



Splash¹

Silmara do Rocio de ARAÚJO²
Patrick DIENER³

Faculdade Internacional de Curitiba – Curitiba, PR

Resumo

Fotografar o *splash* é a arte de captar o belo momento da fluidez de um líquido gerada a partir de um impacto. Popularmente imagina-se necessário o uso de sofisticados instrumentos para a sua geração, mas o presente trabalho mostra como a utilização de objetos cotidianos, uma câmera digital, um software de edição e muita vontade podem produzir belos resultados que podem ser utilizados na área publicitária.

Palavras-chave: *splash*; fotografia; publicidade; movimento.

1. Introdução

A palavra *splash*, do inglês, traz a idéia de um objeto que cai de forma “barulhenta” em uma superfície. Vem da onomatopéia que representa o som da queda de algo em uma superfície líquida. Em fotografia, *splash* é o registro deste exato momento.

Apesar de não ser o primeiro a estudar o efeito dos *splashes*, a primeira pessoa cujo nome geralmente é associado a fotografias deste fenômeno é o do cientista e fotógrafo Harold Edgerton, do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), que teve várias de suas fotografias publicadas na revista *National Geography* e em diversos livros.

Fazer essa fotografia, capturar a imensa variação de movimentos e formas é um trabalho que reúne tecnologia e arte. É impossível gerar duas imagens com o mesmo efeito de *splash*. Cada imagem é única, sublime, representando um impacto e despertando uma emoção diferente, ora suave, ora violenta.

A arte do *splash* é complexa, e o resultado não é completamente dominado pelo artista. Pode-se direcionar, conduzir, mas não é possível dominar o resultado final, que sempre traz um elemento surpresa ao artista.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Fotografia Publicitária (avulsa)

² Aluna líder do grupo e estudante do 4º semestre do Curso de Publicidade, Propaganda e Marketing, email: sil_araujo01@yahoo.com.br

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: patrickdiener@grupouninter.com.br



2. Objetivo

A partir de conhecimentos adquiridos em sala de aula, de objetos cotidianos e técnicas simples, o objetivo é produzir uma fotografia de um *splash* que possa ser utilizada em trabalhos publicitários.

3. Justificativa

A fotografia é uma arte, que traz aos nossos olhos a contemplação de um momento. E a fotografia de um *splash* traz algo a mais, uma beleza tão encantadora que a natureza nos fornece apenas uma fração de segundo para admirá-la. A arte exige conhecimento e técnica, mas também vontade e dedicação. Tenta-se aqui fazer arte com itens do dia-a-dia, sem equipamentos especializados e caros. Porque muitas vezes a beleza não vem da sofisticação, mas sim da simplicidade.

4. Métodos e Técnicas Utilizadas

4.1. Aula e Teoria

Em sala de aula aprendemos sobre as técnicas de fotografia de um *splash*, obtendo assim um embasamento teórico para conseguir um bom resultado com este tipo de foto.

O *splash* é um recurso bastante utilizado em fotografias publicitárias, onde a foto fornece um aspecto de dinamismo com líquidos ou cremes, captadas no exato momento em que o objeto cai no líquido. Com esta imagem, é possível criar interessantes trabalhos publicitários.

Apesar de não ser necessária a utilização de nenhum aparelho específico, não é muito fácil obter boas imagens usando apenas a máquina fotográfica. Entre as dicas para obter de um bom resultado estão:

- utilizar o flash, que vai “congelar” a imagem;

- utilizar o recurso de *Multi Burst* da máquina fotográfica, mas é possível obter um bom *resultado* utilizando o flash, que vai “congelar” a imagem, utilizar o recurso *Multi Burts* da maquina, onde vários disparos são realizados através de único clique, não utilizar zoom, pois o mesmo reduz a entrada de luz e prejudica a foto, o uso de um ISO alto também ajuda. Quanto maior o valor do ISO, maior a velocidade do obturador.

4.2. Obtenção da Imagem

A partir da aula sobre fotografias em *splash*, realizou-se um trabalho prático sobre o assunto. Como ferramenta básica foi utilizada uma câmera fotográfica digital com as seguintes especificações básicas:

- Marca/Modelo: Olympus X-750;
- Resolução: 6,0 megapixels;
- Zoom: óptico de até 3x;
- Sistema de Foco: Automático, distância de 6 mm;
- ISO: Automático (168 na foto obtida);
- Velocidade do Obturador: Automática (1/250 seg. na foto obtida).

Como cenário foi usado o jardim de uma casa, de tal forma a enquadrar a parede ao fundo, junto com parte da calçada e do gramado. Como iluminação foi usada a própria luz do sol, para dar um ar mais natural à foto.

Todas as tentativas para a obtenção da imagem foram realizadas com e sem o uso do flash, e sem a utilização do recurso de *Multi Burst*, estando as demais configurações da máquina em modo automático.

A máquina foi posicionada no nível da calçada, assim como uma vasilha transparente de vidro. O objetivo era captar uma visão lateral do *splash*.

A primeira idéia era a de captar o efeito da água sendo derramada sobre a vasilha, mas ela acabou não produzindo resultados satisfatórios. O efeito desejado de *splash* não foi obtido em nem uma das fotos tiradas.

A próxima idéia foi a de colocar água na vasilha até a sua metade, e soltar um objeto relativamente pesado para criar um grande efeito de *splash*. Para criar um contraste com o verde da grama e por ser de fácil acesso no momento, o objeto escolhido foi um limão verde. Ele foi solto de uma altura aproximada de 1 metro, com a

vasilha na mesma posição anterior, ou seja, na calçada. Com isso, a lente da câmera ficou posicionada um pouco abaixo do nível central da vasilha.

Após várias tentativas, uma das fotografias teve um resultado que foi considerado excelente no momento. Outras tentativas chegaram a ser realizadas, mas todas as fotos tiveram um resultado inferior àquela. O limão foi solto, atravessou a superfície da água, bateu no fundo da vasilha e formou o volume de água captado na imagem. Depois de subir, o limão bateu na borda da vasilha e caiu no chão. A imagem já estava digitalmente registrada.

Curiosamente, a foto escolhida não teve utilização do flash, apesar das dicas de que o uso do *flash* auxilia na obtenção de melhores resultados, e nem o uso de *Multi Burst*. A foto foi o prêmio pela dedicação e insistência.



Imagem 1 – Fotografia do *splash* sem a inclusão de *letring*

4.3. Edição da Imagem

Após a escolha da foto, a mesma passou por um tratamento de imagem através do Photoshop®. A calçada apresentava uma rachadura, que foi digitalmente restaurada, e estava relativamente seca, por isso foi também inserido um efeito para criar a impressão de que ela estava bem molhada. A grama também passou por um tratamento para criar um melhor efeito com o verde do limão.

5. Descrição do Produto

O produto final mostra o exato momento da queda de um limão verde em uma vasilha de vidro transparente contendo apenas água. A vasilha está apoiada na calçada, assim como a câmera, o que fornece uma boa visualização do efeito. Ao fundo é possível ver a parede, e ao lado da calçada uma pequena área do gramado verde.

“O impacto que a cor já traz implícito em si, da eficácia indiscutível, não pode, entretanto, ser analisado arbitrariamente pela mera sensação estética. Ele está intimamente ligado ao uso que se fará do elemento cor.” (FARINA, 2006).

A cor também comunica e reage às condições físicas e influências culturais, sendo assim um elemento na construção de idéias. A grande vantagem de se trabalhar com cores é a amplitude de seu entendimento, indiferente de cultura, classe social, etc., e assim sua mensagem é compreendida.

É possível identificar a predominância da cor verde neste trabalho, e esta cor sugere umidade, frescor, equilíbrio, além de estar diretamente ligada à idéia de ecologia e natureza.

Segundo experiências realizadas por Warden e Flynn, (1980) (FARINA, 2006) as cores têm peso e após suas experiências foram atribuídos valores a essas cores, em uma escala indo da cor preta para o branco, e nesta pesquisa a cor verde foi a que ficou mais próxima da cor preta, pesando 250 gramas.

No *splash* a cor foi balanceada com o tom cristalino da água, o que deu mais leveza à imagem. Com apenas o uso de iluminação natural e sem recursos de equipamentos específicos, obteve-se um bom resultado em um trabalho que exigiu técnica e produtividade.

A tipografia utilizada trabalha uma forma arredondada para fazer conjunto à obra, que possui aspectos circulares. Sua mensagem é dividida em duas partes principais: a primeira dá título à foto (*Splash*) e a segunda fornece a autoria, assinalada por sua forma, cor e disposição na imagem. No que diz respeito à imagem publicitária, a composição é estudada de forma que o olhar selecione no anúncio as superfícies portadoras da informação chave.

O olhar é “direcionado” para um ponto estratégico, e neste trabalho foi feita uma construção em Z, que começa no alto à esquerda, conduz o olhar no alto até a direita, desce até a parte inferior esquerda, e retoma à leitura de um pequeno texto, finalizando com a representação do produto, neste caso a autoria, à direita (JOLY, 1996: p.98).

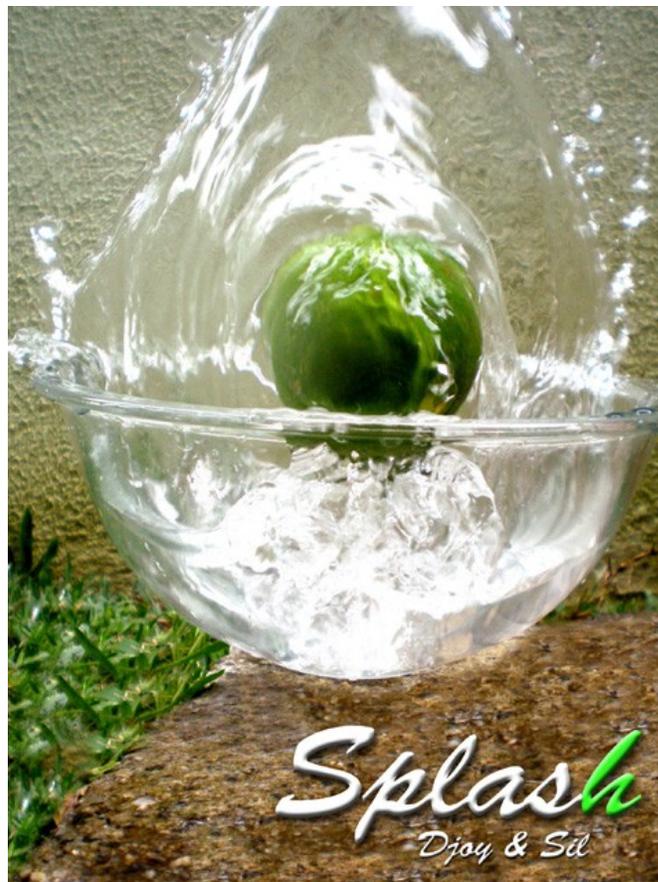


Imagem 2 – Fotografia com tratamento de imagem e inclusão de *letring*.



6. Considerações

Apesar da dificuldade para capturar o *splash*, este trabalho apresentou a inovação de congelar o momento exato do impacto e do *splash* utilizando recursos simples, sem o uso de flash ou tripé, contando apenas com o estabilizador de imagem fornecido pela câmera e a iluminação natural do sol. Utilizando o embasamento teórico, realizou-se o enquadramento, a disposição do *letrimg*, a utilização das cores, e o *design*. No trabalho finalizado com o tratamento de imagem pode-se observar na prática uma boa aplicação da teoria estudada em sala, com um ótimo resultado.



Referências Bibliográficas

JOLY, Martini. **Introdução à análise da imagem**, tradução Marina Appenzeller, revisão técnica Rolf de Luna Fonseca. 10. ed. São Paulo: Editora Papirus.

FARINA, Modesto et al. **Psicodinâmica das cores em comunicação**, 5. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

North Carolina School of Science and Mathematics. **History of Splash Photography**. Disponível em: <<http://hiviz.org/hsi/splashes/history.htm>>. Acesso em 06 abr. 2009.

Tony Genérico. Imagens de diversas campanhas publicitárias utilizando *splash*. Disponível em: <<http://www.tonygenerico.com.br/>>. Acesso em 06 abr. 2009.

Revista National Geographic Brasil. **1921-1956 As Cores do Globo**. Artigo citando alguns feitos de Harold Edgerton. Disponível em: <http://viajeaquil.abril.com.br/ng/materias/ng_materia_268437.shtml?page=4>. Acesso em 06 abr. 2009.