



NOSSA ÉPOCA¹

Bruna HAVRESKO²

Espencer GANDRA³

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

RESUMO

A arte fotográfica nos possibilita criar momentos, dos quais podemos transmitir inúmeros significados. Quando associamos o verbal com o não verbal conquistamos possibilidades infinitas de criação. O fotógrafo permite a visão do mundo diferenciada, envolvendo arte e percepção. A representação da sociedade contemporânea em imagens, é uma forma de percepção da realidade que imortaliza nosso momento.

PALAVRAS-CHAVE: Fotografia; Sociedade Moderna; Arte; Percepção; Comunicação

INTRODUÇÃO

A maneira que cada pessoa respira, sente e vive é determinada por fatores externos e também pela personalidade e características específicas do indivíduo. Assim, a maneira que olhamos e até mesmo a nitidez das cores que captamos são características particularmente nossas.

A fotografia consiste na ausência e presença da luz. Uma imagem pode ser capturada sem essência alguma, mas o simples fato de pegar uma máquina e fazer uma imagem já revela muita coisa. Pela fotografia podemos criar a nossa identidade e essência do mundo. Conseguimos transmitir características do ambiente e também a personalidade do fotógrafo. É unir o mundo exterior com o interior e até mesmo uma forma de olhar momentos diferentes com os olhos de outra pessoa. A fotografia permite unir três momentos preciosos. O primeiro seria o momento real, seguido pelo olhar e ângulos do fotógrafo e finalmente por uma terceira percepção que seria a imagem revelada sendo vista por outras pessoas. Esta arte permite de maneira clara transmitir a

¹Trabalho submetido ao X Prêmio Expocom 2009, na Categoria Áreas Emergentes, modalidade Fotografia Artística

²Bruna Havresko, estudante do 3ºano do Curso Publicidade e Propaganda email: brunah89havresko@hotmail.com

³Espencer Gandra. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: espencer_gandra@hotmail.com



imaginação do fotógrafo e até mesmo do espectador que pode refletir sobre a imagem de uma maneira particular e diferenciada. A união do pensamento do criador da imagem e do espectador pode trazer uma nova conclusão, revelando que a imagem pode ser um momento congelado, mas que nunca para na imaginação e também reflexão das pessoas.

O olhar fotográfico é determinado pelo rompimento da passividade do olhar comum e instantâneo para conquistar um olhar crítico. A maioria das pessoas olha sem ver, ou seja, não analisa as formas cores e iluminação. Aqui, pretendo ver além do olhar, mostrando o poder das imagens perante uma construção consciente de sentido.

2 OBJETIVO

Cada foto apresentada neste trabalho consiste na reflexão entre imagens e palavras. Assim, pretendo mostrar minha visão baseado em meu repertório pessoal - por meio da arte fotográfica – de um mundo diferenciado, com possibilidades de encontrar no cotidiano, belezas muitas vezes ocultas por uma constante falta de tempo na vida da sociedade contemporânea.

Um mundo com lugares nunca observados, ou que nunca receberam a devida atenção, associado a títulos que nos façam refletir sobre as imagens e as diferentes possibilidades existentes – e de existências - em nosso ambiente. Relacionados com a nossa época, os títulos das fotos trazem críticas a falta de criatividade contemporânea; a influência do trabalho feminino na vida de nossas crianças, a sociedade do vazio, das novas tecnologias, da falta de essência infantil, da beleza artificial, da constante busca por tempo e do humano objeto.

Através da visão de fotógrafos, pessoas comuns podem conquistar todo o ambiente utópico do mundo. Essas pessoas comuns, sem tempo para apreciar tanta beleza que as rodeia, consistem no público-alvo, um público que possa refletir ao deparar-se com fotografias e títulos bem estruturados. O objetivo dos títulos é possibilitar o livre pensamento, sem a intenção de indicar um caminho para a criatividade dos leitores, mas gerar percepções pessoais sobre as imagens.

As fotografias são uma forma de trazer reflexão e cultura, mostrando o belo sem entrar no âmbito da alienação. Modo de criar realidades e congelar o tempo, algo tão



raro no mundo globalizado. Para que as pessoas possam notar, em nossa época, os meios massivos na formação da personalidade e consciência. Nessa época, que alguns estudiosos consideram como pós-moderna, vista como sociedade do consumo, do niilismo, das desconstruções, pós-industrial e até mesmo do vazio.

3 JUSTIFICATIVA

Seres humanos são propensos a serem influenciados por suas próprias sensações. Para isso, em meu trabalho foi preciso aguçar os sentidos pessoais de cada leitor para poder perceber melhor o que os rodeia no ambiente e assim interagir com todos os elementos. A percepção humana desenvolve-se juntamente com nossos sentidos e em atividade um com o outro, amplia-se o campo de sensações e de visão do que realmente existe e que normalmente não é possível de se ver.

Perceber é um processo o qual o indivíduo reconhece, organiza e interpreta todas as informações que estão em sua maioria imperceptíveis à primeira impressão. Esse processo implica na proximidade com o elemento no tempo e no espaço. É o resultado adaptativo baseado na cultura, cada povo tem a sua própria interpretação da existência de elementos e seus significados. Por intervenção de alguns estímulos, a percepção pode ser moldada e aderir outras interpretações. Nesse estudo, dou ênfase a nossa sociedade contemporânea por meio de imagens, para transparecer minha forma de realidade moldada.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Nesse trabalho a utilização do meio de comunicação foi a internet tendo como objeto o site: www.flickr.com/photos/the_bruna2, pois o processo criado foi divulgado no mesmo, por ser um meio sem fronteiras e de cada vez mais fácil acesso, desta forma, o aumento de contato entre leitores, determina maiores percepções, maior envolvimento de diversas culturas, devido aos elementos participantes serem de inúmeras regiões. A manipulação na construção das imagens e os ajustes, visam de maneira conceitual, não fugir de certas sensações essenciais.



A utilização das cores ou ausência delas, possibilita maior raciocínio perceptivo ao observador no primeiro contato com a imagem. Desta forma, junto como técnicas fundamentais: a imagem, o seu respectivo título e o texto explicativo, aplicado num meio de fácil acesso como a internet.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A título de apresentação do processo criativo, o conteúdo fundamental sobre o processo criado:

*Segue em anexo as fotos participantes da análise em mídia digital.

Homens superiores? Soa como maldição

Para entender a relação feminina com a atualidade acredito ser necessária uma análise da mulher do passado. Escolhi fazer fotos da mulher dos anos 50 devido a todos os problemas da década anterior, e seus reflexos no cotidiano feminino. Com o pós-guerra as mulheres não precisavam mais assumir o papel do homem no trabalho, sobrando tempo e possibilidade de cuidar também da aparência. Dessa forma, a mulher dos anos 50's tornou-se mais feminina e romântica, usando colares de pérolas, roupas bem estruturadas, tecidos nobres. A cintura era bem marcada e o cabelo bem estruturado para valorizar os seus ângulos. Com o objetivo de representar todo o glamour e elegância da mulher dos 50's, elaborei uma foto que revela a mulher como uma "bonequinha de luxo", criação do famoso estilista Hubert de Givenchy. O trabalho contém todo este universo dos anos dourados. Começando por uma modelo preocupada com a mesma beleza e elegância que Givenchy utilizou em suas criações. A cor amarela da roupa representa a Alegria do pós-guerra, constrói confiança, traz luz para a solução de problemas e rejuvenesce. O branco do cinto da modelo associa-se a paz, calma, ordem, inocência, pureza, e outras conotações positivas na cultura ocidental. O bege das paredes transmite calma e passividade ao observador, sendo associada ao clássico. A modelo encontra-se sentada em frente a uma penteadeira demonstrando toda a preocupação da época com beleza e glamour. O ambiente escuro foi elaborado para destacá-la e a cor do seu vestido, estes mais iluminados. Assim interpretamos a imagem como a mulher reflorescendo sua vida que estava sendo escurecida pela guerra. O título "Homens superiores? Soa como maldição" revela a postura superior que a mulher



alcançou, pois provou que poderia realizar o mesmo trabalho, saindo da posição de sexo frágil para uma possível independência moral.

Criar, o grande resgate da inteligência

Esta imagem está totalmente relacionada com a foto “homens superiores? Soa como maldição” e foi criada com base em características representativas da mesma. Com o objetivo de representar a evolução da mulher na atualidade elaborei esta foto demonstrando conquista e sofisticação. A modelo está usando um vestido estilo anos 50, mas com a cor preta. Sendo esta "a mistura de todas as cores em pigmentos", na foto tem o objetivo de mostrar a mistura de todas as décadas. Esta cor também representa o "poder" que as mulheres conquistaram com o passar do tempo. O negro está associado ao amarelo como seu oposto e seu complementar. Deste modo podemos relacionar as duas figuras como o mesmo sentido. A grade cinza ao fundo demonstra o medo ou a depressão, que foram deixadas no passado para no presente trazer estabilidade, sucesso e qualidade. A rosa vermelha próxima ao pé da modelo está associada ao romantismo, que já não tem muita importância na atualidade, por isso, se encontra no chão. A vassoura estilizada representa uma ironia entre a mulher do presente e a do passado, esta que não precisa mais ser vista como a boa dona de casa e sabe enfrentar o mercado de trabalho com dignidade. A postura de superioridade com o olhar para cima, nos faz sentir que seu objetivo é chegar muito mais alto, alcançando o máximo de sucesso, esta interpretação se encaixa com a escada ao fundo da garota. O vestido levemente erguido nos faz sentir a maior liberdade que a mulher descobriu e sua igualdade perante o sexo masculino. Apesar de ter conquistado espaço e poder, sua relação com a beleza e estética continua grande, nunca existiram tantas clínicas de cirurgia plástica, a alimentação se tornou super controlada e os cremes atingem seu máximo de vendas. Percebemos também que o cabelo da modelo está diferente nas duas épocas, na foto dos anos dourados o cabelo está alisado e sem movimento, relatando toda a parte correta e sem graça que a mulher está submetida. Já na propaganda da atualidade a beleza do cabelo é natural, possuindo movimento expressando a liberdade e a informalidade da mulher na sociedade. A maneira de descobrir a beleza mudou, a Bonequinha de luxo perdeu sua graça, a valorização do belo se encontra em usufruir de métodos artificiais, para aparentar o máximo da beleza natural. O título: “Criar, o grande resgate da inteligência” é minha forma de valorizar a criação, a possibilidade de não apenas ver, mas observar. A inteligência consiste na possibilidade de encontrar um obstáculo e solucionar ele por meio da criatividade. Vamos tirar as vendas dos olhos e conquistar um olhar mais limpo? Esta foto foi um dos meus maiores processos de



criação e elaboração. Pretendo resgatar a inteligência por meio da reflexão, incentivando outros a praticarem o mesmo.

A sociedade tem a tendência de esconder a luz

Esta criação envolve minha percepção a respeito da diminuição do ser como massa incapaz de luta social, que a nossa época ocasiona. Percebemos que a modelo encontra-se escondida por uma sombra. O seu corpo contornado pela luz, nos mostra beleza e curvas bem estruturadas, ao seu redor temos uma grande bagunça. O chão está lascado e sujo, as linhas do teto nos remetem a uma sensação de tontura e desconforto. Mas mesmo com toda esta feiúra ao redor, a modelo sente-se insegura e prefere se esconder atrás de sombras. A maioria das pessoas se diminuem, não percebem sua força, capacidade intelectual, pois lhes falta a luz. Preferem aceitar as injustiças do governo, a bagunça do mundo, os problemas sociais, pois é mais cômodo fingir que não viu a bagunça e limitar-se em ser uma sombra.

O desejo de dominar é considerado um sadio egoísmo

A imagem é composta por uma criança e foi tirada em contra-plongée, por alongar e trazer a sensação de superioridade. A criança é apresentada por ser muito pequena perto do que ainda se tornará, tanto em tamanho como sabedoria. Entretanto, com o uso do ângulo contra-plongée, é relacionada à criança uma sensação de poder, ainda aumentada pelo olhar para frente – como se houvesse uma certeza plena de que o caminho é seguro e sem perigos. Representando o poder, essa superioridade não vê o que está abaixo de si. Na sociedade Moderna o poder massacra, ignora e se justifica, por simplesmente ser o poder. Religião, governo e capital, são exemplos de poderes que visam apenas o próprio benefício, interferindo na sociedade, alimentando-se do egoísmo. Encantramos uma importante relação, pois estes fatores da nossa sociedade, não foram muito distintos em outras épocas.

As crianças se apóiam nas bonecas televisivas

X INTERCOM

S U L

COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E CULTURA NA ERA DIGITAL

28 A 30 DE MAIO DE 2009 - FURB - BLUMENAU - SC



A criança segura uma boneca em suas mãos, este é o seu ícone, esta é a sua tradução da palavra beleza. Quando nascemos não temos estrutura para saber o que é certo e errado, com o passar do tempo vamos recebendo informações e é desta maneira que as crianças crescem, evoluem e se educam. O apoio e incentivo dos pais são fundamentais. Mas a constante necessidade do trabalho feminino na atualidade acaba limitando nossas crianças a uma educação televisiva. Os meios de comunicação de massa acabam se tornando sua principal fonte de entretenimento.

A imagem mostra perfeitamente que ao segurar a boneca, a criança sente-se segura. Esta é a base dela, acredita que no seu futuro ela vai ser esta imagem. Ela pretende virar uma Barbie, pois foi o que ela viu no meio televisivo, nas revistas e nos seus brinquedos. A perfeição é o seu ícone no futuro. Isto gera muitos problemas psicológicos, pois ao chegar na adolescência as meninas se deparam com a realidade e percebem que não estão nos padrões. Os distúrbios alimentares, a busca constante por plásticas são geradas por erros passados. As crianças se apóiam em bonecas televisivas, é a minha crítica a futura sociedade. Reinada por nossas crianças plásticas e vazias, que se contentarão em serem objetos.

Vitrines que nos mostram como ser um cabide

Esta foto faz parte da composição “Criar, o grande resgate da inteligência”, possuindo muitos elementos em comum. A modelo, dessa vez, segura a grade cinza – metáfora para o medo e a depressão. Segurando essa grade, demonstra insegurança. Entretanto, sua postura não transparece essa idéia, mas o contrário: Segurança e determinação. Essa postura mostra uma mulher independente e de sucesso, mas isso é apenas uma vitrine, ela não consegue se soltar da grade e transforme-se em fragilidade. Isso ocorre devido ao poder que a imagem tem para mascarar realidades, o que você demonstra pode ser mais útil do que a verdade – ponto em que entra a metáfora do cabide. A maioria das pessoas são apenas cabides, servindo apenas para ostentar. Podem apresentar postura, beleza e aparência, mas não conseguem sustentar qualquer conteúdo ou segurança.

Idéia de mundo



Com a tecnologia da lâmpada, podemos ter iluminação através de um click. A máquina fotográfica usa da mesma relação para registrar a ausência e presença da luz. Natureza, lâmpada e máquina fotográfica: Esses três elementos sobrevivem e valorizam-se com a luz.

Na imagem, ao centro da lâmpada encontra-se o sol da tarde. O pôr do sol difunde-se pelo vidro e desfoca a luz da natureza. Isso representa uma crítica sobre a supervalorização da tecnologia na nossa época. Devemos enxergar mais com a nossa natureza, nosso verdadeiro olhar, não nos limitando a equipamentos fotográficos de última geração. Isso acaba desfocando nossa visão.

Por que todos estão bebendo da mesma água?

Essa é minha crítica a falta de criatividade contemporânea. Temos uma folha em primeiro plano que está relacionada à respiração do limoeiro. Nela encontramos uma gota de água preste a despencar. É minha representação do planeta terra, devido a sua maior porcentagem em água. No fundo desfocado encontra-se uma limão. Escolhi esta fruta devido ao seu formato de esfera, proporcionando uma relação dele com o mundo. A cor verde representa esperança, a esperança de que esse mundo ainda vai voltar a respirar criatividade, voltará a possuir vida. A mensagem é: a falta de criatividade faz o mundo parar de respirar. O que será deste mundo que vive de cópias?

Inocente aquele que é pequeno

Esta imagem revela o mundo da publicidade e propaganda na sociedade contemporânea. As cores são fortes e vibrantes como o amarelo, azul e o vermelho, nos transmitindo uma sensação agradável ao ver a imagem. O amarelo, azul e vermelho, são conhecidos com cores primárias quando se fala em cores pigmentos, sendo a base para uma comunicação de impacto e sensações. A flor é diferenciada e excêntrica, remete grandiosidade glamour e beleza. Posado sobre a grande flor encontramos um pequeno inseto. Quando elaborei esta foto busquei um



inseto morto, e aí está ele, uma coisa sem vida, vendendo a mesma vida a qual se buscava. O inocente aquele que é pequeno não está relacionado ao pequeno inseto perante a grande flor, mas a ignorância de quem pensa pequeno e não imagina uma realidade utópica e cheia de mentiras diante daquela imagem perfeita. A publicidade geralmente nos apresenta um mundo perfeito e nos hipnotiza, provocando a necessidade de possuir. A imagem transpira um mundo que está morto, da mesma forma que a publicidade contemporânea, mostrando que a criatividade esta sendo usada para gerar alienação.

É impossível se mover com botas de ouro

A imagem foi feita em sépia para não contrastar cores, evitando sensações desnecessárias. A criança esta arrumada como uma boneca, parecendo brincar, mas sua postura revela que ela se imagina no mundo adulto. Seu carrinho de bebê não possui as rodas da frente, isso torna a imagem imóvel, nos desconforta, nos deixa a impressão de necessitarmos tirá-la do lugar. Seu carrinho se encontra vazio, talvez ela nem saiba, pois não costuma abaixar o nariz para ver o que carrega ou onde pisa. A criança não combina com o lugar, pois ela não pertence a ele. Com o fundo da imagem cheio de bagunças, o universo criado representa a perda da infantilidade e pureza infantil. Elas estão cada vez mais adultas e precoces. O universo das crianças perdeu-se na bagunça da nossa época, no fundo da foto. “É impossível se mover com botas de ouro” - As botas estão firmes no chão, são pesadas e guardam passos preciosos. O que adianta ter ouro nos pés e não alcançar o movimento? As crianças estão antecipando a idade adulta e esquecem que isso impossibilita o caminho.

6 CONSIDERAÇÕES

As imagens recriam a realidade do nosso mundo com o objetivo de revelar todos os ângulos existentes. Assim a fotografia aproveita para recriar vida, lugares e passagens da história que podem nos mostrar diferentes percepções sobre determinadas temáticas, por unir todas as sensações existentes num olhar.

O homem contemporâneo é o enredo de minha exposição, suas atitudes formas e criações se entrelaçam e se perdem no seu vazio existencial. Em uma sociedade que prefere o parecer ao ser, encontramos a constante busca por perfeição e pelo



entendimento de quem realmente somos. Norteados por uma sociedade do consumo, que mostra seus sentimentos e emoções por meio de objetos, num mundo que se vende e destrói suas raízes.

Em uma época que se promove a obsessão pelo encaixe social, onde compramos tudo e acabamos com o essencial. Esta é a minha forma de sair do escuro, minha maneira de pensar e criar, não apenas existir.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TOSCANI, Oliviero, A publicidade é um cadáver que nos sorri. São Paulo: Ediouro, 1996

MARTINS, Maria Helena Pires, Filosofando - 3.Ed. Revista - São Paulo: Moderna, 2003

FARINA, Modesto. Psicodinâmica das Cores em Comunicação. 2. ed. São Paulo: Edgar Blücher Ltda, 1986

SANTAELLA, Lúcia & NÖTH, Winfried, Imagem: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2001.

Trabalho submetido ao X Prêmio Expocom 2009, na Categoria Áreas Emergentes, modalidade Fotografia Artística

Bruna Havresko, estudante do 3ºano do Curso Publicidade e Propaganda email: brunah89havresko@hotmail.com

Espencer Gandra. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: espencer_gandra@hotmail.com