

Retrato de uma Gueixa: entre a fotografia publicitária e o cinema¹

Jhennifer Cris Lourenço FERREIRA²
Ana Rita VIDICA³

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

O presente trabalho foi originalmente realizado como projeto final para a disciplina de Fotografia Publicitária do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Para tanto, foi realizado a produção de retrato e escolhida uma figura bastante conhecida da cultura japonesa, trabalhando questões de iluminação, cor, movimento por meio da utilização da técnica de múltipla exposição, a fim de relacionar o fazer fotográfico publicitário ao cinema

PALAVRAS-CHAVE: cinema, fotografia, publicidade, gueixa.

1 INTRODUÇÃO

A produção do ensaio fotográfico: Retratos de uma gueixa: entre a fotografia publicitária e o cinema foi inicialmente estabelecida como projeto final da disciplina de Fotografia Publicitária.

Dessa forma, foi pensado em um conceito, chegando ao consenso da figura da Gueixa, estabelecendo relação com a cultura japonesa. Em seguida os objetos para a composição da imagem foram escolhidos, pensando nas cores e em todas as subjetividades que elas poderiam produzir no espectador.

¹Trabalho apresentado na DT 2 – Publicidade e Propaganda do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 13 a 15 de junho de 2018.

²Estudante de Graduação 3º Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Goiás, e-mail: jhennifercrislf@gmail.com.

³Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Goiás, e-mail anavidica@gmail.com.

Durante a produção, também foi a todo momento observado a luminosidade, para que gerasse a sensação de movimento, brincando com luz e sombra, assim como os movimentos da personagem, de maneira a se assemelhar com o cinema, estabelecendo, assim, relação entre o receptor e a personagem, ao transmitir o mistério e a sedução, característica da própria personagem escolhida.

2 OBJETIVO

Realizar um ensaio fotográfico onde a gueixa é o elemento único e principal objetivo da narrativa para desmistificar conceitos ocidentais errôneos sobre essa cultura, utilizando de recursos estéticos e simbólicos, a fim de estabelecer uma relação entre o fazer fotográfico e o cinema, sensibilizando o receptor, para a percepção dos detalhes e de todo o processo produtivo aprimorando deste modo o olhar a partir da utilização de materiais e equipamentos utilizados para a produção da fotografia publicitária.

O cinema engloba a fotografia e, apesar de produzir a imagem em movimento e a fotografia a imagem fixa, ambos se encontram intrinsecamente relacionados. Enquanto a fotografia publicitária tem como foco vender o produto, evidenciando suas qualidades de forma muitas vezes artísticas, o cinema almeja vender o seu produto, o filme. tanto no cinema quanto na fotografia vende-se uma ideia de forma artística, seja ela fixa ou em movimento.

Ao ligar cinema e fotografia, pode-se perceber que ambos estão ligados ao fazer publicitário, criam um mundo ficcional, mas que se parece ao máximo com o mundo real a fim de criar uma ligação com seu espectador, para que as ideias e conceitos que trazem em seus conteúdos sejam mais facilmente aceitos.

Ambos os setores exigem uma técnica e uma preparação anterior, a construção e o nascimento de um personagem, a vontade de sensibilizar e alcançar os sentidos do receptor por meio da imagem, mas se antes a fotografia se caracteriza apenas por ser fixa o presente trabalho busca mostrar que assim como o filme, ela também pode trazer movimento, criar uma relação entre o receptor e a imagem, registrando assim modo o filme uma sequência de movimento, mas contendo-os em uma mesma imagem.

3 JUSTIFICATIVA

Em seus primórdios o processo fotográfico era bastante demorado. Para se ter ideia, uma única fotografia demorava cerca de 30 minutos para ser registrada, mas com o passar do

tempo se tornou praticamente instantâneo. A entrada da fotografia na publicidade se deu de forma lenta, até chegar ao ponto em que elas se parecem indissociáveis. Conforme elenca Palma (2005), do mesmo modo é o cinema.

Fotografia e publicidade. Há algum tempo, essa dupla parece indissociável, já que a fotografia transformou-se em elemento essencial aos anúncios publicitários que estampam jornais, revistas e cartazes. Afinal, que outra linguagem, que não a fotográfica, nos meios impressos, consegue conjugar com tanta eficácia, do ponto de vista de uma recepção de massa, credibilidade e sedução? (PALMA, 2005, p.1)

Da mesma maneira o cinema marca presença no fazer publicitário, com grandes influências. No passado muito utilizado pelos nazistas para divulgar sua ideologia e convencer as pessoas sobre a soberania ariana, hoje está em todos os lugares e, tal como filmes publicitários, circulam em larga escala pelos diversos meios de comunicação.

A fotografia foi a base do cinema que conhecemos atualmente, com o invento de Eadward J. Muybridge que desenvolveu um sistema capaz de registrar a sequência de 24 fotografias de um mesmo movimento, depois reproduzido em um dispositivo chamado *zoopraxiscópio*, em uma velocidade que permitia ao espectador ter a noção no movimento.

Dessa forma, é inegável a relação entre a fotografia e o cinema, uma vez que há até a figura do diretor de fotografia, responsável pela estética da luz e todos os outros elementos pertinentes a função.

Cabe salientar também que a grande diferença entre a fotografia e o filme consiste no fato do cinema utilizar uma câmera especial que registra as imagens dos movimentos e as reproduzem de forma que nosso cérebro une uma imagem a outra por meio da persistência da visão, enquanto a fotografia registra apenas uma imagem fixa.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A realização do ensaio fotográfico foi realizado em grupo, outrora formado pelos estudantes Carolina de Souza Verri, Denise Dantas Lima, Jhennifer Cris Lourenço Ferreira e Victor Jose de Melo Moraes, descrevendo de forma prática a produção fotográfica.

É com a técnica e o domínio eficiente das ferramentas que organizamos os elementos do desenho em fotografia, Por meio da escolha do ângulo de visão, da distância que vamos fotografar, da velocidade de obturação, do diafragma e do uso inteligente das características das lentes – da grande angular à teleobjetiva – e das relações entre todas essas variáveis, organizamos simultaneamente, isto é, no espaço e no tempo, os elementos gráficos da composição. (MARIGO, 2010, p. 84)

Para a produção do presente trabalho foi utilizado o estúdio-laboratório de fotografia da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, que sempre está à disposição dos estudantes. Os equipamentos utilizados foram: câmera fotográfica Nikon D 3000, objetiva zoom 18-55 mm, tripé, fotômetro e iluminador flash da marca ATEK.

Adereços como maquiagem, grampo, quimono, espada, sombrinha e leque caracterizaram a personagem fotografada.

A presença de um iluminador flash se deu para que a iluminação fosse mais pontual, criando uma atmosfera de mistério e subjetividade. Para isso, o flash possuía lâmpada para oferecer luz contínua que nos permitia ver quais desenhos e contrastes entre luz e sombra de forma a realizar o disparo fotográfico para congelar a imagem. Partindo deste princípio utilizamos uma sequência de flashes, enquanto o obturador da câmera se encontrava aberto para revelar o desenrolar dos movimentos. O estúdio também estava totalmente escuro durante o tempo de exposição para que não houvesse interferência de outras fontes de luz.

Já a escolha da objetiva zoom foi feita pensando na possibilidade de se conseguir várias distâncias focais sem precisar se aproximar, ou afastar fisicamente da personagem que permaneceu todo tempo no mesmo lugar – visto que, com o tempo longo de exposição utilizado, não seria possível grandes movimentações. O flash também foi utilizado para dar estabilidade à câmera, enquanto o obturador permaneceu aberto.

As configurações da câmera foram ajustadas de acordo com o objetivo que foi pretendido com cada fotografia. De forma fixa, o ISO foi posicionado em 100 para que o efeito fosse mais nítido com menos ruído possível, e o diafragma em F8. Já a abertura do obturador variou entre 1/125 segundos para um único disparo flash de ½ a 2 segundos para disparos contínuos, possibilitando deste modo registrar a sequência do movimento.

A abertura F8 do diafragma indica uma abertura média, onde há pouca entrada de luz, mas, como o objetivo era apenas o registro da personagem que seria registrada pelo disparo do flash, não havia a necessidade da entrada de muita luz -- que traria ruídos indesejáveis para a configuração das imagens. Apesar da pouca abertura do diafragma também possibilitar menor profundidade de campo, era dispensável já que as imagens em geral possuíam apenas um plano.

Quanto ao uso do estúdio, foi utilizado por proporcionar inúmeras possibilidades, tal qual a de criar a atmosfera desejada para a produção das imagens, e pelo maior controle dos elementos que a compõe, como a quantidade de luz incidente na pessoa que estava sendo

fotografada, o que também possibilitou o uso do ISO baixo, gerando fotografias com maior qualidade e nitidez.

Um estúdio fotográfico é como Nárnia de C. S. Lewis - um lugar mágico onde ocorrem coisas maravilhosas e inesperadas. Um estúdio oferece a um fotógrafo a oportunidade de ser incrivelmente criativo, onde qualquer coisa é possível, ele livra os fotografados dos problemas da luz solar, que pode arruinar uma foto sendo muito brilhante, muito fraca, no lugar errado ou inexistente. No estúdio, fotógrafos podem posicionar a luz exatamente onde eles querem, ou utilizar múltiplas fontes de luz para alcançar exatamente o clima desejado. O estúdio libera-os dos problemas de ter de trabalhar os elementos encontrados no local; lá eles podem controlar tudo em uma imagem (INGLEDEW. 2015 p. 224)

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSOS

Durante a disciplina de fotografia publicitária foi proposto aos alunos fazer um ensaio fotográfico com o tema retrato. Com isso, foi pensado em algo que fosse interessante e estimulante para criar e registrar e, assim, surgiu a proposta da gueixa.

No dia da produção foi levado vários objetos que ajudariam a compor e criar a imagem da gueixa, sempre querendo representar os traços específicos que a caracterizam.

O fundo preto e simples foi utilizado para que o espectador conseguisse fazer uma observação mais detalhada e todos os elementos que compõe a personagem fotografada.

A composição também foi elaborada a partir desses pressupostos, organizando o conteúdos, extremamente influenciados pela importância das partes constitutivas, como cor, tom, textura, dimensão, proporções e suas relações compositivas com o significado, de forma que proporcionasse a sensação de harmonia.

Para conseguir tal resultado antes do início da sessão de fotos, a modelo se vestiu com quimono, prendeu os cabelos em coque e se maquiou, passando delineador nos olhos.

O leque, utilizado como acessório, é para referenciar a personagem a cultura japonesa. Sua utilidade nesse universo, era mais do que o ato do simples abanar pois se tornou símbolo de status social -- usado em cerimônias religiosas para acentuar movimentos de danças. Do mesmo modo explica a escolha do quimono, maquiagem branca, com lábios vermelhos e o coque.

Após realizada a produção da personagem e o posicionamento dos equipamentos chegou a hora de fotografar. O uso da regra dos terços, onde a gueixa ficava sempre posicionada em um dos terços, de maneira a sempre dirigir o olhar do receptor para o que estava sendo fotografado, foi escolhido para trazer mais harmonia.

Para mostrar, também, dinamicidade nos movimentos, foi utilizado a técnica de múltipla exposição, criada por Étienne Jules Marey, fisiologista, que tinha como objetivo a captação de uma sequência de movimentos em uma só imagem. Para essa a captação, foi essencial o uso do flash, uma vez que é a sua explosão de luz a responsável pelo congelamento do movimento. Enquanto o obturador da câmera programado em média entre $\frac{1}{2}$ e 1 segundo permanecia aberto, o flash era disparado uma série de vezes, congelando os movimentos realizados.

Como o ensaio fotográfico foi realizado no estúdio, tivemos maior controle sobre a luminosidade, podendo compor uma imagem com contrastes harmoniosos entre luz e sombra. As sombras, juntamente com o fundo preto, buscam trazer a sensação de infinito, mistério e, ao mesmo tempo, enfatizar o movimento na parte mais iluminada da imagem.

Assim como a escolha da luz, a cor exerce grande participação na composição harmoniosa de toda a imagem, uma vez que é capaz de provocar diferentes sentimentos e sensações. Sendo assim, o permeio com as experiências pessoais e as outras culturas, estimulando o cérebro de diversas maneiras. Partindo de princípios da psicologia das cores, as cores mais utilizadas na composição da imagem foram vermelho, verde e preto.

O vermelho estava presente no batom, leque e sombra. Por ser uma cor quente, ela é responsável por estimular, gera na imagem uma intensidade apaixonante. O verde está no quimono e, em contraste com o vermelho, provoca a percepção de tranquilidade, equilíbrio e juventude. O preto é o elemento que mais aparece: está presente no quimono, no fundo, nos cabelos e na espada e, por ser uma cor associado ao que é desconhecido, é o responsável por criar a sensação de poder, mistério e a elegância característica de uma gueixa. O amarelo aparece em pequena proporção nas flores do quimono o que confere a imagem um ponto de luz e, por ela ser a cor mais brilhante, confere a foto equilíbrio com o todo.

O fascínio pelas gueixas vem muito de seus modos e gestos elegantes e delicados, além de sua aparência exótica, nas poses do ensaio além de querer trazer esses elementos característicos quis acrescentar traços de uma guerreira, que é muito recorrente também na cultura japonesa, com os samurais e seus guerreiros, por isso a utilização da espada .

Todos os elementos foram pensados a fim de tornar a composição dentro do quadro o mais harmonioso possível, pois quando se vê a imagem, ver-se-á como o todo, pois todas as partes antes separadas agora compõem uma única imagem que se harmonizam entre si. Assim como diz na definição de Bresson (2015. p.24) vê-se uma foto em sua totalidade, de uma só vez, como um quadro; a composição é uma coalizão simultânea, a coordenação dos elementos

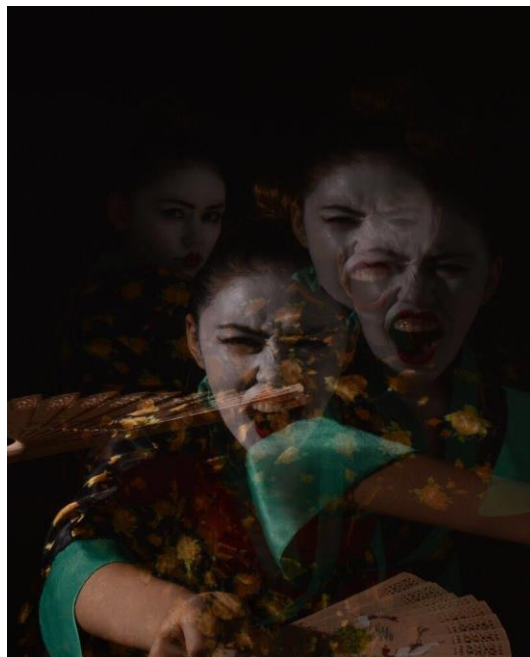
visuais. e após levar todos os elementos em consideração o resultado do ensaio fotográfico foi a produção de cinco imagens, sendo duas delas de múltipla exposição.

Figura 1: Resultado da múltipla exposição.



Flash acionado quatro vezes durante o tempo de exposição.

Figura 2: Resultado da múltipla exposição.



Flash acionado quatro vezes durante o tempo de exposição

Figura 3: Congelamento da imagem.



Disparo único do flash.

Figura 4: Congelamento da imagem.



Disparo único do flash.

Figura 5: Congelamento da imagem



Disparo único do flash.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Realizar esse ensaio foi uma experiência nova e bastante produtiva pois extrapolou os limites de exercitar noções de fotografia publicitária e nos trouxe conhecimentos acerca da cultura japonesa.

Considerando isso, nossos objetivos foram alcançados, uma vez que a produção fotográfica conseguiu criar uma relação direta com o cinema através de movimentos capturados com ajuda dos equipamentos de estúdio.

Espera-se que os conhecimentos aqui expostos possam servir para despertar o interesse sobre a gueixa, a fotografia publicitária e o cinema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARTIER-BRESSON, Henri. **O imaginário segundo a natureza**. 1ª edição. São Paulo: Editora Gustavo Gil. 2015.

EGUIZÁBAL, Raúl. **Fotografia Publicitária**. 3ª edição. Madri: Editora Cátedra. 2011.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira. 1984.

MARIGO, Luiz Cláudio. **Como respeitar e desrespeitar as leis de composição**. Fotografe Melhor, São Paulo, v. 14, nº167, p. 76-86, agosto. 2010.

PALMA, Daniela. “Do registro à sedução: os primeiros tempos da fotografia na publicidade brasileira”, 2005.

INGLEDEW, John. **Fotografia**. São Paulo: Gustavo Gill, 2015.

ANG, Tom. **Fotografia-o guia visual definitivo do século XIX á era digital**. São Paulo: publifolha, 2015.

HELLE, Eva. **A Psicologia das Cores. Como as Cores Afetam a Emoção e a Razão**. Edição padrão, 1 jan 2012

DANTAS, Tiago. **Gueixa**. *Brasil Escola*. Disponível em

<<https://brasilecola.uol.com.br/japao/gueixa.htm>>. Acesso em 01 de abril de 2018.