

## ***AIDS: A Imagem Da Sociedade*<sup>1</sup>**

Camille PIAS<sup>2</sup>  
Caroline VIVIAN<sup>3</sup>  
Luisa MIELE<sup>4</sup>  
Tatiana SIMUNDI<sup>5</sup>  
Manuel COSTA<sup>6</sup>  
Renata STODUTO<sup>7</sup>

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Porto Alegre, RS

### **RESUMO**

A campanha desenvolvida na disciplina de Fotografia Publicitária II tinha como intuito principal por em prática o que foi aprendido em aula. Com o título “A Imagem da Sociedade”, a fotografia tem como objetivo apresentar ao público a realidade sobre o HIV, buscando expor para as pessoas que ninguém está imune à doença. Assim, a fotografia foi produzida retratando um casal jovem se abraçando de forma amorosa, envolvidos por uma luz vermelha que forma a fita da campanha de prevenção à AIDS. A partir dessa imagem, pretende-se passar a ideia de que qualquer um pode ser portador da doença, independente da orientação sexual, raça, classe social ou cultura, mas, ainda assim, viver com ela desde que siga o tratamento.

**PALAVRAS-CHAVE:** HIV; preconceito; conscientização; sociedade; fotografia publicitária.

### **1 INTRODUÇÃO**

A AIDS é um assunto preocupante, que não é muito levado em consideração na questão de prevenção. Um casal heterossexual, quando mantém relações sexuais, se preocupa mais com a gravidez da mulher do que com o risco de contrair alguma doença sexualmente transmissível, optando, muitas vezes, apenas pela pílula anticoncepcional. Outro fator que muitos não sabem é que, no Brasil, o estado do Rio Grande do Sul é, segundo o IBGE, o lugar com o maior índice de HIV do país, sendo Porto Alegre a cidade

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Fotografia Publicitária.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda, e-mail: [camillepias@hotmail.com](mailto:camillepias@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 4º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: [carolvivian\\_@hotmail.com](mailto:carolvivian_@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 4º semestre Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: [luisabmiele@outlook.com](mailto:luisabmiele@outlook.com)

<sup>5</sup> Estudante do 4º semestre Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: [tatianasimundi@hotmail.com](mailto:tatianasimundi@hotmail.com)

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail: [mcosta@espm.br](mailto:mcosta@espm.br)

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail: [renata.stoduto@espm.br](mailto:renata.stoduto@espm.br)

com o maior número de portadores da doença. Além disso, a taxa de mortalidade do estado é o dobro do restante do país.

Com isso, houve um questionamento: como mostrar para as pessoas que qualquer um pode contrair o vírus da AIDS? É exatamente isso que a fotografia produzida em questão quer retratar. Qualquer pessoa pode contrair esse vírus.

A ideia é despertar nos espectadores a curiosidade e a dúvida, e mostrar que não importa a raça, etnia, classe social ou opção sexual: todos podem ter a doença. Assim, buscamos os preceitos de Roland Barthes, autor do livro lido em aula, “A Câmara Clara”, que afirma que no fundo a fotografia é subversiva, não quando aterroriza, perturba ou mesmo estigmatiza, mas quando é pensativa. Ou seja, busca-se com que a foto crie um questionamento nas pessoas de modo a poderem rever seus posicionamentos a partir da visão proposta pela fotografia.

A foto se baseia em um casal heterossexual jovem com um olhar apaixonado. Eles estão sendo envolvidos pelo símbolo da campanha do dia mundial de combate a AIDS – o laço vermelho –, a fim de mostrar que se pode, sim, viver com o vírus, desde que o portador identifique sua existência através dos exames e realize regularmente o tratamento. O tratamento da doença, hoje em dia, é muito funcional, porém o preconceito, além de dificultar a aceitação de pessoas portadoras pelos demais, ainda torna o ato de fazer exames para identificar a existência do vírus uma decisão mais rara.

## **2 OBJETIVO**

Ao decidir tratar de um tema tão delicado, o qual muitas pessoas não gostam de falar ou até mesmo esquecem da importância, estabeleceu-se imediatamente a fonte principal de motivação para a realização do trabalho, pois não se tratava apenas de fotografar, mas sim de vincular o projeto à nossa realidade cotidiana.

Diariamente enfrentamos o preconceito, sendo ele o pior sintoma do HIV, além da desinformação de sua maior causa. No dia Primeiro de Dezembro celebramos o Dia Mundial de Luta contra a AIDS, valendo lembrar que, apesar de termos evoluído no combate à doença, ela ainda não possui cura. Na maior parte dos casos, ela passa de fatal para crônica – quando detectada a tempo –, entretanto, não significa que ignorar a prevenção é o melhor caminho. Em vista disso, buscamos uma maneira de enfrentar essa

postura, por meio de uma foto que ilustra um dos principais alvos da discriminação e do descuido da doença atualmente: os jovens.

O tom de sedução e, ao mesmo tempo, cumplicidade que buscamos para a foto se justifica por ser um casal real, evidenciando a veracidade do conceito do projeto e do que ele busca denunciar. O público-alvo se define por jovens que aparentemente possuem um pensamento desconhecido em relação à prevenção e também preconceito ao falar sobre a AIDS.

Para provocar esse público, utilizamos a ligação afetiva entre duas pessoas, uma situação que é muito familiar entre os jovens, para que eles pudessem se identificar. O foco fica centrado na ternura do olhar entre os dois envolvidos, emoldurados com o símbolo do combate à AIDS, evocando o fato de que o vírus pode não estar tão longe quanto imaginam.

### **3 JUSTIFICATIVA**

HIV é uma sigla da língua inglesa que significa vírus da imunodeficiência humana. Ou seja, o vírus causador da AIDS atinge o sistema imunológico que serve para defender o nosso organismo. O que muitos não sabem é que o HIV e a AIDS não são a mesma coisa. A AIDS é uma versão mais avançada da doença, que, ao ser contraída, ataca a imunidade do portador, que pode contrair outras doenças com mais facilidade, além de piorar o tratamento das mesmas. Já o HIV pode não se manifestar no portador, mas isso não impede que ele transmita a doença para outras pessoas através de relações sexuais sem segurança, compartilhamento de agulhas, seringas ou materiais que perfurem a pele e, até mesmo, através da amamentação, no caso da mãe ser portadora.

Doença que já provocou milhares de mortes, a AIDS foi descoberta nos EUA, no dia 05 de Junho de 1981. Nesse tempo, cientistas analisaram cinco jovens homossexuais que já portavam o vírus, no entanto, ele estava sendo confundido com uma pneumonia, já que alterava o sistema imunológico. Após um mês, a doença começou a ser conhecida como o "câncer gay" e apenas no ano seguinte foi batizada de AIDS – sigla que, em português, significa Síndrome da Imunodeficiência Adquirida.

No Brasil, a doença começou a ficar popularmente conhecida pelo fato de ídolos da música - como Cazuza e Renato Russo - se identificarem como portadores. Nessa época, como os tratamentos eram precários, era muito difícil que o portador tivesse uma vida longa e saudável, causando a morte desses artistas e de outras inúmeras de pessoas.

Atualmente, os tratamentos da doença são muito mais eficazes, possibilitando que o portador tenha uma vida normal e longa. Porém, não deixa de ser um problema preocupante, já que não possui cura. Ainda que tenham essa informação, as pessoas não levam muito em consideração a questão da prevenção. O que muitos não sabem é que o Rio Grande do Sul é, segundo pesquisas, o estado com o maior índice de portadores de HIV do país, sendo Porto Alegre a cidade com o maior número de pessoas com a doença. Tanto que a taxa de mortalidade do estado é o dobro do restante do país.

A fotografia em questão quer retratar, portanto, que qualquer pessoa pode contrair a AIDS. Por isso, a escolha de um casal de classe média alta e heterossexual, por ser, muitas vezes, erroneamente visto como pertencendo a um grupo de menor risco. Outro fator pertinente para a produção da fotografia é a escolha de um casal jovem, justamente por ser uma faixa etária de vida onde as pessoas não se preocupam muito com os perigos a que estão expostas e, muitas vezes, agem como se fossem imunes a doenças como o HIV.

A ideia é despertar nos espectadores a curiosidade, a dúvida e mostrar que a doença pode ser agressiva e fatal quando não diagnosticada, para que cresça o número de exames no RS e para motivar a população à prevenção. Hoje, até mesmo as farmácias disponibilizam testes de HIV em seus pontos de venda e o resultado sai em pouco tempo. Está fácil se prevenir, mas a preocupação efetiva da sociedade frente a este sério assunto ainda não se consolidou. A prevenção é muito mais prática, não só financeiramente, mas principalmente considerando os riscos para a saúde de todos.

A composição da imagem, que traz o casal envolvido pelo laço vermelho, busca chamar a atenção dos jovens em uma luta contra o preconceito, mas também na conscientização de prevenção, pois, mesmo que a pessoa portadora possa conviver com o vírus, ainda são necessários cuidados, até porque a AIDS ainda não tem cura.

O título da nossa fotografia é A Imagem Da Sociedade, sendo que as letras iniciais dessa frase formam a sigla AIDS. Esse jogo de palavras representa exatamente a visão atual da sociedade em relação a AIDS – todos sabem que o vírus existe, mas o tema ainda é um tabu. As pessoas evitam falar sobre o assunto com a intenção de fortalecer a utopia de que o vírus não irá atingi-las. Pessoas que tem o vírus sofrem preconceito e, muitas vezes, exclusão social por conta do desconhecimento dos demais sobre o assunto.

A partir dos elementos constatados, da fotografia planejada e executada com os objetivos apresentados, construiu-se o slogan da campanha: “Essa Causa é Maior que o Seu Preconceito”. A frase que acompanha a imagem tem o intuito de complementar a

mensagem passada pela imagem que evidencia que a AIDS pode ser contraída por qualquer pessoa e que o portador do vírus é uma pessoa como qualquer outra. Quem possui o vírus da AIDS pode e deve se relacionar de forma consciente com outras pessoas. Assim como quem não o possui. Em outras palavras, quem possui o vírus da AIDS pode amar e ser amado.

A fotografia seria utilizada na Campanha de combate à AIDS, que tem como data nacional o dia 1º de dezembro. A campanha acontece no mesmo mês em todo o Brasil, sendo conhecido como dezembro vermelho.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Como dito anteriormente, a ideia é trazer um casal heterossexual, jovem e de classe social média alta, fugindo de estereótipos criados pela população em relação à doença. A fim de mostrar a união de ambos e transmitir que as formas de carinho são muito mais valiosas e maiores que qualquer preconceito, esse casal está envolvido dentro do laço vermelho – símbolo do combate ao vírus. Deixa-se a cargo da imaginação daqueles que veem a imagem, se ambos são portadores ou apenas um deles, sendo apoiado pelo parceiro.

Para a composição da fotografia, foi necessário utilizar a técnica de *lightpainting*, já que o símbolo foi desenhado com luz vermelha. Essa técnica, que em tradução livre significa "pintando com a luz", deu à fotografia o resultado visual que o grupo procurava quando definiu o conceito da mesma. O emprego do *lightpainting* torna o símbolo de combate à AIDS proeminente dentro do enquadramento sem tirar a atenção do casal, se encaixando perfeitamente na mensagem principal. Abaixo seguem algumas imagens do *making of* da produção.

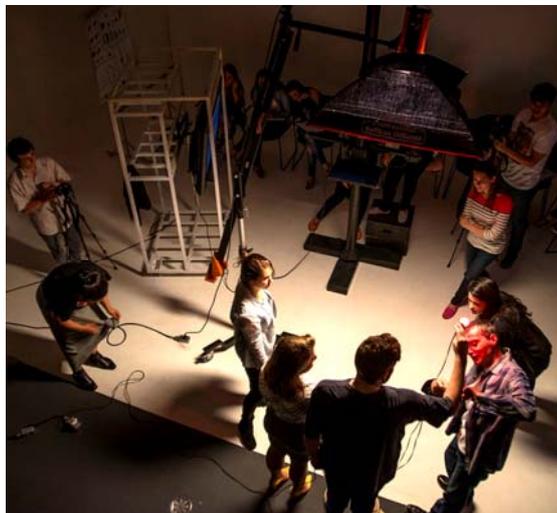


Imagem 1 – Bastidores da foto



Imagem 2 – Bastidores da foto



Imagem 3 – Bastidores da foto

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Seguindo a proposta da disciplina de Fotografia Publicitária II, que visa fazer com que os alunos produzam imagens baseadas primeiramente nos recursos dos equipamentos de estúdio e só secundariamente nos dos programas de edição de imagens, como o Photoshop, essa fotografia passou por três etapas: a pré-produção, a produção e a pós-produção. Na primeira, o grupo se reuniu e discutiu diversas ideias que pudessem ser trabalhadas. A campanha da AIDS foi escolhida pela sua função social e por ser um tema

pouco discutido pelos jovens, e também pelo fato de que o estado do Rio Grande do Sul é o que apresenta o maior índice de portadores do HIV do Brasil. Buscando dar forma a esse conceito, foi então cogitado o uso da técnica de *lightpainting*, pela atenção que a beleza desse efeito poderia despertar no observador. O casal foi pensado como uma união contra o preconceito, e, para criar a ideia dessa união, além deles estarem visivelmente apaixonados, foi proposto que eles estivessem emoldurados pelo laço vermelho, símbolo da campanha de combate à AIDS, desenhado com a luz.

Para a obtenção da imagem, já na parte de produção, foi utilizada uma câmera Nikon D600 fixa em um tripé para impedir que ela se movesse durante a execução do *lightpainting*. Foram realizados diversos testes de enquadramento, posição dos modelos e também da luz utilizada, pois deveria ser a mais vermelha possível - para isso, foram utilizadas duas lâmpadas vermelhas lado a lado envoltas em papel vegetal e filtros de acetato também vermelhos. A distância focal foi de 42 mm, próxima da distância focal normal, para que o sensor do tipo *full frame* da Nikon D600 pudesse preservar a naturalidade espacial da cena; o ISO 100 foi usado evitar a formação de ruído digital, que afetaria negativamente a qualidade da imagem; a escala do obturador foi regulada na posição "bulb", para que o tempo de exposição pudesse iniciar e terminar em sincronia com o movimento da luz. Ao final do movimento e antes do obturador fechar, uma unidade de flash eletrônico foi disparada para captar também a imagem do casal; e o diafragma, para possibilitar o registro adequado do rastro de luz, ficou regulado em f 10.

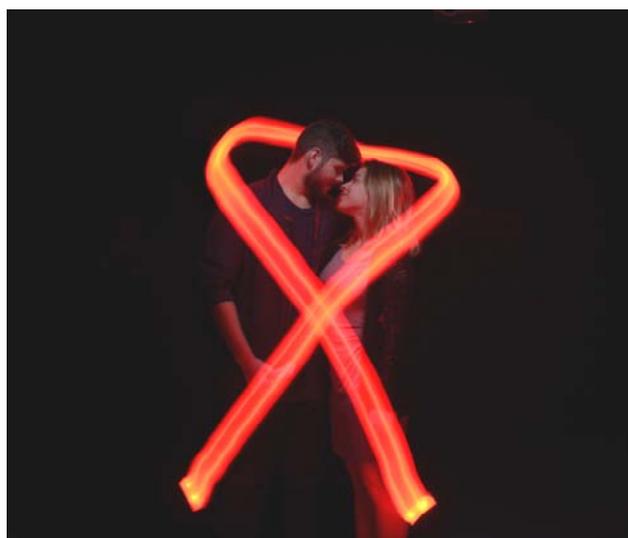


Imagem 4 – Foto original

Para a finalização da imagem na etapa da pós-produção, o grupo se reuniu para escolher a posição mais adequada para os modelos dentro enquadramento, corrigir algumas imperfeições da fotografia, definir onde seria localizado o texto e qual seria a melhor tipografia para a campanha. A partir disso, a peça foi concluída conforme a reprodução abaixo.



Imagem 5 – Foto com finalização

## 6 CONSIDERAÇÕES

O resultado obtido na concepção da fotografia superou as expectativas do grupo, que realizou e executou a técnica de *lightpainting* de forma satisfatória, juntamente com a colaboração do professor orientador. No entanto, a fotografia em questão não teria o mesmo valor caso não estivesse pautada por um tema tão atual e relevante como é o caso da AIDS, embora carregue consigo técnicas diferenciadas de execução. Tendo em vista a fotografia concebida e o conceito que o grupo trouxe através da campanha “Essa causa é maior que o seu preconceito”, entendemos ser esse é um trabalho relevante para o presente momento.

Tendo em vista a intenção desse trabalho, que é fomentar a discussão em torno do tema AIDS, principalmente a fim de minimizar o preconceito que os portadores da doença enfrentam ao se relacionarem com outras pessoas, pode-se considerar que o objetivo foi cumprido. Embora tenhamos afirmado anteriormente que esse tema ainda possa ser um tabu, vivemos na era da troca de informações em escala global, e, por esse motivo, acredita-se que divulgar a questão do preconceito possa ser tão importante quanto informar sobre o tema.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland; JÚLIO CASTAÑON GUIMARÃES (Trad.). **A câmera clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. 185 p. ISBN 8520904807.

UOL, Notícias. Título: 734 mil pessoas vivem com o vírus no brasil. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2015/03/20/734-mil-pessoas-vivem-com-o-virus-hiv-no-brasil.htm>>. Acesso em: 30 de nov. 2015.

GLOBO, G1. Título: número de jovens brasileiros com aids aumenta 40 revela pesquisa. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2015/02/numero-de-jovens-brasileiros-com-aids-aumenta-40-revela-pesquisa.html>>. Acesso em: 30 de nov. 2015.

ORBIS. Título: AIDS apesar do controle brasil registra quase 600 mil casos. Disponível em: <<http://www.orbis.org.br/analise/9/aids-apesar-do-controle-brasil-registra-quase-600-mil-casos>>. Acesso em: 30 de nov. 2015.

ORBIS. Título: AIDS apesar do controle brasil registra quase 600 mil casos. Disponível em: <<http://www.orbis.org.br/analise/9/aids-apesar-do-controle-brasil-registra-quase-600-mil-casos>>. Acesso em: 3 de dez. 2015.

CORREIO, do Povo. Título: Porto Alegre é a cidade campeã em número de casos de AIDS. Disponível em: <<http://www.correiodopovo.com.br/Noticias/542827/Porto-Alegre-e-a-cidade-campea-em-numero-de-casos-de-Aids>>. Acesso em: 3 de dez. 2015.

GAUCHO, Diário. Título: Porto Alegre desponta como a cidade campeã em número de casos de AIDS. Disponível em: <<http://diariogaicho.clicrbs.com.br/rs/dia-a-dia/noticia/2014/12/porto-alegre-desponta-como-a-cidade-campea-em-numero-de-casos-de-aids-4654244.html>>. Acesso em: 3 de dez. 2015.

LIVRE, Catraca. Título: É mito ou verdade? 10 coisas que você realmente precisa saber sobre o HIV e a AIDS. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/geral/saude-bem-estar/indicacao/e-mito-ou-verdade-10-coisas-que-voce-realmente-precisa-saber-sobre-o-hiv-e-a-aids/>>. Acesso em: 3 de dez. 2015.

AIDS, Governo. Título: O que é AIDS? Disponível em: <<http://www.aids.gov.br/pagina/o-que-e-aids>>. Acesso em: 3 de dez. 2015.