Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

Natália Paulino de Castro

FOTOGRAFIA E ARTE: DA ESTÉTICA À SEDUÇÃO, UMA VISÃO SOBRE O LADO ARTÍSTICO DA IMAGEM PUBLICITÁRIA.

Assis, 2012.

Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

Natália Paulino de Castro

FOTOGRAFIA E ARTE: DA ESTÉTICA À SEDUÇÃO, UMA VISÃO SOBRE O LADO ARTÍSTICO DA IMAGEM PUBLICITÁRIA.

Trabalho de Conclusão do Curso de graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA.

Orientando: Natália Paulino de Castro
Orientador: Prof. João Henrique dos Santos

Assis, 2012.

Agradecimentos

A Deus por se fazer presente em todas as áreas da minha vida e me dar forças para não desistir.

Aos meus amigos de sala:
Matheus Castilho, resumidamente, por sempre me dar bons conselhos e nunca negar um abraço e ombro amigo.
Sergio Lucas por cuidar de mim achando que era o meu pai.
Jaqueline Proença, ouvinte, companheira de reclamações e todos os assuntos femininos.
Danilo Giroto, por sempre garantir boas risadas.
Sei que nossa amizade irá durar o resto de nossas vidas.

Aos amigos que fiz durante os quatro anos, em especial Silvio Luis, que tanto me encheu o saco pra que eu conseguisse fazer o TCC, me dando muitas dicas, além de também garantir boas risadas.

Aos professores que ao longo do curso souberam além de ensinar, deixar uma forma de inspiração na minha vida, em especial meu orientador João Henrique com seu olhar e carinho pela arte.

Minhas amigas do tempo de escola:
Paula Zanoto e seus pais Mauren e Sergio, minha segunda família.
Natália Casaes, por estar sempre do meu lado, mesmo em suas viagens tão tão distantes.

Agradeço ainda todas as pessoas que me apoiaram, que passaram pelo meu caminho, principalmente nesses quatro anos de curso, das quais nunca esquecerei.

Dedicatória

Dedico esse trabalho a meu pai José Diamantino, que me mostrou a primeira câmera fotográfica quando eu era ainda criança, junto com o amor pelo registro dos nossos momentos e todo seu cuidado com as nossas lembranças, me fazendo sonhar um dia poder ter minha própria câmera, registrando minhas próprias lembranças e mais, fazendo da fotografia meu principal objeto de estudo .

A minha mãe Elza, que tanto se preocupou com meus estudos e confiou em minhas escolhas, se preocupando com qualidade e tempo de execução principalmente deste trabalho.

Não negaram esforços, sempre preocupados e presentes na minha vida, devo tudo a vocês.

Dedico ainda a meu irmão Gabriel, que realmente é um anjo na minha vida, assim como a minha vó Guilhermina.

RESUMO

Este estudo tem por objetivo analisar a fotografia publicitária sob ótica artística. Para isso, estruturamos o texto em torno do eixo temático dos elementos da criação fotográfica em seus primórdios até a atualidade e analisamos os elementos de concepção de arte na fotografia conceitual, fotografia de moda e em campanhas publicitárias de outros gêneros.

Palavras-chave: Fotografia, arte, publicidade.

ABSTRACT

This study aims to analyze the advertising photography in artistic perspective. To do this, the text is structured around the thematic elements of creating photographic in its early days to the present and analyze the design elements of conceptual art in photography, fashion photography and advertising campaigns from other genres.

Key-words: Photography, art, advertising.

SUMÁRIO

1. Introdução..... 01

Capítulo I - Origem e história da fotografia

1. As origens da fotografia e evolução dos meios de captura.....03

1.1 Os primeiros sinais da arte na fotografia.....14

1.2 Um pouco da Origem da Fotografia Artística.....15

Capítulo II - A fotografia e a arte

2. O conceito da fotografia artística.....17
2.1 Fotografia de quadros.....19

Capítulo III - A Arte da fotografia na publicidade

3. Fotografia conceitual.....23

3.1 Fotografia de moda.....27

3.2 Campanhas Publicitárias.....30

Considerações finais.....36

Bibliografia.....37

INTRODUÇÃO

Neste estudo construímos a hipótese de que a fotografia possui várias funções, porém nunca perde sua essência, ser uma forma de arte.

Com o aparecimento das primeiras experiências fotográficas em meados do século XIX, o surgimento e seus novos meios de captura, desde a grande câmera obscura até as pequenas câmeras embutidas nos celulares dos dias modernos do século XXI.

A fotografia deixou de ser cara e restrita a um pequeno público, deixou de ser analógica, hoje é acessível e digital. Se faz presente todos os dias para qualquer indivíduo que tem em mãos um pequeno aparelho celular.

Ao longo da história diversos fotógrafos a trataram de diferentes formas, alguns apenas seguindo a linha tradicional, séria e documental, já outros a fazendo exclusivamente artística, apresento aqui alguns deles e seus projetos.

A fotografia artística contemporânea têm como objetivo causar estranhamento e questionamento, dessa forma possui inúmeros significados tanto para o criador, o artista da obra quanto para o observador. O fotógrafo tem o poder de deixar sua intenção, manifestação ou crítica estampados de forma a facilitar tal interpretação ao observador, porém este pode vir a interpretar conforme quiser.

A interpretação de uma obra varia muito de pessoa para pessoa, o olhar e o sentimento que ela transmite não depende apenas de seu criador, mas sim de toda a experiência vivida pelo observador, toda sua cultura, seja os filmes que assistiu, livros que leu e lugares que visitou.

Desde que os fotógrafos se desprenderam do conceito de que a fotografia deveria ser séria e documental, incontáveis caminhos de técnicas, manifestações e vertentes foram criadas, barreiras e preconceitos quebrados, cada autor tem um estilo próprio e traz sua crítica ao mundo e sociedade através dessa bela forma de arte.

Muitas vezes bela e harmônica e outras completamente o contrário, onde a ideia central da imagem vai além da preocupação estética.

É em meio a tantas opções que a publicidade se vê livre do tradicional, bonito e certinho, com a ajuda de softwares de edição nos computadores a fotografia hoje pode ser manipulada e o imaginário infinitamente explorado, o real se choca com a fantasia, a sedução e o desejo do mundo capitalista se torna palpável.

Este trabalho traz uma retrospectiva do surgimento da fotografia e seus meios de captura em seu primeiro capítulo, seguido do conceito da fotografia como expressão artística e um exemplo de movimento na arte expressa pela fotografia de quadros. O terceiro e último capítulo retrata a fotografia conceitual, livre de preconceitos e completamente feita pelas vontades e sentimentos do autor, já incluindo este tipo de fotografia no meio publicitário, falamos sobre a moda e por fim, há a análise de algumas campanhas publicitárias.

CAPÍTULO I

Origem e história da fotografia

"A *fotografia* é uma forma de ficção. É ao mesmo tempo um registo da realidade e um auto-retrato, porque só o fotógrafo vê aquilo daquela maneira."
Gérard Castello Lopes

Para compreendermos o processo de passagem da fotografia ao longo das épocas precisamos ter um panorama histórico, com isso, poderemos analisar a fotografia do ponto de vista de sua produção artística, principalmente a partir de sua mudanças mais significativas.

1. As origens da fotografia e a evolução dos meios de captura

Foi em 1826 que o físico francês Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833) conseguiu após inúmeras tentativas fazer a primeira imagem fotográfica, elaborada a partir de uma câmara escura com um pequeno orifício para exposição de luz e a utilização de uma placa de estanho coberta por betume de judéia, a imagem levou 8 horas para ser finalizada.

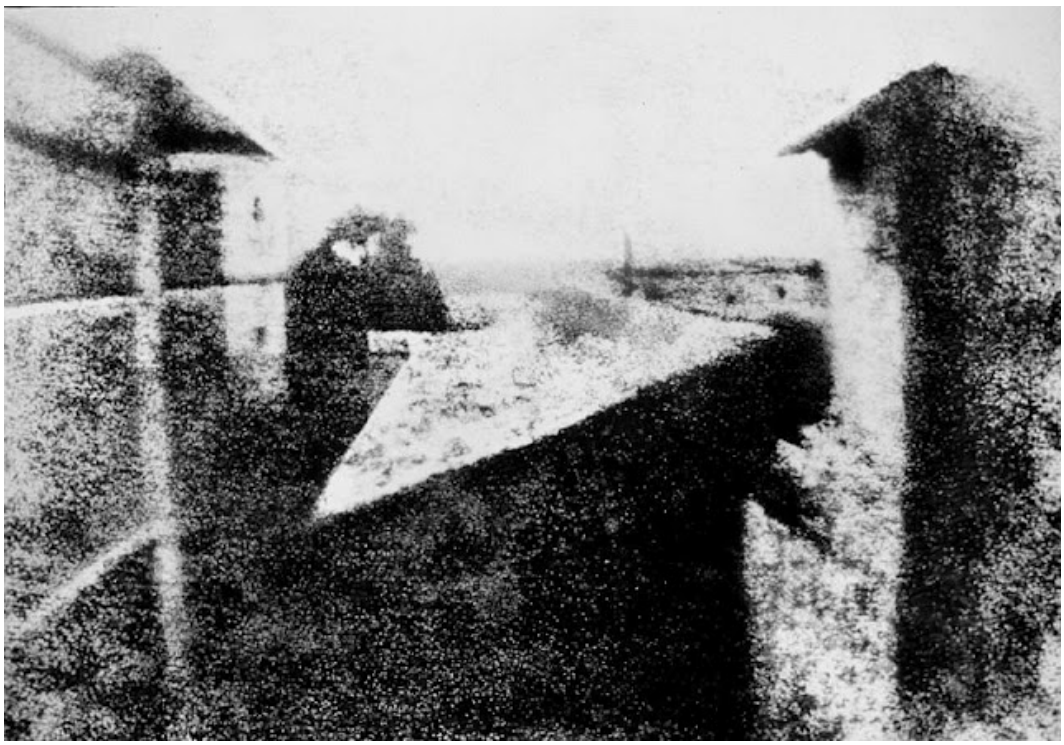

Figura 1: A Primeira fotografia, capturada em uma placa 20x25cm tem os edifícios iluminados em várias partes pelo sol devido à exposição de 8 horas.

Fonte: http://fotografeumaideia.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=865&Itemid=1

Aproximadamente em 1835 Louis Daguerre (1787-1851), francês e colega de Niépce, desenvolve um novo processo diferente e com placas de cobre cobertas com sais de prata que captavam a imagem e que ficavam visíveis após serem expostas ao vapor de mercúrio, deu-se o nome de Daguerreotopia. Em 1939 desenvolveu o daguerreótipo, aparelho capaz de fixar a imagem em um tempo de exposição de apenas 30 minutos, porém imagens únicas sem possibilidade de cópias.

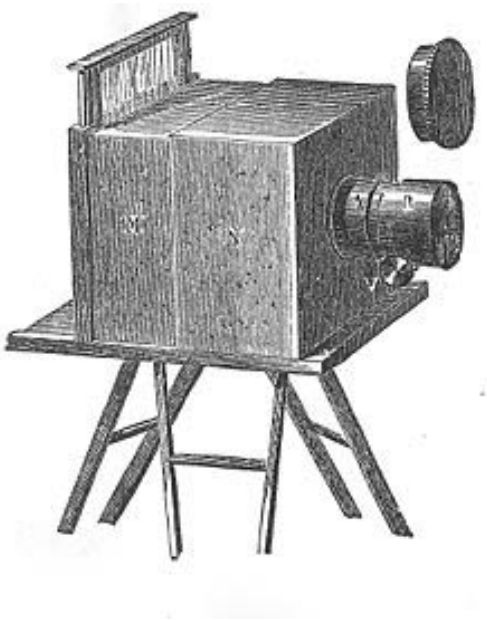

Figura 2: Daguerreótipo

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Daguerreótipo

Entre 1839 e 1840, temos um outro passo na fotografia. O físico britânico William Henri Fox Talbot (1800-1877) pequisava com suportes de papel fotossensível emulsionados com sais de prata que podiam registrar uma matriz em negativo, possibilitando cópias positivas. Esse processo chamado calótipo, patenteado em 1841 era mais barato que o de Daguerre e fez com que a fotografia se tornasse mais acessível na época.

Figura 3: Calótipo Negativo e Positivo registrado por Talbot em 1842.

Fonte: http://profsergioja.blogspot.com.br

O britânico Richard Maddox (1816-1902) elaborou chapas secas de gelatina com sais de prata em 1871, no lugar do colódio de aluminio utilizado em 1851 por Frederick Scott Archer (1813-1857), marcando o ínicio da fotografia moderna, já que em 1878 as chapas eram fabricadas em larga escala e os fotógrafos podiam comprá-las já sensibilizadas quimicamente sem ser necessário prepará-las antes da exposição.

George Eastman (1854-1932) se tornou muito importante porque foi o inventor da primeira câmera portátil em 1888 chamada Kodak, vendida com um filme em rolo de papel com capacidade para tirar 100 fotografias, terminando o rolo o cliente enviava a câmera inteira para a empresa que fazia a revelação, devolvendo a câmera com um novo rolo de filme, no próximo ano Eastman substitui o filme de papel por um plástico transparente. à base de nitrocelulose.

FIgura 4: Primeira Câmera Kodak em 1888, surge com o slogan "aperte o botão, nós faremos o resto".

Fonte: http://profsergioja.blogspot.com.br

Em 1914, surge a famosa Leica, câmera que utilizava o filme flexível 35mm do cinema, possibilitou a criação da "escola" fotográfica de Henri Cartier-Bresson que adotou o "instante decisivo" como lema. As lentes intercambiáveis se tornam uma influência conhecida entre fotógrafos de todo o mundo. O registro explora a habilidade de antecipar o desdobramento da ação rapidamente no instante em que os elementos estivessem em sua configuração mais expressiva.

Figura 5: Ur-Leica de 1914

Fonte: http://profsergioja.blogspot.com.br

Com o tempo, o aperfeiçoamento no mundo da fotografia permitiu desde a introdução do primeiro processo fotográfico colorido em 1907 à técnicas avançadas de impressão, possibilitando a divulgação de imagens em jornais em 1915 substituindo os desenhos. E em 1929 ganha seu espaço na publicidade, considerada um dos principais processos de criação artística desse período.

Alguns profissionais importantes da época e que demonstramos abaixo:

Cecil Beaton (1904-1980) nascido em Londres era fotógrafo de moda e do fotojornalismo, foi muito conhecido por retratos de celebridades, chegando a ser nomeado fotógrafo oficial da Família Real inglesa em 1937 e a cobrir os conflitos na África e Ásia Oriental cuja as imagens foram publicadas no livro Winged Squadrons (1942).

Figura 6: Marilyn Monroe. Foto: Cecil Beaton.

Fonte: http://foto.espm.br/index.php/referencias/cecil-beaton-um-fotografo-ingles/

Na década de 1920, Beaton trabalhou para as revistas Vanity Fair e Vogue, seu trabalho era bem elaborado, rico em detalhes muitas vezes inusitados.

Figura 7: Famous Beauties Ball, 1931. Foto: Cecil Beaton.

Fonte: http://foto.espm.br/index.php/referencias/cecil-beaton-um-fotografo-ingles/

Edward Steichen (1879-1973) nascido em Luxemburgo, se mudou para os Estados Unidos quando criança, sua paixão pela arte começou pelos desenhos, passou pela pintura até chegar a fotografia onde construiu sua carreira se destacando em moda e retratos, sua carreira também foi marcada por invenções técnicas.

Steichen defendia a fotografia como uma legítima forma de arte e em parceria com Alfred Stieglitz criou uma revolução estética na qual ela deveria ser considerada um meio de expressão e interpretação, não uma ferramenta de registro documental. Para isso elaboraram a revista *Camera Work* e fundaram a *Little Galleries of the Photo Secession* (atual 291 Gallery), localizada na Quinta Avenida, em Nova York.

Figura 8: Gloria Swanson, 1924. Foto: Edward Steichen.

Fonte: http://foto.espm.br/index.php/referencias/edward-steichen-fotografo-e-amante-das-artes/

Figura 9: Miss Fanny Haven Wickeles, Newport, Rhode Island, 1924. Foto: Edward Steichen.

Fonte: http://foto.espm.br/index.php/referencias/edward-steichen-fotografo-e-amante-das-artes/

Em 1955 organizou no Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA) a exposição *The Family of Man*, uma seleção de cerca de 500 fotos tiradas em 68 países que registram todas as fases da vida humana, do nascimento à morte. Com repercussão mundial, se tornou um marco na fotografia documental, sendo levada a vários países e dando origem a um livro com várias edições.

O francês **Henri Cartier-Bresson** (1908-2004) em 1932 começou sua carreira como fotojornalista, seu estilo foi definido por ele como a busca pelo "momento decisivo", ou seja, pelo instante que a imagem se forma completamente em frente à câmera, desta maneira não utilizava manipulações e retoques em suas fotografias.

Figura 10: La gare Saint-Lazare, Paris, 1932. Foto: Henri Cartier-Bresson.

Fonte: http://www.lomography.com.br/magazine/lifestyle/2011/12/15/lies-de-mestres-da-fotografia

O filme negativo colorido que permite fotos em cópias coloridas chega com a Kodak em 1942, em 20 anos o Kodakcolor torna-se o filme mais popular entre os fotógrafos amadores.

Em 1948 o norte-americano Edwin Land (1909-1991) desenvolve a câmera Polaroid, que tira fotos instantâneas em preto e branco.

Figura 11: Primeira Câmera Polaroid, 1948.

Fonte: http://thelongestlistofthelongeststuffatthelongestdomainnameatlonglast.com/first338.html

Figura 12: Câmera Polaroid lançada em 2012 que deu continuidade aos modelos que fazem fotos instantâneas, agora coloridas também.

Fonte: http://pt.wikinoticia.com/Tecnologia/Gadgets/120202-aumentos-da-camera-polaroid-instantaneas-com-ashes-z2300

Já a tradição da fotografia documental considerada imparcial e distante é rompida em 1959 com o lançamento do livro *The Americans*, do fotógrafo norte-americano Robert Frank (1924), com o registro fotográfico da viagem que fez pelos EUA.

Figura 13: Fotografia de Robert Frank que faz parte do livro *The Americans*, sua fotografia documental trouxe um caráter mais subjetivo, quebrando as tradições da época.

Fonte: http://sobretudocinema.wordpress.com/2009/08/20/o-fotodocumentarismo-de-robert-frank-the-americans/

Na década de 90 tanto no fotojornalismo como na publicidade o uso das câmeras digitais ganha espaço e se torna comum. Nessas câmeras, o filme é substituído por um disco ou cartão de memória, no qual as imagens são armazenadas digitalmente. Elas podem, assim, ser transmitidas por meio de fios a um computador onde as imagens são visualizadas e capazes de serem enviadas pela rede de computadores em qualquer lugar do mundo de forma extremamente rápida.

O processo digital elimina a necessidade de revelação fotoquímica e ampliação, o que ajudou a disseminar a fotografia que deixou de ter uma manutenção cara e se tornou com o passar do tempo mais acessível.

De modo geral, Erivam Morais de Oliveira ao analisar a passagem da fotografia analógica para o digital, aborda o surgimento das máquinas e a reação dos artístas da época.

> A fotografia surgiu na primeira metade do século XIX, sua criação deve-se a astrônomos e físicos que observavam os eclipses solares por meio de câmeras obscuras, princípio básico da máquina fotográfica. A câmera obscura tornou-se útil também para os pintores e desenhistas, inclusive para o artista Leonardo Da Vinci (1452-1519), que fez uso dessa ferramenta e deixou dela uma descrição minuciosa em seu livro de notas sobre os espelhos, publicado muito depois de sua morte, em 1797. Com o passar dos tempos, a câmera obscura foi sendo reduzida de tamanho, de modo que artistas e pesquisadores pudessem carregá-la com facilidade por onde andassem.
>
> A discussão com representantes das artes plásticas fez com que pintores resistentes à utilização da fotografia procurassem por uma nova forma de expressão, dando origem ao movimento impressionista, que, aos poucos, encontrou rumo e reconhecimento na história das artes visuais. A discussão retorna, de algum modo, nos dias de hoje, envolvendo duas formas distintas de captação de imagens, a fotografia analógica e a fotografia digital.
>
> No século XX, a fotografia passou a ser utilizada em grande escala pela imprensa mundial, em reportagens fotográficas, fazendo aumentar naturalmente a exigência de profissionais que trabalhavam com fotojornalismo. (OLIVEIRA, 2012)

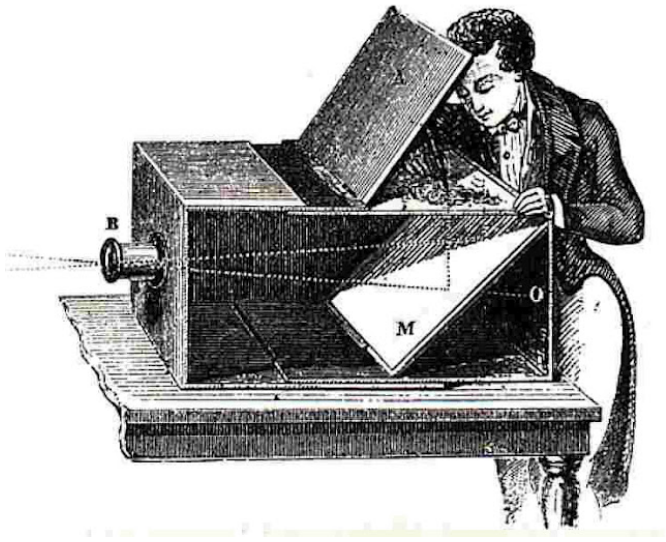

Figura 14: Câmera escura usada para desenhar

Fonte: http://profsergioja.blogspot.com.br

Com a possibilidade de fotografar e poder no mesmo momento ver como a fotografia foi tirada, uma infinidade de maneiras de correções e ideias são criadas. Entretanto, a validade documental e artística por meio de uma fotografia sempre foi questionada, mas devido a sua disseminação e fácil acesso, seja na hora do clique ou depois com ferramentas de manipulação de imagem, muito ainda se discute, chegando até o ponto de não ser válida ou valorizada.

Como toda manifestação artística que por muitos é menosprezada, a fotografia é talvez uma das mais atingidas criticamente por ser de mais fácil reprodução, pois qualquer um com uma máquina pode se achar ou até mesmo se tornar um artista. Com um pouco de criatividade e algum tipo de software, hoje qualquer ser humano, de qualquer idade pode reproduzir os fenômenos já antigos e ultrapassados dos princípios da revelação, efeitos antes vistos pelos desgastes da exposição à luz ou ao tempo, ruídos, cores vazadas em tons que parecem borrados pelos antigos produtos na hora da revelação, já é até considerado sinônimo de estilo e ainda há os softwares mais desenvolvidos que permitem alterações e manipulações na imagem como adição ou retirada de elementos e o que o imaginário permitir.

> Diferentemente das outras artes, a fotografia possui sua própria maneira de nos fazer reagir: ela apela às nossas lembranças e aos nossos sonhos e, ao mesmo tempo nos confronta com a realidade (WOLFENSON, 2009, p. 43).

Como cita o fotógrafo Bob Wolfenson em seu livro "Cartas a um jovem fotógrafo" a fotografia ganhou um significado amplo e mais artístico, desvinculado a outras artes, como a pintura:

> As fronteiras entre alta e baixa cultura de certa forma foram borradas para sempre. Os artistas transitam entre vários mundos e possibilidades. A vida moderna nas cidades (...) tem sido generosa em propiciar um amplo acesso às informações, abrigando um sem número de publicações e diferentes veículos para as diferentes tribos. O fotógrafo de hoje não é mais o mesmo de 50, 60 anos atrás. As questões postas à fotografia nos seus primórdios como substituta da pintura na função de reproduzir a realidade foram amplamente discutidas desde seu advento no século XIX e ao longo do século XX. E, finalmente, a fotografia encontrou seu lugar ao sol, não mais como mera representação figurativa, mas como uma visão subjetiva de seu autor. O fotógrafo está finalmente reconhecido como artista, ou melhor autor. (WOLFENSON, 2009, p. 143)

Para Boris Kossoy a fotografia tem um amplo sentido, e para cada indivíduo pode ter um significado único e diferente:

> É a fotografia um intrigante documento visual cujo conteúdo é a um só tempo revelador de emoções e detonador de emoções. Conteúdos que despertam sentimentos profundos de afeto, ódio ou nostalgia para uns, ou exclusivamente meios de conhecimento e informação para outros que o observarem livres de paixões, estejam eles próximos ou afastados do lugar e da época em que aquelas imagens tiveram origem. (KOSSOY, Boris, 2001, p.28)
>
> No esforço de interpretação das imagens fixas, acompanhadas ou não de textos, a leitura das mesmas se abre em leque para diferentes interpretações a partir daquilo que o receptor projeta de si, em função do seu repertorio cultural, de sua situação socioeconômica, de seus

> preconceitos, de sua ideologia, razão por que as imagens sempre permitirão uma leitura plural. (KOSSOY, Boris, 2001, p.115)

1.1 Os primeiros sinais da arte na fotografia

No período entre 1854 e 1910 surge o movimento chamado pictorialismo, que se caracteriza pela tentativa de aproximar a fotografia com a pintura, onde fotógrafos retocavam e até pintavam as fotos, riscavam e embaçavam as imagens, tinham suas composições e assuntos puramente extraídos da pintura com temas de natureza, paisagens, retratos e natureza-morta.

Ao final da I Guerra Mundial (1919-1938) a fotografia liga-se a movimentos artísticos de vanguarda como o cubismo e o surrealismo. Man Ray (1890-1976) e László Moholy-Nagy (1895-1946) em conjunto com pintores e outros artistas usam técnicas de fotomontagem (manipulação de negativos) e fotograma (imagem direta sobre o papel fotográfico, sem o uso do negativo e da câmera).

A fotografia volta a ter uma fase abstrata, deixando de registrar apenas a realidade após a II Guerra Mundial (1939-1945), as imagens expressivas e emocionais são adotadas. Aqui se destaca o norte-americano Minor White (1908-1976), que em um de seus ensaios escreveu: "reconhecer um objeto ou uma série de formas quando fotografados, capturam um sentimento ou uma ideia simbólica através de elementos formais e estruturais, que carregam um significado ou uma sensação de reconhecimento de algo interior no espectador", ou seja, o observador tem poder de captar a mensagem contida no interior de uma imagem, não apenas na sua superfície ou na imagem exterior como um todo e cabe ao fotógrafo ter a sensiblidade de com seu olhar conseguir registrar tais imagens.

Figura 15: Celeiro e nuvens, Minor White.

Fonte: http://www.lomography.com.br/magazine/lifestyle/2011/12/15/lies-de-mestres-da-fotografia

1.2 Um pouco da Origem da Fotografia Artística

Alfred Stieglitz (1864-1946), norte-americano, amante da arte moderna promoveu a fotografia como arte ao longo dos seus 50 nos de carreira. Participou e foi ganhador de vários concursos de fotografia. Ganhando visibilidade, seu trabalho começou a ser publicado em revistas britânicas e alemãs. Em 1897 fundou o *Camera Club* de Nova Yorque, Stieglitz foi editor chefe da revista *Camera Notes* que na época foi considerada a melhor revista de fotografia do mundo, e foi através dela que durante 4 anos divulgou sua crença de que fotografia era arte, publicando artigos altamente estéticos ao lado de grandes fotógrafos.

Em 1902, com a ajuda de F. Holland Day (1864-1933) liderou um grupo de fotógrafos que acreditava que o importante em uma fotografia não era o que estava a frente da câmera, mas a manipulação da imagem pelo artista/fotógrafo, para conseguir mostrar sua visão subjetiva do assunto, na forma do pictorialismo. No mesmo ano fundou a revista *Camera Work* com fotos-gravuras feitas à mão e textos críticos sobre fotografia no mundo.

A caminho da Europa em 1907 fez uma foto do navio que foi considerada uma de suas mais importantes fotografias e até mesmo uma das mais importantes do século XX, chamada de *The steerage* (em tradução livre significa a terceira classe).

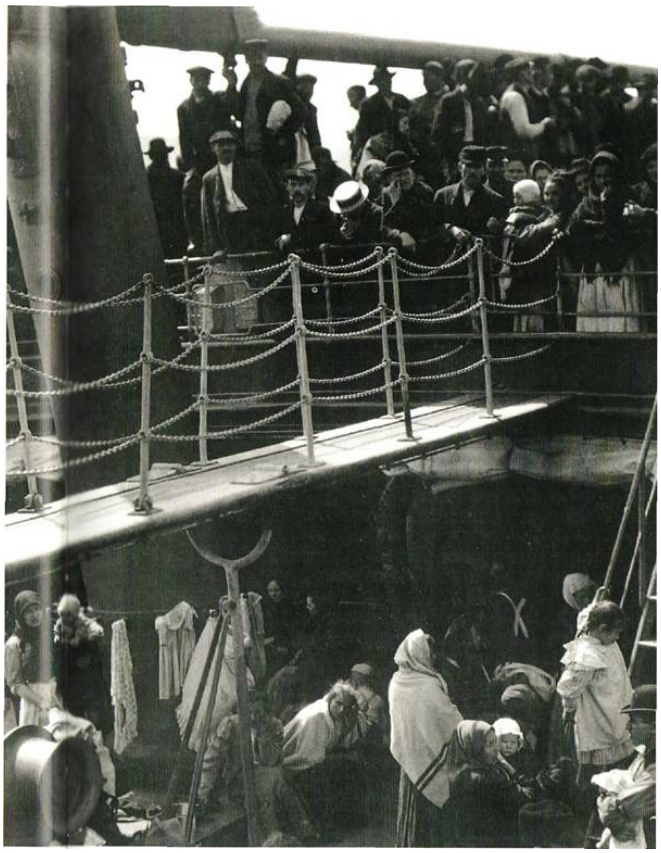

Figura 16: The Steerage, Alfred Stieglitz.

Fonte: http://www.masters-of-photography.com/images/full/stieglitz/stieglitz_steerage.jpg

A foto do navio teve importância também para sua concepção de arte, Stieglitz após fazê-la começou a desistir da ideia de que a fotografia deveria ser parecida com a pintura, assim a fotografia documental e o movimento naturalista ganhou mais força e o fim do movimento pictorialista se deu por volta de 1920.

CAPÍTULO II

A fotografia e a arte

"Fiquei preso a esta forma de arte, porque a fotografia tinha me dado um novo sentido de identidade e missão." Bob Anderson

2. O conceito da fotografia artística

A abordagem do registro da arte conceitual entre os anos 60 e 70 tornaram a fotografia, o veículo central da disseminação e comunicação de maior amplitude das apresentações artísticas e outros trabalhos de arte temporários. A arte conceitual em si tomou o papel da fotografia em que alguns profissionais considerados “mestres” da fotografia adotassem um caráter inexperiente, não-artístico e até anônimo, para enfatizar que a importância artística estava no ato retratado pela fotografia.

Para deixar de lado a técnica do ato de fotografar apenas como registro documental e inserir novos conceitos como a fotografia sendo uma manifestação da arte, é necessário esquecer o que é convencional e tradicional e observar o mundo por outro ângulo; dessa maneira muitos artistas começam a registrar o movimento do corpo humano em eventos, espetáculos e apresentações de teatro e dança, aqui a arte entra num contexto de fragmento único, no qual o momento que se quer chamar atenção ou o único momento que importa é o fotografado, como se não existisse a coreografia ou encenação, mas apenas aquele movimento específico congelado no tempo sem antes ou depois.

Foi em meados do séculos XX, com a influência do fotojornalismo cujo estilo era uma imagem que nos dá sensação de um ato não premeditado, ensaiado e informal que fotógrafos perceberam que as espontâneas performances poderiam ser fotografadas e tratadas como arte, levando-as a galerias de artes e revistas como cita Charlotte Cotton:

> A arte conceitual usou a fotografia como meio de transmitir ideias ou atos artísticos efêmeros, fazendo as vezes do objeto de arte nas galerias ou nas paginas de revistas de arte. Essa versatilidade do status da fotografia, como documento e evidência da arte, tem uma vitalidade intelectual e ambiguidade bem usadas pela fotografia artística contemporânea. (COTTON, 2010, pg.22)

O movimento de quebra dos padrões convencionais do que era considerado um ato artístico permitiu infinitos ramos para a fotografia, com a ideia central de que o ato da criação artística vem muito antes da câmera ser posicionada para o disparo, pois há planejamento e todo um trabalho de composição de ângulos, elementos, pessoas, objetos, formas e cores. É nesse sentido que muitos trabalhos se baseiam e criam a arte ressignificando objetos, cenas e afazeres do nosso cotidiano. Nessa nova fase da fotografia como arte, o aspecto de uma “imagem bonita” é deixada de lado para criar indagações sobre como fugir do óbvio e também como interagir com o observador durante ou depois do processo fotográfico. Um dos momentos mais artísticos da fotografia é demonstrada pela obra de Marcel Duchamp.

Marcel Duchamp (1887-1968) nasceu rodeado de artistas, pintores e escultores em sua família, foi um artista francês que fez da sua obra uma crítica radical da arte, pois não seguia e nem concordava com os padrões de arte tradicionais da época. Entre 1913 e 1915 deu origem à uma série chamada "ready-made", objetos que ele encontrava e selecionava, às vezes já prontos e outras vezes atribuindo mais adereços ou os modificando. Sua imagem mais famosa é "a fonte" em que ele utiliza um urinol de louça de cabeça para baixo e a assina "R. Mutt" inspirada em um personagem de histórias de quadrinhos, afirmando que qualquer objeto pode ser elevado a condição de obra de arte, eles não possuem valor em si, mas o adquirem conforme a interpretação e vontade do sujeito que o transforma em algo autoral. Seus títulos são sugestivos e em sua maioria irônicos, fazem diversas críticas e protestos já que ele não pretendia criar objetos belos ou interessantes.

A presença da vanguarda questionadora do dadaísmo (contestação do conceito de arte, em que a verdadeira arte seria a "antiarte", não o estéticamente harmonioso ou perfeito) é muito presente em suas obras. Duchamp foi importante para outros movimentos que inspirados por seus

objetos deram origens a experiências do pós-guerra, o "New Dada" onde o corpo humano é usado como expressão artística.

Figura 17: A fonte - Duchamp, 1917.

Fonte: http://aimagemcomunica.blogspot.com.br/2011/11/marcel-duchamp.html

Muitas vezes os projetos são provocativos exigindo a participação de estranhos dispostos a colaborar, interagir, ser fotografado e sair da sua rotina inesperadamente por alguns minutos, esse tipo de reação pode abrir um leque de significados e sentimentos seja pra quem participa e depois para quem observa o trabalho finalizado.

> A capacidade que o fotoconceitualismo tem de desalojar a superfície da vida cotidiana por meio de atos simples ocorre na obra da artista britânica Gillian Wearing (...) Para realizar o trabalho, Wearing abordou estranhos nas ruas de Londres e pediu-lhes que escrevessem algo a seu respeito num pedaço de papelão branco. Depois ela os fotografou segurando os próprios textos. As fotos resultantes revelaram o estado emocional e as questões pessoais que ocupavam a mente dos retratados. (COTTON, 2010, pg.30)

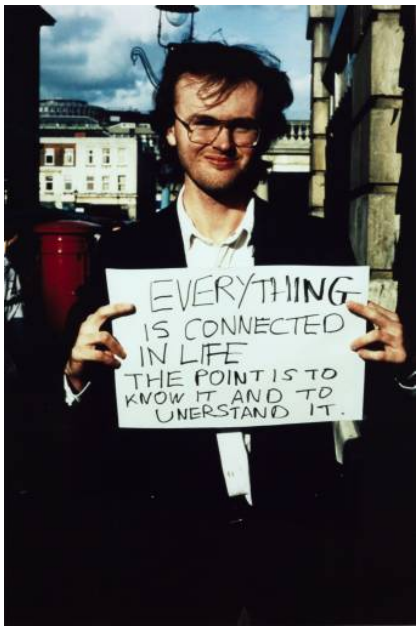

Figura 18: Em tradução livre: "Tudo está conectado na vida, a questão é saber e entender isso" Foto: Gillian Wearing.

Fonte: http://tiffobenii.wordpress.com/participation/gillian-wearing/

2.1 Fotografia de quadros

Outra vertente de arte na fotografia são as chamadas fotografias de quadro ou quadros-vivos onde a construção da imagem é inspirada em contos ou em uma cena que quando exibida, geralmente com imagens em sequência permite que seu contexto e história sejam entendidos. A composição das imagens é pensada como uma narração e preparada para tal, os objetos ou iluminação presentes nela devem levar o olhar do observador a percorrer os pontos necessários para a compreensão, dando pistas e motivos que chamem a atenção e cause curiosidade, assim como era pensado antigamente nas composições de pinturas.

> A fotografia de quadro-vivos deve suas origens à arte pré-fotográfica e à pintura figurativa dos séculos XVII e XIX. (…) É importante entender que a afinidade da fotografia contemporânea com a pintura figurativa se reduz a uma imitação ou à tentativa de reviver aquele periodo de arte. Ao contrário, as duas técnicas demonstram uma mesma compreensão de como uma cena pode ser coreografada para o espectador de maneira que este possa reconhecer que uma história está sendo contada. (COTTON, 2010, pg.49)

A sequência de imagens dão movimento às ações retratadas e mexe com o imaginário por não se limitar a retratar apenas fatos reais. Usa recursos cinematográficos como a iluminação, muitas vezes dramática, mas não pode ser considerada uma forma imóvel de cinema, pois não tenta imitá-lo tão pouco causar o mesmo impacto ao telespectador.

> O cinema, a pintura figurativa, o romance e os contos folclóricos servem apenas de pontos de referência que ajudam a criar o máximo de significado contingente e nos ajudam a aceitar a fotografia de quadro-vivo como uma mescla imaginativa de fatos e ficção de um tema e seu sentido alegórico e psicológico. (COTTON, 2010, pg.52)

Imagens que são intencionalmente contraditórias e que também são retratadas, assim como releituras de pinturas e influências de estilos e referências de artes antigas. A simbologia que o passado exerce sobre a fotografia contemporânea mostra que a vida atual possui as mesmas preocupações culturais cotidianas de outras épocas e reafirma o caráter artistíco. Por outro lado nem todos os fotógrafos se apegam a releituras e influências passadas, criando um novo estilo e se desprendendo da narrativa de "quando e onde", esses trabalhos geralmente são ainda mais ambíguos e a interpretação fica aberta para o observador entender conforme sua imaginação permitir. A fotografia de quadros ainda não perde sua característica de dramaticidade, a mistura de fragmentos reais, surreais e intenção de provocar o observador.

Uma forma de criar ansiedade e expectativa em quem observa uma obra são imagens em que as pessoas aparecem de costas ou com os rostos virados para trás, fica a cargo do observador imaginar sua expressão e o que ele estaria fazendo. A fotografia de quadro-vivo é geralmente visualizada pelo artista mentalmente, depois há o processo prático que é a busca de cenário, elenco e coreografia. Muitas vezes quando o observador não recebe informações visuais necessárias para a interpretação do foco da imagem, ele cria o significado somando o espaço com os objetos interiores e a possível natureza das pessoas retratadas, sendo essas as únicas pistas contidas de quem possam ser.

A estética da fotografia artística e de moda na década de 90 eram comuns: apresentavam narrativas perturbadoras e influente perfeição digitalizada. O processo de elaboração das obras de arte intensas e sofisticadas assemelha-se das atividades de produção de moda, como no caso da artista holandesa Inez van Lamsweerde (n. em 1963) e seu parceiro e marido Vinoodh Matadin (n.em 1961) que criam fotos de arte e são também fotógrafos de moda.

Inez e Vinoodh consagrados no mundo da moda, já trabalharam para revistas famosas como Vogue e diversas marcas famosas como Gucci, Calvin Klein e Chanel, trazem em seus trabalhos celebridades do cinema, música e grandes modelos internacionais, porém são originais em suas composições, poses propositalmente artificiais e posadas, bem como elementos

inesperados e uma certa ambiguidade nas imagens que pode ser a representação madura de uma atriz mirim até mesmo a construção de andrógenos. Sexualidade e crítica a idolatração de deuses e celebridades também são presentes em suas obras.

Figura 19 e 20: Fotos: Inez van Lamsweerde e Vinoodh Matadin.

Fonte: http://soulart.org/fotografia/dos-retratos-de-inez-van-lamsweerde-e-vinoodh-matadin/

Figura 21: Foto: Inez van Lamsweerde e Vinoodh Matadin.

Fonte: http://soulart.org/fotografia/dos-retratos-de-inez-van-lamsweerde-e-vinoodh-matadin/

Figura 22: A atriz Natalie Portman retratada por Inez van Lamsweerde e Vinoodh Matadin em uma critica ao mundo sem sagrado, a imagem pode sugerir a perversão em um conflito de valores entre bem e mal.

Fonte: http://soulart.org/fotografia/dos-retratos-de-inez-van-lamsweerde-e-vinoodh-matadin/

O quadro-vivo foi uma das modalidades estéticas abordadas pelo casal que faz constantes projetos autorais com metas exigentes e tempo de execução mais longo que seus trabalhos de moda, que exigem agilidade tanto na execução como nas mudanças estéticas de tendências.

CAPÍTULO III

A arte da fotografia na publicidade

" Tudo que eu fiz eram expressões artísticas que eram uma tradução de alguma coisa que eu estava sentido. Acho que a fotografia foi um lugar onde eu encontrei uma forma pra falar isso de um jeito coeso e que eu me sentisse completamente representado.."

- Gabriel Wickbold

3. Fotografia Conceitual

Neste pequeno trecho fragmentado de um artigo sobre Fotografia Conceitual, Rodrigo Fernando Pereira, comenta sobre o propósito desse gênero, que diferencia o simples ato do disparar da câmera.

> O que pode ser dito é que toda fotografia tem ao menos um significado: de que aquilo, em algum momento, existiu e foi visto daquela forma pela câmera. Novas camadas de representação podem ser adicionadas de acordo com o valor simbólico da cena. Na fotografia conceitual o significado é a camada mais aparente e o conceito é trabalhado antes da foto, através de preparaçào em estúdio ou após manipulação de software ou laboratório. Algumas vezes, o resultado até se afasta da fotografia 'pura'; vale tudo pela ideia. (PEREIRA, 2008)

Há diferentes tipos de abordagem em um anúncio, por exemplo, quando falamos de imagem. A peça publicitária pode ter 3 diferentes tipos de estratégias de comunicação: uma que a imagem possui um único significado, dispensando um texto explicativo, uma que a imagem confirma o que o texto diz, ou vice versa e uma terceira forma em que a imagem possui um significado, o texto possui um outro significado e juntando o texto e a imagem, criamos ainda um terceiro significado.

A fotografia conceitual é um gênero muito usado na publicidade, por explorar uma situação pré-definida para transmitir uma ideia, uma mensagem ao observador, ou no caso, o consumidor.

Historiadores afirmam que de acordo com o calendário e a profecia Maia, civilização antiga e extinta que deixou várias referências culturais em áreas como arte e religião, o mundo acabará em 2012; inumeras marcas aproveitaram essa temática para suas campanhas neste ano. A marca de bebidas Campari, além de ser conhecida por seus produtos, é conhecida também por seus calendários que são distribuidos em diversos países. Os calendários contam com modelos e atrizes famosas, bem como fotógrafos e produções caras e impecáveis, no ano de 2012 a marca usou do assunto sobre a profecia para lançar seu calendário "É o fim do mundo, baby". Como modelo, a atriz Milla Jovovich foi contratada e o fotógrafo francês Dimitri Danilof (n. em 1970) registrou o trabalho. Cada um dos doze meses do ano apresenta a referência uma catástrofe diferente, natural ou não para o suposto fim do mundo, Bob Kunze-Concewitz CEO do Grupo Compari, afirmou que "as cenas fotografadas quase saídas de um filme, podem passar uma mensagem positiva, como um brinde a vida."

Cada imagem e mês do calendário possui uma cena diferente, a modelo veste roupas que com ajuda de manipulação de software de edição na pós-produção a insere no contexto como parte do cenário e parte da ação retratada. Ao observá-las podemos concluir que uma história é contada, independente da sequencia de fotos, uma única imagem já pode nos dizer sobre o que se trata, o mês de janeiro por exemplo conta com a modelo usando um longo vestido azul que se curva acima dela fazendo referência a uma onda gigante, no canto da imagem está uma garrafa de Campari.

Na figura 24 o penteado da atriz cria movimento e é transformado em tornado, a imagem com tonalidade marrom escura, aparenta vento e poeira, a atriz está segurando a bebida com líquido vermelho, cor símbolo da marca, assim como na figura 25 ela segura o copo dando a impressão de que o copo, o brinde, está a salvo, nessa imagem que passa a ideia da seca, vemos rachaduras e a petrificação que vão do chão ao "vestido".

Já na figura 26, Milla interpreta uma forma humana irreal, com seis braços, em um deles segura uma forma que se assemelha a um planeta e em outra mão despeja a bebida em um copo que com outra mão está segurando, ela flutua em um cenário que aparenta ser o espaço; em todas as imagens a modelo apresenta uma expressão de poder, força e tranquilidade, sempre com a presença da bebida.

Figura 23: Calendário Campari mês de janeiro, 2012. Figura 24: Calendário Campari mês de fevereiro, 2012.

Fonte: http://www.yourself.it/blog/style/foto/calendario-campari-2012-con-milla-jovovich#top_photo

Figura 25: Calendário Campari mês março, 2012. Figura 26: Calendário Campari mês de abril, 2012.

Fonte: http://www.yourself.it/blog/style/foto/calendario-campari-2012-con-milla-jovovich#top_photo

Na figura 27, com um vestido preto em um cenário onde se tem a impressão de destruição e poluição em meio a "sujeira" e fumaça, a modelo se posiciona no centro, ainda com o produto. Em uma inundação, na figura 28, até a garrafa está flutuando na água, em meio a cadeiras, ela está em pé como se vestisse e controlasse a água.

Figura 27: Calendário Campari mês maio, 2012. Figura 28: Calendário Campari mês de junho, 2012.

Fonte: http://www.yourself.it/blog/style/foto/calendario-campari-2012-con-milla-jovovich#top_photo

Como um vulcão em erupção, as cores quentes em tons de vermelho e o preto do figurino seguem até o chão como se fossem as lavas (figura 29). Na próxima imagem ela segura a garrafa da marca envolta em raios que caem sob o corpo da modelo e em prédios ao fundo.

Figura 29: Calendário Campari mês julho, 2012. Figura 30: Calendário Campari mês de agosto, 2012.

Fonte: http://www.yourself.it/blog/style/foto/calendario-campari-2012-con-milla-jovovich#top_photo

O vestido branco e as cores frias dos tons azuis, em um congelamento ou nova era do gelo também está fazendo parte do cenário como roupa da modelo que segura a garrafa e copo em destaque constratando as cores opostas, quentes e frias. A figura ao lado remete ao espaço novamente, como um meteoro o penteado da modelo está da mesma cor da garrafa, voando em um céu estrelado.

Figura 31: Calendário Campari mês setembro, 2012. Figura 32: Calendário Campari mês de outubro, 2012.

Fonte: http://www.yourself.it/blog/style/foto/calendario-campari-2012-con-milla-jovovich#top_photo

O aquecimento global foi o tema do mês de novembro (figura 33), com cores quentes e uma bola gigante ao fundo rementendo ao sol amarelo com pigmentos vermelhos como se estivessem escorrendo e derretendo, assim como o vestido da modelo. No último mês do calendário (figura 34), a única foto que a modelo se encontra com um grande sorriso, dando ar de comemoração, particulas do seu vestido parecem estourar, saltar, como se alguns estivessem saindo da imagem, explodindo como o *big bang*, sendo o ínicio ou o fim, dependendo da interpretação, não há bebida nem copo na imagem, mas o branco contrasta com o vermelho, a cor da bebida da marca.

Figura 33: Calendário Campari mês novembro. Figura 34: Calendário Campari mês de dezembro.

Fonte: http://www.yourself.it/blog/style/foto/calendario-campari-2012-con-milla-jovovich#top_photo

3.1 Fotografia de Moda

Entre as diversas áreas da fotografia comercial, a fotografia de moda em especial é a que mais se viu vinculada aos conceitos e movimentos artísticos, se tratando do meio publicitário. A moda, diferente de anúncios de produtos que não envolvem necessariamente um modelo, possui muito mais liberdade em criações principalemente surrealistas. Seja um editorial, catálogo, anúncio em revista, outdoor ou mesmo vídeos comerciais permitem que o consumidor saia do seu mundo real e navegue pelo imaginário, são cenas muitas vezes baseadas na fotografia de quadros, que contam uma história, na qual o consumidor subliminarmente ou não pode se ver maravilhado em frente a uma assim chamada, obra, sendo seduzido pela publicidade da marca.

Em "A influência das artes na fotografia de Moda" de Rafael José Bona e Tamara Aparecida dos Santos, cita exatamente o quanto a moda ainda usa os conceitos surrealistas.

> Alguns fotógrafos criaram linguagens e com isso conceitos, que deram vida a fotografia de moda, influenciada por traços de movimentos artísticos. Pode-se ver a grande influência artística na fotografia, quando observadas as imagens criadas para campanhas de moda; são realidades trazidas do século passado. Ainda hoje há muita influência da arte surrealista na fotografia de moda ao se observar traços idealizados do homem com fantasias e sonhos. (Bona e Aparecida dos Santos, 2008)

Geralmente as revistas internacionais mais famosas como Vogue, ELLE e Vanity Fair por exemplo contam com um arsenal de fotógrafos diferenciados, nada de poses muito comuns e tradicionais; o comum é tratado como algo extraordinário, com muita produção e técnica as páginas dessas revistas se tornam verdadeiras obras. Até mesmo quando as fotos são de modelos desfilando em passarelas, a moda em si, já é um movimento artístico por ser livre de preconceitos e totalmente mutante e radical.

O surreal na moda é empregado com o objetivo de seduzir e persuadir o consumidor, levá-lo a um mundo onde o desejo de ser diferente, especial e também de mantê-lo

atual, seguindo as tendências que mudam a todo instante.

Com o propósito de ser diferente, atrativo, radical, prender e principalmente chamar a atenção dos consumidores, além de fixar o nome da marca em suas mentes, a moda transita entre o real e irreal, a fantasia, explosão de cores e efeitos em seus catálogos, outdoors, anúncios, algumas vezes chocantes, inusitadas, polêmicas, estéticamente harmoniosas ou não.

A campanha da marca Puramania para o verão 2010/2011, usou da técnica fotográfica chamada splash, onde o momento exato em que a velocidade de um líquido se chocando com algo é congelado. No caso alguns modelos foram pintados com a cor preta, em um fundo escuro, vestindo apenas o jeans, que é o chamado "carro chefe" da marca, no momento do disparo os profissionais que participaram da produção jogavam tintas de diversas cores, o momento exato do choque das tintas com as modelos foram capturados pelo fotógrafo Gabriel Wickbold, em vários splash com os contrastes marcantes das fortes cores e o preto.

Figura 35: Campanha da marca Puramania, foto Gabriel Wickbold.

Fonte: http://www.lequipeagence.com.br/agence/2010/mais-puramania

Figura 36 e 37: Campanha da marca Puramania, foto Gabriel Wickbold.

Fonte: http://www.lequipeagence.com.br/agence/2010/mais-puramania/

Figura 38 e 39: Campanha da marca Puramania, foto Gabriel Wickbold.

Fonte: http://novidadeiras.blogspot.com.br/2010/08/verao-2011-puramania.html

O jovem fotógrafo paulista Gabriel Wickbold (n. em 1985) em um de seus trabalhos autorais usou a técnica de splash e o estilo artsy (o que remete a obra de arte, o abstrato, pintura, pinceladas, cores e tintas) em seu trabalho chamado *sexual color*. Ele utilizou tinta, chocolate, areia, urucum e maquiagem para cobrir o corpo nu de personalidades brasileiras famosas e realizar seu trabalho, que com tanto sucesso foi contratado pela marca.

Figura 40: A apresentadora Adriane Galisteu, em fotografia de Gabriel Wickbold em sua série *sexual color*.

Fonte: http://www.mundopic.com.br/corpos-coloridos-por-gabriel-wickbold/

3.2 Campanhas Publicitárias

Apresentamos aqui uma sucinta análise de três campanhas publicitárias de diferentes fotógrafos.

A fotógrafa **Annie Leibovitz** (n. em 1949), nascida nos EUA, é conhecida por seus retratos de celebridades, trabalha com diversas marcas famosas e é uma das profissionais mais consagradas na área de moda e retratos. Desde o ano de 2007 fotografa campanhas publicitárias para os parques da disney, com atores, modelos e personalidades famosas interpretando os personagens fictícios, ela recria alguns dos contos infantis consagrados adaptados pelo estúdio e cenas clássicas de atrações que são exibidas nos parques da *DisneyWorld* em seu trabalho *Disney Dream Portrait Series,* as imagens são ricas em detalhes e parecem ser retiradas dos próprios filmes, porém, em sua maioria, senão todas, as cenas dos filmes de longametragem são desenhos gráficos animados.

A mistura dos famosos com o mundo fantasioso criado pela Disney e o trabalho da fotógrafa é cheio de criatividade, cores e efeitos que fazem com que o imaginário acredite que a cena foi apenas recortada de uma história, ao mesmo tempo que ela por si só, conta uma cena.

A figura 41 foi tirada no Making Off da produção de uma das imagens em que o comediante Russel Brand parece lutar, em uma expressão de espanto com um crocodilo como "Capitão Gancho" do filme Peter Pan, a imagem ao lado (figura 42) é a peça do anúncio finalizada e manipulada com a pós-produção. A peça com a frase *Where every moment leaves you hungry for more* em tradução livre "Onde cada momento deixa você faminto por mais", é um convite para chamar o público aos parques.

Figura 41 e Figura 42: Foto: Annie Leibovitz para Disney.

Fonte: http://www.focoestudio.com/nova-campanha-da-disney-fotografada-por-annie-leibovitz.html

O ator Jack Black, Will Ferrell e Jason Segel estão como os fantasmas Phineas, Ezra e Gus da atração Casa Mal Assombrada na figura 43, de temática sombria com cores frias, os personagens "transparentes" parecem convidar quem observa a imagem para ir até a casa, a frase da peça é *Where you can go on the ride of your afterlife,* "onde você pode ir no passeio da sua vida após a morte" em tradução livre.

Figura 43: Foto Annie Leibovitz para Disney.

Fonte: http://uc.globo.com/programas/whatson/materias/atores-de-hollywood-viram-personagens-da-disney.html

Na Campanha de Dias das mães, de 2007 da nova fragância de O boticário, criada pela agência Almap/BBDO o fotógrafo Bob Wolfenson (São Paulo, 1954) fotografou a modelo que se encontra no centro da imagem, sentada em uma cadeira luxuosa, em seu colo há uma criança, passando a ideia de que a modelo seja mãe, com anjos voando como se estivessem a coroando. O anúncio te cores escuras e harmoniosas, com tons de roxo, que é a cor do frasco do perfume e dourado, que remetem a ouro, riqueza e todo o contexto do cenário nos remete a uma foto de alguma realeza.

No texto da peça está escrito "No dia das mães, dê Royalty para sua Rainha", como se toda mãe fosse tratada como uma rainha e que a mesma merece então o perfume Royalty. O slogan da empresa é "você pode ser o que quiser" e ela tem usado a temática de que usando os produtos da marca, a consumidora (seu público alvo) pode se transformar no que quiser ser, com cores, brilhos e frangâncias, sendo um diferencial no meio das outras mulheres, a aura de poder de quem usa é explorada nas campanhas, como podemos também observar na figura 45.

Figura 44: Campanha Dia das mães O Boticário. Foto: Bob Wolfenson.

Fonte: http://www.ccsp.com.br/ultimas/25009/resultado-busca

Figura 45: Campanha do perfume Royalty, O Boticário. Foto: Bob Wolfenson.

Fonte: http://www.bobwolfenson.com.br/v2/midia/advertising/1_34.jpeg

A imagem acima traz o texto "se as rainhas fossem bonitas como você, a monarquia no Brasil nunca teria acabado" a temática de realeza sobre poder e beleza ainda é forte e ligada não só com a marca, mas como nessas peças, com o próprio perfume em específico; como em toda campanha da fragância, o frasco se encontra do lado inferior direito do anúncio, com um pequeno texto, os tons são escuros, dando destaque à modelo (sempre sendo coroada) e sua roupa, o único ponto da cena que contém brilho, rodeada de anjos e empregados, a modelo se encontra novamente no centro, agora com um vestido vermelho e o perfume roxo em mãos, as peças dessa campanha lembram as pinturas renascentistas (Europa, entre os séculos XIII e XVII) pelo jogo de tons claros e escuros, presença de sombras que dão volume aos corpos e o conjunto de elementos que torna a modelo, figura humana, representada como majestade em meio a anjos.

Para o lançamento do carro Cruze Sport6, a Chevrolet, junto com a agência WMcCan no ínicio de 2012, com o conceito "Chevrolet Sport6. Esportividade para quem pensa grande" contratou seis grandes fotógrafos de diferentes áreas da fotografia para fazer um trabalho livre, como qualquer outro seguindo seu próprio estilo, porém, usando o conceito da campanha e claro, o carro. Em um trecho do site http://chevroletcruze.com.br "A chevrolet convidou alguns dos maiores fotógrafos do Brasil para dar sua interpretação de esportividade para o Cruze Sport6. Veja e identifique-se. É uma questão de olhar." tudo para agradar o consumidor, não um público seleto com costumes específicos, mas vários públicos de diferentes gostos e estilos.

Foram seis publieditoriais e as melhores fotos viraram anúncios veículados em revistas de títulos e perfis de leitores dieferentes pelo país, cada peça assinada por um fotógrafo, como cita o diretor de marketing da General Motors do Brasil, Gustavo Colossi

> O perfil do consumidor do Sport6 é diferente em relação ao do sedã. Ele tem uma orientação de valores diferente. Tem outro estilo de vida, menos conservador do que aquele que compra o sedã. Podem ser solteiros, divorciados ou casados sem filhos - ou até com famílias pequenas. São pessoas que valorizam o estilo, a tecnologia e fogem do tradicional. Certamente, a campanha vai falar diretamente com eles. (Site http://saiudagaragem.com.br, 2012)

J.R. Duran, fez um ensaio para as revistas Vogue e GQ, com o tema "Moda". A arquiteta Carla Caffé e o fotógrafo Pisco del Gaiso, o tema "Vida Urbana", para a revista Alfa. Bob Wolfenson com o tema "Arte", para a revista Playboy, teve a parceria do ballet Stagium, Andreas Heiniger para a revista Viagem e Turismo fez um ensaio nas paisagens naturais do Rio Grande do Sul e com o tema "Comportamento", a maneira como a esportividade reflete nas pessoas, Autumn Sonnichsen fotografou para a revista Trip.

Na figura 46 está a peça fotógrafada por JR Duran com o texto "O Mundo da moda pode ser surreal. Mas também pode ser lindo, sofisticado e provocador. É uma questão de olhar. Por isso, convidamos o fotógrafo J.R. Duran para interpretar a esportividade do novo Chevrolet Cruze Sport6 por mieo da lente que transforma o comum em ousado. E o ousado em Van Guarda."

Figura 46: Campanha Chevrolet Cruze Sport6. Foto: J.R. Duran.

Fonte: http://autozine.com.br/lancamento/chevrolet-reune-grandes-nomes-da-fotografia-para-a-campanha-do-novo-cruze-sport6

Abaixo, figura 47 com a foto de Bob Wolfenson, com o texto "Em alguns casos está na genética. Em outros, na engenharia. É uma questão de olhar. Por isso, convidamos o fotógrafo Bob Wolfenson para interpretar a esportividade e o design do novo Chevrolet Cruze Sport6 em um ensaio com os movimentos fortes e graciosos do Ballet Stagium."

Figura 47: Campanha Chevrolet Cruze Sport6. Foto: Bob Wolfenson.

Fonte: http://autozine.com.br/lancamento/chevrolet-reune-grandes-nomes-da-fotografia-para-a-campanha-do-novo-cruze-sport6

A fotógrafa Autumn Sonnichsen, com o tema "comportamento", contou com o texto "Reuniões são necessárias até nos fins de semana. Afinal, são as reuniões de fim de semana que preparam você para as de segunda-feira. É uma questão de olhar. Por isso, convidamos a fotógrafa Autumn Sonnichsen, apaixonada por detalhes do dia a dia das pessoas, para interpretar o novo Chevrolet Cruze Sport6."

Figura 48: Campanha Chevrolet Cruze Sport6. Foto: Autumn Sonnichsen.

Fonte: http://autozine.com.br/lancamento/chevrolet-reune-grandes-nomes-da-fotografia-para-a-campanha-do-novo-cruze-sport6

Considerações Finais

Como se pode ver nesse trabalho, a fotografia surgiu de várias experiências e diversos pesquisadores de diferentes lugares do mundo, sua chegada fez com que os pintores ficassem com medo da sua extinção, mas com o tempo ela ganhou seu lugar no mundo das artes.

A evolução no modo do registro da fotografia que foi de analógica à digital, de preço elevado à acessível, antigamente para poucos e hoje, popular fez com que a fotografia novamente fosse posta a prova de sua validade artística e original, visto os meios de edição como os softwares de computadores e até mesmo os mais simples que estão presentes em celulares.

Nessa simples palavra "fotografia" cujo significado é "escrever com a luz", inumeros movimentos artísticos foram representados, criados, recriados, estilos foram e são todos os dias inventados, utilizados e aprendidos ao redor do mundo. Ela é usada para registrar momentos familiares, de amizades, provas de crimes, criticas a sociedade, política, religião, expor sentimentos, traz sensações, lembranças, sonhos, estranhamento, questionamentos entre tantas outras coisas mexe com o imaginário de quem observa, de quem fez a foto e até mesmo de quem ajudou a produzí-la ou participou do registro.

A imagem sempre esteve presente nas mídias, jornais, revistas e anúncios, porém o que era feito com desenhos e pinturas à mão, foi substituído pela fotografia, assim ela conquistou e facilitou a divulgação de inumeras imagens ao redor do mundo; a fotografia então passa a ser usada como instrumento essencial para anúncios publicitários, estes que conforme a evolução dos meios de produção e reprodução, podem manipular a fotografia até criar cenas surreais, presentes apenas no imaginário e tão criativa que nunca deixou de ser e se reafirmar como arte.

Desde sua criação, seja por intuíto apenas de mero registro documental, fotógrafos já defendiam seu caráter artístico como Edward Steichen e Alfred Stieglitz com as primeiras exposições fotográficas por volta de 1923, seja em tempos atuais no século XXI, fotógrafos consagrados de moda e publicidade usam técnicas vindas de movimentos artísticos como cubismo, surrealismo, impressionismo entre outros como referência em seus trabalhos, completamente pensado, rico de detalhes e expressões.

A arte de fotografar está justamente nas referências do fotógrafo, seus estudos e sentimentos, que com sensibilidade consegue fazer o observador entender a sua ideia ou o deixar pensativo sobre qual foi a sua real ideia, depende da intenção de ambos, do conhecimento de ambos, fotógrafo e observador. Quando o fotógrafo profissional recebe um trabalho, ele e sua equipe pensam sobre a melhor técnica, a melhor maneira de conquistar e seduzir o consumidor para o cliente que está trabalhando, por isso a edição e manipulação de imagens é indispensável na publicidade, toda a estética de disposição de cores, modelos, maquiagem, figurino, referências no assunto, produto, marca ou serviço foi antes estudada para ser utilizada.

O consumidor com ou sem texto nos anúncios (às vezes as peças possuem apenas a assinatura da marca) tem suas ambições por elas principalmente pelas campanhas publicitárias, pela imagem, por conta de visualizar seus sonhos e desejos estampados, pela vontade de possuir o que está sendo exibido e sentir a sensação não só a vontade de possuir, de estar incluso no meio atual, seguindo as tendências do que é veículado, do que foi pensado e feito para persuádi-lo na compra, mas todas as sensações impostas intencionalmente pela composição da imagem.

BIBLIOGRAFIA

BARTHES, Roland. **A câmara clara.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. Rio de Janeiro: Campus, 2008

COSTA, Helouise. **Fotografia Moderna no Brasil.** São Paulo: Cosac Naify, 2004.

COTTON, Charlote. **A Fotografia como arte contemporânea**. São Paulo: Editora WMF Matins Fontes, 2010.

KOSSOY, Boris. **Fotografia e História. -**2.ed.rev- São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

Realidades e ficções na trama fotográfica. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.

KOTLER, Philip. **Administracão de Marketing.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

WOLFENSON, Bob. **Bob Wolfenson: cartas a um jovem fotografo: o mundo através das lentes** – Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

_____**Discursos Fotográficos**. Universidade Estadual de Londrina. Curso de Especialização em Fotografia: Práxis e Discurso Fotográfico – Londrina- PR, v.1, jan./dez. (2005).

Revista Fotografe Melhor. Europa, 2012. Ano 16, N˚191.

Referências Eletrônicas

Anuário 2010 e-book download em http://fotografia-dg.com

http://blogs.band.com.br/portrasdaobjetiva/2011/04/20/alfred-stieglitz-talvez-o-fotografo-mais-atuante-da-historia/ acessado em 25/05/2012

http://foto.espm.br/index.php/referencias/cecil-beaton-um-fotografo-ingles/

http://foto.espm.br/index.php/referencias/edward-steichen-fotografo-e-amante-das-artes/

http://www.studium.iar.unicamp.br/dois/3.htm

http://www.lomography.com.br/magazine/lifestyle/2011/12/15/lies-de-mestres-da-fotografia

http://www.cursodehistoriadaarte.com.br/lopreto/index.php/arte-fotografia-minor-white-1908-1976/

http://educacao.uol.com.br/biografias/Marcel-Duchamp.jhtm

http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_ic/index.cfm?fuseaction=termos_texto&cd_verbete=5370

http://soulart.org/fotografia/dos-retratos-de-inez-van-lamsweerde-e-vinoodh-matadin/
http://fotografeumaideia.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=1695&Itemid=138
http://pt.scribd.com/doc/47954670/A-Influencia-das-Artes-na-Fotografia-de-Moda
http://camaraobscura.fot.br/
http://www.pt.cision.com/pressreleases/CampariCalendar2012.pdf
www.ansa.it/www.italianos.it
http://modices.com.br/noticias/splash-nas-campanhas-de-verao/
http://www.mundopic.com.br/corpos-coloridos-por-gabriel-wickbold/
http://www.jrduran.com.br/portfolio/portfolio.html
http://harpersbazaar.com.br/blog/tags/disney-dream-portrait-series/
http://www.historiadetudo.com/arte-renascentista.html
http://www.saiudagaragem.com.br/2012/05/jr-duran-e-outros-artistas-interpretam.html
http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/noticias/2012/05/16/Cruze-Sport6-ganha-ensaios-exclusivos.html