EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00357
INSTITUIÇÃO	Universidade Católica Dom Bosco
CAMPUS	UCDB
CIDADE	Campo Grande
UF	MS
CATEGORIA	PP
MODALIDADE	PP08
TÍTULO	Fotografia de Produto para Perfume Floratta
ESTUDANTE-LÍDER	Camila de Moraes Oliveira
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Publicidade e Propaganda
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Rebeca Minussi Baltuilhe (Universidade Católica Dom Bosco); Eduardo Perotto Biagi (Universidade Católica Dom Bosco)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

A presente fotografia foi realizada como trabalho acadêmico da disciplina "Fotografia Publicitária", no ano de 2019, ministrada pelo Profº Eduardo Perotto Biagi, no curso de graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB). O objetivo do trabalho era habituar e aperfeiçoar as habilidades dos alunos com os conteúdos fornecidos em sala de aula, de forma que a teoria fosse aplicada na prática. Para isso, a sala foi dividida em duplas e trios entre os alunos, onde cada qual se responsabilizou por escolher uma marca e um produto dessa marca para ser fotografado. Após a escolha, pesquisas realizadas e agendamento de estúdio, as duplas e trios puderam realizar sua sessão de fotos separadamente. A escolha da foto a ser entregue como o trabalho final só foi feita após o tratamento de imagens, desempenhado pelos alunos de cada grupo. O cliente escolhido para fotografia deste trabalho acadêmico foi o O Boticário, uma rede de franquias de cosméticos e perfumes brasileira, tendo como seus principais produtos fragrâncias, cremes e maquiagem. A empresa foi fundada em 1977 por Miguel Krigsner no centro da cidade de Curitiba e, no ano passado, foi considerada a maior rede de franquias de beleza no Brasil, alcançando a marca de 3.724 lojas, segundo pesquisa efetuada pela Associação Brasileira de Franchising (ABF). A O Boticário também preocupa-se em abordar a diversidade, como na campanha "Toda Forma de Amor", feita para o dia dos namorados em 2015, onde casais hétero e homossexuais aparecem trocando abraços e presentes da marca, o que ocasionou controvérsias e convocações de boicote à empresa. Para isso, a O Boticário respondeu que a proposta da campanha era abordar com respeito e sensibilidade as diferentes formas de amor, independentemente da idade, raça, gênero ou orientação sexual, representadas pelo prazer em presentear a pessoa amada no dia dos namorados. Outro ponto em que a empresa atua firmemente é na preservação do meio ambiente do Brasil, através da Fundação Grupo Boticário, voltada para a proteção da natureza, conservando mais de 11.000 hectares da Mata Atlântica e Cerrado. O produto da marca escolhido para ser fotografado foi o "Floratta Flores Secretas Desodorante Colônia", uma fragrância floral feminina com inspirações na flor de figo e notas frutais. Segundo o site da própria marca, a essência desta fragrância expressa a personalidade de uma mulher romântica, surpreendente e apaixonante. Por esse motivo, o ensaio fotográfico foi planejado para que, através da foto, essas sensações fossem causadas no telespectador através da iluminação, cenário, posicionamento do produto, enquadramento e, posteriormente, no tratamento da imagem. Assim, aplicamos os conhecimentos transmitidos em sala de aula para a prática.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Para a realização deste trabalho acadêmico foram realizadas pesquisas de cunho exploratório na intenção de encontrar referências, inspirações e informações que viessem a agregar conhecimento, maiores chances de assertividade no formato da fotografia do produto escolhido e nas sensações que a mesma deveria passar. Partindo dos pontos de referências e inspirações, a dupla procurou ensaios fotográficos de outras marcas e suas fragrâncias, assim como da própria O Boticário, e chegou à conclusão de que para esse tipo de produto os ensaios mais elaborados parecem trabalhar de uma maneira parecida, com o plano fechado (close up), ângulo normal e foco da câmera no produto. Após essa primeira coleta de referências, a dupla passou a procurar por fotos de fragrâncias que estivessem com flores ao seu redor, afinal, o palavra floratta tem origem búlgara e significa "a flora". Somado isso à informação de

que a fragrância expressa a personalidade de uma mulher romântica, surpreendente e apaixonante, chegamos ao planejamento e execução de como o ensaio deveria ser feito.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

A foto foi registrada no Estúdio 1 de Fotografia no LabCom (Laboratório de Comunicação) da UCDB, por uma Canon 70D no tripé, com flash atek de estúdio, duas luzes e um rebatedor. Para o cenário, foi posicionado um pano preto no fundo, na mesa foram colocados além do perfume, uma madeira azul, duas rosas vermelhas e uma rosa branca, além de pétalas de rosa vermelhas espalhadas. A configuração da câmera estava: abertura f/22 para aumentar profundidade de campo, foto estática (tempo de exposição 1/60 s), ISO-100, baixo para a não produção de ruídos e a distância focal com lente de 50 milímetros.