EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00436
INSTITUIÇÃO	FAESA Centro Universitário
CAMPUS	Vitória
CIDADE	Vitória
UF	ES
CATEGORIA	PP
MODALIDADE	PP08
TÍTULO	O Grito
ESTUDANTE-LÍDER	Francine Venturini Silva
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Publicidade e Propaganda
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Dhienyfer Stefany Oliveira de Freitas (FAESA Centro Universitário); Maria Zanete Dadalto (FAESA Centro Universitário)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

A fotografia publicitária apresentada fez parte do Editorial "O Grito", produzido em 2019 para avaliação final da disciplina de Fotografia Publicitária II, do terceiro período do curso de Publicidade e Propaganda, no Centro Universitário FAESA, com a orientação pela professora Zanete Dadalto. A tarefa era produzir uma série de fotografias com linguagem publicitária para um editorial citacionista, uma ferramenta que reúne um conjunto de fotografias com uma mesma ideia, conceito e estilo. As referências para o trabalho poderiam ser um movimento artístico, um estilo, um filme, livro, música, uma época. Para a realização das imagens fotográficas, foi formada uma equipe com quatro alunos, que se reuniu para discutir o tema e redigir um briefing fotográfico. O objetivo principal foi à criação de uma campanha para o Governo do Estado do Espírito Santo com o intuito de trazer em pauta para a sociedade capixaba a discussão sobre abuso sexual, físico e psicológico sofrido pelas mulheres. Deseja-se com o editorial, causar um impacto em curto prazo, gerar uma reflexão sobre o assunto, e diminuir o número de agressões às mulheres em longo prazo. A campanha tem como target principalmente as mulheres do estado do Espírito Santo que sofrem algum tipo de agressão, visto que o Estado lidera o ranking nacional de violência contra a mulher segundo dados do Tribunal de Justiça do Espírito Santo. (http://www.tjes.jus.br/institucional/coordenadorias/coordenadoria-de-combate-a-violencia-domestica-contra-a-mulher/atribuicoes/#:~:text=O%20n%C3%BAmero%20de%20v%C3%ADtimas%20da,n%C3%BAmero%20em%20incid%C3%AAncia%20de%20casos.). Como conceito criativo foram utilizadas referências visuais do filme de terror "O Grito", o sentimento de mulheres que cotidianamente precisam enfrentar o medo de agressões psicológicas e físicas que, por muitas vezes, ocorrem em relacionamentos abusivos. Pesquisa realizada em 2019, no Brasil, aponta que é registrado, a cada quatro minutos, pelo menos um caso de agressão cometida por homens contra mulheres. O levantamento foi realizado pelo Ministério da Saúde e divulgado no jornal Folha de São Paulo, apontando para o aumento expressivo de casos de violência física, psicológica e sexual registrados. A partir disso, realizamos nosso briefing fotográfico e buscamos referências com fotografias do filme para realizarmos nosso trabalho. Foram produzidas 10(dez) imagens no estúdio fotográfico da FAESA em uma única sessão, com utilização de suporte de luzes e ajuda dos componentes do grupo para posicionarem a modelo e a luz para que as fotos ficassem o mais próximo possível das referências, na busca de representar a violência contra a mulher exposta no olhar. A escolha do filme com ligação ao tema foi estabelecida pela direção fotográfica do filme, visto que apresenta expressões e detalhes. A possibilidade de através deste trabalho ter a assertividade na passagem de não somente a imagem, mas também o sentimento, foi um desafio que desde o princípio houve questionamentos, pois há uma necessidade de conexão entre nosso briefing e as referências escolhidas. Estabelece-se então a ligação entre o enredo do filme e a situação a ser retratada que gostaríamos de apresentar, o cotidiano vivenciado por milhares de mulheres.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

O projeto foi criando forma a partir de uma conversa entre os integrantes da equipe para definir o tema principal, e como casos com violência a mulher tem crescido de uma forma assustadora, procuramos referências que nos mostrassem situações que desse a entender como um pedido de socorro, ou um alerta. Desta forma, foram feitas pesquisas exploratórias na internet para sabermos quais eram as situações em que as mulheres mais sofrem e apuramos que os mais comuns são a violência psicológica e agressões físicas ocorridas normalmente com seus parceiros, e estupros, onde a mulher é vítima e ainda sofre com julgamentos que ela possui culpa pelo ato. A partir disso e de uma discussão em equipe foi escolhido o filme "O Grito" para ser referência na produção de imagens. A fotografia do filme nos ajudaria a criar o que gostaríamos de comunicar, que é um alerta de como em muitos casos a violência contra a mulher é silenciosa. O filme "O Grito", do diretor japonês Takashi Shimizu, produzido em 2004, conta a história de vários casos de traumas como abusos, surtos psicológicos, agressões, e que consequentemente acabam gerando forças negativas. As linguagens do filme, com uma fotografia que explora o contraste de luzes e sombras, a direção de arte e de atores, produzem uma atmosfera de suspense e horror. Esse conceito criativo foi utilizado para associarmos às dores que muitas mulheres sofrem no dia a dia como um "Grito" de socorro das mesmas. Assimilamos a abordagem estética do filme e utilizamos para representar a dor e o sofrimento que mulheres sentem nas fotografias produzidas. De acordo com Renata Voss Chagas no artigo "A questão da releitura e da citação no processo de criação publicitária", "a citação e a releitura são estratégias que são amplamente utilizadas pela publicidade e que fornecem um rico campo de investigação plástica muito distante de um esgotamento (...). Tal procedimento gera outras imagens que remetem à nossa cultural visual, num processo de ampliação do repertório imagético. "(2013, p. 359)". "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." Assim a pesquisadora Daniela Palma inicia seu artigo "Fotografia e publicidade: primeiro ato", apresentado no V Congresso Nacional de História da Mídia – Intercom, em 2007. Isso evidencia a importância da fotografia no processo de comunicação, para assim

provocar reflexões. Um editorial é um ensaio fotográfico que visa divulgar uma coleção ou marca. Por trás desse ensaio existe uma linguagem e conceito que irá mostrar para as pessoas as tendências do mercado. Utilizamos o mesmo para conscientizar a sociedade de algo aterrorizante que é a violência contra a mulher, visto que usufruímos de imagens de um filme de terror como referência. Para fazer uma análise minuciosa de uma imagem, tem-se que trabalhar com uma série de signos que representam o imaginário de uma sociedade que revela sua verdadeira realidade. (...) Tal análise consiste em tentar estabelecer um paralelo entre dois planos: o da expressão da imagem (o que ela mostra) e seu conteúdo (o que ela significa); a realidade exterior a que ela faz referência (significante) e o conteúdo material da imagem (significado). (VAZZOLER DE SOUZA, VALDETE; DE ARIMATHÉIA CORDEIRO CUSTÓDIO, JOSÉ – p.238) Vazzoler e Arimathéia (p.238) ainda ressaltam que o público sofre a influência da comunicação de massa, mas também influencia inversamente na determinação de novos padrões, pois na medida em que cada um passa por mudanças sócio-culturais, vai influenciar a construção de outro padrão. O conjunto da imagem é que sugere algo: embora exista um produto dentro da imagem, a sua ambientação é que vai sugerir, persuadir e demonstrar (...). (VAZZOLER DE SOUZA, VALDETE; DE ARIMATHÉIA CORDEIRO CUSTÓDIO, JOSÉ – p.239).

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

O ponto de partida para produção das imagens foi a elaboração do briefing com a orientação da professora Zanete Dadalto para a criação fotográfica do editorial com informações sobre o cliente, os objetivos de comunicação; o público-alvo; conceito criativo; finalidade das fotos; pontos a serem destacados ou evitados, quantidade de fotos, tamanho e qualidade das imagens. Segundo João Vicente Bertomeu, no livro "Criação na Propaganda impressa, p. 39, "o Briefing de criação exerce papel de reunir informações que procuram direcionar, nortear e selecionar o caminho do conteúdo da mensagem da campanha para a criação". Realizado o briefing, selecionamos dez fotografias de cenas do filme "O Grito" que foram utilizadas como referência para iluminação das cenas e direção da modelo. Toda as etapas da produção das imagens fotográficas foram realizadas pela equipe de Publicidade e Propaganda. A modelo foi a aluna e membro do grupo, Francine Venturini. Os fotógrafos, Dhienyfer Stéfany e Victor Sales, tiveram como assistente de fotografia Juan Mofati, que também realizou a caracterização, maquiagem e cabelo, da modelo. As fotos foram realizadas numa única sessão no estúdio fotográfico do Centro Universitário FAESA, no dia 13/06/2019. Utilizamos para captura das imagens uma câmera DSLR Nikon D7200 e lente 18-140 mm f/3.5-5.6, no modo de exposição manual, e arquivos no formato RAW para uma melhor qualidade do arquivo e tamanho de imagem. A fonte de iluminação artificial utilizada como luz principal foi um flash digital 400 da ATEK, montado num tripé e modelada por um snoot. Para acioná-lo, utilizamos um rádio flash, tendo como base a leitura da luz incidente realizada num fotômetro e flashmeter Sekonic, para chegarmos no clima e iluminação desejado. Paralelo a isso, a sessão fotográfica foi filmada para a realização de um vídeo de making of. Na pós produção, os arquivos fotográficos foram renomeados e inserido metadados no padrão IPTC e de acordo as normas da UPDIG, no programa Adobe Bridge. A edição digital das imagens fotográficas foi realizada pela aluna Dhienyfer Stefany no programa Adobe Lightroom.