o caráter duplo de dois elementos opostos, que possuem princípios completamente diferentes, como a natureza do gelo e do fogo. Portanto, esse conceito utilizado pelo grupo deveria estar visível na concepção artística da fotografia para, assim, indicar a relação com os preservativos da marca Olla e instigar o consumidor de forma a transmitir uma mensagem através da linguagem fotográfica da peça publicitária:

“A construção do sentido em uma composição fotográfica advém de uma morfose de todos os elementos imagéticos e seus códigos processados pela mente humana, de onde provém sua resultante: a reação ao estímulo visual.”
(LAHAM e LOPES, 2005).

Considerando as especificações apontadas pelo professor orientador, o grupo determinou a produção de uma fotografia publicitária que retratasse um cubo de gelo, contendo um preservativo do tipo *hot*, com um foco de fogo apenas na parte superior do cubo. A partir dessa concepção criativa, o grupo determinou como cliente a marca de preservativos Olla, de acordo com uma decisão referente à estrutura visual da foto e ao conceito estabelecido para a produção.

Desta forma, o objetivo da produção é a construção de uma fotografia que tenha um conceito provocativo e que realce os atributos que formam o diferencial do produto. Através deste viés definido para a criação da fotografia, busca-se salientar a ambiguidade por meio dos elementos que compõe a imagem e, assim, instiga a percepção dos consumidores, gerando um impacto positivo.

3 JUSTIFICATIVA

Atualmente, o sexo é um tema abordado de forma mais livre na sociedade em comparação às restrições que se impunham ao tema décadas atrás. Dessa forma, a partir da Revolução Sexual, iniciada na década de 60, e da abertura dos questionamentos acerca da sexualidade, tornou-se mais simples a maneira com que os meios de comunicação tratam destes assuntos e relembram a importância do uso de preservativos, bem como as consequências de sua não utilização.



Entretanto, apesar de todos os avanços nos cenários sociocultural e científico, considerando os diversos métodos de proteção contra doenças sexualmente transmissíveis, pesquisas demonstram que cada vez menos jovens têm feito o uso dos mesmos. A pesquisa “Este Jovem Brasileiro”, realizada pelo Portal Educacional*, através de questionário online com 6 mil estudantes de 64 escolas, de idades entre 12 e 17 anos, constata que praticamente metade dos adolescentes preferem não fazer uso do preservativo durante as relações sexuais.

Hábitos como estes, que têm se mostrado crescentes e que têm tendência a continuar na vida adulta, podem acarretar no gradativo aumento da gravidez precoce e na propagação de doenças sexualmente transmissíveis. Considerando este cenário, torna-se ainda mais importante que as empresas do segmento de preservativos estimulem os jovens à utilização destes; entretanto, para que isso ocorra é preciso atraí-los e instigar sua curiosidade com produtos diferentes e uma comunicação que desperte a atenção do público-alvo.

Deste modo, a fotografia publicitária criada busca atrair os consumidores através de uma imagem que gere impacto, abordando o princípio da dualidade, ou seja, o caráter duplo do fogo e do gelo, adversos em sua natureza, que juntos formam um contraste visual extremamente interessante. A partir da máxima de que “os opostos se atraem”, também relacionada ao dualismo retratado na fotografia e ligado às características do preservativo da marca Olla, considerando que os produtos utilizados como referência são de gelo e fogo, criou-se uma atmosfera sensual fazendo uso de poucos elementos, mas de grande impacto visual.

Sendo assim, acreditamos que o fogo, que é um processo de combustão ou queima, pode, visualmente e conceitualmente indica as ideias de sexo, amor, paixão e também ao preservativo *hot*, uma vez que o fogo representa calor, movimento, excitação e energia. O gelo, por sua vez, confere os aspectos opostos por tratar-se de uma superfície rígida e fria, representando a versão *ice* do preservativo, características que contrastam com o fogo e evidenciam a dualidade existente entre ambos, nas relações amorosas e nos atributos do produto da marca Olla. Com base nestes aspectos, estes dois elementos foram escolhidos para compor a imagem publicitária do produto.

* Disponível em: <http://epoca.globo.com/tempo/noticia/2013/10/pesquisa-54-dos-adolescentes-usam-camisinha-sempre.html>. Acesso: 25/02/2014.



4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O *briefing* entregue pelo coordenador do projeto solicitava que os alunos criassem diversas ideias de fotografias individualmente, para posteriormente compartilharem com os integrantes de seu grupo, realizando um *brainstorm* para escolher o projeto a ser realizado. A partir dos resultados de pesquisa observados, o grupo optou pelo projeto que unia a produção fotográfica com um apelo publicitário, bem como pelo intrigante conceito que ela poderia abordar. Após uma reunião de grupo com o professor responsável, definiu-se que seriam produzidos cubos de gelo contendo um pacote de preservativos da marca Olla, versões *hot* e *ice*, os quais seriam fotografados com sua superfície pegando fogo.

Em relação aos dados da fotografia, a distância focal usada foi de 85mm, distância que consegue compreender suficientemente o cenário, assim como a bandeja de base, o objeto e as chamas. No que diz respeito à exposição, como obrigatoriedade exigida pelo *briefing*, o ISO utilizado foi 100, com o objetivo de manter a qualidade. Devido ao fato do movimento ser congelado, o obturador foi 1/80, conseguindo pegar os diferentes movimentos exercidos pelo fogo. E, por fim, o diafragma foi f8, pois foi desejada uma profundidade de campo regular.

A fotografia foi realizada no estúdio de fotografia da ESPM-Sul, com os equipamentos profissionais e a estrutura que a escola disponibiliza para os alunos. A orientação foi feita pelo professor Manuel da Costa.

5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

A pré-produção da fotografia exigiu que o grupo realizasse pesquisas acerca da produção do objeto a ser fotografado, ou seja, através da análise dos dados secundários disponíveis, que consiste na pesquisa de informações já publicadas sobre o assunto em questão que podem ser utilizadas como referência para a tomada de decisão, conforme Lupetti (2007). Através das observações realizadas pelo grupo, percebeu-se que seria necessária a produção de um cubo de gelo de proporções adequadas ao formato do pacote do produto, bem como um forte cuidado para com a geração do fogo, uma vez que grande parte das imagens semelhantes já existentes utiliza da manipulação fotográfica para atingir tal efeito, conforme as referências selecionadas:



Figura 1: Referências utilizadas para o formato do gelo e para o efeito do fogo.

A partir destas observações iniciais, definiu-se que o cubo de gelo deveria ser translúcido, evitando que ficasse com sua superfície esbranquiçada, de modo a permitir a visualização do pacote de preservativo em seu interior. Da mesma forma, este também deveria ser consistente para não criar rachaduras no momento em que fosse ateadado o fogo. O grupo, portanto, descobriu que seria necessário ferver a água duas vezes antes de levá-la ao congelador, e realizou este processo na concepção de oito cubos de gelo, todos do mesmo formato e proporções.

A colocação do pacote de preservativo no interior do cubo também foi cuidadosamente pensada para que este ficasse centralizado e próximo a uma das faces da superfície, de modo que a visibilidade do produto fosse adequada. Para isso, utilizou-se fios de nylon e de pesos metálicos, que mantinham o pacote na posição correta e evitavam que este boiasse junto à superfície durante o processo de congelamento. Em seguida, foi definido que a base utilizada para dar apoio ao cubo fotografado deveria refletir o objeto em sua superfície, sendo necessário um vidro espelhado escuro de modo a criar maior realce.

Do mesmo modo, foram pesquisados diferentes elementos combustíveis para gerar o fogo, que foram testados anteriormente para uma averiguação de qual deveria ser a quantidade para provocar o fogo necessário para realizar a fotografia, bem como qual combustível induzia as chamas mais adequadas à proposta. Dessa forma, a indução do fogo na superfície do gelo suficientemente forte foi estabelecida através do fluido de isqueiro, que se mostrou como o método mais eficiente e de melhor resultado visual.

Todas as questões apontadas deveriam ser devidamente planejadas para que o processo fosse passível de ser realizado no tempo disponível de noventa minutos. Além disso, por medidas de segurança, o grupo deveria ter a disposição panos de tecido para

prevenir que chamas do fogo induzido se espalhassem de forma inadequada, bem como o extintor de incêndio apropriado.

A primeira etapa a ser realizada no dia da produção foi a colocação no cenário dos cubos de gelo sem que suas formas fossem comprometidas, ou seja, evitando quebra ou rachaduras no momento da remoção dos recipientes nos quais foram produzidos. Para isso, os cubos foram deixados em um freezer e retirados somente no momento em que as definições de cenário, iluminação e as configurações da câmera Nikon D600 estivessem prontos.

Em seguida, a iluminação foi montada utilizando uma Flash Mako 4004, lâmpada com flash disparador, com um difusor Softbox medindo 30x55cm sobre um saco de areia, ambos apontando para a parede escura de forma a produzir um fundo degrade. Como apoio para os objetos a serem fotografados, buscando a altura correta, foi utilizada uma mesa de metal com uma caixa preta em cima. Para criar a iluminação suave e congelar o movimento, uma girafa deu suporte a uma Flash Mako 6006 juntamente com um Softbox medindo 30x55cm. Por fim, a câmera com a lente 24-85mm foi apoiada em um tripé de coluna, bem ao centro do cenário.

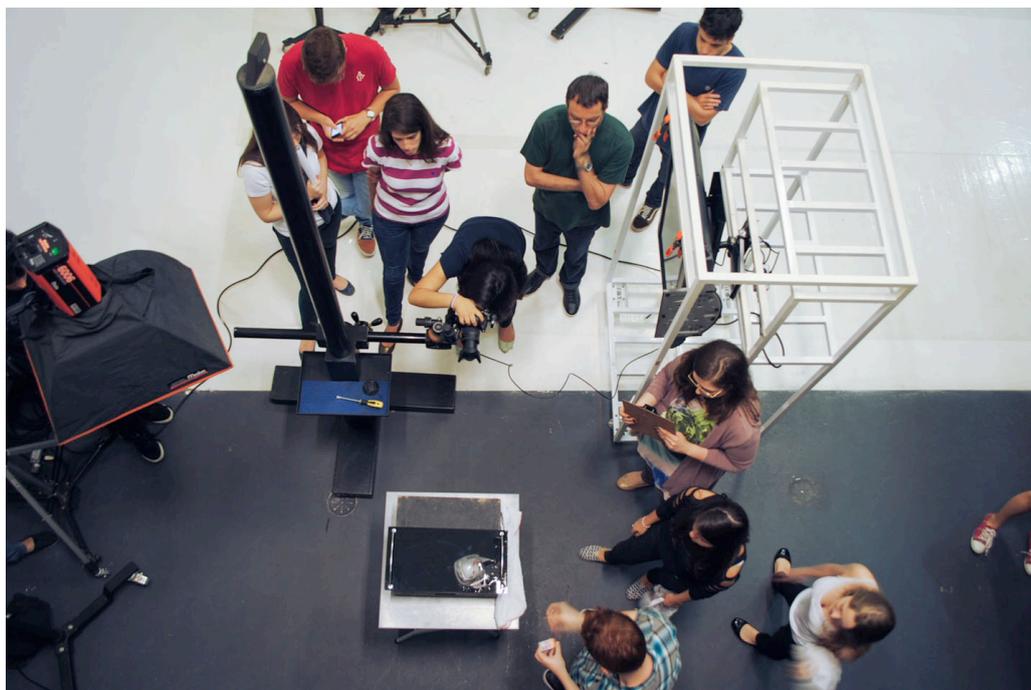


Figura 2: *Making of* da produção.



Figura 3: *Making of* da produção.

Assim que todos estes aspectos estavam definidos, o grupo começou a retirar os gelos dos recipientes e raspar a sua superfície circularmente para que ali fosse colocado o flúido de isqueiro; caso contrário, o combustível iria cair por todo o gelo e o fogo não ocorreria somente na sua superfície. Toda a produção durou em torno de noventa minutos, desde a construção do cenário às definições da iluminação e acertos técnicos da câmera a serem utilizadas.

A pós-produção se baseou somente no recorte imagem, na aplicação do logotipo da marca Olla e na inserção do título que acompanha a fotografia, transformando-a em uma peça publicitária. A chamada “Derreta-se com Olla” estabelece uma relação associativa entre o título e a imagem, de forma que estes se complementem, e também procura instigar o consumidor à experimentação do produto. Em virtude disso, houve um cuidado para o título estivesse adequado à composição fotográfica, desta forma sendo curto e indireto, para que se mantenha o cubo de gelo em chamas como ponto focal da peça publicitária.



Figura 4: Fotografia publicitária “Derreta-se” finalizada.

6 CONSIDERAÇÕES

A partir dos conhecimentos técnicos e teóricos abordados na disciplina de Fotografia II do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, o grupo identificou uma oportunidade de colocar o aprendizado em prática através de um viés importante para a conscientização da geração atual de jovens, bem como sociedade como um todo, conforme o cenário apontado pela pesquisa do Portal Educacional. Através da análise destes fatores, percebeu-se que a importância da fotografia não está somente nas técnicas utilizadas ou no resultado visual obtido, mas também na mensagem que a mesma está passando. É extremamente relevante a conscientização por parte dos jovens da importância de utilizar



preservativo em suas relações sexuais e a Olla, como marca, precisa incentivar estes consumidores e despertar interesse através de uma comunicação atraente e provocante. Para atingir este objetivo, o grupo percebeu que era necessário produzir uma fotografia publicitária de forte apelo visual para com o público-alvo.

Considerando estes aspectos, “*Derreta-se*” baseia-se no conceito de dualidade para ilustrar os atributos do produto da marca Olla, de forma a provocar os consumidores a experimentar sensações distintas que as versões do produto podem proporcionar. Constatou-se, desta forma, que era preciso investir esforços na produção do objeto a ser fotografado para conferir veracidade à mensagem que a imagem deveria provocar no público-alvo, criando desejo pelo produto e salientando seus efeitos intrínsecos.

Portanto, era necessário transmitir através da fotografia as sutilezas do contato entre naturezas tão distintas quanto o gelo e o fogo, relacionando o encontro destes elementos ao produto em questão. Aliando decisões técnicas importantes para a criação de uma atmosfera adequada para a produção, que remetesse à dualidade e à sensibilidade projetadas pelo objeto retratado, o grupo buscou na simplicidade da composição da fotografia um efeito de forte impacto e ambiguidade visual que provocasse a percepção dos consumidores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LUPETTI, Marília. *Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica*. 1ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

GENÉRICO, T. **Estúdio**: fotografia, arte, publicidade e splashes. SC: Editora Photos, 2011.

SONTAG, Susan. *Sobre fotografia*. São Paulo: Senac, 1998

SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winfried. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia.

LAHAM, Rogério; LOPES, Dirce. *A premeditação da mensagem na fotografia publicitária*. 2005.

Disponível em:

<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1468/1214>>.

Acesso em: 7 de março de 2014.

Disponível em: <<http://trabalhosujo.s3.amazonaws.com/trabalhosujo/wp-content/uploads/2012/09/ice-fire.gif>>.

Acesso em: 7 de março de 2014.

Disponível em: <<http://cienciainterativa.blogspot.com/2010/11/gelo-que-pega-fogo.html>>. Acesso em: 7 de março de 2014.