

Las Cumadres & Sonho dos Pés¹

Lívia Marques ROCHA²

Riverson RIOS³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Este artigo apresenta o conceito da produção da fotografia publicitária concorrente ao prêmio Expocom, contextualizando as circunstâncias nas quais a fotografia foi desenvolvida e apresentando suas intenções e justificativas, descrevendo, assim, o processo de produção da fotografia até a chegada da escolha final da foto. Ela foi promovida a partir da parceria entre o blog Las Cumadres e a marca de calçados e acessórios Sonho dos Pés. A foto em questão ficou exposta no blog por um mês. Nesse período, houve um aumento de praticamente 1.500 visitas ao site, o maior número de visualizações do ano. O artigo comenta detalhes da produção e os métodos e técnicas utilizadas na produção da fotografia.

PALAVRAS-CHAVE: Fotografia publicitária; Las Cumadres; Sonho dos Pés; Parceria

INTRODUÇÃO

O presente artigo concentra-se em contextualizar em que circunstâncias a fotografia exposta foi desenvolvida, apresentando suas intenções e suas justificativas, descrevendo, assim, o processo de produção da fotografia até a chegada da escolha final da foto.

A foto escolhida para ao Expocom Nordeste 2012 está inserida no ensaio produzido a partir da parceria firmada entre o blog Las Cumadres e a marca Sonho dos Pés. Criado pelas blogueiras Bruna Guedes e Marina Franco, Las Cumadres é um blog que dá dicas de moda, decoração e beleza, tendo como proposta, também, promover eventos voltados para o público feminino, ou como elas gostam de dizer, encontros de “mulherzinhas”. Já a marca Sonho dos Pés é uma empresa brasileira criada desde 1994 pelos irmãos Jorge Humberto Moitinho e Sérgio Zelino Moitinho, que trabalha no ramo de calçados e acessórios, também voltados ao público feminino. A partir de 2004 a marca iniciou o processo de expansão com a criação das franquias na região de Volta Redonda e Barra

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Fotografia Publicitária (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, email: lilimrocha@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho, professor Ph.D. e tutor do PET do Curso de Comunicação Social da UFC. E-mail: riverson@ufc.br.

Mansa no Rio de Janeiro. Hoje, presente em dez estados brasileiros e com o total de 120 lojas, ela se consolida no mercado⁴.

A parceria firmada com o blog Las Cumadres foi realizada conjuntamente com Alexandre Barreto, dono das franquias da marca Sonho dos Pés, estabelecidas em Fortaleza. São dois serviços voltados para o mesmo público. Portanto, é nesse contexto que se encontra o processo de produção da fotografia escolhida para o Expocom.

A Figura abaixo mostra, em uma visão geral, como se estrutura o site Las Cumadres. É importante perceber na imagem o layout, as cores, o design e até a linguagem utilizada pelas blogueiras como uma identidade da empresa e dos serviços que elas prestam.



Figura 1. Captura de tela do blog.

OBJETIVO

A imagem fotográfica da comunicação publicitária é contextualizada para atingir o consumidor e fazê-lo identificar, pelos anúncios gráficos, a satisfação de seus desejos e necessidades por meio dos produtos anunciados. Assim, esses textos fotográficos reproduzem o real idealizado, sempre em condições perfeitas: o cenário é maravilhoso, as mulheres são bonitas e sensuais, os homens são elegantes e viris, o mundo é sinônimo de abundância e prodigalidade. (MUNIZ, 2005, p. 32)

⁴ Dados fornecidos pelo site da loja Sonho dos Pés. <http://www.sonhodospes.com.br/#/empresa/>

O que Eloá Muniz implica com essa afirmação é que a composição da fotografia em um anúncio controla, de certa forma intencional, a interpretação da mensagem da imagem pelo consumidor. De fato, toda produção fotográfica de um anúncio tem uma intenção de passar alguma mensagem, normalmente a venda de um produto ou serviço.

Como a foto foi produzida com a proposta de ser veiculada no blog, como já dito anteriormente, voltado para o público feminino, o ensaio procurou dar um caráter intimista ao produto (o calçado da Sonho dos Pés) de forma a propagá-lo sutilmente às seguidoras do blog, mas ao mesmo tempo, sem deixar de focar na parceria acordada entre as duas empresas.

Devido à intenção de propagar o produto de forma sutil, as sandálias não foram postas em primeiro plano (como pode ser vista na figura abaixo), mas enquadradas de uma forma em que passasse a ideia de interação entre as blogueiras do Las Cumadres e o produto da Sonho dos Pés. Desta forma, a interpretação desejada pela fotografia era firmar no público a recente parceria Las Cumadres & Sonho dos Pés, utilizando a sutileza das interações dos produtos.



Figura 2. Fotografia escolhida para a Expocom.

JUSTIFICATIVA

O conceito da escolha da peça Las Cumadres & Sonho dos Pés foi muito visual, com a intenção de mostrar a feminilidade da expressão do olhar, do movimento do corpo, das cores e a interação da mulher com o produto.

Os psicólogos da percepção são unânimes em afirmar que a maioria absoluta das informações que o homem moderno recebe lhe vem por imagens. O homem de hoje é um ser predominantemente visual. (BOSI, 1988, p. 65).

A partir do olhar se percebe a expressão e a sensação de um momento. Dessa ideia de Alfredo Bosi me inspirei para fazer a composição dos elementos na foto, partindo do olhar confidencial das “cumadres” para compor todo o ambiente. Este, escolhido pelos elementos visuais neutros, as cores, as plantas e o tablado de madeira.

Contudo, o principal motivo da escolha da foto foi a expressão do corpo, que tudo tem a ver com o estereótipo feminino de se portar, que é justamente a sensação que a parceria da marca com o blog deseja passar para o seu público alvo.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para compor a foto, foram utilizadas várias técnicas ensinadas na disciplina de Fotopublicidade. Técnicas de posicionamento do objeto, aproveitamento da luz externa e enquadramento da câmera foram algumas delas. Sabendo das técnicas, é possível afirmar que ao compor uma foto, o fotógrafo tem um amplo poder de recortar a realidade e transferi-la para o papel, no sentido em que, dependendo da seleção do ponto de vista, o fotógrafo pode contar diferentes histórias. O fotógrafo John Hedgecoe fala exatamente sobre isso, como a composição.

É a transferência do mundo real para uma tela estática, bidimensional. Tão importante quanto o que se inclui na imagem é o momento exato em que se dispara o obturador – e o que o fotógrafo deixa de fora da foto. (HEDGECOE, 2005, p. 175)

A técnica fotográfica utilizada foi a fotografia digital, através de uma câmera Nikon D60 com as seguintes medidas:

- abertura do diafragma de f5.0;

- exposição de 1/25 segundos;
- ISO 100;
- Flash desligado;
- e comprimento focal real de 20 mm (equivalente a 30mm num filme de 35mm).

Foi feito tratamento de imagem no software Lightroom da Adobe, em que foram alteradas as matizes das cores, principalmente, as cores amarelas, laranjas e verdes, tendo em vista o ambiente em que a fotografia foi tirada e a identidade visual do blog. Houve também alteração na saturação da foto para que ela obtivesse tons *vintage*, dando uma ideia de fotografia antiga.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A peça foi planejada a partir da proposta de promover a ação da parceria acordada entre o blog do Las Cumadres e a marca Sonho dos Pés, que se identificam pela semelhança do público alvo e também a partir das ações e eventos promovidas pelas estilistas e blogueiras Bruna Guedes e Marina Franco.

A peça foi tirada no Parque do Coco em Fortaleza às quatro horas da tarde. As modelos utilizadas são as próprias blogueiras Bruna e Marina e os acessórios utilizados foram fornecidos pela loja Sonho dos Pés. Foram feitas cerca de 150 fotos, destas, 35 foram postadas no blog.

CONSIDERAÇÕES

A foto em questão alcançou o objetivo tendo em vista que conseguiu traduzir os elementos da fotografia publicitária em representar através de uma imagem sensações de desejo ou persuasão e ainda transmitir a compreensão da mensagem emitida. Durante o processo fotográfico foi possível, também, exercitar os conceitos ensinados na disciplina de Fotopublicidade. Além disso, durante o mês em que a foto foi postada no blog Las Cumadres, houve um aumento de praticamente 1.500 visualizações no período, o maior número de visualizações do ano, chegando, assim, ao objetivo pretendido com a parceria, conforme mostrado na Figura 3.

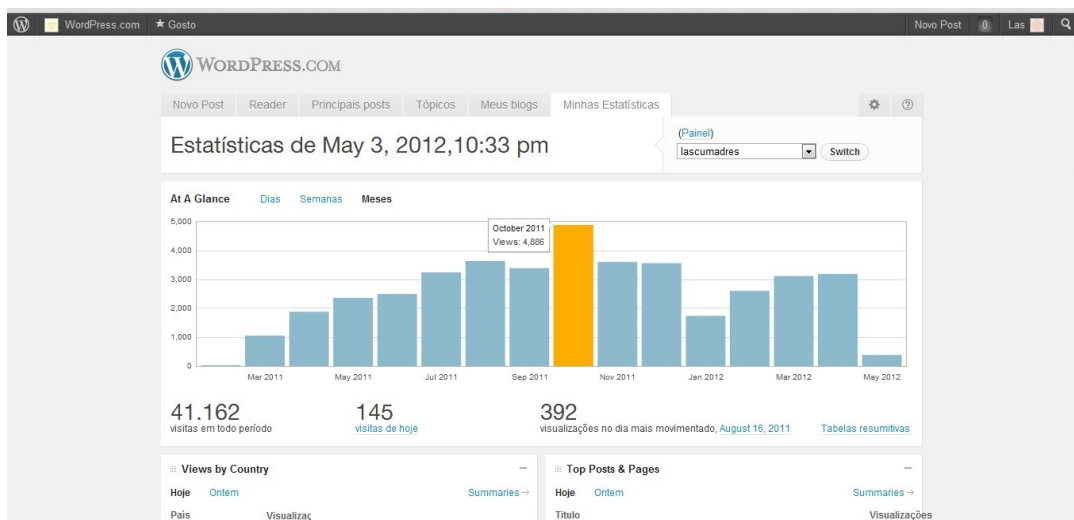


Figura 3: Gráfico referente ao número de visualizações ao mês

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOSI, A. Fenomenologia do olhar. In: **O Olhar**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 65-87.
- HEDGE COE, John. **O novo manual de fotografia**. São Paulo: Senac, 2005, 146p.
- LAS CUMADRES. 2011. Disponível em: < <http://www.lascumadres.com.br/> >. Acesso em: 03 maio 2012.
- MUNIZ, Eloá. **Comunicação publicitária em tempos de globalização**. Canoas-RS: Ulbra, 2005, 138p.
- SONHO DOS PÉS. Disponível em: <<http://www.sonhodospes.com.br/>>. Acesso em: 03 maio 2012.