



#save the film

NÃO DEIXE O FILME MORRER!
TCC EM DESIGN | FAAC/UNESP | LAÍS AKEMI



#save the film #save the film
#save the film #save the film #save the
#save the film #save the film
#save the film #save the film

#save the film

SOBRE USO DE IMAGEM: Todas imagens foram produzidas por Laís Akemi Margadona, exceto quando creditadas. As fotografias produzidas externamente foram cedidas somente para fins de divulgação dentro do projeto.

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO: Laís Akemi Margadona

REVISÃO TÉCNICA: Fernanda Henriques e Ana Beatriz Pereira de Andrade

TIPOGRAFIAS UTILIZADAS:

Corpo: Aleo

Títulos: **BRUSH UP**

Intertítulos: *Oswald*

Citações: Travelling Typewriter

Folio e Legendas: Exo 2

INSTITUIÇÕES:

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP)

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC)

PRODUÇÃO GRÁFICA

Miolo: Papel couché 115g/cm³ - Gráfica Senna, Bauru (SP)

MARGADONA, Laís Akemi

PROJETO #SAVETHEFILM – Resgatando e ressignificando a fotografia analógica através do design e das mídias digitais

Orientação: Prof^a. Dr^a. Fernanda Henriques

Co-orientação: Prof^a. Dr^a. Ana Beatriz Pereira de Andrade

Monografia (Graduação em Design) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação.

1. Design gráfico, **2.** Fotografia, **3.** Analógico, **4.** Contemporaneidade

I. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

PROJETO #SAVETHEFILM

Resgatando e ressignificando a fotografia analógica através do design e das mídias digitais

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Design da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Campus Bauru, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Design – Habilitação em Design Gráfico.

ORIENTAÇÃO: Prof^a. Dr^a. Fernanda Henriques,

CO-ORIENTAÇÃO: Prof^a. Dr^a. Ana Beatriz P. de Andrade

APROVADA EM: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Cassia Leticia Carrara Domiciano

Universidade Estadual Paulista – UNESP

Prof^a. Dr^a. Eliza Bachega Casadei

Universidade Estadual Paulista – UNESP



FOTOGRAFIA: JOSÉ ROBERTO REGINATO
TRATAMENTO DE IMAGEM: LAÍS AKEMI MARGADONA

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

PROJETO

#save the film

RESGATANDO E RESSIGNIFICANDO A FOTOGRAFIA ANALÓGICA
ATRAVÉS DO DESIGN E DAS MÍDIAS DIGITAIS

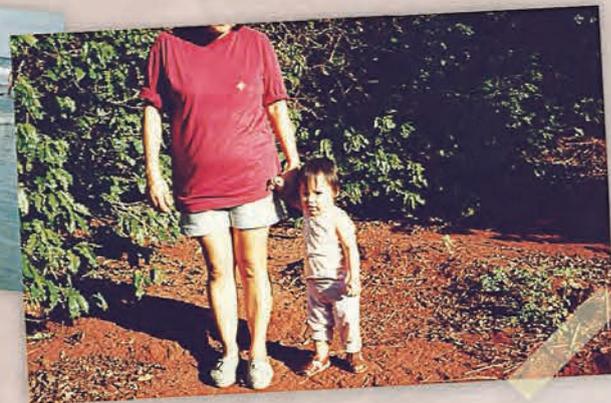
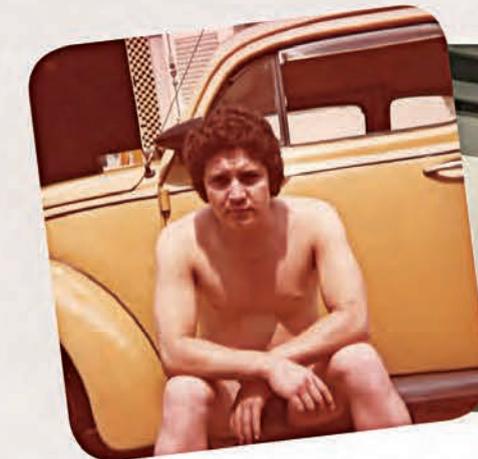
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
DESIGN - HABILITAÇÃO EM DESIGN GRÁFICO

LAÍS AKEMI MARGADONA

PROF^a DR^a FERNANDA HENRIQUES
PROF^a DR^a ANA BEATRIZ PEREIRA DE ANDRADE



BAURU,
2015



Aos meus pais *Darci e Luiza Margadona*.
Sem eles, nada disso teria sido possível.

AGRADECIMENTOS :)

Já disse a designer Alina Wheeler: **“Ninguém trabalha sozinho”**. Sou uma pessoa profundamente grata por ter podido contar com o apoio de diversas pessoas e instituições ao longo deste projeto, e também durante minha graduação em Bauru.

- À **Ferdi Henriques**, pela amizade, compreensão e por ter acreditado e orientado esta pesquisa nos últimos dois anos.
- À **Ana Bia Andrade**, pela parceria e contribuições trazidas ao projeto.
- À **Universidade Estadual Paulista (UNESP)** e toda sua estrutura de professores, estudantes e funcionários administrativos, que me disponibilizou um ambiente profícuo para o intercâmbio de ideias, vivências e conhecimento.
- À **Pró-Reitoria de Pesquisa (PROPe/UNESP)**, pela oportunidade de desenvolvimento científico.
- Aos meus pais, por serem tão zelosos e presentes. Vocês me fizeram acreditar que eu conseguiria.
- À minha família, especialmente a: **Júlio e Lúcia Rizzi; Antônio e Jandira Scalice; Claudemir e Masae Pereira e José Margadona**, por terem ativamente instigado em mim o gosto pelo conhecimento, desde minha infância.
- Ao **Sr. José Reginato**, assistente técnico de apoio acadêmico do Laboratório de Fotografia da FAAC/UNESP, por ter sido meu guia no processamento fotográfico em laboratório, ensinando-me que a fotografia exige amor, silêncio e contemplação.
- A **Raí Moraes da Silva**, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), pelo apoio atencioso na estruturação e publicação do site do projeto. Teria sido uma missão impossível sem sua ajuda.
- A **Amanda Raiz**, que elucidou para mim o caminho do saber científico.
- Aos meus colegas de curso: **Camila de Lima, Vítor Bravin, Renan Pinelli, Bárbara Planche, Akira Iamaguti e Paula Lumi**, por todas as noites de café e ideias anotadas em guardanapos.
- Aos meus talentosos amigos: **Carolina Martinelli, Daniel e Diane Porto, Paula Segalla, Maurício Zani, Joyce Martins, Tássia Sardão e Gustavo Ferreira**. Obrigada por compartilharem comigo sua cumplicidade, tempo e conhecimento.
- Aos fotógrafos e designers que gentilmente cederam seus trabalhos analógicos para divulgação dentro do projeto: **Ciro Bertolucci, Letícia Missurini, Tatiana Azevedo, Alex Mita, André Manfrini, Thomas Honda e Rodrigo Cordeiro**.
- À **Daniela D'Alkimin**, cujo auxílio foi essencial na tarefa de disciplinar minha mente durante este projeto.
- Ao designer e fotógrafo **Wilson “Wilbour” Monaco Jr.**, cujos ensinamentos em tratamento de imagem mudaram minha visão acerca da fotografia digital.
- A todos os meus mestres inspiradores da Música, Cinema, Fotografia e Literatura, por habitarem o meu imaginário e guiarem o que acredito como artista e ser humano. Vocês são minha família cultural.
- À **Foto Nakamura**, em Ibitinga, SP e a **Hobby Foto** em Bauru, SP.

A todos que não puderam ser mencionados neste curto espaço, sintam-se também homenageados.



FOTOGRAFIA: GUILHERME COLOSIO



**GADGET INSTANT LAB,
THE IMPOSSIBLE PROJECT**

[www.the-impossible-project.com/
instantlab](http://www.the-impossible-project.com/instantlab)

Eu vejo o futuro repetir o passado.

Cazuza

O futuro é analógico.

Preceito da Lomografia

RESUMO

Este trabalho consiste em um projeto teórico-prático transdisciplinar, denominado *#savethefilm*, o qual busca resgatar e divulgar a fotografia analógica utilizando como principais ferramentas o design gráfico e o potencial colaborativo das mídias digitais. Trata-se, dessa forma, de um projeto que envolve duas grandes áreas, a saber: **Design** e **Fotografia**. O presente relatório está estruturado em: **Eixo Teórico**, monografia discorrendo sobre a ressignificação de processos analógicos na fotografia e design gráfico contemporâneos; e **Eixo Prático**, exibindo a proposta do projeto *#savethefilm* e o trabalho de produção transdisciplinar realizado. A metodologia consistiu em revisão bibliográfica, experimentação em laboratório fotográfico, análise de similares, criação de identidade visual, desenvolvimento de produtos gráficos promocionais, entrevistas e seleção de material analógico produzido por fotógrafos contemporâneos. Na fase final do projeto, confeccionamos o webdesign de um canal na Internet, apoiado por suas páginas nas mídias sociais. Como resultado, esperamos inspirar fotógrafos a resgatar a estética analógica, bem como fornecer reflexões e divulgar o trabalho daqueles que já fotografam com a técnica. Ao final deste trabalho, pode ser encontrado um glossário com termos técnicos que não puderam ser explanados ao longo do texto.

Palavras-chave: Design gráfico. Fotografia. Analógico. Contemporaneidade.

EIXO TEÓRICO

SUMÁRIO

RESUMO	11
SUMÁRIO	12
1 INTRODUÇÃO	16
2 OBJETIVOS	19
2.1 GERAL	19
2.2 ESPECÍFICOS	19
3 METODOLOGIA	20
4 REFERENCIAL TEÓRICO	21
4.1 BREVE HISTÓRIA DA FOTOGRAFIA	22
4.1.1 DAS CHAPAS DE GRANDE FORMATO AO FILME FLEXÍVEL	22
4.1.2 DO FILME FLEXÍVEL À FOTOGRAFIA COM GADGETS	23
4.1.3 A RESSIGNIFICAÇÃO DO ANALÓGICO NA CONTEMPORANEIDADE	24
4.1.4 O DEFEITO COMO EFEITO: LOMOGRRAFIA	25
4.1.5 A HIBRIDIZAÇÃO COM O ANALÓGICO: INSTAGRAM	29
4.2 O DESIGN GRÁFICO CONTEMPORÂNEO	31

EIXO PRÁTICO

5 PROJETO #SAVETHEFILM	36
5.1 ANÁLISE DE SIMILARES	37
5.2 PROJETO DE DESIGN GRÁFICO	38
5.2.1 IDENTIDADE VISUAL	38
5.2.1.1 A MARCA	39
5.2.1.2 PROJETO TIPOGRÁFICO	40
5.2.1.3 PALETA DE CORES	44
5.2.1.4 PERSONAGENS (MASCOTES)	45
5.3 FOTOGRAFIAS PROMOCIONAIS	46
5.3.1 ANALÓGICAS	46
5.3.2 DIGITAIS	56
5.4 PRODUTOS DE DESIGN GRÁFICO	65
5.4.1 CANECAS EM CERÂMICA	66
5.4.2 GARRAFAS EM ALUMÍNIO	68
5.4.3 INFOGRÁFICOS	69
5.4.4 BRINDES	70
5.4.4.1 CHAVEIROS DE BOBINA	70
5.4.4.2 BROCHES (BOTTOMS/PINS)	74
5.5 MÍDIAS DIGITAIS	78
5.5.1 O SITE	78
5.5.2 MÍDIAS SOCIAIS	82
5.5.2.1 INSTAGRAM	82
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	84
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	86
GLOSSÁRIO	90
APÊNDICES	92
ANEXOS	94

PROCESS: TCC EM DESIGN | #savethefilm | RESPONSIBLE CHEMIST: LAÍS A. MARGADONA

EIXO TEÓRICO

1 INTRODUÇÃO

2 OBJETIVOS

2.1 GERAL

2.2 ESPECÍFICOS

3 METODOLOGIA

4 REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 BREVE HISTÓRIA DA FOTOGRAFIA

4.1.1 DAS CHAPAS DE GRANDE FORMATO AO FILME FLEXÍVEL

4.1.2 DO FILME FLEXÍVEL À FOTOGRAFIA COM GADGETS

4.1.3 A RESSIGNIFICAÇÃO DO ANALÓGICO NA CONTEMPORANEIDADE

4.1.4 O DEFEITO COMO EFEITO: LOMOGRAFIA

4.1.5 A HIBRIDIZAÇÃO COM O ANALÓGICO: INSTAGRAM

4.2 O DESIGN GRÁFICO CONTEMPORÂNEO

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso é resultado de uma pesquisa de caráter teórico-prático que perdura há dois anos, desenvolvida em duas iniciações científicas. Dessa forma, apresenta um denso conteúdo teórico fundamental para contextualizar e justificar a elaboração do projeto prático.

Este relatório está organizado em dois grandes eixos: **Eixo Teórico**, uma monografia contendo o escopo acadêmico do projeto; e **Eixo Prático**, abarcando o trabalho transdisciplinar de design e fotografia realizado com base na pesquisa levantada.

O **Eixo Teórico** contém a investigação do papel da fotografia analógica atualmente – qual seria o destino da captura em filme em uma realidade permeada por gadgets? Estaria fadada à extinção ou a um processo de revitalização por meio da plataforma digital? A mesma pergunta nos ocorreu em relação aos processos tradicionais do design gráfico, como a caligrafia e os antigos sistemas de impressão. Buscamos adicionar reflexões sobre os assuntos dentro do **Referencial Teórico**.

Pensando nesse contexto, realizamos um projeto transdisciplinar entre o Design e a Fotografia, denominado *#savethefilm*. Dentro das duas grandes áreas, as competências exigidas podem ser subdivididas em: **1. Design** (Produção Gráfica, Tipografia, Web Design e Recursos Computacionais) e **2. Fotografia** (Técnica Analógica e Digital).

No **Eixo Prático**, realizamos a proposta do projeto *#savethefilm*, uma iniciativa que busca unir o amor à fotografia analógica ao design e ao potencial colaborativo da Internet. Foi percebida a oportunidade de realizar um trabalho prático de ressignificação do analógico na fotografia e no design, interligando e ressignificando técnicas tradicionais de ambos os sistemas, em diálogos híbridos. Em sua etapa final, o projeto seria veiculado em um portal *online* que agregasse informações a respeito da fotografia analógica, com conteúdos compartilháveis em mídias sociais.

Por fim, este trabalho encontra-se em desenvolvimento em um espaço e tempo cujas questões, tais como as implicações trazidas pela plataforma digital à fotografia e design, ainda não se encontram plenamente absorvidas e assimiladas.

Em síntese, o projeto a ser apresentado para fins de conclusão de curso em **Design – Habilitação em Design Gráfico**, é um desdobramento dos estudos de ressignificação de processos analógicos em tempos digitais. Estabelecer diálogo entre duas linguagens que utilizam sistemas estéticos e ferramentas distintas, o design e a fotografia, constitui um complexo desafio técnico e criativo, exigindo manipulação adequada de cada área, bem como o entendimento do potencial expressivo de cada sistema, separadamente e em conjunto.



Fotografia analógica “Espiral”
 Fonte: Fotografias premiadas no III Concurso Fotografe o Campus (UNESP/Bauru), 2013. Autoria de Laís Margadona.



Foto: Elaborado pela autora/ Acervo pessoal

Relato pessoal da autora

Iniciei este trabalho a partir de meu interesse pessoal em câmeras analógicas. Na infância, me sentia maravilhada com a magia do filme e dos álbuns de fotografia. Em 2011, tive minha primeira aula sobre o assunto; porém, só me apaixonei pela fotografia um ano depois, após clicar com uma velha câmera Pentax K-1000.

Não me fugirá da memória a emoção que senti após visualizar meu primeiro rolo de filme revelado e ampliado; era como se eu estivesse contatando a fotografia pela primeira vez. Assim como os jovens lomógrafos de Viena, senti que era capaz de enxergar o mundo com novos olhos.

A câmera que meus pais usaram para me fotografar quando criança é um dos equipamentos que uso hoje, vinte e três anos depois. Me encanta utilizar câmeras que têm tantos cliques para contar. Me encanta, ainda mais, ver que elas imprimem essa história em suas imagens, através de imprevistos que a assepsia do digital não é capaz de oferecer espontaneamente.

Por fim, desejei entender qual seria o contexto dessa tecnologia antiga na contemporaneidade em que vivo – e me surpreendi com diversos trabalhos acadêmicos enumerando a Lomografia, e também, o aplicativo Instagram. Com o auxílio de minha orientadora, descobri que o analógico também é ressignificado no design gráfico contemporâneo. Dessa forma, iniciei o projeto *#savethefilm*, buscando unir pesquisas que trabalhei durante a graduação e realizar um projeto prático híbrido entre esses dois sistemas, design e fotografia.

2 OBJETIVOS

Enumeramos o que pretendemos alcançar ao longo deste trabalho.

2.1 GERAL

O objetivo geral deste trabalho consiste na criação de um projeto transdisciplinar, denominado “*#savethefilm*”, o qual busca ressignificar e divulgar a fotografia analógica na contemporaneidade digital, utilizando como principais ferramentas o design gráfico e o potencial colaborativo da Internet e das mídias sociais.

2.2 ESPECÍFICOS

- Contextualizar o trabalho através de um traçado do percurso da fotografia analógica, enfatizando seus usos na contemporaneidade;
- Compreender como o design gráfico contemporâneo se relaciona com os processos de ressignificação do analógico ocorridos na fotografia;
- Interligar e ressignificar técnicas tradicionais do design gráfico e da fotografia, tendo como parâmetro a estética do design gráfico contemporâneo;
- Inspirar fotógrafos a resgatar a estética analógica e divulgar trabalhos analógicos produzidos por fotógrafos contemporâneos, e
- Explorar o potencial imagético das fotografias através da criação de produtos gráficos para possível comércio em uma loja virtual pertencente ao site, visando um futuro amparo financeiro do projeto.

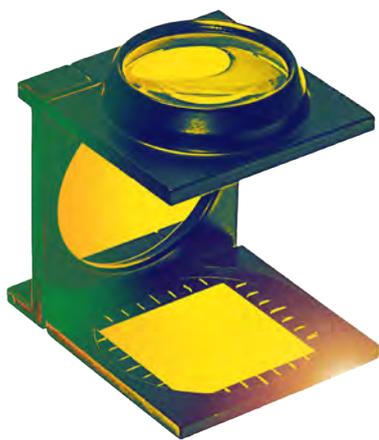


3 METODOLOGIA

A execução deste trabalho, de caráter teórico-prático, baseou-se nas seguintes etapas metodológicas:

EIXO TEÓRICO

1. Revisão bibliográfica a respeito da história da fotografia sob uma perspectiva histórico-técnica, tendo a Lomografia e o Instagram como principais objetos de estudo de caso acerca do uso e ressignificação da fotografia analógica na contemporaneidade digital;
2. Revisão bibliográfica a respeito do design gráfico contemporâneo, descrevendo como seu contexto se liga ao da fotografia analógica atualmente;
3. Elaboração de um glossário, localizado ao final deste trabalho, contendo a descrição de termos técnicos que não puderam ser explanados ao longo do texto, e
4. Produção acadêmica preliminar e participação em eventos científicos e cursos ligados à Fotografia, Design e Comunicação.



EIXO PRÁTICO

1. Delimitação da proposta do projeto *#savethefilm* e execução da análise de similares;
2. Elaboração da identidade visual do projeto, considerando as plataformas em que será veiculado, digital e impressa;
3. Utilização do Laboratório de Fotografia da FAAC/UNESP, para estudos e experimentos em revelação preto-e-branco, e do Estúdio de Fotografia da FAAC/UNESP, para elaboração de imagens digitais;
4. Seleção de fotografias analógicas produzidas por fotógrafos e designers contemporâneos para veiculação no site e mídias sociais do projeto *#savethefilm*;
5. Confecção do site oficial do projeto *#savethefilm*, utilizando a plataforma Wordpress, contendo material textual e imagético informativo a respeito da fotografia analógica;
6. Realização de entrevistas para uso em matérias informativas do site;
7. Criação das páginas nas mídias sociais e
8. A metodologia de criação e produção do projeto e produtos gráficos, além das mídias digitais será descrita mais pormenorizadamente ao longo dos itens.

4 REFERENCIAL TEÓRICO



A **contemporaneidade**, espaço temporal deste trabalho, carrega consigo “misturas, convergências e multiplicidades (...), sobretudo nos processos e produtos das culturas, comunicações, artes e design” (NOJIMA, BRAIDA e MOURA, 2014). Nesse contexto, notamos a tendência da emulação do estilo artesanal, por meio da hibridização entre os diferentes tipos de ações analógicas com as técnicas digitais, e vice-versa. Esse processo tem sido notado em áreas como a fotografia e o design gráfico.

"Nunca se viu tanta mistura de linguagens como há na contemporaneidade, sobretudo após a popularização dos computadores pessoais."
(NOJIMA, BRAIDA E MOURA, 2014)

Na **fotografia**, a plataforma analógica tem sido revitalizada através do compartilhamento das imagens digitalizadas, via processo de escaneamento, o que permitiu que as tradicionais ampliações pudessem ser facilmente veiculadas em sites e mídias sociais. Em outra via, a fotografia digital beneficia-se da estética analógica, ao possibilitar a adição artificial de defeitos comuns à fotografia em filme, realizada por aplicativos como o Instagram. Este quadro representa “um movimento típico de expansão, de aquisição de espaços com e a partir de interações com meios precedentes, ou já existentes” (SILVA JUNIOR, 2012, p.7).

Dentro do **design gráfico**, apesar da contínua modernização dos processos, notamos uma grande quantidade de cursos voltados para o ensino de técnicas tradicionais, como a caligrafia, xilogravura, litografia, aquarela, etc., oferta decorrente da grande procura efetivada por jovens designers. Em um processo híbrido semelhante ao que tem ocorrido na fotografia, trabalhos de cunho artesanal têm sido retrabalhados – ou até mesmo emulados – através de ambientes virtuais. Para Rocha (2011), irregularidades e desgastes são capazes de conferir às peças gráficas “um aspecto ‘humano’ e pessoal, em contraposição à assepsia visual do sistema digital” (ROCHA, 2011, p.152).

Assim, diferentemente de previsões pessimistas de extinção do analógico pela acirrada competitividade do digital, acreditamos que tem havido um movimento de resgate e ressignificação entre as tecnologias, num processo realimentativo de benefício mútuo.

4.1 BREVE HISTÓRIA DA FOTOGRAFIA

Este início de século XXI é marcado por uma farta produção fotográfica (MARTINS, 2014, p.16). Eventos como a democratização de vários tipos de equipamentos para a captura – de câmeras digitais a diversos modelos e tipos de gadgets –, auxiliados pela facilidade de compartilhamento da Internet e das mídias sociais, acabaram por incentivar e possibilitar a ampla produção e divulgação fotográfica. Segundo a fotógrafa brasileira Kitty Paranguá em entrevista a Martins (2014), “A or-

Fotografia (photos = luz, graphein = escrever), é a "arte de produzir imagens de um objeto qualquer, por meio do aparelho fotográfico" (BROWNER, 1967, p.19)

dem agora é registrar tudo. O mundo está sendo tomado por imagens” (MARTINS, 2014, p.46). Ainda, Ymayo Filho (2003, p.15) afirma que a facilidade de compartilhamento permitido pela telefonia celular “é algo que está revolucionando o mundo dos negócios e o comportamento das pessoas” e Silva Junior (2012, p.5) acrescenta que “agora, no início do século XXI, as fotografias são vistas de muitas maneiras. E a grande maioria delas não envolve a ideia clássica presente até os anos 1990”.

4.1.1 DAS CHAPAS DE GRANDE FORMATO AO FILME FLEXÍVEL

Historicamente, porém, o processo fotográfico não configurava um fazer acessível, econômico e de resultados rápidos como visto na contemporaneidade digital. A primeira imagem inalterável produzida pela ação da luz foi gerada por Joseph Niepce, em 1826, em um processo heliográfico inadequado para reproduções comuns. Louis Daguerre, em 1835, iniciara a gravação de imagens com uma chapa revestida com prata e sensibilizada com iodeto de prata e, em 1837, padronizou o processo com chapas de cobre sensibilizadas com prata e tratadas com vapores de iodo. Predominava, portanto, a fotografia em grande formato e a execução de todas as etapas do processo físico-químico, do clique à ampliação, pelo próprio fotógrafo.

Em 1888, todavia, o norte-americano George Eastman iniciou um histórico legado ao lançar a compacta e democrática Brownie, pequena câmera projetada para ser vendida a apenas um dólar, o que aproximou a fotografia do usuário comum. Em 1892, é fundada a Eastman Kodak Company, a qual trouxe outra importante inovação: a película fotossensível flexível, também conhecida como *american film*, a qual aposentou as antigas chapas de grande formato. No trecho a seguir, Martins (2014) nos explicita a importância desse tipo de filme para a democratização da fotografia:

Em 1877, com a criação do filme flexível (...), ele [George Eastman] fez com que a fotografia deixasse de ser domínio exclusivo de profissionais. A introdução da máquina de filme de rolo flexível barateou os custos e fez surgir muitos novos fotógrafos. (MARTINS, 2014, p.49).

As contribuições da empresa de Eastman certamente trouxeram diversas revoluções ao fazer fotográfico e criaram parâmetros de qualidade tanto nos materiais de captura quanto no processamento posterior do material sensível à luz. O filme diapositivo *Kodachrome*, produzido em escala a partir de 1935, por exemplo, foi tido por décadas como símbolo de qualidade fotográfica, admirado pela fidelidade na reprodução das cores e granulação sutil. Já o lendário *slogan* da empresa, “Aperte o botão que nós fazemos o resto”, cunhado na alvorada do século XX, explicita a intenção de apartar o usuário das complexas e minuciosas etapas de revelação e ampliação em laboratório. Silva Junior (2014, p.119) define este pós-processamento do filme como um saber científico, “de caráter especializado, tecnocrático, encriptado”, impróprio para leigos sem pretensões maiores em relação à técnica fotográfica. Nesse sentido, liberar o usuário do *know-how* especializado configurou mais um êxito da

empresa de Eastman na democratização e popularização da fotografia.

Não obstante as transformações trazidas pela Eastman Kodak Company, fotografar analogicamente ainda envolvia diversos outros contratempos. Custos com equipamentos e processamentos físico-químicos (ainda que feitos por laboratórios terceirizados), além da dificuldade de manuseio dos negativos e dos pesados álbuns fotográficos desagradava aos leigos, os quais também estavam sujeitos à problemática dos constantes imprevistos nas ampliações. Vinhetas, desfoques, vazamentos de luz

eram defeitos comuns gerados por câmeras analógicas dotadas de baixa qualidade estrutural, comuns devido ao seu preço acessível. De fato, a popular câmera soviética LOMO LC-A, produzida em massa a partir de 1984, era um desses exemplares baratos, de controles automáticos e originalmente projetados para venda em massa. A objetiva fixa confeccionada em material plástico da LOMO LC-A gerava uma série de aberrações cromáticas e distorções angulares nas imagens geradas, defeitos que foram posteriormente ressignificados pela Lomografia, como veremos mais adiante.

4.1.2 DO FILME FLEXÍVEL À FOTOGRAFIA COM GADGETS

Durante as décadas de 1960 e 1970, a técnica fotográfica evoluiu a ponto de substituir a tradicional película recoberta por emulsão fotossensível, o filme, pelo sensor digital. O fotógrafo brasileiro Ricardo Pimentel nos faz um paralelo entre a revolução digital e a criação de câmeras analógicas de pequeno formato:

Revolução igual a esta [a instauração da fotografia digital] talvez só tenha acontecido na época em que surgiram as primeiras máquinas de bolso, substituindo os enormes e pesados equipamentos de outros tempos. Se imaginarmos que durante cerca de 160 anos a utilização de filmes e o processo de revelação foram dois conceitos básicos da fotografia e que em apenas dez ou 15 anos eles praticamente deixaram de existir, especialmente no universo profissional, podemos ter uma dimensão do momento de transformação em que vivemos. (MARTINS, 2014, p.17)

Nos anos 1990, a Kodak lançou a primeira câmera totalmente digital, a Kodak DCS 100 (TRIGO, 2012, p.179), o que fez com que as facilidades da captura em que o custo do clique é praticamente zero, aposentasse os antigos equipamentos de filme e os gastos com ampliações — ainda que, durante um certo período de transição, muitos

fotógrafos resistissem em aceitar a nova plataforma, por acreditar que a fotografia digital, de alguma forma, retirava a “magia” da fotografia. (VALLE, 2012, p.4)

Alegando a competição desleal com o digital, a Kodak Company progressivamente retirou produtos analógicos do mercado, o que culminou na extinção do legendário *Kodachrome*, em 2009, filme positivo eternizado por sua qualidade na reprodução da cor. Entrementes, a empresa responsável pela popularização da fotografia analógica instantânea, a Polaroid Corporation, decretava falência em 2008.

Diversos fotógrafos, profissionais e amadores, rendiam-se às facilidades da captura digital e relegavam suas tradicionais câmeras de filme a segundo plano. “O filme fotográfico, apesar de suas inegáveis qualidades e ligação absoluta com a história da imagem e da cultura, está destinado nos próximos anos, a ter um uso muito limitado”, afirma Trigo (2012, p.15). O fotógrafo Evandro Teixeira, em depoimento a Martins (2014, p.33), testemunha que o equipamento analógico de alta qualidade era pesado, enquanto que as atuais câmeras são mais práticas e detêm qualidade excepcional. Ainda, assegura que a fotografia tradicional “vai acabar

Em 2008, a Polaroid Corp. decretara falência, e no ano seguinte, o filme Kodachrome foi retirado de mercado.

restrita a uma elite, como um hobby” (MARTINS, 2014, p.34). O fotógrafo Leonardo Aversa ainda acrescenta:

Comparar hoje as possibilidades das máquinas analógicas e seus filmes com as possibilidades das máquinas digitais é como comparar cinema falado com cinema mudo. Logo que surgiu o cinema falado, é claro que muita gente se revoltou contra o que considerava um total absurdo, mas houve uma aceitação gradual e atualmente não conheço um cineasta que pense em fazer filmes mudos. (MARTINS, 2014, p.25)

4.1.3 A RESSIGNIFICAÇÃO DO ANALÓGICO NA CONTEMPORANEIDADE

Nossos principais objetos de estudo de caso são a **Lomografia**, movimento de fotógrafos analógicos contemporâneos, e o **Instagram**, cujas fotografias digitais manipuladas pelo aplicativo remetem ao visual analógico, como se intentassem adicionar ao arquivo em pixel a nostalgia e apelo retrô das antigas imagens em filme. Ao longo dos próximos subitens, iremos também enfatizar a importância da Internet e das mídias sociais para essa ressignificação e resgate do analógico feita por ambos objetos.

Se a queda dos dois gigantes analógicos Eastman Kodak Company e Polaroid Corporation implicou na rejeição dos equipamentos em filme, observamos no decorrer deste trabalho, um movimento de resgate da tradicional técnica. O movimento lomográfico, por exemplo, popularizou-se a ponto de duas filiais de sua marca oficial, a Lomography, terem sido inauguradas no Brasil em 2011 e 2012. Já o aplicativo para dispositivos móveis Instagram detém imensa popularidade desde os últimos quatro anos de sua criação.

O encontro e hibridização entre ambas plataformas, na fotografia, pode ser resumido da seguinte forma: o digital é capaz de oferecer a facilidade de compartilhamento e publicação das imagens, enquanto o analógico disponibiliza uma valiosa estética diferenciada num contexto de superprodução imagética.

Vivemos num momento de encontro entre o analógico e o digital, num processo híbrido de beneficiamento mútuo.

Digital: facilidade de compartilhamento e publicação das imagens



Analógico: uma estética diferenciada, conhecida como vintage ou retrô

Todavia, não só o aplicativo Instagram e o movimento lomográfico são responsáveis pela ressignificação do analógico: antigos funcionários da Polaroid Corporation fundaram o **The Impossible Project**, responsável pela fabricação e venda de filmes polaroides para as antigas câmeras da Polaroid; a **Fujifilm** continua a comercialização da câmera instantânea Fuji Instax; e no digital, vemos diversas novas ferramentas similares ao Instagram, como o aplicativo **Retrica** e o programa multiplataformas **Pixlr-o-Matic**. No Instagram, produções analógicas digitalizadas têm sido publicadas com hashtags como **#savethefilm** (“preserve o filme”), **#keepfilmalive** (“mantenha o filme vivo”) e **#filmisnotdead** (“o filme não está morto”).

Assim, é importante afirmar que a plataforma analógica tem sido retomada e ressignificada pelos jovens fotógrafos. Para a Lomografia, “o futuro é analógico”, ou seja, aqueles que nasceram dentro do domínio da fotografia digital agora podem desfrutar das “novas” possibilidades expressivas da fotografia analógica na contemporaneidade. Monforte (1997), em sua obra sobre experimentalismo fotográfico, enfatiza a importância de se praticar esse tipo de fotografia, “na qual o fotógrafo traduz a experiência visual nas múltiplas camadas de emulsão fotossensível” (MONFORTE, 1997, p.11).

4.1.3.1 O DEFEITO COMO EFEITO: LOMOGRAFIA

O marco inicial do movimento lomográfico são os anos 1990; porém, a câmera a qual batizou o movimento, a russa Lomo LC-A (Lomo Kompakt Automat) surgiu no início da década de 1980, em São Petersburgo, e produzida em massa a partir de 1984. Posteriormente, foi exportada para países soviéticos como a Ucrânia, Polônia, Cuba e República Tcheca (figura 1).

A Lomo LC-A foi “originalmente projetada como uma câmera automática capaz de prover ao povo soviético uma durável ferramenta para o registro fotográfico diário” (LOMOGRAPHY, 2012a, p.11, tradução nossa). A ideia era a de competir com as importadas câmeras japonesas. Já em 1988, cerca de 15.000 câmeras estavam sendo manufaturadas mensalmente.

Em 1991, após o declínio da União Soviética e fim da Guerra Fria, um grupo de estudantes austríacos descobre a Lomo LC-A (LOMOGRAPHY, 2012b, p.16). Utilizando-se das distorções da lente Minitar 1, o grupo captura de modo casual e informal as ruas de Praga e a si próprios (figura 2). Ao visualizarem as fotografias ampliadas, os estudantes se surpreenderam com o aspecto saturado e brilhante das imagens. “Eles se maravilharam como as fotos pareciam diferentes e vibrantes”.



Figura 1 – Soviético empunhando uma Lomo LC-A
Fonte: LOMOGRAPHY, 2012b, p.14

Figura 2 – Uma das primeiras fotografias lomográficas, capturada pelos jovens vienenses nos anos 1990
Fonte: <microsites.lomography.com/lca+/history>, Acesso: 01 ago. 2014.



tes. Pareciam agora capazes de visualizar o mundo através de olhos diferentes” (LOMOGRAPHY, 2012b, p.16, tradução nossa).

Em 1992, os lomógrafos de Viena lançaram no jornal *Wiener Zeitung* o manifesto denominado “As 10 Regras de Ouro da Lomografia”:

- 1) Leve sua câmera onde quer que você vá;
- 2) Use a todo momento, dia e noite;
- 3) A Lomografia não é uma interferência na sua vida, é parte dela;
- 4) Tente fotografar de todas as maneiras;
- 5) Aproxime-se dos objetos que movem o seu desejo Lomográfico o mais perto possível;
- 6) Não pense;
- 7) Seja rápido;
- 8) Você não precisa saber o que foi capturado no filme;
- 9) E depois também;
- 10) Não leve a sério nenhuma regra. (LOMOGRAPHY, 2012b, p.18-20, tradução retirada do site da Lomography Brasil¹)

O manifesto também afirma que a Lomografia emergiu como consequência de um encontro acidental entre técnica, economia e condições artísticas (LOMOGRAPHY, 2012b, p.22). Instituições culturais altamente elitizadas, como museus e galerias, não conseguiam mais garantir sua subsistência em um meio repleto de expressão criativa espontânea, oriunda de artistas que desejavam desafiar o status quo e interesses puramente comerciais.

A publicação do manifesto marcou também a fundação da **Lomographic Society International** (LSI), em Viena, com o objetivo de difundir os preceitos da Lomografia. No entanto, as câmeras Lomo LC-A ainda precisavam ser encontradas e importadas da Europa oriental, em especial, da Rússia. Após o conhecimento da cultura lomográfica, a LOMO PLC, produtora original da LC-A, convida lomógrafos do mundo todo a visitar sua fábrica em São Petersburgo. Em 1995, após acordo com a LOMO LPC, a LSI inicializa oficialmente a comercialização de câmeras LC-A (LOMOGRAPHY, 2012b, p. 25-30). Mais tarde, a LSI ficou conhecida apenas como **Lomography**.

Com o advento da World Wide Web, os amantes da Lomografia puderam compartilhar suas obras e ideias mundialmente com eficiência, através do portal online da Lomography (figura 4). Em 2008, os lomógrafos cunham o lema “O Futuro é Analógico”. Mais e mais pessoas jovens, nascidas na hegemonia do digital, descobriam a fotografia em filme pela primeira vez, assim como os



Figura 4 – Homepage da Lomography
Fonte: <www.lomography.com>, Acesso: 01 ago. 2014.

jovens vienenses nos anos 1990.

Em 2006, foi lançada a nova LOMO LC-A+, produzida na China e dotada das características originais da câmera substituída. A soviética Diana F também foi relançada e atualizada (figura 5).

É necessário mencionar que o movimento também inclui o Brasil. Em 2012, foi inaugurada a segunda loja lomográfica, em São Paulo; e a primeira, no Rio de Janeiro, existe desde 2011. Além disso, o site oficial da Lomography Brasil é responsável por difundir material para estudo e os preceitos lomográficos em português (figura 6). O site também publica a produção de lomógrafos brasileiros, num sistema semelhante ao das redes sociais (figura 7). Por fim, a Lomography Brasil foi responsável pela venda online dos equipamentos em terras nacionais (figura 8), processo que foi repassado para terceiros em dezembro de 2013.

Por fim, a difusão das fotografias digitalizadas não é restrita aos círculos lomográficos. É possível veiculá-las nos mais diversos tipos de sites e redes sociais, tais como esta reprodução de uma fotografia de Phillippe Machado, ex-representante da Lomography Brasil, veiculada publicamente em sua conta na rede social Facebook (figura 9). É interessante notar que o fotógrafo adicionou à legenda da imagem o modelo da câmera e nome de filme utilizados.

Figura 9 – Fotografia lomográfica em rede social. Sem título, por Philippe Machado
Fonte: <[facebook.com/philmachado](https://www.facebook.com/philmachado)>. Acesso: 01 ago. 2014.

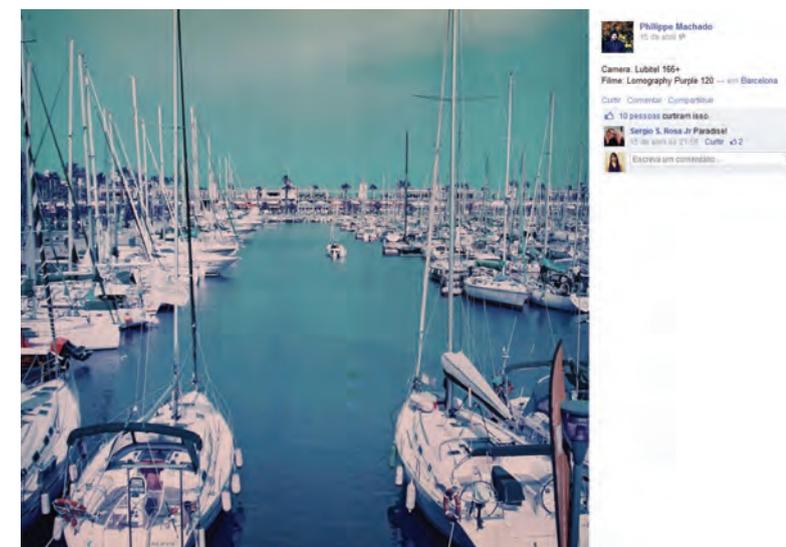
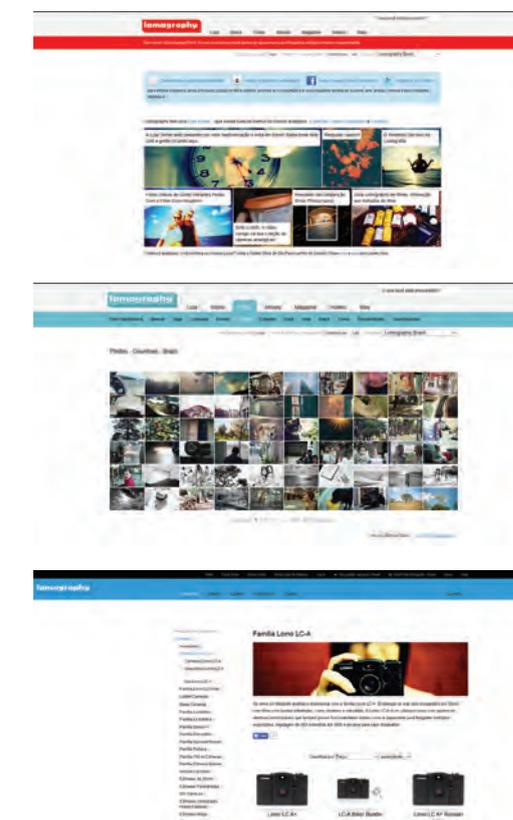


Figura 5 – Câmeras LOMO LC-A+ e Diana F+
Fonte: LOMOGRAPHY, 2012a, p.20 e p.94.



Figuras 6, 7 e 8 – Homepage da Lomography Brasil; página com publicações de fotógrafos brasileiros e loja virtual da Lomography Brasil
Fonte: <www.lomography.com.br>, <www.lomography.com.br/photos/countries/30-brazil> e <shop.lomography.com/br/>. Acesso: 01 ago. 2014.

1 Disponível em: <www.lomography.com.br/about/the-ten-golden-rules>. Acesso em: 29 ago. 2014.

Logo, a cultura lomográfica utiliza-se de câmeras leves, compactas e baratas – inclusive, algumas contam com objetivas simples confeccionadas em plástico –, sem a preocupação com a perfeição formal das imagens, e sim com a adequação ao intuito ansiado, contando com o imprevisível. Foram justamente as falhas execradas pelos

fotoógrafos analógicos tradicionais que foram incorporadas à estética do movimento. De certa forma, é possível inferir que a Lomografia é uma: estética fotográfica; movimento alternativo de fotoógrafos analógicos e loja internacional de câmeras e equipamentos lomográficos. O defeito é incorporado como efeito.

A Lomografia é uma estética fotográfica, movimento alternativo de fotoógrafos analógicos e loja internacional de câmeras e equipamentos analógicos

Ao navegarmos na homepage da Lomography, observamos diversos exemplos da hibridização entre as plataformas analógica e digital na fotografia. Primeiramente, as fotografias originais, antes em ampliações ou negativos físicos, foram transformadas em arquivo binário através do processo de escaneamento. Ou seja, a imagem original teve suas características nativas hibridizadas com as da plataforma digital. Realizamos um diagrama ilustrativo desse processo de conversão da imagem analógica em arquivos digitais (figura 11).

Como ponto positivo, o manejo de pesados álbuns com ampliações é substituído pela facilidade de armazenamento e navegação das imagens binárias. Porém, a

fotografia híbrida também sofrerá com questões e dificuldades da fotografia digital, como a efemeridade do registro fotográfico em um contexto de super-produção. Para Kitty Paranaguá (MARTINS, 2010, p.44), “as imagens se perdem da mesma maneira como circulam”.

Por outro lado, a fotografia híbrida, originalmente analógica, se beneficia dos mecanismos de publicação da internet. Dificilmente a produção fotográfica em filme, realizada por amadores, seria tão vista e difundida somente dependendo do suporte do negativo e da ampliação. A homepage da Lomography, além de redes sociais como o Flickr, tornam eficientes a publicação e divulgação da fotografia analógica hibridizada.



Figura 10 – Diagrama ilustrando o processo de digitalização de imagens através do escaneamento
Fonte: Elaborado pela autora

4.1.3.2 A HIBRIDIZAÇÃO COM O ANALÓGICO: INSTAGRAM

No contexto da popularização da fotografia digital em dispositivos móveis, temos visto a ampla difusão de aplicativos que conferem às fotografias um visual e apelo semelhantes aos dos retratos antigos, adicionando ao arquivo em pixel as surpresas e inesperados resultados técnicos comuns ao processo analógico. O primeiro e mais popular deles, o **Instagram**, é gratuito e foi lançado em outubro de 2010 para a plataforma iOS. Em abril de 2012, ao ser lançado para o sistema operacional Android, o aplicativo alcançou cerca de 1 milhão de downloads em 24 horas¹. No mesmo ano, o aplicativo foi comprado pela rede social Facebook por 1 bilhão de dólares². Em março de 2014, atingiu-se a marca de 200 milhões de usuários ativos num fluxo de 60 milhões de novas imagens postadas ao dia³.

A empresa foi originalmente criada por Kevin Systrom e Mike Krieger em 2010, sem qualquer capital ou modelo específico de negócios. Não havia recebido financiamentos até fevereiro de 2011, quando anunciou a agregação de US\$ 7 milhões em aportes provenientes de inúmeros investidores. (SILVA JUNIOR, 2012, p.2)



O aplicativo tem permitido a aplicação de filtros em fotografias recém-tiradas, aliando a agilidade da captura e a facilidade de alteração dos resultados, típicos do digital, com a simulação de um visual analógico, ainda que feito inteiramente por processo digital. Os filtros gratuitos e a rede social do Instagram têm proporcionado a experts e, sobretudo a leigos, a possibilidade de produzir e divulgar de maneira sistemática a sua produção fotográfica dotada de apelo retrô, como se as fotos proviessem de máquinas analógicas. Os filtros são *presets*, ou seja, uma série de configurações predefinidas que podem ser aplicadas com facilidade, e são batizados com nomes curtos como *Lo-Fi*, *Valencia* e *X-Pro II*. Sua clara inspiração provém dos filtros físicos, que podem ser anexados às objetivas das câmeras tradicionais. Assim, cada um dos filtros digitais do aplicativo é capaz de

alterar, de maneira pré-definida, automatizada e rápida, itens como saturação, balanço de cores, contraste, desfoques, vinhetas e formato das imagens originalmente captadas. O usuário intuitivamente escolhe, na prática, qual filtro mais lhe agrada para determinada imagem. Atualmente, constam vinte e duas opções de filtros gratuitos.

A clara inspiração dos filtros digitais do Instagram provém dos filtros tradicionais utilizados na fotografia

Para a melhor compreensão do funcionamento dos filtros digitais, uma fotografia originalmente captada por câmera tradicional (Canon EOS T3), transferida para o gadget via Bluetooth, e sua aparência após a aplicação de um filtro do Instagram (figuras 11 e 12).

1 veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/instagram-no-android-1-milhao-de-downloads-em-24-horas. Acesso em 01/07/2014.
2 veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/facebook-compra-instagram-por-1-bilhao-de-dolares. Acesso em 01/07/2014.
3 g1.globo.com/tecnologia/tem-um-aplicativo/noticia/2014/03/instagram-atinge-marca-de-200-milhoes-de-usuarios-ativos-por-mes.htm. Acesso em 01/07/2014.



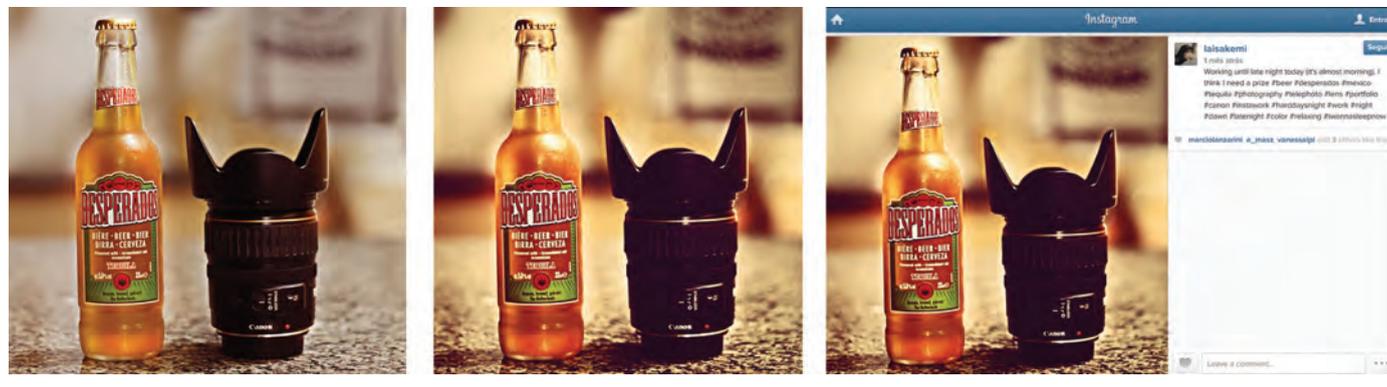
Figuras 11 e 12 – Fotografia digital original e após tratamento pelo Instagram
Fonte: Elaborado pela autora

É possível perceber algumas modificações visuais em relação à fotografia original:

- Alteração do formato originalmente retangular para quadrado;
- Reenquadramento da cena;
- O filtro aplicado, denominado Earlybird, amarelou os tons da fotografia original, além de aumentar sua saturação, contraste e brilho, e
- Após a aplicação do filtro, foi acrescentada manualmente uma vineta escura e um pequeno desfoque radial do centro da imagem para as bordas.

Logo, as principais etapas do uso da interface são: **Captura > Aplicação de Filtro > Publicação na Rede Social do Instagram** (figuras 13, 14 e 15). Dessa forma, o aplicativo oferece ao usuário uma estação de tratamento de imagem e publicação dos resultados intuitiva e cen-

tralizadora. As imagens podem ficar disponíveis para visualização tanto através de dispositivo móvel, quanto pela interface web. O aplicativo é também inteiramente executado no hardware do *gadget*, e sua instalação e uso são gratuitos.



Figuras 13, 14 e 15 – Três etapas de uso do Instagram: Captura, Aplicação de Filtro e Publicação na Rede Social
Fonte: Elaborado pela autora

Fotografias digitais alteradas por filtros que simulam um visual analógico são também outro exemplo de hibridização e atualização da tradicional fotografia em filme na contemporaneidade digital. Nesse caso, características visuais da produção físico-química, ainda que geradas inteiramente por processo digital, são aplicadas a arquivos originalmente binários. Um dos filtros do Instagram, o *X-Pro II*, busca simular as alterações de cor decorrentes do processo cruzado de revelação colorida.

Interessante notar que essa produção também se beneficia das facilidades de compartilhamento da

plataforma digital: o Instagram tem sua própria, eficiente e interativa rede social, de circulação mundial, para compartilhamento das fotografias híbridas geradas por seus usuários através da interface do aplicativo.

De maneira análoga à Lomografia, a produção imagética do Instagram também documenta o cotidiano valendo-se de falhas do processo analógico para a criação de uma identidade visual diferenciada. No entanto, no caso dos aplicativos e programas como o Instagram, os usuários muitas vezes não possuem conhecimento dos processos fotográficos tradicionais.

4.3 O DESIGN GRÁFICO CONTEMPORÂNEO

Movimento semelhante tem ocorrido, entretanto, no design gráfico: técnicas tradicionais têm sido recriadas e ressignificadas em ambientes virtuais, através de softwares e aplicativos de edição de imagem. Notamos, de forma análoga ao que tem ocorrido na fotografia, um diálogo entre tecnologias, estéticas e conceitos do presente e passado, em que já não é mais possível identificar as tradicionais fronteiras. Torna-se difícil detectar os sistemas envolvidos em uma expressão imagética, visto que são todas as ferramentas são utilizadas simultaneamente e entrelaçadamente. Para o Rocha (2011, p.152), estamos em um momento de subordinação dos códigos visuais a uma nova abordagem técnico-artística.

Strunck (2012) nos define preliminarmente o que é o design gráfico: "A Programação Visual, ou Design Gráfico, é um conjunto de teorias e técnicas que nos permite ordenar a

forma pela qual se faz a comunicação visual" (STRUNCK, 2012, p.76-77). O autor nos explana a importância desta área em uma contemporaneidade saturada de informações:

"O homem urbano é submetido diariamente a milhares de informações visuais (...). Numa sociedade como a nossa, aceleradamente competitiva, só conquistam posições de destaque as ideias que se tornam conhecidas. E, para esse conhecimento seja alcançado da forma mais rápida e eficaz, é da maior relevância a qualidade de suas manifestações visuais" (STRUNCK, 1989, p.11)

Villas-Boas (2003) acrescenta que um projeto de design gráfico consiste num conjunto de elementos visuais, textuais e/ou não textuais, reunidos numa determinada área preponderantemente bidimensio-

nal – a qual pode ou não ser impressa (VILLAS-BOAS, 2003, p.12-13).

Um importante ponto de convergência entre a fotografia analógica e o design gráfico na contemporaneidade é a possibilidade de modificação e retrabalho com o uso de softwares de edição de imagem. O software possibilita a conjugação e hibridização entre sistemas visuais analógicos e digitais. Caso as imagens estejam em suportes físicos, é possível valer-se do processo de digitalização, ou escaneamento, convertendo-as em substratos digitais facilmente modificáveis em ambientes virtuais, como softwares de edição gráfica.

Novamente num ciclo realimentativo, notamos que elementos digitais, nativamente em pixel, buscam emular os antigos métodos de impressão e caligrafia, como vemos, por exemplo, em certas tipografias digitais. O designer brasileiro Claudio Rocha, (2005), reconhecido pelos seus

trabalhos na Oficina Tipográfica São Paulo, pontua: “Nos dias atuais, várias fontes incorporam esse recurso [deformações geradas pelos sistemas de impressão] como um estilo na criação tipográfica (ROCHA, 2005, p.70).

Tomamos como exemplo duas famílias de fonte selecionadas para o projeto gráfico desde trabalho de conclusão de curso. *Brush Up* (figura 16), foi originalmente desenhada a mão em papel e transcrita digitalmente. A materialidade da tipografia caligrafada com

pincel foi transferida para o sistema digital, em que os tipos, segundo Rocha (2005, p.20), “deixam de ser, definitivamente, objetos com propriedades físicas; passaram a ser sequências digitalizadas em código binário, vistos em tela de computador (...)”. Dentro de ambientes virtuais, essa tipografia com características híbridas pode ser retrabalhada e aplicada conforme a necessidade do designer gráfico, em projetos impressos ou digitais (figuras 17 a 21).

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
@ \$ % () Õ Â Í É 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Figura 16 – Tipografia Brush Up
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 17 a 21 – Exemplos de uso da tipografia Brush Up em projetos gráficos contemporâneos
Fonte: <www.myfonts.com/fonts/pintassilgo/brush-up/gallery.html>. Acesso em: 27 abr. 2015.

Já *Letrista Script* (figura 22), tipografia premiada na mostra Tipos Latinos 2012, apresenta elementos da caligrafia com bico de pena em suas características formais.

Lorem Ipsum Dolor Sit Amet
@ \$ % () Õ Â Í É 1 2 3 4 5 6

Figura 22 – Tipografia Letrista Script
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 23 a 26 – Exemplos de uso da tipografia Letrista Script em projetos gráficos contemporâneos
Fonte: <www.myfonts.com/fonts/calderon-estudio-type-foundry/letrista-script/gallery.html>. Acesso: 27 abr. 2015.

O projeto gráfico executado neste trabalho buscou inspiração na estética retrô, o qual pode ser entendido como “um aspecto do pós-modernismo, devido ao seu interesse pelas retomadas históricas, embora ele parafraseie antes o design moderno das décadas entre guerras” (MEGGS e PURVIS, p.616). Nos guiou também a declaração de Raimes (2007, p.6), a qual afirma que “o passado é uma fonte de inspiração em nossa busca constante pela originalidade”.

Na etapa prática, o processo completo da criação e gestão de uma marca foi guiada pelas obras do professor, pesquisador e designer brasileiro Gilberto Strunck (1989, 2012) e de Alina Wheeler (2012), designer e consultora e conferencista norte-americana. Competências em web-design também foram exigidas para a criação e execução

funcional do site. Para tanto, as contribuições de Krug (2006) acerca de usabilidade e como otimizar a navegação do usuário foram essenciais para a organização da arquitetura de informação do layout. Por fim, o panorama de estilos tipográficos apresentado por Rocha (2005) foi consultado para a definição dos alfabetos institucionais impresso e digital.

Manter um arranjo imagético coeso será fundamental ao longo de todo o processo projetual. Assim como dizem Meggs e Purvis (2009), acerca de que a organização visual elementar é capaz de permitir que os arranjos dos

projetos não se desviem da apresentação direta da ideia. Portanto, acredita-se na possibilidade de adotar estética focada na criatividade e no minimalismo para a representação dos conceitos de hibridismo e contemporaneidade.

Assim é o design contemporâneo. Um mundo de ambígua compreensão (...), de ideias e de pensamentos acumulados no tempo, misturado aos nossos humores, emoções, conquistas e recordações. (MELLO apud MOURA, 2014, p.7)

EIXO PRÁTICO

5 PROJETO #SAVETHEFILM

5.1 ANÁLISE DE SIMILARES

5.2 PROJETO DE DESIGN GRÁFICO

5.2.1 IDENTIDADE VISUAL

5.2.1.1 A MARCA

5.2.1.2 PROJETO TIPOGRÁFICO

5.2.1.3 PALETA DE CORES

5.2.1.4 PERSONAGENS (MASCOTES)

5.3 FOTOGRAFIAS PROMOCIONAIS

5.3.1 ANALÓGICAS

5.3.2 DIGITAIS

5.4 PRODUTOS DE DESIGN GRÁFICO

5.4.1 CANECAS EM CERÂMICA

5.4.2 GARRAFAS EM ALUMÍNIO

5.4.3 INFOGRÁFICOS

5.4.4 BRINDES

5.4.4.1 CHAVEIROS DE BOBINA

5.4.4.2 BROCHES (BOTTONS/PINS)

5.5 MÍDIAS DIGITAIS

5.5.1 O SITE

5.5.2 MÍDIAS SOCIAIS

5.5.2.1 INSTAGRAM

5 PROJETO #savethefilm

O projeto “#savethefilm” é uma iniciativa transdisciplinar que busca unir o amor à fotografia analógica ao design gráfico e ao potencial colaborativo da Internet. Seu objetivo é preservar e difundir o registro imagético analógico na contemporaneidade digital, com foco em Lomografia e experimentalismo.

Do inglês *save the film*, a hashtag pode ser traduzida como “salve o filme”, fazendo uma alusão a real possibilidade do filme, principal substrato da fotografia analógica para registro da luz, ser extinto do mercado internacional devido à competitividade da tecnologia digital. A hashtag “#savethefilm” já existe e pode ser encontrada em diversas mídias sociais. Em abril de 2015, cerca de 1.100 publicações com essa hashtag podem ser encontradas no Instagram, contendo, geralmente, imagens analógicas digitalizadas (figura 27).

De forma a explicitar as intenções do projeto, a tagline “Não deixe o filme morrer!” foi elaborada. Wheeler (2012) nos explicita que “uma tagline é uma frase curta que captura a essência, a personalidade e o posicionamento da marca de uma empresa e a diferencia de seus concorrentes” (WHEELER, 2012, p.34). Essas pequenas frases estrategicamente elaboradas têm a função de evocar uma resposta emocional ao consumidor. Assim, nossa tagline busca clamar o público a preservar a fotografia em filme, e, conseqüentemente, a fotografia analógica. Também tem a função de aproximar o projeto #savethefilm a brasileiros não familiarizados com o conceito de hashtag e termos estrangeiros. Por fim, a tagline faz alusão à canção popular “Não deixe o samba morrer”.

O projeto #savethefilm consiste num plano global de várias ações, e deve ser veiculado tanto em mídias impressas quanto digitais. O site, em conjunto com as mídias sociais, deve ser o principal veículo de divulgação. No entanto, produtos gráficos e brindes devem ser utilizados para a divulgação off-line.

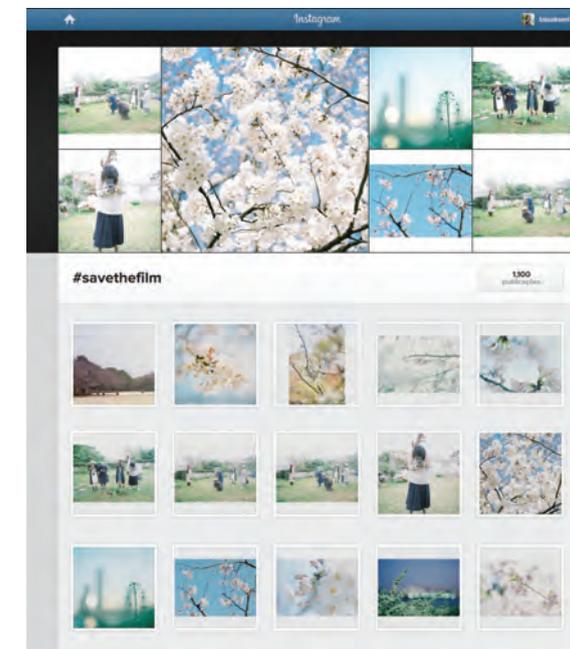
DESIGN GRÁFICO
FOTOGRAFIA ANALÓGICA
LOMOGRAFIA
MÍDIAS DIGITAIS
CONTEMPORANEIDADE



O site busca difundir informações e notícias ligadas ao universo da fotografia analógica. Postagens ligadas somente à fotografia, sem distinções entre plataformas, podem também ser veiculadas em menor número. Produções de fotógrafos contemporâneos também são privilegiadas pelos canais online do projeto #savethefilm, de modo a servir como referência e inspiração.

O público-alvo é constituído por jovens e adultos de ambos os sexos, com idades entre 16 e 28 anos, com primeiro grau completo e/ou nível superior. Estudantes universitários de áreas da comunicação e do design são especialmente focados. É possível que usuários de faixas etárias mais elevadas e ligados à fotografia tradicional possam manifestar interesse pelo projeto; todavia, o foco em Lomografia e experimentalismo é capaz de desagradar olhares mais conservadores.

Figura 27 – Fotografias publicadas com a hashtag “#savethefilm” no Instagram
Fonte: <[instagram.com/explore/tags/savethefilm](https://www.instagram.com/explore/tags/savethefilm)>. Acesso: 04 abr. 2015.



5.1 ANÁLISE DE SIMILARES

Em uma análise de similares, encontramos diversos canais online focados na difusão e ensino da técnica da fotografia analógica (figuras 28 a 31). No Brasil, o principal canal online sobre fotografia analógica é o site Queimando

Filme – *Pense Negativo*, fundado em 2011 (figura 32). Importante mencionar que o site possui uma estratégia de divulgação em diversas mídias sociais, a saber: Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Flickr e YouTube (figuras 33 a 38).



Figuras 28 a 31 – Sites internacionais encontrados na análise de similares: I Still Shoot Film, Analogue Photography 101 – A Lomography Guide, Film Photography Project e Whattaroll Magazine, respectivamente.
Fontes: <www.istillshootfilm.org>, <what-is-analogue-photography.com>, <filmphotographyproject.com>, <whattaroll-mag.com>. Acesso: 04 abr. 2015.

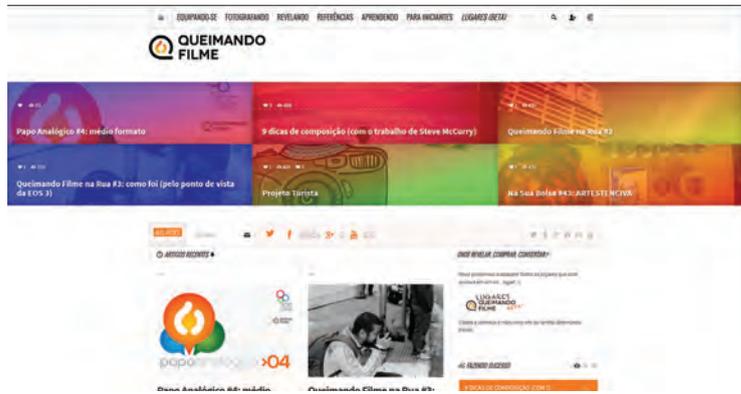
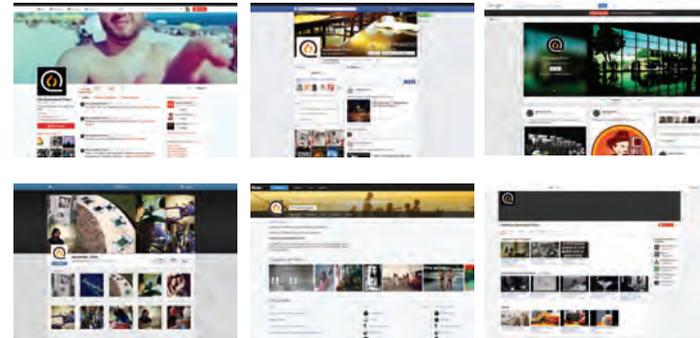


Figura 32 – Homepage do site Queimando Filme – Pense Negativo
Fontes: <www.queimandofilme.com>. Acesso: 04 abr. 2015.



Figuras 33 a 38 – Canal Queimando Filme em diversas mídias sociais
Fontes: <facebook.com/queimandofilme>, <twitter.com/queimando_filme>, <plus.google.com/114623219713212802518>, <instagram.com/queimando_filme>, <instagram.com/queimando_filme>, <youtube.com/user/blogqueimandofilme>. Acesso: 04 abr. 2015.

O projeto Queimando Filme também é responsável pelo evento FilmePalooza, associado ao Instituto Internacional de Fotografia (IIF), em São Paulo. O evento está presentemente em sua quarta edição, e já foi sediado em cidades como São Paulo (SP) e Brasília (DF).

No FilmePalooza, há o encontro entre fotógrafos de todo o país, palestras, workshops, cursos e comércio de equipamentos analógicos. Informações a respeito do evento podem ser encontradas em sua página no Facebook (figura 28).

A autora esteve presente na primeira edição do evento em São Paulo (SP), em 2013, no Instituto Internacional de Fotografia.



Figura 39 – Página do Facebook do evento FilmePalooza
Fonte: <facebook.com/filmepalooza>. Acesso: 04 abr. 2015.

5.2 PROJETO DE DESIGN GRÁFICO

Villas-Boas (2003, p.12-13) esclarece que o projeto de design gráfico consiste num todo, uma combinação ordenada de diversos elementos textuais e/ou não textuais, tais como textos diagramados, elementos tipográficos de maior destaque, ilustrações, fotografias e elementos acessórios – no entanto, não inclui nenhum destes elementos isoladamente (a não ser em práticas projetuais específicas).

5.2.1 IDENTIDADE VISUAL

Dentro do projeto de design gráfico, a identidade visual tem o papel de representar visualmente um nome ou ideia sob determinada forma (STRUNCK, 1989, p.14). Diversas embalagens, impressos, uniformes, veículos, etc.,

programadas visualmente para apresentarem uma consistência apresentam identidade visual. O autor ainda define que são quatro os seus principais elementos compositores: logotipo, símbolo, cores e alfabeto (STRUNCK, 2012, p.95).

"A identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que irão formalizar a personalidade visual de um nome, ideia, produto ou serviço. (...) Devem informar, substancialmente, à primeira vista. Estabelecer com quem os vê um nível ideal de comunicação". (STRUNCK, 1989, p. 14)

As três razões principais para o investimento na confecção da identidade visual consistem na **facilitação da compra pelo consumidor** e da **venda pela equipe de comércio**, além da **construção de**

valor da marca, num mundo reconhecidamente exposto a diversas outras marcas (WHEELER, 2012, p.21). Sua criação e gestão são capazes de posicionar a empresa ou serviço na mente dos consumidores e

demonstrar vantagem competitiva. Nos próximos subitens, iremos apresentar a identidade visual desenvolvida para o projeto **#savethefilm**, dentro da estética do design gráfico contemporâneo.

5.2.1.1 A MARCA

Para Strunck (2012, p.24), "a marca é um nome, normalmente representado por um desenho (logotipo e/ou símbolo), que, com o tempo, devido às experiências reais ou virtuais, objetivas ou subjetivas que vamos relacionando a ela, passa a ter um valor específico", estando associada a empresas, produtos ou serviços, religiões, partidos políticos, instituições e pessoas.

As marcas apresentam três funções principais: **navegação** (ao ajudar consumidores a identificar o produto em meio a um mercado saturado), **segurança** (ao comunicar a qualidade intrínseca ao produto ou serviço) e **envolvimento emocional** (WHEELER, 2012, p.12).

O processo criativo da marca do projeto **#savethefilm** iniciou-se com uma pesquisa de famílias tipográficas para a composição do logotipo. Optou-se por fontes digitais devido à sua versatilidade e facilidade de manipulação em softwares de edição de imagem, utiliza-

dos ao longo de todo projeto. Apesar das famílias terem origem digital, buscamos aquelas que resgatassem elementos da caligrafia ou de falhas dos antigos sistemas de impressão tipográfica.

Quatro conceitos preliminares foram traçados: **legibilidade**, **elementos da caligrafia manual**, **apelo retrô/vintage** e **desenho contemporâneo**.

Realizamos uma análise preliminar de tipografias no site norte-americano MyFonts, distribuidora de fontes digitais para compra internacional. Palavras-chave dos conceitos que estabelecemos anteriormente figuram entre os mais populares na página inicial do site, o que reforça a tendência do vintage e do retrô no design gráfico contemporâneo (figura 40). Após uma pesquisa entre fontes pertencentes às palavras-chaves destacadas, selecionamos preliminarmente algumas famílias (figura 41).

Marca =
Logotipo +
Símbolo (se houver)
(STRUNCK, 2012)



Figuras 40 e 41 – Tags populares de busca no site MyFonts (grifo nosso) e famílias selecionadas preliminarmente para a marca do projeto
Fonte: <www.myfonts.com>. Acesso em: 21 jan. 2015.

Duas fontes decorativas foram escolhidas para a criação dos primeiros esboços da marca: *Brush Up*, desenhada em papel e transcrita digitalmente, e *Letrista Script*, tipografia cursiva, premiada na mostra Tipos Latinos 2012 na categoria título. Buscamos incorporar ao desenho da marca os característicos fotogramas de filme (figura 42).



Figura 42 – Esboços da marca #savethefilm utilizando as fontes *Brush Up* e *Letrista Script* no programa Adobe Illustrator CS6
Fonte: Elaborado pela autora

Conservamos a marca em caixa baixa, de modo a reforçar seu conceito de hashtag, utilizando a fonte *Letrista Script* (figura 43). A fonte *Brush Up* será utilizada, posteriormente, para títulos e destaques em outras aplicações, como produtos gráficos.

A marca admite seis usos básicos: 1. somente logotipo; 2. marca completa: logotipo acompanhado de site e tagline; 3. logotipo acompanhado apenas de tagline (com caixa decorativa); 4. logotipo acompanhado apenas de tagline; 4. logotipo acompanhado apenas de site (com caixa);

5. logotipo acompanhado de site, conforme figura 44.

São recomendadas medidas máximas de redução, de forma a preservar a legibilidade da marca (figura 45). Recomenda-se manter uma área de proteção (não-interferência) da largura de uma hashtag (#) em todas as direções, conforme figura 46. Essa área não deve ser invadida por qualquer outro elemento. Para a aplicação da marca em fundos fotográficos, recomenda-se o uso da marca em branco com aplicação de sombra projetada.

#savethefilm

Figura 43 – Marca final #savethefilm sem tagline
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 43 – Variações de uso permitidas pela marca
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 44 – Medidas de redução máxima
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 45 – Área de proteção delimitada para todas as variações da marca
Fonte: Elaborado pela autora

5.2.1.2 PROJETO TIPOGRÁFICO

O alfabeto institucional, segundo Strunck (1989), é a tipografia empregada para escrever todas as informações complementares dentro de uma identidade visual, como textos nos impressos administrativos, folhetos, etc.

O projeto *#savethefilm* é veiculado em mídias impressas e digitais, e para tanto, requer um projeto tipográfico adequado para ambas plataformas. Strunck (2012, p.109) pontua que “é também comum que, nos projetos mais complexos ou sofisticados, sejam especificados dois ou mais alfabetos padrão. Isso proporciona maior flexibilidade e riqueza na aplicação da identidade visual.”

Conforme já discutido no item Design Gráfico Contemporâneo, tem sido comum que tipografias decorativas contemporâneas busquem resgatar a materialidade de técnicas tradicionais, como a caligrafia (figura 47) e falhas de sistema de impressão, tais como as geradas por máquinas de escrever (figura 50). Para as tipografias serifadas e sem-serifa, buscamos privilegiar famílias dotadas de diversos “pesos” (figuras 46, 48 e 49).

Para as fontes das mídias digitais, selecionamos tipografias gratuitas disponíveis no Google Webfonts, devido à sua facilidade de aplicação na plataforma web.

"O alfabeto institucional complementa a identidade visual e lhe dá consistência" (STRUNCK, 1989, p.20).

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Figura 46 – Família Aleo - Fonte de Corpo (para impressos)
 Fonte: Elaborado pela autora

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 @\$() Õ Â Í É 1234567890

Figura 47 – Tipografia Brush Up - Fonte de Títulos e Destaques (para impressos)
 Fonte: Elaborado pela autora

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Figura 48 – Família Exo 2 - Fonte de Corpo (digital)
 Fonte: Elaborado pela autora

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Figura 49 – Família Oswald - Fonte de Intertítulos condensados (para impressos e digital)
 Fonte: Elaborado pela autora

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Figura 50 – Tipografia Travelling Typewriter- Fonte de Citações e Destaques (para impressos e digital)
 Fonte: Elaborado pela autora

EIXO PRÁTICO

5.2.1.3 PALETA DE CORES

Strunck (1989) enfatiza a importância da delimitação de cores institucionais na identidade visual do projeto, alegando a relação direta entre cor e emoção comprovada por psicólogos. Por exemplo, “as cores institucionais da Kodak, amarelo, vermelho e preto, são tão conhecidas que sua substituição por outras iria prejudicar sensivelmente a identificação dos produtos” (STRUNCK, 1989, p.19).

A paleta do projeto inclui seis cores, além do preto e do branco. Os matizes foram retirados através de pesquisa de fotografias lomográficas (figura 51) – retiramos as cores que consideramos predominantes. As cores podem, ainda, ter seu tom (*tint*) alterado de acordo com as necessidades do projeto gráfico.

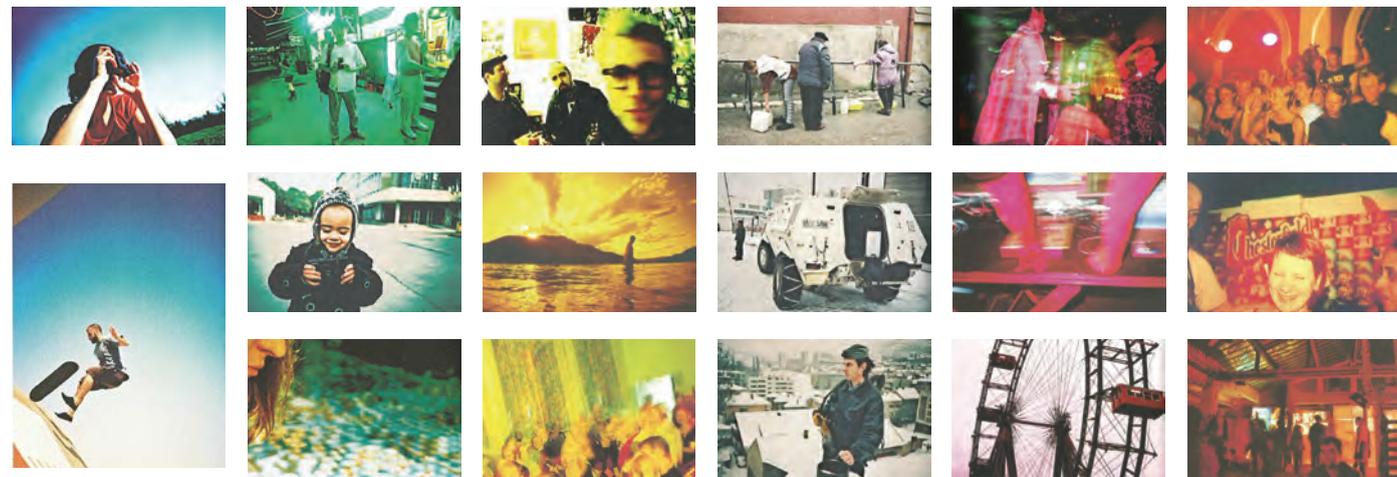


Figura 51 – Paleta de cores inspirada em matizes de fotografias lomográficas
Fonte: Elaborado pela autora

As cores institucionais são uma ou mais cores que, sempre nos mesmos tons, são utilizadas na representação da identidade visual. (STRUNCK, 1989, p.19)

5.2.1.4 PERSONAGENS (MASCOTES)

Wheeler (2012, p.74) define os personagens como um elemento da identidade de marca. Para a autora, um mascote incorpora os atributos e os valores da marca e podem se tornar ícones culturais e elemento central nas campanhas publicitárias (WHEELER, 2012, p.74).

Criamos o conceito da mascote do projeto: um rolo de filme que interage com elementos digitais e/ou outros produtos analógicos. Buscamos também criar relações de sentido entre o conceito de salvar, da informática (utilizando atalhos de teclado), ao ato de “salvar” a fotografia analógica, representada pela bobina de filme (figura 51).

Estes rascunhos (figuras 51 a 53) devem ser vetorizados, posteriormente, para aplicação em projetos gráficos.

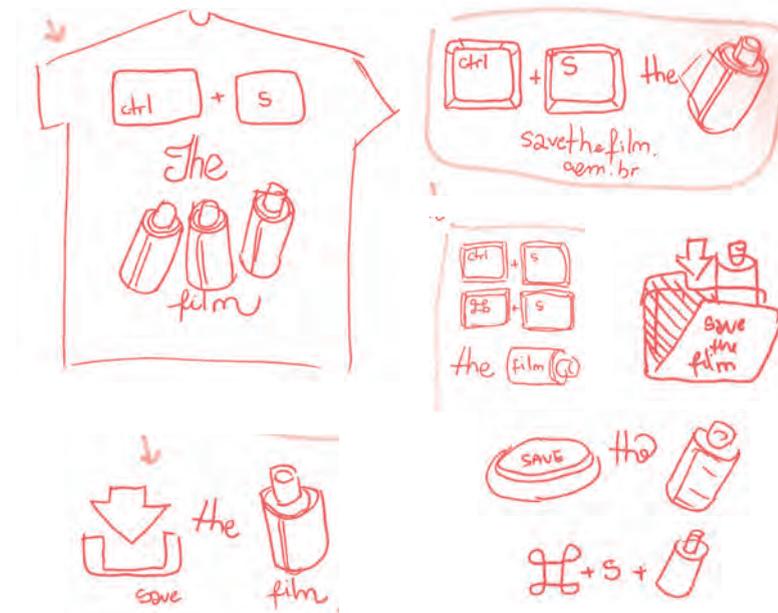


Figura 51 – Sketches de mascotes e ícones “salve o filme”
Fonte: Elaborado pela autora

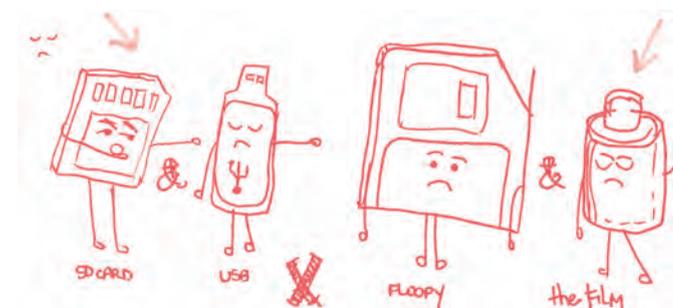


Figura 52 – Sketch de ícones digitais em contraposição com ícones analógicos
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 53 – Sketch de mascote e ícones
Fonte: Elaborado pela autora

5.3 FOTOGRAFIAS PROMOCIONAIS**5.3.1 ANALÓGICAS**

A produção das fotografias analógicas foi realizada nas seguintes etapas:

1. **Captura e Registro, em locais internos e externos;**
2. **Revelação do material sensível à luz, em laboratório ou minilabs terceirizados, e**
3. **Digitalização dos negativos revelados em arquivos digitais.**

O processo de revelação, quando de filmes negativos p/b, foi realizado inteiramente no Laboratório de Fotografia da FAAC/UNESP (figura 54). Devido à impossibilidade de se executar a revelação de filmes coloridos em laboratório, os negativos foram submetidos à revelação em minilabs terceirizados de Bauru (SP) e Ibitinga (SP), a saber: Cherry Fotografia, Hobby Foto, Quality Fotografia e Foto Nakamura.

O processo de ampliação foi permutado pelo escaneamento dos negativos em imagens digitais, já prontas para manipulação em softwares gráficos. Embora essencial na experiência em laboratório, a eliminação da etapa de ampliação foi necessária para baratear os experimentos, já que os custos e o tempo despendido no processo podem ser substanciais.

As fotografias selecionadas buscam enfatizar seu aspecto nativamente analógico, contendo características como: contraste e cores esmaecidos pelo tempo, bordas “queimadas” por superexposição, poeira e falhas no negativo, granulação alta, forte saturação gerada por determinados tipos de filme ou erros na temperatura dos químicos na revelação. Logo, não buscamos a perfeição formal das fotografias; o defeito deve ser incorporado como efeito e diferencial estético. As principais referências para tanto são o já referido movimento lomográfico e os filtros do aplicativo Instagram.

Os assuntos das capturas são diversos e buscam seguir os preceitos da Lomografia, como unir a fotografia ao cotidiano, se aproximar o máximo possível dos motivos ao clicá-los e fazê-lo rapidamente, sem levar a sério nenhuma regra (LOMOGRAPHY, 2012b, p-18-20).

É desejável que não se efetue aplicação de filtros digitais nas imagens, de modo a preservar suas características. Se possível, as fotografias devem ser compartilhadas na Internet sempre acompanhadas da câmera e filme utilizados.



Figura 54 – Ampliadores do Laboratório de Fotografia da FAAC/UNESP
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 55 – Fotografia analógica em p/b. Equipamento: Asahi Pentax K1000 e Kodak Tri-X 400
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 56 – Fotografia analógica em p/b. Equipamento: Asahi Pentax K1000 e Kodak Tri-X 400
Fonte: Elaborado pela autora



**Figuras 57 a
59 – Fotografias
analógicas em p/b.
Equipamento: Asahi
Pentax K1000 e
Kodak Tri-X 400
Fonte: Elaborado
pela autora**





Figuras 60 – Fotografia analógica colorida.
Equipamento: Canon EOS 3 e Kodacolor 200
Fonte: Elaborado pela autora



Figuras 61 a 65 – Fotografias analógicas coloridas.
Equipamentos: Canon EOS 3/Yashica MF3-Super e
Kodacolor 200/Lomography Color Negative 400
Fonte: Elaborado pela autora

5.3.2 DIGITAIS

O equipamento utilizado para as fotografias foi: câmera Canon “Rebel” EOS T3 e objetivas Canon EF 50mm f/1.8 II, Canon EF-S 18-55mm f/3.5-5.6 IS II e Canon EF 28-135mm f/3.5-5.6 IS. Flashes externos foram empregados nas fotografias em estúdio no Laboratório de Fotografia da FAAC/UNESP (figura 66).

O processo de elaboração das fotografias digitais subdividiu-se nas seguintes etapas:

1. Captura e Registro, em estúdio ou locação externa, e
2. Tratamento de imagem.

Utilizamos para a captura arquivos no formato RAW. Também conhecido como “negativo digital”, esse tipo de formato apresenta resolução e qualidade superiores, visto que há um processamento e compactação mínimos interferidos pela câmera (MARTINS, 2012, p.168).

Na etapa de tratamento de imagem, utilizou-se o software Adobe Camera Raw 7.0 para o ajuste preliminar de itens como saturação, contraste e balanço de branco. Em seguida, aplicou-se o software Adobe Photoshop CS6 para a aplicação de nitidez, retoques e conversão das imagens ao formato JPEG, compacto e funcional, capaz de ser aplicado tanto em impressos quanto na plataforma digital (MARTINS, 2012, p.165). Em alguns casos, o programa Adobe Photoshop Lightroom 5.3 também foi utilizado.

Como a proposta do projeto é a de ressignificar e unir tecnologias, algumas fotografias foram tratadas para simular os efeitos da captura analógica. Para isso, utilizou-se o software Pixlr-O-Matic, o qual pode ser acessado gratuitamente online. As imagens deste item, no entanto, estão sem a aplicação de filtros digitais e podem ser editadas conforme a necessidade.

O motivo das fotografias são equipamentos analógicos: bobinas de filme, câmeras, equipamentos de revelação e conta fio, usado na análise de ampliações. O intuito é o de despertar a curiosidade de fotógrafos iniciantes e nostalgia naqueles que já trabalharam com a plataforma.



Figura 66 – Captura em estúdio no Laboratório de Fotografia da FAAC/UNESP
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 67 a 69 – Fotografias digitais retratando equipamentos analógicos
Fonte: Elaborado pela autora





Yashica-Mat

OLYMPUS TRIP 35

OLYMPUS-PEN

IF

Nikon

PENTAX

YASHICA

YASHICA LENS 38mm 1:3.5



Figura 71 a 74 – Fotografias digitais retratando equipamentos analógicos
Fonte: Elaborado pela autora



PENTAX

SMC PENTAX-A 1:2 50mm

3945536



Figura 75 – Fotografia digital retratando equipamentos analógicos

Fonte: Elaborado pela autora



Figura 76 – Ensaio de fotografias digitais retratando equipamentos analógicos

Fonte: Elaborado pela autora

Um ensaio com fundo colorido plano em estúdio foi realizado, mas não houve tempo hábil para o tratamento dessas imagens no cronograma do trabalho. Outros equipamentos de laboratório também foram retratados, tais como: tanque de revelação, saca-filmes, tiras de negativos p/b e colorido, ampliação p/b e revelador para papel. As figuras são apenas ilustrativas e não apresentam a qualidade formal esperada (figura 76).

5.4 PRODUTOS DE DESIGN GRÁFICO

A aplicação da identidade visual e exploração do potencial gráfico das fotografias analógicas são a tônica dos produtos gráficos do projeto *#savethefilm*. É comum que diversos produtos com materiais e técnicas de fabricação distintos sejam produzidos com os elementos institucionais programados pela identidade visual (STRUNCK, 1989, p.40). Nesse processo complexo, é vital a presença do designer gráfico, a fim de manter coesa a identidade de marca.

Utilizamos para a criação dos produtos softwares gráficos da família Adobe: Photoshop CS6, para imagens em bitmap; Illustrator CS6, para imagens em vetor e InDesign CS6, para diagramação.

Especificamente para a criação dos mockups gráficos, foram utilizadas actions para Adobe Photoshop, isto é, um conjunto de ações pré-programadas para a geração de um efeito gráfico. É possível, por exemplo, a criação de uma action para o tratamento de um lote de fotografias de um mesmo ensaio, aplicando-se sempre as mesmas configurações de saturação, contraste e nitidez. Neste projeto, utilizamos actions oferecidas pelo site americano **PSD Covers**, as quais geram, de forma automática, renderizações de produtos gráficos a partir de uma arte previamente criada.

Basicamente, as actions do oferecidas pelo site PSD Covers funcionam nas seguintes etapas:

1. **Action 1:** Geração de uma área de trabalho com a dimensão correta para criação da arte (figura 77);
2. Utilização da área de trabalho criada na etapa anterior para a criação da arte original desejada (figura 78) e
3. **Action 2:** Renderização automática da arte no mockup gráfico desejado (figura 79).

Em cada produto, há a sugestão de um possível método de impressão para a confecção final dos produtos para comercialização.

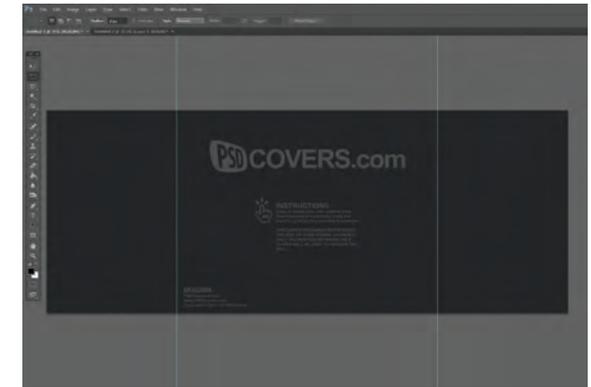


Figura 77 a 79 – 3 etapas de uso das actions geradoras de mockups gráficos no Adobe Photoshop CS6

Fonte: Elaborado pela autora

EIXO PRÁTICO

5.4.1 CANECAS EM CERÂMICA

Desenvolvemos três modelos de canecas em cerâmica: **Modelo 001**, figurando a câmera lomográfica Diana F+ e as hashtags que buscam preservar a fotografia analógica em mídias sociais (figuras 80 a 84); **Modelo 002**, contendo quatro modelos de Diana F+ (figuras 85 a 89); e **Modelo 003**, exibindo uma das fotografias promocionais do projeto, acompanhados pelo filme e câmera utilizados (figuras 90 a 94). Todas apresentam a marca *#savethefilm* completa, de modo a divulgar o projeto. Sugerimos impressão através de prensa térmica digital sublimática.



Figura 80 a 84 – Mockup de Caneca Modelo 001
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 85 a 89 – Mockup de Caneca Modelo 002
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 90 a 94 – Mockup de Caneca Modelo 003
Fonte: Elaborado pela autora

EIXO PRÁTICO

5.4.2 GARRAFAS EM ALUMÍNIO

Os três modelos de garrafa esportiva em alumínio foram baseados conceitualmente nas artes desenvolvidas para caneca, de modo a permitir a comercialização em conjunto de ambos produtos. A arte pode ser aplicada através de envelopamento em plástico.



Figura 95 e 96 – Mockup de Garrafa Modelo 001
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 97 e 98 – Mockup de Garrafa Modelo 002
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 99 e 100 – Mockup de Garrafa Modelo 003
Fonte: Elaborado pela autora

5.4.3 INFOGRÁFICOS

Para Buselle (1977, p.10), é imprescindível o conhecimento dos princípios básicos do processo fotográfico a fim de se obter o máximo na comunicação realizada através desse veículo.

Pensando nesse contexto, ilustramos um infográfico informativo a respeito do processo de criação de uma fotografia analógica, para publicação em postagens no site do projeto. Fracionamos o ato de fotografar em três etapas: Produção: Captura e Registro; Pós-Produção: Tratamento e Manipulação; Compartilhamento dos Resultados. A primeira categoria engloba

a produção fotográfica inicial e imediata; a segunda, a pós-produção e aprimoramento do resultado obtido e manipulação das imagens finais; e a terceira, a divulgação dos produtos.

Dados +
Imagens =
Infográficos

O infográfico foi ilustrado vetorialmente no programa Adobe Illustrator CS6 e editado com o programa Pixlr-O-Matic.

Posteriormente, intentamos criar um segundo infográfico a respeito da fotografia digital, de forma a facilitar a compreensão das diferenças entre os dois processos, analógico e digital, em postagens informativas.



Figura 101 – Infográfico ilustrando o processo de fotografia analógica
Fonte: Elaborado pela autora

5.4.4 BRINDES

Strunck (2012, p.177) alerta: “Tenha certeza, um dos primeiros usos malfeitos de uma identidade visual é quase sempre um brinde”. Itens como chaveiros, agendas, caixas de fósforo, dentre outros objetos, costumam ter seu projeto gráfico produzidos por terceiros, o que costuma gerar distorções na identidade de marca original (STRUNCK, 2012, p.177). Nesse processo, é vital a presença do designer gráfico a fim de manter o projeto coeso como um todo.

5.4.4.1 CHAVEIROS DE BOBINA

O filme fotográfico flexível costuma ser comercializado dentro de bobinas de plástico, que protegem a emulsão fotossensível da luz e permitem seu rolamento dentro da câmera analógica (figura 102). Após a captura e durante o processo de revelação, o filme é destacado e esses invólucros de plástico costumam ser descartados.



Figura 102 – Bobina de filme fotográfico
Fonte: <<http://shop.lomography.com>>

Nesse sentido, pensamos em criar um produto de design com essas bobinas que seriam originalmente descartadas. Percebemos a possibilidade de explorar o potencial comunicativo e imagético do rolo de filme, que consideramos um ícone da fotografia analógica.

O processo de criação dos chaveiros baseou-se na seguinte metodologia:

1. Coleta de bobinas que seriam descartadas em laboratórios de revelação;
2. Criação do novo rótulo das bobinas em softwares de design gráfico;
3. Impressão digital dos rótulos em papel adesivo;
4. Furação e anexação das argolas de chaveiro nas bobinas, já com novo rótulo colado.

As bobinas foram gentilmente doadas por Foto Nakamura (Ibitinga, SP) e Hobby Foto (Bauru, SP).

Criamos dez novos modelos de rótulo (figura 103). Buscamos resgatar o design de filmes da Fuji e da Kodak (figura 104), além de criar novas artes utilizando as fotografias analógicas promocionais. A função deste brinde é a de divulgar o projeto #savethefilm; logo, as informações que costumamos encontrar nos rótulos originais foram substituídas por dados como site e endereço de redes sociais do projeto.

A impressão foi realizada em couché adesivo laminado, de modo a aumentar a durabilidade das peças.



Figura 103 – Artes para o rótulo dos chaveiros (com sangria e marcas de corte)
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 104 – Artes originais comparadas com as releituras do projeto #savethefilm
 Fonte: Elaborado pela autora



Figura 105 – Chaveiros feitos de bobina de filme, brinde do projeto #savethefilm
 Fonte: Elaborado pela autora



EIXO PRÁTICO

5.4.4.2 BROCHES (BOTTOMS/PINS)

Desenvolvidos como brindes, os broches (também chamados de bottoms ou pins), seguem o mesmo princípio dos chaveiros: divulgar o projeto *#savethefilm*.

O processo de confecção dos bottoms baseou-se na seguinte metodologia:

1. Criação da arte em softwares de design gráfico, deixando-se uma área de sangra de 1cm para o enovelamento realizado na prensagem do bottom;
2. Impressão digital dos rótulos em papel offset;
3. Confeção dos bottoms, terceirizada por HPA Chancelas (Bauru, SP).

Dez artes foram elaboradas: quatro aproveitando-se do potencial das fotografias analógicas promocionais (figura 107); quatro contendo câmeras analógicas (figura 109) e uma arte contendo a marca do projeto (figura 108). Os broches têm tamanho de 3,5 e 4,5 cm.



Figura 107 – Bottoms fotográficos (com área de sangra)
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 108 – Bottoms promocionais *#savethefilm* (com área de sangra)
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 109 – Bottoms contendo câmeras analógicas (com área de sangra)
Fonte: Elaborado pela autora



Figura 110 – Bottoms promocionais para brinde
Fonte: Elaborado pela autora



#savethefilm
NÃO DEIXE O FILME MORRER!
SAVETHEFILM.COM

#savethefilm
SAVETHEFILM.COM
Diana F+ Charmonix

#savethefilm
NÃO DEIXE O FILME MORRER!
SAVETHEFILM.COM

#savethefilm
savethefilm.com
#savethefilm

#savethefilm
NÃO DEIXE O FILME MORRER!
SAVETHEFILM.COM

#savethefilm
SAVETHEFILM.COM

#savethefilm
SAVETHEFILM.COM
Diana F+ Charmonix

5.5 MÍDIAS DIGITAIS

O objetivo geral das mídias digitais vinculadas ao projeto *#save the film* é divulgar material informativo e trabalhos analógicos de fotógrafos contemporâneos, utilizando-nos do potencial de compartilhamento da Internet e das mídias sociais.

Sobre a relação entre os novos gadgets contemporâneos e a fotografia, Ymayo Filho (2003), afirma que a facilidade de compartilhamento permitida pela telefonia celular “é algo que está revolucionando o mundo dos negócios e o comportamento das pessoas” (YMAYO FILHO, 2003, p.15). Silva Junior (2012, p.5) acrescenta: “agora, no início do século XXI, as fotografias são vistas de muitas maneiras. E a grande maioria delas não envolve a ideia clássica presente até os anos 1990”, isto é, aquela visualização exclusivamente física, por meio das ampliações. Podemos ligar ambas afirmações com a citação de Castro e Barbosa Filho (2006), a qual afirma que a contemporaneidade agrega “tempos de novas sociabilidades e sensibilidades que vêm se ampliando desde o começo do século XXI” (CASTRO e BARBOSA FILHO, 2006, p.1).

5.5.1 O SITE

Inicialmente, desejávamos o site em um layout contínuo, não-baseado em menus, comuns na antiga web 1.0 datada nos anos 1990. Inserimos como referência (figura 112) o webdesign do site do 25º Encontro Nacional de Estudantes de Design (N Design 2015).

Traçamos os seguintes conceitos preliminares para o webdesign do site do projeto: **responsividade** (isto é, a capacidade de um layout web se adaptar às diversas resoluções dos gadgets disponíveis atualmente), **rapidez no carregamento** dos dados e **design diferenciado**.

Estamos "em tempos de mídias digitais e convergência entre Internet, TV, rádio e celulares - que já deixaram de ser apenas telecomunicação para pertencer ao campo da Comunicação" (CASTRO E BARBOSA FILHO, 2006, p.5)

Figura 112 – Navegação completa do site oficial do N Design 2015
Fonte: <nsp2015.com.br>. Acesso em: 02 fev. 2015

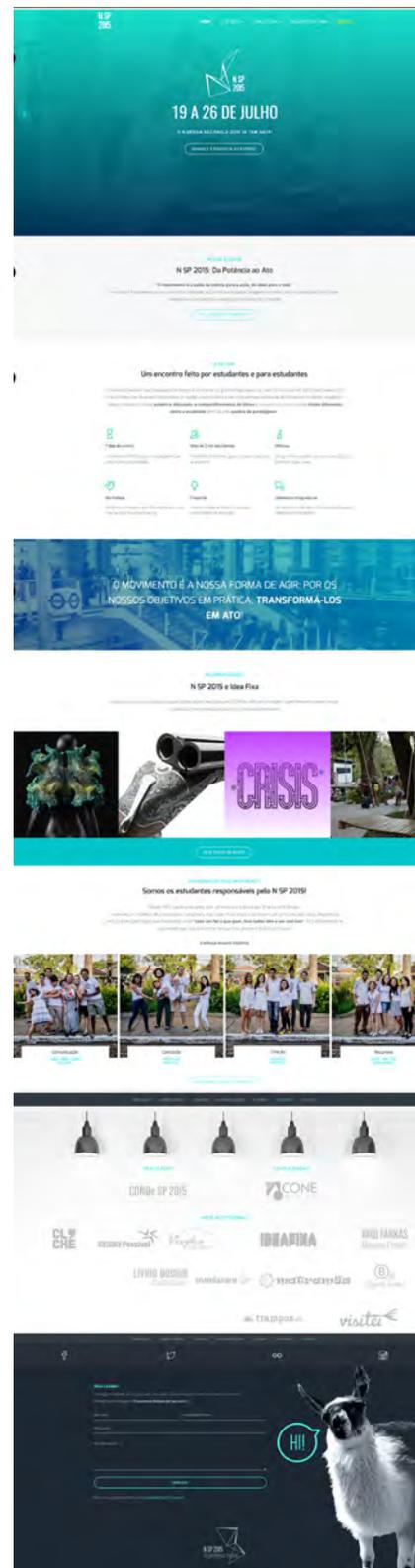


Figura 113 – Layout Black Mag
Fonte: <themeforest.net/item/blackmag-hold-clean-magazine-theme/>. Acesso em: 02 fev. 2015

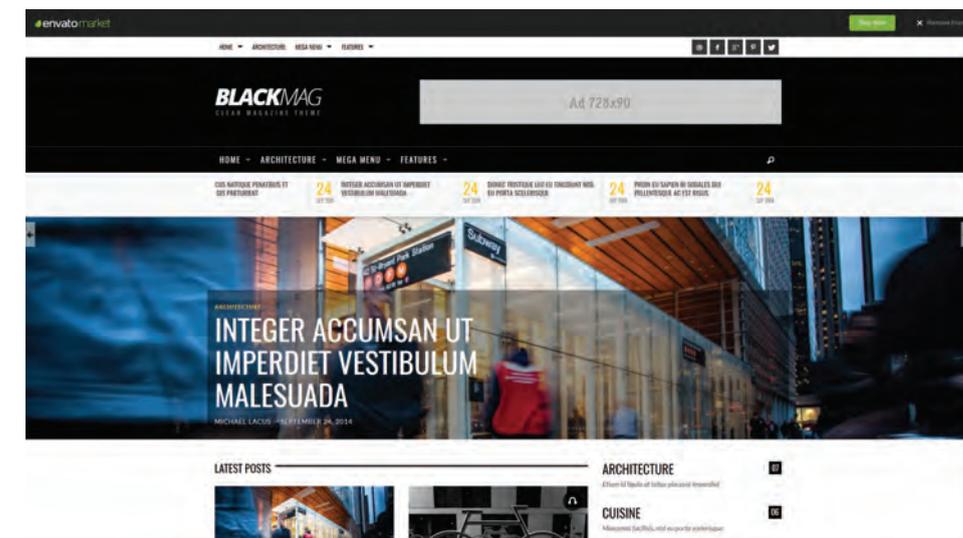
Notamos que o webdesign em navegação contínua não cobriria a necessidade de veicular informações com rapidez: é sempre preciso rolar até o final da página, um processo demorado e não-intuitivo. Krug (2006) sentencia que uma página web “deve ser evidente por si só auto-explicativa”, pois o usuário tende a rejeitar páginas em que a arquitetura de informação lhe é confusa e gera perguntas e esforços desnecessários (KRUG, 2006, p.3).

A implantação de um webdesign exige competências em computação, como o domínio das linguagens HTML, CSS e Javascript. Sendo assim, preferimos adquirir um layout pronto e adaptá-lo à identidade visual do projeto, utilizando-nos das ferramentas da plataforma Wordpress, as quais dispensam conhecimentos profundos em programação.

A metodologia de criação e implantação do site seguiu a metodologia abaixo:

1. Pesquisa de layouts responsivos em sites como o ThemeForest (themeforest.net/);
2. Adaptação do layout selecionado à identidade visual do projeto *#save the film*;
3. Preparação do servidor para hospedagem e instalação da plataforma Wordpress;
4. Compra dos domínios: internacional (pelo Locaweb) e nacional (pelo Registro.br) e
5. Alimentação do site com conteúdo preliminar.

O layout escolhido foi o *BlackMag* (figura 113), estilo revista digital, cuja arquitetura de informação consideramos adequada para a veiculação constante de informações, objetivo do canal online do projeto.





O site encontra-se em funcionamento no endereço www.savethefilm.com.

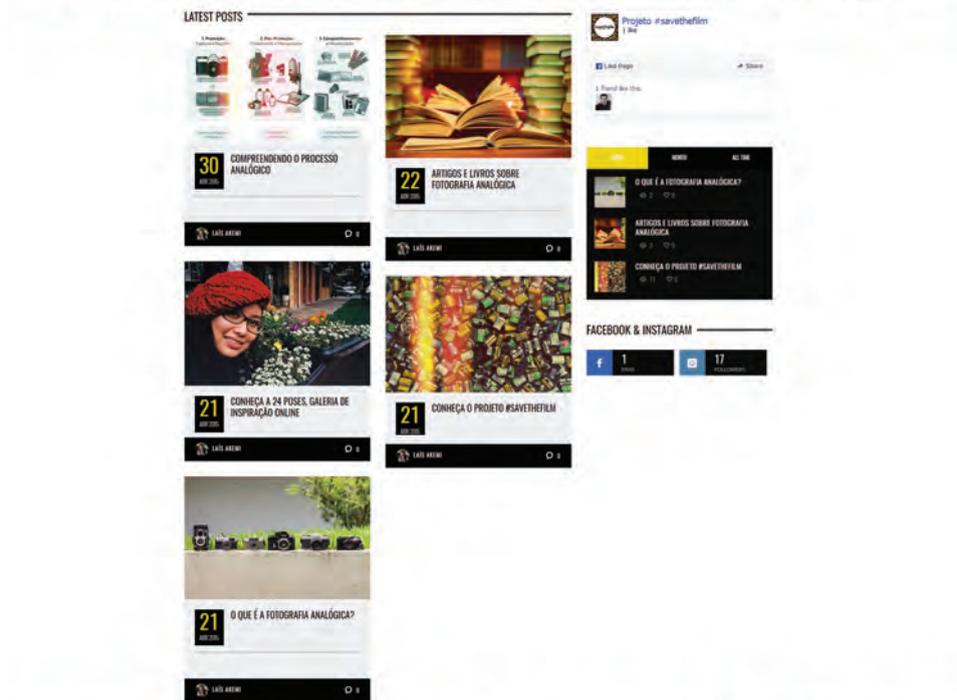


Figura 115 – Visualização do site do projeto #savethefilm em diversos gadgets
Fonte: <www.savethefilm.com>. Acesso em: 02 fev. 2015



Figura 114 – Site do projeto #savethefilm
Fonte: <www.savethefilm.com>. Acesso em: 02 fev. 2015

5.5.2 MÍDIAS SOCIAIS

As mídias sociais são ambientes de comunicação e, como tais, necessitam de um conjunto de códigos que as chancelem como linguagem para o cumprimento de seu propósito, o de informar.

Subdivide-se as mídias sociais em três categorias: comunicação (blogs, microblogs, fóruns, redes sociais e listas de discussão), colaboração (wikis, favoritos sociais, notícias sociais e resenhas), e entretenimento (WHEELER, 2012, p.82). A autora também enfatiza a importância das mídias sociais para a difusão da marca: “o consumidor não é mais uma estatística anônima em um relatório, mas sim um participante ativo no processo de construção de marcas. Os novos mantras são compartilhar, marcar e comentar” (WHEELER, 2012, p.82).

5.2.2.1 INSTAGRAM

O objetivo do perfil na mídia Instagram é a divulgação de trabalhos analógicos realizados por fotógrafos contemporâneos. Todas as imagens postadas serão classificadas com a hashtag #nofilter, isto é, não devem ser tratadas pelos filtros digitais. A ideia é preservar as características formais da imagem analógica. Devem ser acompanhadas de autoria e equipamentos utilizados (se informados pelo autor).

Utilizamos uma ampla quantidade de hashtags para indexar as imagens, visando otimizar a divulgação das fotografias pelo motor de busca da mídia social. Algumas das hashtags utilizadas: #35mm, #savethefilm, #analogue, #believeinfilm, #vintage, #filmisnotdead, #keepfilmalive, #istillshootfilm, #filmlab.

Mídias sociais podem manifestar-se como blogs, redes sociais e games de realidade virtual.

Figura 116 – Perfil do Instagram vinculado ao projeto #savethefilm
Fonte: <instagram.com/savethefilm>. Acesso em: 23 mar. 2015

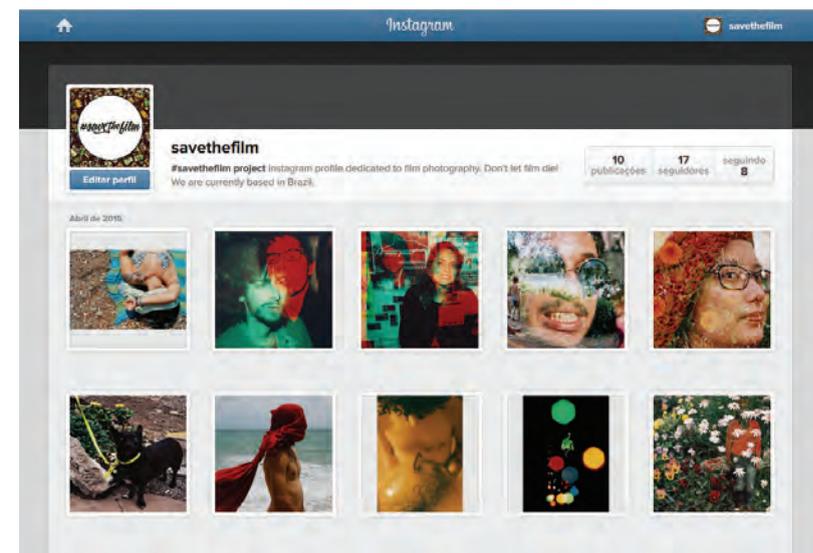


Figura 117 – Visualização do perfil do Instagram do projeto #savethefilm em um smartphone
Fonte: <instagram.com/savethefilm>. Acesso em: 23 mar. 2015



Figura 118 – Detalhe de fotografia de Ciro Bertolucci postada na mídia social Instagram vinculada ao projeto #savethefilm
Fonte: <instagram.com/savethefilm>. Acesso em: 23 mar. 2015



6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, o projeto *#savethefilm* consistiu no global de diversas ações no Design e na Fotografia em produção em andamento, cujo início se deu neste e a conclusão de curso. Esperamos ter resgatado e ressignificado a fotografia analógica ao hibridizar sua estética com a fotografia digital neste projeto teórico-prático transdisciplinar.

Apesar de um possível panorama pessimista sobre a fotografia, sinalizado pela queda da Eastman Kodak e da Polaroid Corporation, e ademais transcrito por nós, acreditamos que a fotografia contemporânea vive um momento entre presente e passado, executado principalmente no aplicativo Instagram. Para Valle (2012), estamos em um momento de choque entre plataformas na fotografia, o que gera uma tensão e beneficiamento mútuo que descrevemos como:

O principal desafio na execução deste trabalho foi a exigida tanto no eixo teórico quanto prático, a interação entre sistemas e tecnologias dentro do contexto digital.

Na fotografia analógica ressignificada pelo contexto contemporâneo, observamos a existência da estética do passado e resgata a materialidade dos tradicionais. É uma época marcada pela "asepsia visual do sistema" (p.152). O defeito é incorporado como um efeito. Esperamos realizar este resgate no **Eixo Prático**.

Por fim, o projeto *#savethefilm* pode ser considerado o ponto de conclusão de curso, através da criação de conteúdo, o site e publicação de fotografias na mídia social. Os gráficos e perfis em mídias sociais também podem





REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BROWNER, R. **Fotografia: Arte e Técnica**. 7. ed. revisada e ampliada. São Paulo: Agência Editora Iris, 1967.

BUSSELLE, M. **Tudo sobre fotografia**. Tradução: Léa Amaral Tarcha. São Paulo: Círculo do Livro, 1977.

CAMPOS, G.; LEDESMA, M. (Org.). **Novas Fronteiras do Design Gráfico**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

CARRERA, F. Instagram no Facebook: uma reflexão sobre ethos, consumo e construção da subjetividade em sites e redes sociais. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**. Santa Maria, v.11, n.22, p.148-165, 2012.

CASTRO, C.; BARBOSA FILHO, A. **Mídias digitais: um espaço a ser construído**. UNIrevista. São Leopoldo, v.1, n.3, p-1-11, jul. 2006.

DIOGO, L. Outros registros de família do passado: Discos, fitas cassete, monóculos, slides e polaroids como suportes de memória. In: CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANAS, 1, 2011, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Confibercom, 2011.

EASTMAN Kodak Company. **Kodak's Ergonomic design for people at work**. 2. ed. New Jersey: Wiley, 2003.

KRUG, S. **Não me faça pensar: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web**. Tradução: Acauan Pereira Fernandes. Rio de Janeiro: Alta Books, 2006.

LOMOGRAPHY. **Lomo Life – The Future is Analog: The Cameras**. Londres: Thames & Hudson, 2012.

_____. **Lomo Life – The Future is Analog: The Story**. Londres: Thames & Hudson, 2012.

MARTINS, N. **Fotografia: da analógica à digital**. 3. reimpr. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2014.

MEGGS, P. B.; PURVIS, A. W. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MONFORTE, L. **Fotografia pensante**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1997.

MOURA, Monica (Org). **Design Brasileiro Contemporâneo: Reflexões**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

NICOLESCU, B. **O Manifesto da Transdisciplinaridade**. Tradução: Lucia Pereira de Souza. São Paulo: Triom, 1999. Resenha de: SILVA, C. A. P. O Manifesto da Transdisciplinaridade. **Revista FAMECOS**, 32, p.137-139, abr. 2007.

NOJIMA, Vera L.; BRAIDA, Frederico; MOURA, Mônica. **A contemporaneidade híbrida nas Artes e no Design**. In: Moura [Org.]. **Design brasileiro contemporâneo: Reflexões**. São Paulo: Estações das Letras e Cores, 2014.

RAIMES, J. **Design retrô: 100 anos de design gráfico**. Tradução: Claudio Carina. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

ROCHA, C. **Projeto Tipográfico: análise e produção de fontes digitais**. 3ª ed. revisada e ampliada. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

ROCHA, C. Materialidade digital. In: CAMPOS, Gisela Belluzzo de; LEDESMA, Maria (Org.). **Novas Fronteiras do Design Gráfico**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

SCHISLER, Millard W. L. **Revelação em preto-e-branco: a imagem com qualidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

SILVA JUNIOR, J. Da fotografia Expandida à Fotografia Desprendida: Como o Instagram Explica a Crise da Kodak e Vice-versa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, 2012, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Intercom, 2012.

STRUNCK, G. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. 4. ed. Rio de Janeiro, Rio Books, 2012.

STRUNCK, G. **Identidade visual: a direção do olhar**. Rio de Janeiro: Europa Emp. Gráf. Ed., 1989.

TRIGO, T. **Equipamento fotográfico: teoria e prática**. 5. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

VALLE, I. **Fotografando digitalmente, pensando analogicamente: os fotógrafos migrantes**. **Revista Ícone**, Pernambuco, v. 14, n. 2, dez. 2012.

VILLAS-BOAS, A. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico**. 5. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

WHEELER, A. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas**. Tradução: Francisco Araújo da Costa. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

XEREZ, T.; MORENO, A. **Lomografia: A fotografia pós-digital**. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 6, 2010, Salvador. **Anais...** Salvador: Enecult, Universidade Federal da Bahia, 2010.

YMAYO FILHO, F. **Estudo sobre o valor, a qualidade e o sacrifício percebidos pelo consumidor de minilabs fotográficos digitais na cidade de São Paulo**. São Paulo: FGV-EAESP, 2003. 225 p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 2003.

SITES

INSTAGRAM. **Homepage do aplicativo Instagram**. Disponível em: <www.instagram.com>. Acesso em: 4 abr. 2015.

LOMOGRAPHY. **Homepage da Lomography internacional**. Disponível em: <www.lomography.com>. Acesso em: 4 abr. 2015.

LOMOGRAPHY BRASIL. **Homepage da Lomography Brasil**. Disponível em: <www.lomography.com.br>. Acesso em: 4 abr. 2015.

QUEIMANDO FILME. **Homepage do projeto Queimando Filme**. Disponível em: <www.queimandofilme.com.br>. Acesso em: 4 abr. 2015.

MÚSICAS

ARAÚJO NETO; Agenor de Miranda; BRANDÃO, Arnaldo. **O Tempo não Para**. In: O Tempo Não Para – Cazuza ao vivo. Intérprete: Agenor “Cazuza” de Miranda Araújo Neto. PolyGram, 1988. 1 LP. Faixa B6 (4 min 37)

CONCEIÇÃO, Edson; SILVA, Aloisio. **Não Deixe o Samba Morrer**. In: A Voz do Samba. Intérprete: Alcione Dias Nazareth. Phillips Records, 1975. 1 LP. Faixa B1 (4 min 30).



GLOSSÁRIO

Termos técnicos do design gráfico, fotografia e mídias digitais

AMPLIAÇÃO – Cópia maior do que o negativo, obtida através da projeção da imagem do fotograma, no tamanho desejado, sobre um papel especial, sensível à luz. O processo de projeção e gravação da imagem é também denominado ampliação.

ANALÓGICO – Na fotografia, trata-se do registro de sinais analógicos através de processo fotoquímico.

APLICATIVO – Também abreviado como *app*, é um *software* desenvolvido e instalado em um dispositivo eletrônico móvel.

ARQUIVO – Código e sistema de armazenamento de informações digitais.

BITMAP – Estrutura de dados que representa a informação em forma de um mapa de *bits* individuais.

BLUETOOTH – Conexão através de frequência de rádio de curto alcance, que permite a troca de informações entre telefones celulares, computadores, câmeras digitais, impressoras, entre outros dispositivos.

DISPOSITIVO DE ARMAZENAMENTO – Equipamento capaz de armazenar informações digitais para posterior leitura e uso. Podem operar por meio magnético (discos rígidos e disquetes); por meios ópticos (CDs e DVDs); e por meio eletrônico (cartões de memória e *pen drives*).

DISPOSITIVO MÓVEL – Computador portátil habitualmente equipado com uma pequena tela, a qual pode ser sensível ao toque. Celulares, *smartphones*, *tablets*, *ultrabooks*, *notebooks*, entre outros, são exemplos de dispositivos móveis.

FIXAÇÃO – Processo destinado a tornar inalterável a imagem revelada sobre filme ou papel.

FLASH – Na fotografia, instrumento que dispara luz em simultâneo com a abertura do obturador, utilizado em situações de pouca luz ou para preenchimento de sombras.

FOTOGRAMA – Cada uma das imagens impressas quimicamente no filme fotográfico. Também nome do processo de se obter foto imagens por contato direto do objeto com o papel sensível à luz.

GADGET – Do inglês “geringonça”, é um equipamento detentor de um propósito e função específica, prática e útil no cotidiano. Dispositivos móveis são também comumente denominados gadgets.

GRÃO – Minúsculas partículas negras de haleto de prata na emulsão, os quais formam a imagem.

HASHTAG – Do inglês “cerquilha”, são palavras-chaves antecedidas pelo símbolo “#”. As *hashtags* podem se tornar hiperlinks dentro da rede e indexáveis pelos mecanismos de busca dentro de mídias sociais.

HARDWARE – No âmbito eletrônico, refere-se à unidade central de processamento, à memória e aos dispositivos de entrada e saída.

HOMEPAGE – Do inglês “página inicial”, é a página principal de um site da internet.

MÍDIA SOCIAL – Grupo de aplicações para Internet construídas com base nos fundamentos ideológicos da Web 2.0 e que permitem a criação e troca de conteúdo gerado pelo usuário. Podem manifestar-se como *blogs*, redes sociais e *games* de realidade virtual.

MOCKUP – Do inglês “maquete”, é um modelo em escala ou em tamanho real de um projeto ou dispositivo, utilizado para ensino, demonstração, avaliação de design ou promoção.

NEGATIVO – Imagem fotográfica, normalmente sobre filme, na qual os tons da cena são invertidos.

OBJETIVA – Uma ou diversas lentes reunidas dentro de um tubo, cuja finalidade é captar os raios de luz refletidos pelo objeto e projetá-los no material sensível.

PIXEL – Do inglês *picture elements*, são elementos formadores da imagem digital.

REDE SOCIAL – Estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações e que compartilham valores e objetivos comuns. **Facebook**, **Twitter** e **Instagram** são exemplos de redes sociais online.

RESOLUÇÃO – Descreve o nível de detalhamento que uma imagem comporta, e é aplicável tanto às imagens digitais quanto às registradas analogicamente.

REVELAÇÃO – Processamento do filme ou de outro material sensível à luz em um produto químico específico (o revelador), a fim de tornar visível a imagem latente formada pela exposição.

SCANNER – Dispositivo utilizado para a criação de uma cópia de uma imagem física em arquivo digital, num processo conhecido como escaneamento ou digitalização.

SITE – Ver **WEBSITE**.

SMARTPHONE – Telefone celular dotado de funcionalidades e configurações de *hardware* avançadas, capaz de executar programas por meio de um sistema operacional. Os sistemas operacionais correntes e mais populares atualmente são: **iOS** (Apple), **Android** (Google) e **Windows Phone** (Microsoft e Nokia).

SOFTWARE – Programa de computador composto por uma sequência de instruções, o qual é interpretada e executada por um hardware ou máquina virtual.

TAG – Do inglês “etiqueta”, são palavras-chaves indexadoras utilizadas na World Wide Web.

TABLET – Computador portátil em formato de prancheta, equipado com tela, circuitos e bateria. Apresenta tela sensível ao toque e é equipada com sensores (câmeras, microfones e acelerômetro). São normalmente mais largas do que os *smartphones*.

TIPOGRAFIA – Arte que compreende as várias operações conducentes à impressão dos textos, desde a criação dos caracteres à sua composição e impressão.

USB – Conexão que permite a comunicação de periféricos com o computador.

VINHETA – Na fotografia, nome dado ao defeito visual gerado pelas lentes da câmera, em que há escurecimento das bordas da imagem.

WEBSITE – Também abreviado como “site”, é um conjunto de páginas web, isto é, de hipertextos acessíveis geralmente pelo protocolo HTTP na internet.

WORLD WIDE WEB – Sistema de documentos em hipermídia interligados e executados na Internet.

APÊNDICES

Apêndice A – Entrevistas com fotógrafos realizadas por meio da rede social Facebook

Foto: José Reginato



Laís Akemi – Por que você optou por fotografar com câmeras analógicas?

Leticia Missurini (17 mar. 2015) – Acho o processo prazeroso, ainda mais porque você não sabe como ficou ou vai ficar. O olhar fotográfico é parecido quando você está capturando com um celular ou com uma câmera analógica. O que muda é sua intenção, o que você quer captar com aquela imagem. Daí se você tem a oportunidade de decidir qual o melhor meio, é ainda melhor.

Acho o digital mais acessível e popular. Uma câmera analógica pode ter um preço mais em conta, mas o gasto a longo prazo vai ser maior, se considerarmos a compra de filmes e revelação. Estes materiais e processos estão ficando cada vez mais caros porque a fotografia analógica está se firmando cada vez mais como um hobby ou como um resultado mais específico. A [câmera] digital mais popular do tipo *cybershot* tem um bom preço e é ótima para quem não tem intenção de fotografar com uma qualidade mais alta, e pode ser preferida pela simplicidade de manuseamento e preço.

Ciro Bertolucci (19 mar. 2015) – A princípio não optei [pela fotografia analógica]. Um dia ouvi falar sobre pinholes em latas de sardinha. No dia seguinte, fiz uma para mim e sem pensar muito o porquê, continuei com o filme, mas em câmeras convencionais. Só então comecei a me fascinar pela granulação do analógico e perceber que o digital não alcança a textura do filme. Aí, sim, criei um motivo consciente para seguir com o analógico.

Alex Mita (06 abr. 2015) – Eu fotografo com o digital também, mas quando quero relaxar, opto pelo analógico.



Foto: Extraído de www.alexmita.com



Tatiana Azevedo (08 abr. 2015) – Optei por utilizar câmeras analógicas porque sou apaixonada por esse mundo, não só pela sua estética – que já seria um ótimo motivo, porque é linda e única – mas por ser um processo, quase um ritual, com começo, meio e fim. O começo seria o ato de planejar o que fazer com suas 24/36 poses, pensar, pensar e pensar, decidir, compor as fotos cuidadosamente. Já o meio seria o processo de colocar o filme para revelar, ficar ansiosa, depois ir buscar e... Nossa, como definir a sensação de ver suas fotos ali, reais? Uma grande mistura de sentimentos, sejam eles de satisfação ou arrependimento, mas sempre com uma aprendizagem. E esse é mais um motivo para se gostar de fotografar com filmes, a aprendizagem que se adquire é preciosa, considerando por exemplo, que todas as bases da fotografia digital são fundamentadas pela analógica, exposição, ISO, foco... Enfim, é uma grande escola que eu recomendo para todos!

André Manfrini Garcia (12 abr. 2015) – Vou tentar responder sem pensar muito... Acho que escolhi conhecer o analógico porque foi onde tudo começou, e se você parar pra pensar, o analógico é atemporal para muitas coisas, não apenas a fotografia... É o processo que foi criado com um propósito e entrega resultados até hoje... Acho isso incrível, como o vinil ou a fita cassete, o relógio de corda, um Ford T... É onde a mágica ainda acontece! Também escolhi o analógico para entender melhor o processo como um todo na fotografia, é muito importante entender a teoria, porque afeta diretamente na sua prática e no seu resultado.

Fotografar analogicamente exige que você saiba o que está fazendo, se quiser ter controle sobre o resultado, pelo menos. É claro que permite experimentação, como por exemplo, a dupla exposição [em filme fotográfico], que é naturalmente analógica.

Também sou um colecionador nato, tenho amor pelos meus objetos, e poder ter mais um motivo para procurar modelos de câmeras ou bugigangas colecionáveis me instiga!

Outro motivo é o p/b: meu trabalho é p/b e o digital não entrega isso naturalmente. Fui procurar no analógico os tons de verdade, sabe? Os que não são manipulados no [Adobe] Photoshop. Acho que o fato de eu saber mexer bem com Photoshop me motivou a fugir dele, para não “trapacear” nas minhas imagens, tentar atingir um resultado bacana sem recursos digitais que estão aí para todos. Tentar diferenciar minha arte, de certa forma.



Foto: Leticia Missurini



Foto: Leticia Missurini



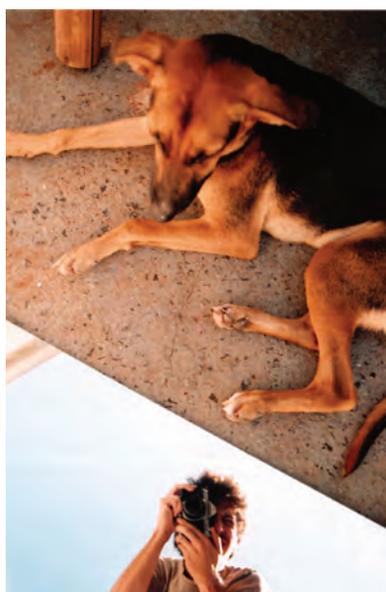
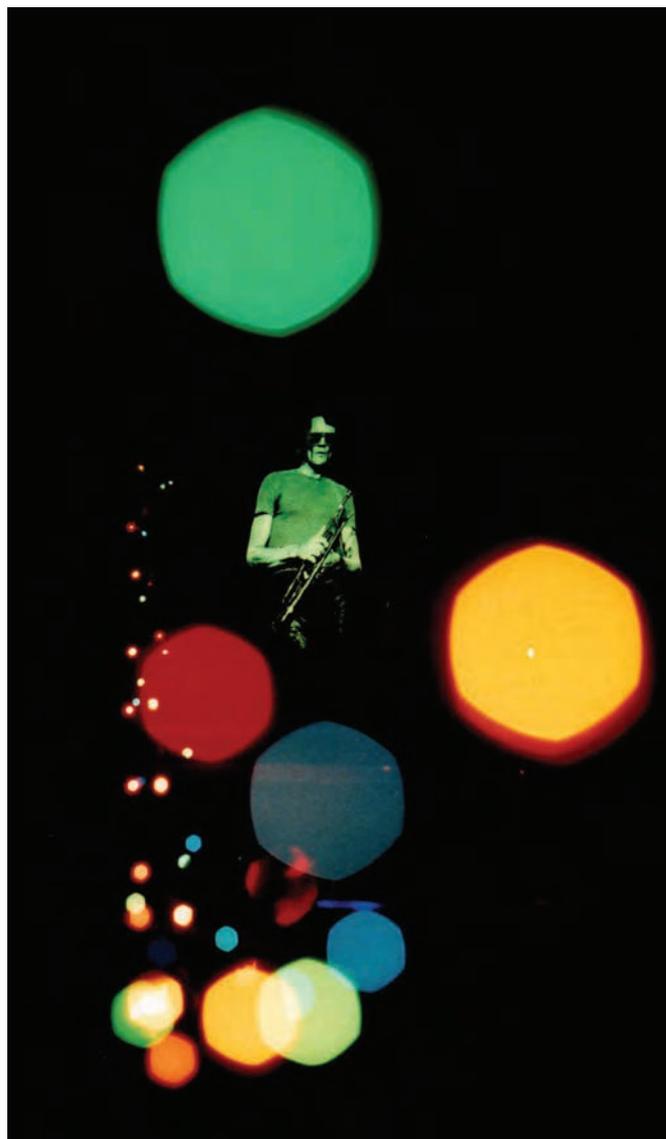
Foto: RadarAudiVisual

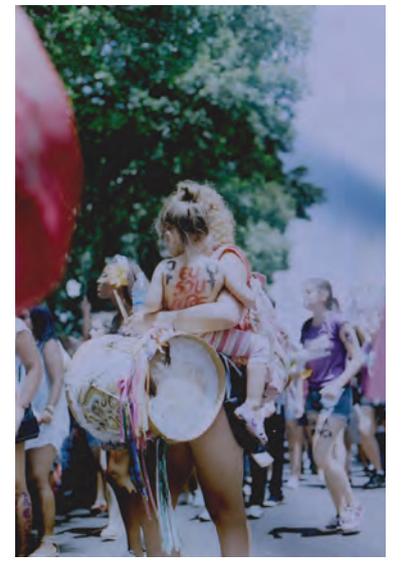
Foto: Extraído de www.dahsigner.com

ANEXOS

ANEXO A – Produção do fotógrafo **Ciro Bertolucci**

24 fotografias analógicas produzidas e selecionadas pelo autor, cedidas para publicação no site e mídias sociais do projeto sempre creditadas e sem permissão para uso comercial. Link para seu portfólio: www.flickr.com/bertolucci.





ANEXO B – Produção da fotógrafa Letícia Missurini

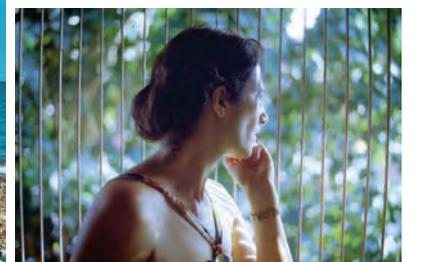
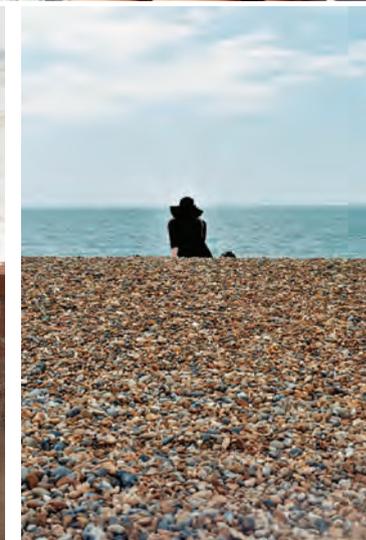
24 fotografias analógicas produzidas e selecionadas pela autora, cedidas para fins de publicação no site e mídias sociais do projeto, sempre creditadas e sem permissão para uso comercial. Link para seu portfólio: www.behance.net/lbmissurini.





ANEXO C – Produção da fotógrafa Tatiana Azevedo

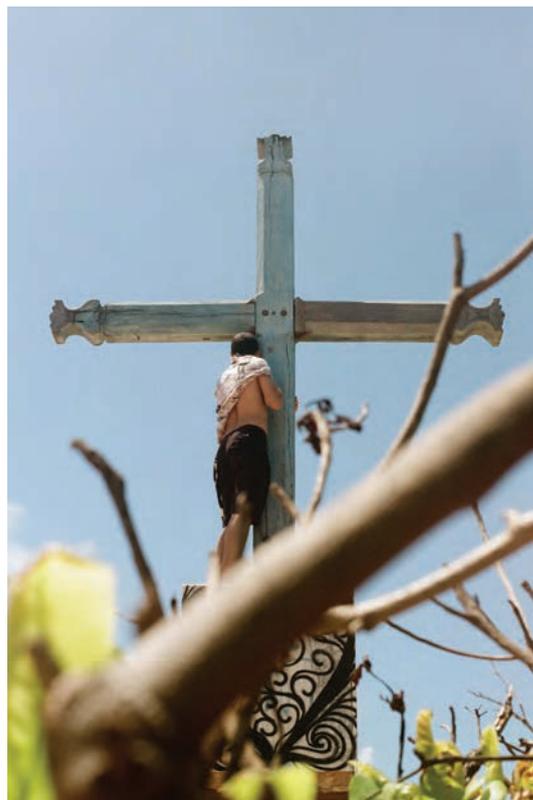
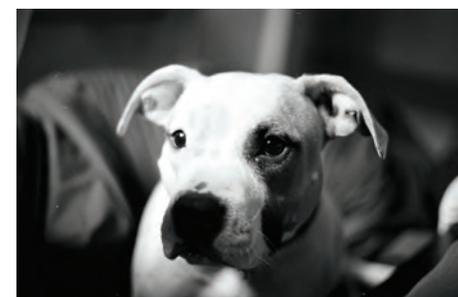
36 fotografias analógicas produzidas e selecionadas pela autora, cedidas para publicação no site e mídias sociais do projeto sempre creditadas e sem permissão para uso comercial. Link para seu portfólio: www.behance.net/tatianazevedo





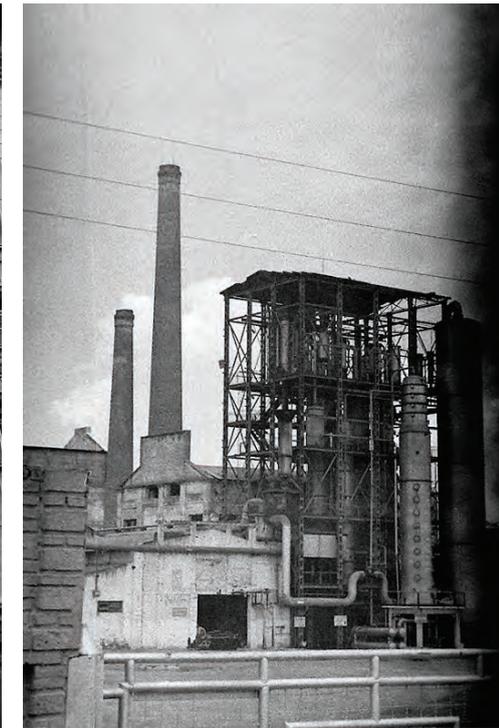
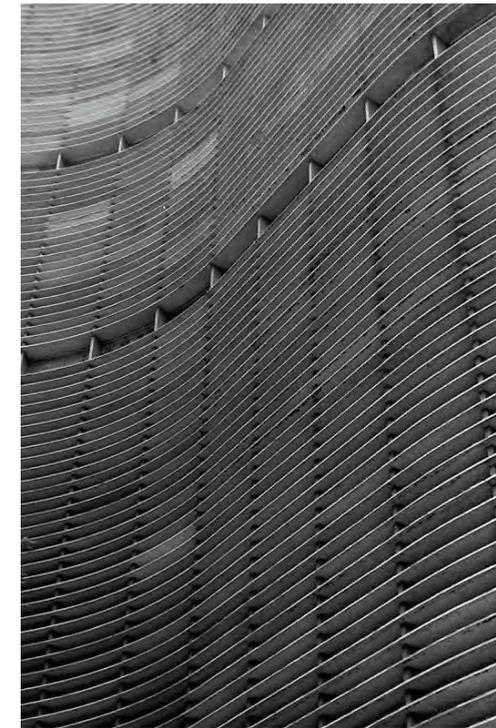
ANEXO D – Produção do fotógrafo Alex Mita

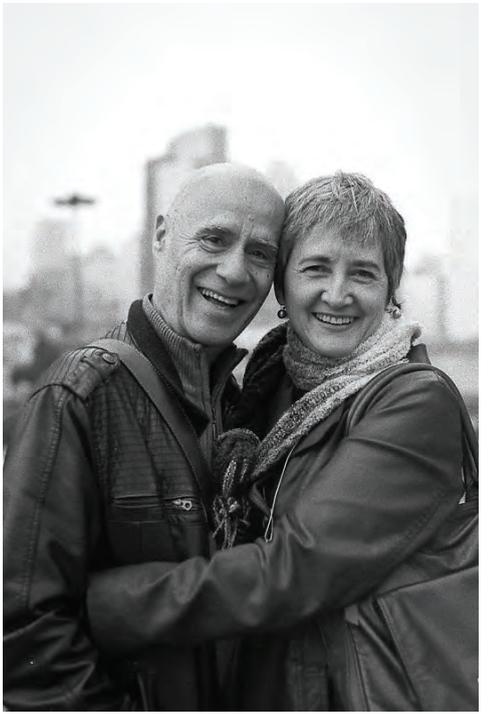
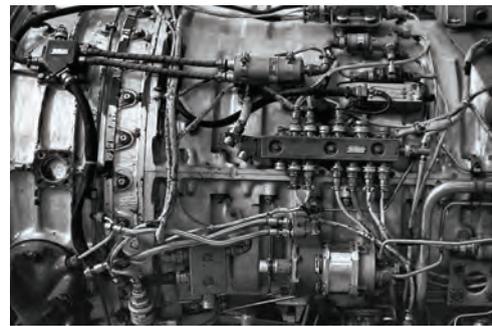
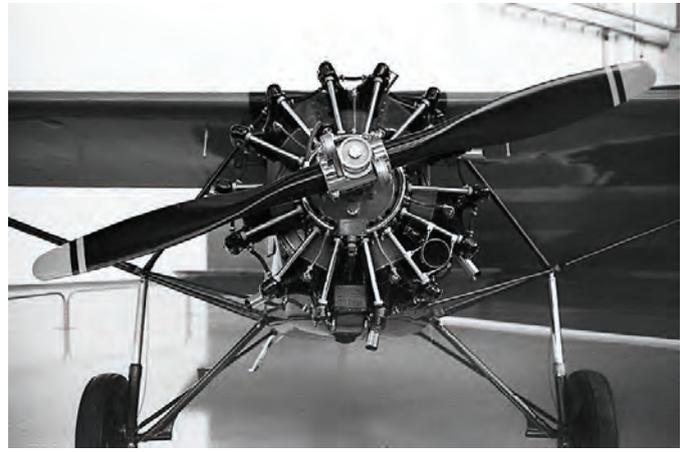
13 fotografias analógicas produzidas e selecionadas pelo autor, cedidas para fins de publicação no site e mídias sociais do projeto, sempre creditadas e sem permissão para uso comercial. Link para seu portfólio: www.alexmita.com



ANEXO F – Produção do fotógrafo André Manfrini Garcia

24 fotografias analógicas retiradas do portfólio online do autor, cedidas para fins de publicação no site e mídias sociais do projeto, sempre creditadas e sem permissão para uso comercial. Link para seu portfólio: www.dehsigner.com.br







PROJETO

#save the film

Resgatando e ressignificando a fotografia analógica
através do design e das mídias digitais

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
Design - Habilitação em Design Gráfico

LAÍS AKEMI MARGADONA

Orientação: Prof^a. Dr^a. Fernanda Henriques
Co-orientação: Prof^a. Dr^a. Ana Beatriz Pereira de Andrade



FAAC/UNESP
Bauru, 2015

