



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Publicidade e Propaganda

Professor Orientador: Marcelo Feijó Rocha Lima

A CARA DA MÚSICA:

A fotografia e seu papel na formação de uma identidade visual
para bandas brasilienses

Artur Dias Rocha

Brasília – DF

2017



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Publicidade e Propaganda

Professor Orientador: Marcelo Feijó Rocha Lima

A CARA DA MÚSICA:

A fotografia e seu papel na formação de uma identidade visual
para bandas brasilienses

Artur Dias Rocha

Memória do Produto apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Publicidade e Propaganda.

Brasília – DF

2017



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Trabalho de Conclusão de Curso

Membros da banca examinadora

1. Professor Doutor Marcelo Feijó Rocha Lima (Orientador)
2. Professora Doutora Suelen Brandes
3. Professor Ronald Jesus



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Publicidade e Propaganda

Professor Orientador: Marcelo Feijó Rocha Lima

A CARA DA MÚSICA:

A fotografia e seu papel na formação de uma identidade visual
para bandas brasilienses

Artur Dias Rocha

Aprovado em: ___/___/___

BANCA EXAMINDORA

Professor Dr. Marcelo Feijó Rocha Lima
(Orientador)

Professora Dra. Suelen Brandes
Membro 1

Professor Ronald Jesus
Membro 2

"A arte evoca o mistério sem o qual o mundo não existiria"

René Magritte

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, à minha família, por sempre me apoiar e me incentivar a seguir aquilo que gosto de fazer e acredito. Por sempre me motivar a ser uma pessoa melhor e mais humana.

Aos meus amigos e namorada, aqueles que sempre estarão do meu lado para me ouvir, aconselhar e tornar essa vida melhor e mais alegre. Sem vocês nada disso teria acontecido, com certeza me escutaram reclamar e me viram estressados nesse processo, mas foi graças a vocês que me empenhei para realizar um trabalho que quero dar continuidade e que tenho orgulho de falar que não é só meu, é nosso.

Ao professor Marcelo Feijó pela ótima orientação e aconselhamento para tornar meu projeto uma realização muito especial. Foram conversas que fizeram esse trabalho ter um resultado melhor e que pude aprender muitas histórias sobre ícones da música brasileira. Muito obrigado por ter me aceitado e ser orientador nesse projeto.

Aos integrantes da banda O Tarot, MOVNI e o João Pedreira, que conversei bastante durante todo o processo e que se antes já eram amigos, hoje são irmãos. Mais do que um projeto fotográfico, foi uma experiência que nos aproximou bastante. Sou fã de vocês e espero ver nosso trabalho crescer junto.

Gostaria de agradecer grandes amigos da Publicidade, pelas trocas de conhecimento, pelo apoio e por terem feito essa jornada na Universidade ser tão especial e enriquecedora, eu não tenho do que me arrepender, todo o processo foi muito gratificante, todos os trabalhos, as madrugadas em claro não seriam as mesmas sem esses que me acompanharam.

À Faculdade de Comunicação e todos seus professores e funcionários. Se hoje me tornei uma pessoa melhor eu tenho que agradecer esse lugar e essas pessoas especiais. Hoje tenho meus professores como grandes amigos, que sempre criticaram meus trabalhos para me verem crescer e me tornar uma pessoa batalhadora. Espero que um dia possa fazer para outras pessoas pelo menos metade do que fizeram por mim.

RESUMO

O projeto consiste na produção de ensaios fotográficos promocionais de bandas brasileiras, resultado de análise de trabalhos que vem sendo produzidos nessa área por outros fotógrafos, reflexões e diálogos com as bandas retratadas. Propõe-se uma experiência em que a história do fotógrafo irá se encontrar com o histórico da banda, resultando em um trabalho que busca atrair a atenção do público ao unir o surrealismo, a arte conceitual e a mitologia, afim de construir uma estética nova para se retratar músicos e gerar material publicitário para esses.

Palavras-chave: fotografia; música; arte; surrealismo; publicidade

ABSTRACT

The project consists of the production of promotional photographic essays from Brazilian bands, the result of an analysis of the works produced in this area by other photographers, reflections and dialogues with the bands portrayed. An experiment is proposed in which the history of the photographer will meet the history of the band, resulting in a work that seeks to attract the attention of the public by uniting surrealism, conceptual art and mythology, in order to construct a new aesthetic to portray musicians and generate advertising material for them.

Keywords: photography; music; art; surrealism; advertising.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Man Ray - Space Writing (Self-Portrait) 1935	20
Figura 2: John Heartfield - Adolf the Superman (1932)	21
Figura 3: Fernando Lemos - Auto-retrato (1949).....	22
Figura 4: Athos Bulcão - Entardecer no planalto (1953).....	23
Figura 5: Capa do álbum Jardim Elétrico (1971) - Os Mutantes.....	25
Figura 6: Capa do álbum Secos e Molhados (1973) - Secos e Molhados	25
Figura 7: João Pedreira	32
Figura 8: João Pedreira	33
Figura 9 - João Pedreira.....	34
Figura 10 - O Tarot.....	36
Figura 11 - O Tarot.....	36
Figura 12 - O Tarot.....	37
Figura 13 - MOVNI.....	39
Figura 14 - MOVNI.....	40
Figura 15 - MOVNI.....	40

SUMÁRIO

<u>1. INTRODUÇÃO.....</u>	<u>11</u>
<u>2. PROBLEMA DE PESQUISA.....</u>	<u>12</u>
<u>3. JUSTIFICATIVA.....</u>	<u>12</u>
<u>4. OBJETIVOS.....</u>	<u>13</u>
<u>5. METODOLOGIA DO ESTUDO.....</u>	<u>14</u>
5.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA.....	14
5.2 PESQUISA FOTOGRÁFICA.....	15
<u>6. FOTOGRAFIA E ARTE.....</u>	<u>17</u>
<u>7. TÉCNICAS FOTOGRÁFICAS.....</u>	<u>18</u>
<u>8. O SURREALISMO NA MÚSICA.....</u>	<u>23</u>
<u>9. A IMAGEM PUBLICITÁRIA E O IMAGINÁRIO.....</u>	<u>26</u>
<u>10. O PRODUTO.....</u>	<u>29</u>
10.1 A CARA DA MÚSICA.....	30
10.2 METODOLOGIA DO PRODUTO.....	30
10.3 JOÃO PEDREIRA.....	31
10.4 O TAROT.....	35
10.5 MOVNI.....	37
<u>11. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</u>	<u>41</u>
<u>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</u>	<u>42</u>

1. INTRODUÇÃO

"Infelizmente, hoje em dia as pessoas vivem num mundo cada vez mais desmitologizado e desencantado." (RANDAZZO, 1996, p.84).

"Assim como qualquer mitologia, as mitologias publicitárias podem funcionar em vários níveis. A maioria delas funciona num nível básico de envolvimento, entretenimento e diversão do consumidor 'enfeitando a realidade' e/ou informando os atributos e/ou os benefícios dos produtos. Muitas mitologias de marca também funcionam em nível sociológico para refletir e defender os nossos valores culturais. Algumas vezes, as mitologias da marca até atuam em nível espiritual ou cosmológico para alimentar a nossa alma." (RANDAZZO, 1996, p.86)

Esse projeto consiste em criar fotos promocionais de algumas bandas e músicos brasileiros de forma que a essência das bandas, suas músicas e letras, referências musicais e referências que formaram as bandas (ou músico) estejam explícitas de forma visual concretizado na forma de ensaios fotográficos para gerar material de divulgação. Para isso, utilizei de diferentes técnicas de fotografia, manipulação de imagens e artifícios de iluminação para criar um trabalho único para cada uma delas e fortalecendo meu processo criativo para alcançar um trabalho diferenciado e que tenha envolvimento por parte da cena musical brasileira e do Brasil.

A realização dos ensaios fotográficos tem a premissa de explorar e reinventar a formas como os ensaios fotográficos são realizados com bandas, buscando afirmar o papel que a fotografia tem como arte, de permitir interações entre a imagem e o receptor, gerando aproximação e promovendo a reflexão para com essa arte e conseqüentemente para com os músicos fotografados. A fotografia publicitária tem o poder de dialogar com o público quando bem construída, de criar realidades, propor novos mundos e convidar para a construção de uma narrativa na cabeça de quem a vê.

É natural ao ser humano a curiosidade pelo novo, e segundo o texto "A felicidade e a curiosidade" da psicóloga social Angelita Corrêa Scardua postado em seu site, estar aberto para novas situações, novas proposições, formas de arte e de se pensar a vida, ampliam nosso campo perceptivo e acaba por aprimorar nossa concepção de realidade.

2. PROBLEMA DE PESQUISA

Com o desenvolvimento cada vez mais rápido dos adventos tecnológicos como as novas mídias e a internet, o mercado fonográfico tem a necessidade de criar uma relação mais próxima do artista com seu público e a sociedade no geral. O artista que atua no ramo musical, não tem que se preocupar apenas com a qualidade sonora do que vem produzindo, mas também da qualidade do material gráfico que irá representá-lo imagneticamente no mercado da música. Sua imagem e a forma como ela é passada para o público se torna o cerne do consumo da indústria fonográfica, sendo uma ponte para o universo perceptual das criações e do imaginário do artista musical.

A fotografia é uma ferramenta a disposição do mercado musical com grande possibilidade de reter atenção do público e convidá-los a conhecer certos trabalhos que muitas vezes seriam ignorados devido ao grande fluxo de informações que o público recebe em seus *smartphones*, *tablets*, computadores e jornais.

Faz-se necessário então repensar formas de trabalhar a imagem desses artistas, fugindo do comum, para que o público sintam-se impactado e convidado a interpretar esse imaginário que a fotografia pode oferecer. De que maneira bandas e músicos podem ter a essência musical e criadora de suas composições externalizadas em forma de um ensaio fotográfico surrealista que una ideais e conceitos da banda à uma imagem criativa que desperte a reflexão do público?

3. JUSTIFICATIVA

Foi na Faculdade de Comunicação que minha paixão pela fotografia começou, com aulas de Introdução a Fotografia e Fotografia Publicitária tive mais noção de como uma imagem, se bem trabalhada e construída, pode transmitir histórias e fomentar a curiosidade nas pessoas que as veem. Uma fotografia, para mim, deixou de ser um registro momentâneo, um corte no espaço/tempo e passou a ser a construção do meu imaginário. A partir desse momento minha curiosidade por resgatar narrativas por esse processo passou a ser minha atividade preferida. A fotografia e a música se encontraram de forma natural. Comecei fotografando alguns shows de bandas de amigos e quando percebi estava fazendo trabalhos com bandas que por muito tempo fui fã e agora estava ali, produzindo junto deles, entre shows e ensaios, um material com a minha cara.

Com esse processo de descoberta que a fotografia me proporcionou, surgiram vários desafios que antes não imaginava existir. Sempre fui instigado por meus professores a fugir do ponto comum, procurar uma estética que conseguisse expressar aquilo que eu queria e que buscasse ser única, mas condizente com tudo aquilo que queria passar na forma de imagens. Desenvolvi alguns projetos com diferentes técnicas fotográficas e de manipulação de imagens como o *lightpainting* e recortes e colagens ao longo dos últimos anos, buscando sempre expressar o lado surrealista que podemos vivenciar pelas imagens, mas até então não sabia como juntar esses processos à fotografia de música. Foi observando diferentes ensaios realizados por fotógrafos de música que explorar o surreal se mostrou uma forma de captar a atenção das pessoas para uma foto e ao mesmo tempo criar reflexões que é o papel principal de uma fotografia como experiência artística.

Segundo Braune (2000, p.40) a "imersão nos desdobramentos do Movimento Surrealista nos coloca diante da qualidade fundamental da fotografia, que é a oscilação entre o real e o inconsciente." A partir dessa afirmação surge o tema desse projeto, que busca retratar músicos e bandas fazendo apelo ao inconsciente, utilizando-se de técnicas fotográficas, fotomontagens e apropriações de movimentos da vanguarda, como o Surrealismo e a Arte Conceitual, com a finalidade de aproximar o público do imaginário desses músicos brasileiros e construir uma identidade imagética para esses artistas.

4. OBJETIVOS

Como finalidade desse projeto, criar um produto (ensaios fotográficos) que unam técnicas fotográficas como o *lightpainting* e também processos de edição e fotomontagens para criar novas narrativas a partir de uma imagem dando um ar misterioso, curioso, surreal e evidenciar conceitos latentes nas histórias dos artistas musicais que foram retratados.

A partir do trabalho dos fotógrafos publicitários Ronen Goldman e Shawn Van Daele, os quais se utilizam de fotomontagens, apropriações do movimento surrealista e conceitual, proponho trazer nesse projeto uma discussão sobre o porque a incorporação dessas estéticas em material de divulgação de bandas e músicos pode ser interessante para a indústria fonográfica e para o público brasileiro.

5. METODOLOGIA DO ESTUDO

Para a realização desse projeto se fez necessário levantamento bibliográfico abrangendo temas como a fotografia como arte, movimentos de vanguarda que extrapolaram o cientificismo e racionalismo vigentes na época em que apareceram, técnicas fotográficas, como surgiram e principais artistas que as desenvolveram em seus trabalhos, a fotografia publicitária e conseqüentemente o imaginário e a mitologia por trás dos símbolos e significações.

Pesquisando e observando trabalhos de fotógrafos musicais, mais especificamente na área de realização de ensaios com finalidade de gerar materiais para divulgação e promoção de bandas e músicos foi percebido que existe ainda hoje uma forma muito genérica de representá-los, por vezes clichê, em que o foco das imagens são a representação do indivíduo e não de sua música, suas composições ou conceito por trás de seus sons. Fez-se assim necessário levantar uma forma de trabalhar a fotografia de forma a explorar esse lado artístico visando deixar de lado o foco objetivo desse tipo de representação que vem sendo feita com a finalidade de impactar o público e criar uma narrativa que seja curiosa para que leve esse público a conhecer e se identificar com os artistas musicais. Para isso, foi importante explorar fotógrafos que vem desenvolvendo seu trabalho nesse meio musical e ao mesmo tempo inventando novas formas de retratar músicos.

Fotógrafos como Ronen Goldman e Shawn Van Daele foram grandes inspirações para esse projeto, por conseguirem explorar a sonoridade e conceitos ligados a bandas, exprimindo em seus trabalhos surrealistas, conceituais e publicitários essa criação de novas realidades que a fotografia como arte tem o poder de evidenciar.

5.1 Pesquisa Bibliográfica

O estudo da fotografia como arte foi uma referência essencial para o projeto. Baseado no livro *O surrealismo e a estética fotográfica*, Braune mostra que o avanço na conceituação de *índice* foi que mostrou ao universo da arte que a fotografia sim pertencia à esse lugar, já que a fotografia não é mera *mimese* e não funciona só como "espelho da realidade" segundo o autor, a fotografia se mostra como uma forma de arte autônoma, com sua utilização e criação

diferentes da pintura e do desenho, pertencente ao mundo da arte de forma única e diferenciada. Braune foi responsável por mostrar o papel do fotógrafo como autor que utiliza de sua criatividade com finalidade de criar algo novo e como por meio da fotomontagem podiam cortar, selecionar e inventar uma imagem que ao mesmo tempo desconstruía essa noção que a fotografia tinha até então de sempre remeter a realidade.

Kossoy, em seu livro *Realidades e ficções na trama fotográfica*, traz o processo de criação do fotógrafo e como por meio de uma imagem é possível criar diferentes realidades para quem as vê. Kossoy fala que esse processo se dá de forma em que as realidades se constroem de acordo com a experiência do receptor com a fotografia ou a imagem, é uma construção que surge de múltiplas interpretações e que se faz bastante útil para a análise desse projeto.

Gernsheim também foi uma importante referência para o desenvolvimento desse projeto, em seu livro *A concise history of Photography*, ele nos traz a história e surgimento da fotografia artística surrealista, os principais nomes que desempenharam papéis importantes para a exploração desse movimento e também diversas técnicas e processos utilizados na fotografia surrealista e conceitual. Foi uma referência histórica de grande importância, para nortear o desenvolvimento das técnicas e explorar o surgimento dessas no momento em que aparecem.

Para analisar a imagem publicitária, bem como uma marca e o processo de assimilação de mitologias da marca no imaginário dos receptores, foi bastante importante explorar os livros *Comunicação em Marketing: Princípios da Comunicação Mercadológica* de J. B. Pinho e *A criação de mitos na publicidade: como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso* de Sal Randazzo. Esses autores foram importantes para que se tornassem claros os processos de criação publicitária e sua relação com o inconsciente dos receptores para a identificação com marcas e assimilação de valores e emoções transmitidos pela mensagem imagética.

5.2 Pesquisa Fotográfica

Thaís Mallon e Bento Viana são dois fotógrafos brasileiros que realizam ensaios fotográficos com bandas e músicos para a revista *Traços*, o trabalho desses artistas se

diferencia de muitos outros em Brasília pelo fato de explorarem novas perspectivas em seus retratos. Bento Viana explora bastante o contato e intimidade com músicos, fazendo ensaios que mostram a proximidade do fotógrafo com o retratado. Em seus trabalhos com artistas brasileiros busca sempre utilizar monumentos históricos da cidade e mostrá-los sobre uma nova perspectiva, procurando padrões e simetrias em paredes e muros explorando suas texturas e formas. Thaís Mallon explora diferentes locações buscando uma ambientação que converse de forma harmônica com cada banda e músico retratado. Suas edições fotográficas não são pesadas, utiliza-se de correções para valorizar os músicos em cada fotografia e consegue transmitir a essência dessas bandas através de retratos bem executados e limpos, sem muita interferência de uma edição mais pesada.

O fotógrafo de Israel Ronen Goldman foi uma grande inspiração do meu produto, os ensaios fotográficos com bandas, por trabalhar com arte conceitual e unir o universo do imaginário, da mitologia e do surrealismo à fotografia publicitária. Ronen Goldman tenta com seu trabalho sempre abranger conceitos que conseguem contar uma história a quem vê suas fotografias e externalizar emoções utilizando-se de imagens surreais e conceituais.

Outra grande referência que motivou esse projeto foi o fotógrafo Surrealista Shawn Van Daele, que realiza trabalhos publicitários e retratos surrealistas e é apaixonado por música. Shawn realizou dois projetos com as bandas Walk Off The Earth e From The Bridge Band para realização de material publicitário, unindo imagens fotográficas conceituais à estética surrealista.

Eric Pare, fotógrafo de *lightpainting* no Canadá, foi quem me motivou a unir a técnica do *lightpainting* à fotografia de música. Ele ficou mundialmente conhecido por seus retratos surrealista utilizando a técnica do *lightpainting*, onde consegue com a utilização de tubos translúcidos e lanternas criar uma espécie de pincel de luz. Sua técnica de pintar com luzes faz com que seus retratos ganhem uma atmosfera surreal e poética que dá abertura para outras infinitas interpretações acerca de sua arte.

Lourenço Fabrino, mais conhecido como Luringa, é um dos maiores fotógrafos na cena musical brasileira e trabalha nesse ramo há 10 anos, onde conseguiu se estabelecer realizando cobertura de shows e realização de ensaios com bandas nacionais. Em seus ensaios fotográficos costuma utilizar uma lente grande angular para retratar as bandas, por fotografar

bastante a cena underground e de rock também utiliza-se de lentes ultra grande angulares para dar uma perspectiva que nos remete a cultura do skate, a cultura underground.

6. FOTOGRAFIA E ARTE

Desde o surgimento, a fotografia divide opiniões sobre seu valor artístico. Em 1826, quando Nicéphore Niépce fez a primeira imagem fotográfica bem sucedida em metal segundo Helmut Gernsheim (1963, p.20), deu-se início também a discussão sobre a fotografia ser uma forma ou não de expressão artística. Muitos teóricos, incluindo Baudelaire, um dos maiores da cultura francesa, negaram publicamente a fotografia nesse âmbito, afirmando que este era um procedimento meramente técnico e que não exigia nenhum dom artístico.

Em resposta a aparição da fotografia, a pintura começou a mudar o seu viés fidedigno, em que se apresentava como a principal arte representativa das coisas, e começou-se a produzir imagens e representações que a câmera fotográfica não era capaz de reproduzir. Com o passar dos anos e com a evolução da conceituação e discussão em torno do *índice* fotográfico, a fotografia assumiu um novo papel na sociedade e mostrou-se muito mais que um espelho da realidade, "uma vez que índice não implica, necessariamente, em mimese." (BRAUNE, 2000, p.10), mas também uma ferramenta para que essa realidade fosse recriada, passa-se a "constituir-se como meio de expressão com linguagem própria, autônoma, independente das amarras que a prendiam aos conceitos próprios da pintura, tornando-se, assim, parte do cenário artístico" (BRAUNE, 2000, p.10).

Foi nesse momento que surgiu, por exemplo, a chamada arte conceitual, uma forma de expressão artística caracterizada pelo fato de que, ao invés de se predispor a uma experimentação sensorial, os sujeitos são, antes de mais nada, convocados a um processo de reflexão. (SILVA, 2006)

Segundo Paul Wood (2002) a chamada "arte conceitual" faz referência à uma vanguarda que surge no final da década de 60 e ao longo da década seguinte, e esse conceito foi utilizado primeiramente pelo escritor e músico Henry Flynt em 1961 em atividades relacionadas ao grupo Fluxus de Nova York. A arte conceitual é a tentativa de desvincular a arte do seu valor apenas visual, feita para ser olhada, e passar a ser considerada como ideia ou pensamento.

Fotografia e arte conceitual constituem um par complexo. Se alguns autores afirmam que a fotografia desempenhou um mero papel documental, outros, ao contrário, apontam para o uso de recursos específicos, por parte de alguns

artistas, que permitem problematizar a imagem técnica, suas possibilidades visuais e seus significados sociais. (FABRIS, 2008)

A fotografia passa a desempenhar uma função experimentalista, de tentativa, de reinvenção. Passa-se a buscar ao invés do automatismo técnico a criação de novos resultados visuais e estéticos decorrentes de experimentações, por vezes casuais, como acidentes que ocorriam durante algum processo fotográfico, ou intencionais, sempre buscando transmitir alguma ideia ou sentimento ao receptor e reafirmando a figura do artista-fotógrafo.

A realidade da fotografia não corresponde (necessariamente) a verdade histórica, apenas ao registro expressivo da aparência [...] A realidade da fotografia reside nas múltiplas interpretações, nas diferentes "leituras" que cada receptor dela faz num dado momento; tratamos, pois, de uma expressão peculiar que suscita inúmeras interpretações. (KOSSOY, 2002, p.38)

"O processo de criação do fotógrafo engloba a aventura estética, cultural e técnica que irá originar a representação fotográfica, tornar material a imagem fugaz das coisas do mundo, torná-la, enfim um documento." (KOSSOY, 2002, p.26). Em seu livro "Realidades e ficções na trama fotográfica", Kossoy nos mostra que a imagem fotográfica sempre trás componentes de ordem material (recursos técnicos, ópticos, químicos ou eletrônicos) e de ordem imaterial (mentais e culturais) e que são indissociáveis à fotografia. A junção desses componentes, juntamente com uma finalidade/intencionalidade é o que acaba por conceber a construção da imagem final. Dentro da intencionalidade podemos ter etapas como: seleção do assunto, seleção de equipamentos, seleção do recorte da imagem, do momento em que se pressiona o obturador, a seleção de materiais, de pós-produção e edição da imagem final, segundo Kossoy (2002), e que são etapas inerentes para o processo de criação de realidades na representação fotográfica.

7. TÉCNICAS FOTOGRAFICAS

Ao decorrer do século XX, com o surgimento das chamadas vanguardas históricas foi que apareceu a intenção artística de trabalhar e desenvolver narrativas subversivas, desconstruindo a ideia que existia até então de uma arte idealizada, elitizada, passando a criticar a sociedade e se reformular. Foi com o surgimento dos movimentos modernistas na Europa, entre eles se destacando o surrealismo e o dadaísmo, que a fotografia passou a incorporar técnicas, como a fotomontagem, a solarização e os fotogramas, para afirmar o papel criativo e autoral de sua linguagem própria segundo Braune (2000).

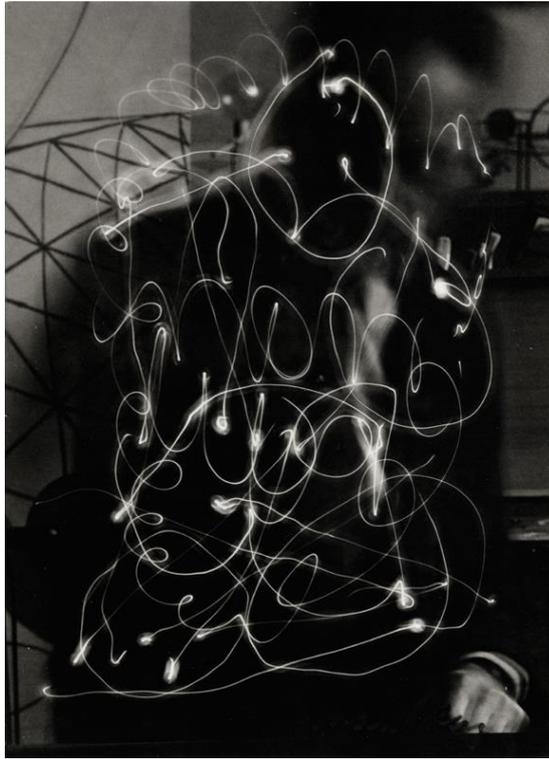
O surgimento da fotografia surrealista se deu nessa atmosfera, e vários artistas começaram a desempenhar essa arte sobre uma nova perspectiva. Segundo Gernsheim (1963) a fotografia surrealista começou na abstração, com experimentos de Paul Strand valorizando esteticamente objetos e temas normais, como por exemplo, as sombras de um muro e com uma série chamada "Vortographs" feita em 1917 por Alvin Langdon Coburn, onde utilizando um arranjo de três espelhos e fotografando madeira, cristais e outros objetos, conseguiu construir múltiplas imagens abstratas.

Em 1918, Christian Schad, membro do grupo dadaísta de Zurique e Gênova, usou a técnica dos fotogramas, técnica parecida com a desenvolvida por Talbot - porém usado por Schad como expressão artística - que consistia em a sobreposição de objetos sobre um papel sensibilizado por sais de prata e que sobre a ação da luz, imprimia nessa folha um desenho fotogênico no papel. Christian Schad, segundo Gernsheim (1963) se utilizou dessa técnica para uma outra abordagem abstrata no desenvolvimento de uma nova estética que foi chamada de "Schadographs".

Por volta de 1929, segundo Gernsheim (1963), Man Ray utilizou uma técnica parecida, a solarização, inventada por Armand Sabattier em 1862, onde o negativo se transforma em positivo em razão de uma superexposição do papel fotográfico à luz. Man Ray foi o responsável por utilizar essa técnica e melhorá-la com finalidades artísticas.

Man Ray foi um dos artistas de grande importância nessa etapa de evolução de técnicas e novas formas de experienciar a arte na fotografia. Ele também foi reconhecido por ser pioneiro utilizando a técnica de *lightpainting*, em 1935, criou uma foto chamada de "Space Writing (Self Portrait) 1935", técnica que tem por base usar a longa exposição para captar o movimento de uma fonte luminosa, permitindo assim a criação de desenhos com objetos que emitam luz, segundo Felipe Ferreira (2013). Em 1914, Frank Gilbreth e sua mulher Lilian Moer Gilbreth já haviam realizado estudos com esse tipo de técnica, observando o movimento de trabalhadores durante a linha de produção e usando lanternas e uma máquina fotográfica com o obturador aberto por um longo período de tempo, conseguindo captar o movimento da luz emitida pelas lanternas, porém, tal registro apesar de usar o conceito dessa técnica, não foi reconhecido como a primeira imagem com intenções artísticas de *lightpainting* e sim para analisar e registrar o movimento do corpo humano segundo Felipe Ferreira (2013).

Figura 1: Man Ray - Space Writing (Self-Portrait) 1935



Fonte: <<https://research.bowdoin.edu/surrealist-photography/2014/02/05/man-ray-space-writing-self-portrait-1935-2/>> Acesso em 14 de jun. 2017.

Já a fotomontagem, procedimento que consiste em criar uma composição artística através de recortes e colagens de fotografias, se originou dos movimentos Dadaísta e Surrealista e ganhou importância artística maior quando utilizadas pelo alemão John Heartfield, fundador do movimento Dadá em Berlim, 1918 segundo Vanessa Nóbrega (2012), pelo desejo de satirizar a sociedade e a política burguesa que seguia em ascensão com a Alemanha nazista. A partir da utilização das fotomontagens pelo movimento da fotografia surrealista, vários artistas como Jerry Ueslmann, Philippe Halsman, Fernando Lemos e muitos outros, passaram a se utilizar dessa linguagem para explorar novas possibilidades e desenvolver novas narrativas.

Figura 2: John Heartfield - Adolf the Superman (1932)



Fonte: < <http://www.johnheartfield.com/John-Heartfield-Exhibition/john-heartfield-art/political-posters-sale/john-heartfield-posters-war> > Acesso em 14 de jun. 2017.

Fernando Lemos, nascido em Portugal e naturalizado brasileiro por volta de 1960 segundo o Infopédia, foi um fotógrafo surrealista de grande renome, utilizou técnicas e processos muito utilizados na fotografia surrealista como a solarização, sobreposições e impressões em negativo e positivo, assim como Man Ray, com a finalidade de, a partir da descontextualização e fragmentação de objetos, trazer o surreal e o inquietante para um referente real.

Figura 3: Fernando Lemos - Auto-retrato (1949)



Fonte: <<http://pt.museuberardo.pt/colecao/obras/677>> Acesso em 14 de jun. 2017.

Athos Bulcão foi um artista brasileiro que desenvolveu novas linguagens estéticas e inspirou novos processos criativos no Brasil. Segundo a EBC foi pintor, escultor, desenhista e se aventurou também no processo de fotomontagens na década de 1950. Com seus trabalhos de fotomontagem buscava incorporar processos de movimentos artísticos de vanguarda em seu trabalho buscando novas formas de perceber e interpretar a realidade da época. Segundo Bené Fonteles em artigo disponível na Fundação Athos Bulcão, suas colagens eram feitas a partir de recortes de imagens de revistas e livros buscando transformá-las em outras fotografias que construía assim um novo conceito imaginário do irreal.

Figura 4: Athos Bulcão - Entardecer no planalto (1953)



Fonte: <https://catracalivre.com.br/wp-content/uploads/2015/09/Entardecer_no_planalto_1953_baixa.jpg>

Acesso em 14 de jun. 2017.

Os fotógrafos que se concentraram em interferir no realismo supostamente superficial da foto foram os que transmitiram, de modo mais exato, as propriedades surrealistas da fotografia. (SONTAG, 2004, p.34)

Com o passar dos anos, a evolução dos equipamentos e técnicas fotográficas se desenvolveu e cada vez mais se tornou acessível, difundida no ambiente digital que vivemos. Hoje é possível trabalharmos em softwares de edição, desempenhando novos tipos de narrativas e estéticas, a máquina fotográfica digital passou a ser amplamente utilizada, se tornando portátil e utilizada na vida cotidiana.

8. O SURREALISMO NA MÚSICA

O psicodelismo, como movimento artístico surgido na década de 60 tem fortes influências do surrealismo, segundo matéria publicada no jornal eletrônico O Globo, a música nesse movimento nos EUA e Inglaterra buscava a exploração de novas sonoridades com a finalidade de uma aproximação com o inconsciente e a expansão da mente. Os movimentos

são parecidos embora a diferença de épocas, buscavam falar da mente humana e apareceram como movimentos de contracultura.

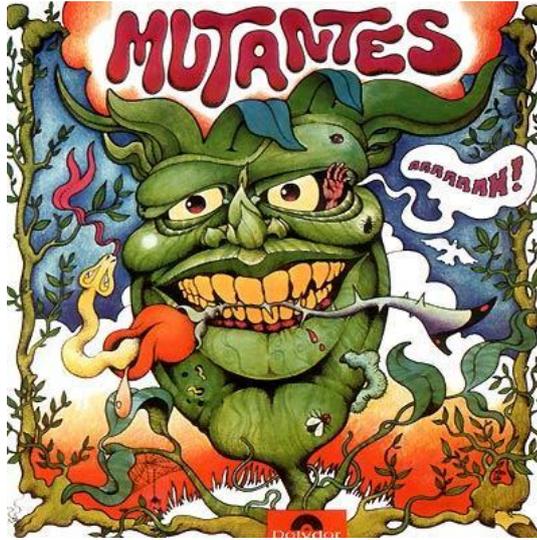
No Brasil o psicodelismo teve forte influência sobre a produção musical entre a década de 60 e 70, época em que se dá o surgimento do Tropicalismo, segundo matéria da EBC, e que fomenta a busca por trazer algo novo para o cenário musical brasileiro. O Tropicalismo surge como uma forma de se desprender das amarras da música nacionalista que vinha sendo produzida durante o período da ditadura militar, misturando sonoridades como o da MPB a utilização de guitarras elétricas, sons experimentais e trazendo cores para as roupas utilizadas pelos músicos em suas apresentações, acabando por conseguirem tornar a música brasileira e a cultura nacional mais moderna e eclética, segundo matéria do EBC.

Artistas como Rogério Duprat, Caetano Veloso, Gilberto Gil e bandas como Os Mutantes, Secos e Molhados, Novos Baianos, Jorge Ben foram alguns dos grandes nomes desse movimento no Brasil.

O psicodelismo influenciou não só a cena musical, mas também as artes gráficas. Com a utilização de imagens que extrapolavam a realidade, fotomontagens, cores vivas e desenhos surreais, os artistas e bandas buscavam juntar ideias e conceitos para representar sua sonoridade através da experimentação e criatividade.

Discos como "Jardim Elétrico (1971)" dos Mutantes, que trazia um desenho psicodélico na capa produzida por Alin Voss e "Secos e Molhados (1973)" da banda Secos e Molhados, que trazia a cabeça dos integrantes da banda em uma mesa com vários produtos secos e molhados, produzido pelo fotógrafo Antônio Carlos Rodrigues, são alguns exemplos de como a partir da capa dos álbuns esses artistas buscam impactar visualmente o público, transmitindo essa estética surrealista psicodélica a partir da imagem.

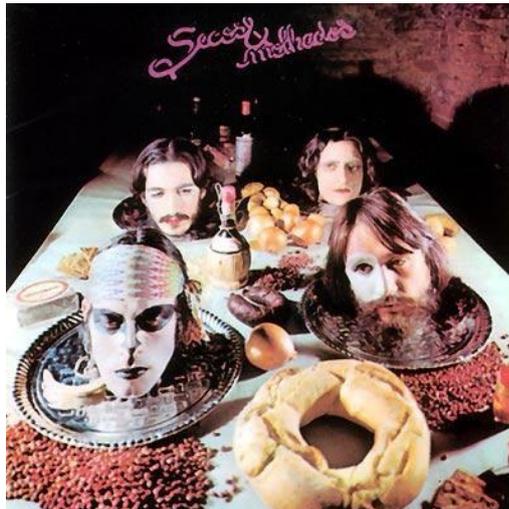
Figura 5: Capa do álbum Jardim Elétrico (1971) - Os Mutantes



Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Jardim_El%C3%A9trico#/media/File:Jardim_Eletrico.jpg>

Acesso em 14 de jun. 2017.

Figura 6: Capa do álbum Secos e Molhados (1973) - Secos e Molhados



Fonte: <<http://murkyrecess.blogspot.com.br/2011/04/secos-molhados-secos-molhados-1973.html>>

Acesso em 13 de jun. 2017.

9. A IMAGEM PUBLICITÁRIA E O IMAGINÁRIO

As vanguardas históricas nos trouxeram uma nova perspectiva no campo artístico, abrindo os olhos e a cabeça para o entendimento além do superficial de uma obra, a criação de reflexões por meio das imagens e seus reais sentidos e se mostraram uma forma de diálogo para com os receptores.

Outro aspecto que devemos observar é que foi com as “vanguardas históricas” que teve início o processo de hibridização no campo das artes [...] Com isso, despontam produções que rejeitam um princípio de pureza e se articulam na conjunção entre uma arte e outra, na *passagem* entre elas. (SILVA, 2006)

Com o surgimento desse processo de hibridização, definido por Silva (2006) como o processo de "entrecruzar diferentes categorias artísticas", que se deram propostas que buscavam unir por exemplo a arte e a publicidade. É o caso da Pop Arte, que surge em um momento em que não pode mais ignorar a imagem publicitária e faz desta a ênfase de seu trabalho.

J.B Pinho (2008, p.129) descreve a propaganda conceitualmente como:

"Técnica ou atividade de comunicação de natureza persuasiva [...] tem o propósito básico de influenciar o comportamento das pessoas por meio da criação, mudança ou reforço de imagens e atitudes mentais, estando presentes em todos setores da vida moderna."

A propaganda é uma ferramenta de marketing composta por um conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão que tem como finalidade "[...] influenciar, cada uma em um determinado sentido, as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público receptor." (PINHO, 2008, p.136)

A propaganda é responsável por colocar na mente do consumidor ou do público que ela quer atingir, uma imagem, uma ideia que está atrelada ao produto. Sal Randazzo (1996) assim define uma marca como sendo mais que um produto, ela existe como "entidade perceptual na mente do consumidor." (RANDAZZO, 1996, p.23). Segundo o autor, um produto é só uma coisa sem uma marca, ele precisa ter um aspecto psíquico latente, chamado por ele de *mitologia latente de produto*. Isso quer dizer que a marca "abarca a totalidade das percepções, crenças, experiências e sentimentos associados com o produto" (RANDAZZO, 1996, p.23) tendo o poder, por muitas vezes, de proporcionar novas descobertas e fortalecer o estímulo do consumidor a perceber e esclarecer as motivações pelas quais usa o produto.

Podemos entender uma banda, um músico ou artista como uma marca, que quer estar no mercado propondo um trabalho novo e que por vezes não sabe como construir sua identidade visual para chegar até o conhecimento do público. Muitas vezes a falta da valorização dessas experiências e sentimentos que podem remeter à sua música ou letra, na produção de imagens com o propósito de divulgação, pode levar à um distanciamento ou falta de interesse do público com sua arte. Visto que com o objetivo de valorizá-la, pensar a imagem e a fotografia como uma forma de possibilitar novas interações do público com o artista e sua música, pode e deve facilitar esse envolvimento. "Assim como a arte, a poesia e a música, a grande publicidade jorra do inconsciente." (RANDAZZO, 1996, p.86).

A criatividade é atividade inerente à publicidade, é surpreendendo o consumidor que a publicidade consegue destaque e cumpre seu papel para com o produto e isso só se dá pela criação de algo novo ou que pareça novo como é da natureza da publicidade fazer, já que se apropria de diversas estéticas, fontes de referência e movimentos artísticos.

Randazzo (1996) diz que a psique inconsciente, nossa alma primitiva e instintiva, é ao mesmo tempo fonte e o repositório da experiência mitológica.

"As imagens e os padrões universais do comportamento humano que se projetam na mitologia emanam da psique inconsciente e representam a experiência humana do mundo percebida pela alma. A força do mito e dos símbolos está na sua capacidade de romper a nossa armadura intelectual, para chegar à nossa alma." (RANDAZZO, 1996, p.82)

"[...] algumas mitologias representam imagens e temas universais que podem ser encontrados em todas as culturas. Muitas vezes, as mitologias tratam de questões eternas, existenciais: Quem sou eu? Por que estou aqui? O que é importante? [...]" (RANDAZZO, 1996, p.83). As mitologias por vezes conseguem ajudar as pessoas a entender quem elas são e o lugar que ocupam no universo.

"As diferentes ideologias, onde quer que atuem, sempre tiveram na imagem fotográfica um poderoso instrumento para a veiculação das ideias e da consequente formação e manipulação da opinião pública, particularmente, a partir do momento em que os avanços tecnológicos da indústria gráfica possibilitaram a multiplicação massiva de imagens através dos meios de informação e divulgação." (KOSSOY, 2002, p.20)

Segundo Kossoy (2002) essa manipulação da opinião pública se dá devido a grande credibilidade que as imagens têm junto à massa, sendo entendidas e assimiladas como a expressão da verdade. "Comprova isso a larga utilização da fotografia para a veiculação da

propaganda política, dos preconceitos raciais e religiosos, entre outros usos dirigidos." (KOSSOY, 2002, p.20).

Kossoy (2002) diz que é importante separar a realidade do documento - da fotografia - da realidade histórica, que envolveu o assunto no contexto em que foi registrado. Uma fotografia tem uma realidade própria que é construída e codificada, se tornando sedutora em sua montagem e em sua estética e que serve como pista para desvendar o passado.

Durand (2004, p.35) nos traz que o psiquismo humano não funciona de forma a interpretar imediatamente uma imagem, como um encadeamento racional de ideias, mas também se utiliza do inconsciente humano, do imaginário, revelando por vezes imagens irracionais de sonhos, da neurose, ou de uma criação poética. Segundo Durand (2004), o Romantismo, o Simbolismo e o Surrealismo foram movimentos que utilizaram dessa resistência dos valores do imaginário em contraproposta ao cientificismo racionalista na época em que surgiram.

Segundo a autora Jacqueline Held (1980), essa construção imaginária se dá através do *fantástico*, definido por ela como aquilo que só existe na imaginação ou na fantasia, é subjetivo. "[...] o fantástico seria o irreal no sentido estético daquilo que é apenas imaginável: o que não é visível aos olhos de todos, que não existe para todos, mas que é criado pela imaginação, pela fantasia de um espírito." (HELD, 1980, p.24).

"[...] Cada um de nós retira do real seu próprio universo. [...] De certa maneira, e em resumo, produzo meu próprio real. Por isso mesmo, meu real é fantástico, assim como meu fantástico é real." (HELD, 1980, p.26). A fotografia surrealista e conceitual por envolver o fantástico nos permite enxergar outro mundo que não o da percepção comum, objetiva, onde qualquer linha que divida o sonho da realidade desaparece e que nos faz por meio da reflexão e da imaginação tentar entender a atmosfera, as sensações, o intuito de construção das imagens do jeito que nos é apresentado.

Hoje a publicidade se utiliza dessa estética do imaginário, do simbolismo, conceitual e surreal em suas veiculações como forma de atrair a atenção do consumidor para seu material e desencadear um processo de reflexão e criação de uma realidade que o aproxime e cause empatia com seu produto. Esse processo se deu por essa hibridização entre a arte e a publicidade e mostra-se eficiente e convidativa para uma nova experiência visual.

10. O PRODUTO

Ao longo de mais de um ano e meio fotografando músicos em Brasília, percebi o quanto poderia ser desafiador e ao mesmo tempo recompensador criar e experimentar novas formas de retratar músicos brasileiros, coisa que se fez possível nesse projeto. Tive a liberdade para usar diferentes técnicas fotográficas e unir o universo da música ao da fotografia digital.

Foi necessário um estudo mais aprofundado sobre técnicas de edição digital em softwares como o Photoshop e Lightroom, bem como a pesquisa bibliográfica para entender de que forma se deu o avanço e o aparecimento de técnicas fotográficas e de que forma são utilizadas por grandes fotógrafos atualmente ao redor do mundo.

O projeto tomou forma quando surgiu a curiosidade e inquietação pela busca de um resultado estético surrealista, que instigasse o olhar e a reflexão por parte do receptor para com a imagem criada. Foi assim que as conceituações desses ensaios surgiram, de forma a fazer as pessoas se questionarem sobre o que é real ou não em uma imagem e a possibilidade desses elementos de contarem uma nova história.

O movimento fotográfico surrealista apareceu como uma forma de subverter a imagem real e a ideia da fotografia como técnica mimética para se capturar a realidade. Com a busca e conhecimento de técnicas e processos criativos para construir novas imagens desempenhadas por esse movimento foi que me surgiu a vontade de trabalhar com fotografias surrealistas.

Os ensaios têm por finalidade proporcionar sensações diferentes no público, de forma que com a reflexão acerca das imagens, cada pessoa de sua forma, consiga criar empatia com a imagem que tem relação direta com os músicos e passe a criar no seu imaginário o que cada banda e músico representa a partir dessa análise conceitual.

Os ensaios foram apresentados em meu portfólio online, que também foi desenvolvido como forma de mostrar meus trabalhos ao público e como forma de me posicionar como fotógrafo atuante em Brasília.

Foram produzidas também impressões das fotografias apresentadas, com a finalidade de completar o ciclo de criação de imagens para os músicos. As fotografias foram entregues

para os membros da banca examinadora buscando mostrar com maior qualidade o produto finalizado.

10.1 A cara da música

O nome do projeto surge a partir de uma análise de trabalhos de outros fotógrafos de música, visto que a maior parte de ensaios fotográficos para bandas e músicos o foco das imagens se dá no rosto dos integrantes. Percebi que ao tentar fotografar esses artistas, os fotógrafos exploravam pouco o que realmente era a banda e se voltavam sempre para o rosto dos indivíduos. A partir dessa inquietação comecei a me questionar de que outra forma seria possível fazer esse tipo de trabalho de uma forma mais criativa, que faça o público se sentir realmente curioso sobre uma banda e de forma que possa levar essa curiosidade a se tornar uma motivação para conhecer a sonoridade explorada por cada banda e músico. Foi dessa forma que percebi que podia explorar os conceitos que cada banda carregava, na sua forma de escrever músicas, de produzir harmonias e na forma que gostariam de ser lembradas no imaginário social. Esse projeto não tenta retratar a cara da banda, dar rosto à cada indivíduo que faz parte de um grupo, mas sim, a cara da música, e isso é possível até mesmo sem mostrar o rosto dos integrantes.

10.2 Metodologia do produto

Para a realização dos ensaios fotográficos foram escolhidas as bandas brasileiras O Tarot e MOVNI e o músico compositor João Pedreira, também de Brasília. Em um primeiro momento foi necessário escutar mais suas criações musicais e marcar reuniões para aproximação com os músicos, facilitando a delimitação da criação de conceitos para serem trabalhados com cada um, bem como definir locais para produção das fotos e técnicas e equipamentos que seriam utilizados.

A determinação e desenvolvimento dos conceitos se deram de forma a identificar e evidenciar os aspectos principais utilizados pelas bandas na criação de suas músicas, bem como a tentativa de captar com as fotografias uma aura mística única e presente no imaginário desses músicos.

Após a definição dos conceitos, fez-se necessário problematizar as técnicas fotográficas que seriam utilizadas para cada representação bem como que equipamento seria necessário para as produções e possibilidades de horários, visto que algumas fotografias produzidas exigiam determinadas condições de iluminação.

Com a realização das fotografias e seleção de três imagens para cada banda e músico, foi a vez do processo de edição das fotografias, onde fez-se útil os processos de criação a partir de fotomontagens e de valorizar as imagens destacando elementos que traziam significação para as imagens.

A forma de apresentação dos ensaios fotográficos se deu na plataforma digital, onde houve a criação de um site portfólio para a divulgação de meu trabalho <www.arturdiasfotografia.com>. Até então não tinha um portfólio online e tornou-se extremamente útil divulgar meu trabalho e projetos fotográficos, bem como me estabelecer no mercado fotográfico brasileiro e mostrar às pessoas como meu trabalho pode ser criativo e inspirador. As fotografias também foram impressas em papel fotográfico e entregues para os membros da banca examinadora do projeto.

10.3 João Pedreira

O músico brasileiro João Pedreira é compositor, performer e ator. "O Sarau - A Escola do Mundo ao Avesso" é um espetáculo-monólogo show de Pedreira, que se desenvolve numa linha dramática teatral performática. Seu trabalho é uma junção de canções autorais à textos pessoais e também a utilização de textos do autor latino Eduardo Galeano.

Pedreira tem dois EPs produzidos por ele mesmo: Ser Estar (2016) e Cantou o Galo (2017) e recentemente lançou seu terceiro EP chamado EMÁ (2017) em parceria com o Estúdio Phabrik.

Suas criações musicais giram em torno da exploração de jogos com as palavras e da inversão de significados dessas. Em grande parte de suas composições, Pedreira brinca com o sentido das palavras e desenvolve muitas vezes um trava língua, o que faz com que as pessoas se sintam curiosas por suas criações e se surpreendam com essa brincadeira poética sempre acompanhada de uma melodia em seu violão.

No ensaio fotográfico com o músico, decidimos que o conceito que mais atraía a atenção de suas músicas e o ponto que mais buscava incorporar em quase que todas suas letras e criações era a noção do avesso, como o nome de seu espetáculo e também sua maior referência criativa, Eduardo Galeano. Suas composições assim como o autor Eduardo Galeano, tem por finalidade as vezes em tons irônicos, questionar temas como liberdade, sobre como o comportamento humano não segue uma lógica, sobre como as coisas tornam-se o avesso do que deveriam ser. Para a representação do avesso utilizamos uma moldura de quadro, e que por vezes o conteúdo dentro dessa moldura se mostrava sobre uma perspectiva que não se mostraria possível sem o processo de fotomontagem. O efeito de edição utilizado foi baseado no *Glitch* que é uma expressão usada no mundo dos videogames para definir falhas sem nenhuma causa explícita. Normalmente essa instabilidade mostra-se presente por um comportamento de maneira estranha no jogo como um personagem flutuando, invertido ou desaparecendo do nada. A forma de representar o músico utilizando esse efeito e com jogo de perspectivas das fotomontagens faz alusão ao seu trabalho como compositor, que ao criar suas composições e jogos de palavras, comportando-se dessa maneira estranha, consegue fazer refletir a partir de uma pequena confusão mental.

Figura 7: João Pedreira



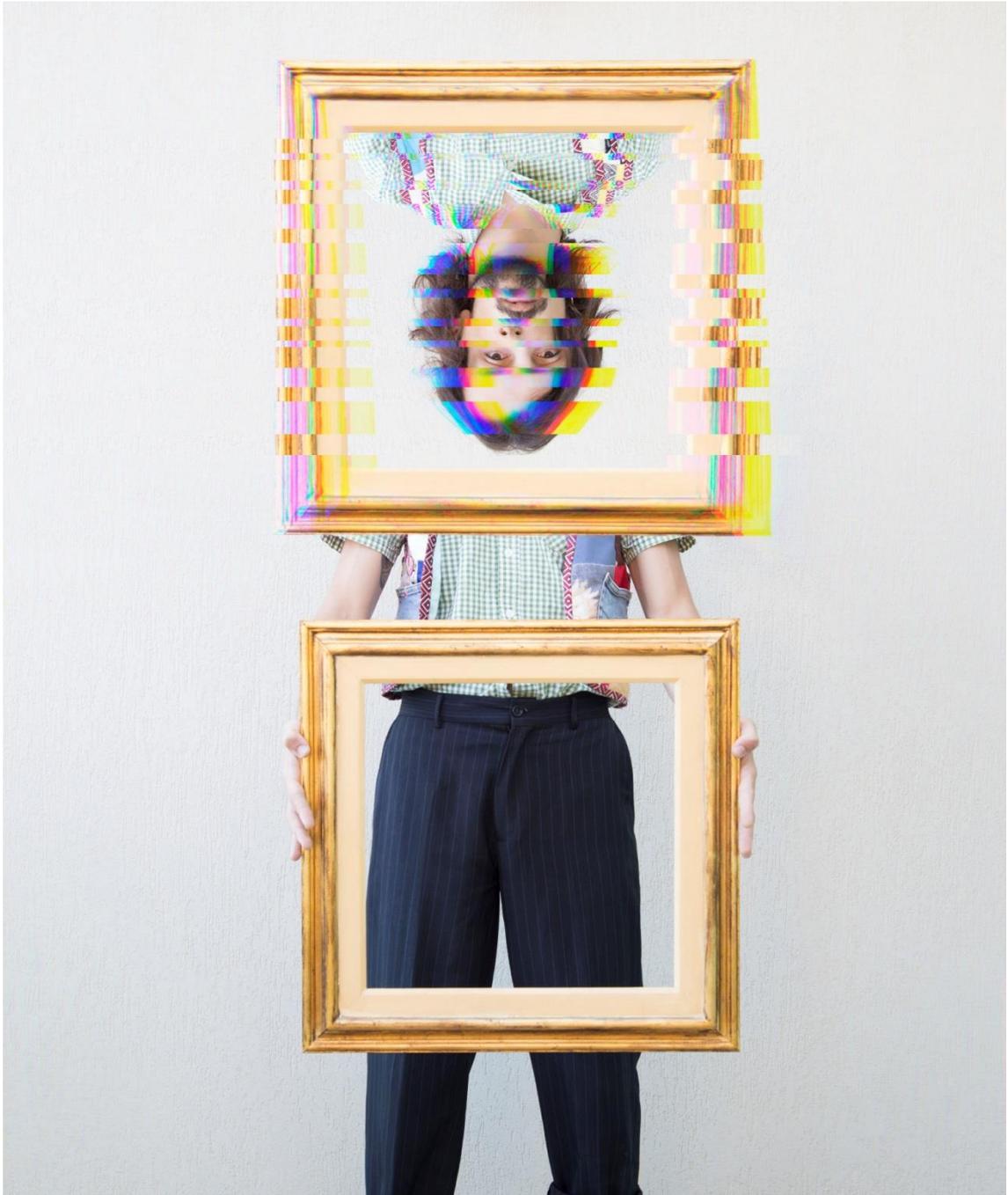
Fonte: Elaborada pelo autor

Figura 8: João Pedreira



Fonte: Elaborada pelo autor

Figura 9 - João Pedreira



Fonte: Elaborada pelo autor

10.4 O Tarot

A banda O Tarot é uma banda nova no cenário musical brasileiro, mas que já conta com milhares de fãs. A banda se apresenta como "uma banda de música nômade.". Isso se dá pela diversidade cultural que tentam incorporar em suas composições, sempre buscando sua essência. O Tarot conta histórias sobre o que é ser humano e sobre a busca desse mistério. A banda é composta por: Caio Chaim (voz, teclados e percussão), Lucas Gemelli (guitarra, acordeon e backing vocal), Victor Neves (baixo), Vinicius Pires (guitarra), Vítor Tavares (bateria e backing vocal).

O Tarot lançou seu primeiro álbum compacto "Zero" em novembro de 2016. É uma banda que explora diferentes referências e conceitualmente identificam seu som como uma música nômade, carregada de experiências de viagens e conhecimento de diversas culturas pelos integrantes formadores da banda.

Em uma reunião com a banda conversávamos sobre o que era a banda, qual era a mensagem por trás de suas músicas e sua verdadeira inspiração criativa, com a finalidade de encontrar um conceito para ser explorado nesse ensaio, e acabamos chegando à uma conversa que havia acontecido entre os dois compositores da banda, Caio Chaim e Lucas Gemelli, em que discutiam sobre suas composições e o Lucas disse que enquanto ele se importava em compor músicas pensando na vida de uma formiga, o Caio se importava em falar do universo, de algo muito mais abrangente e que engloba essa formiga. O conceito foi inspirado nessa fala e que tenta mostrar o mistério que a banda procura na experiência que é ser humano.

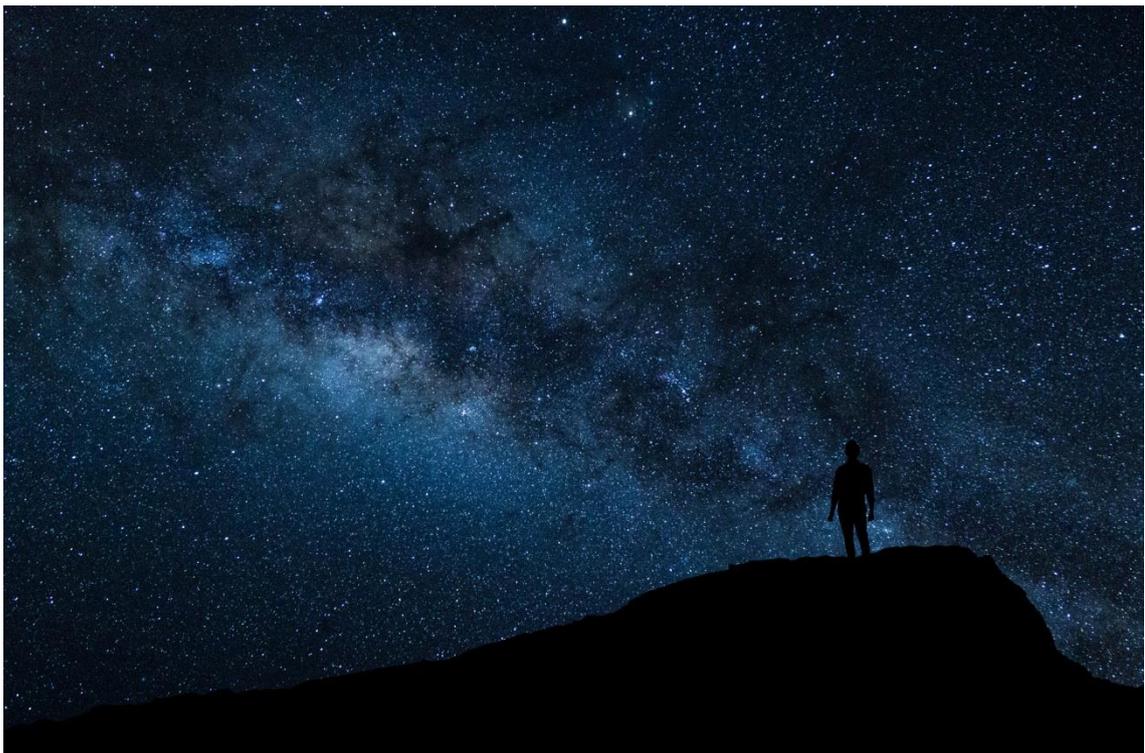
As fotografias foram produzidas usando um flash externo à câmera e em algumas dessas fotos foi utilizado para criar uma contraluz, com a intenção de fazer o registro da silhueta dos integrantes para que futuramente fossem aplicados efeitos de camadas no Photoshop e duplas exposições. Tentamos nesse ensaio registrar uma vida de inseto frente ao tamanho do universo, mostrando que nós, como seres humanos na Terra, somos exatamente como formigas nos questionando sobre o porque de tudo lá fora existir. Tentamos conhecer o universo inteiro mas sabemos que ele é infinitamente grande e refletimos olhando para as estrelas sobre questões existenciais e que nos mostram cada vez mais como somos pequenos e insignificantes. Porém temos um universo de conhecimento e vivência dentro de nós também, ao mesmo tempo que somos uma formiga em meio a tudo, temos nossos universos particulares e compartilhamos eles entre outras formigas vivas, dando um significado à nossa existência e nossa motivação de nos mantermos curiosos e reflexivos.

Figura 10 - O Tarot



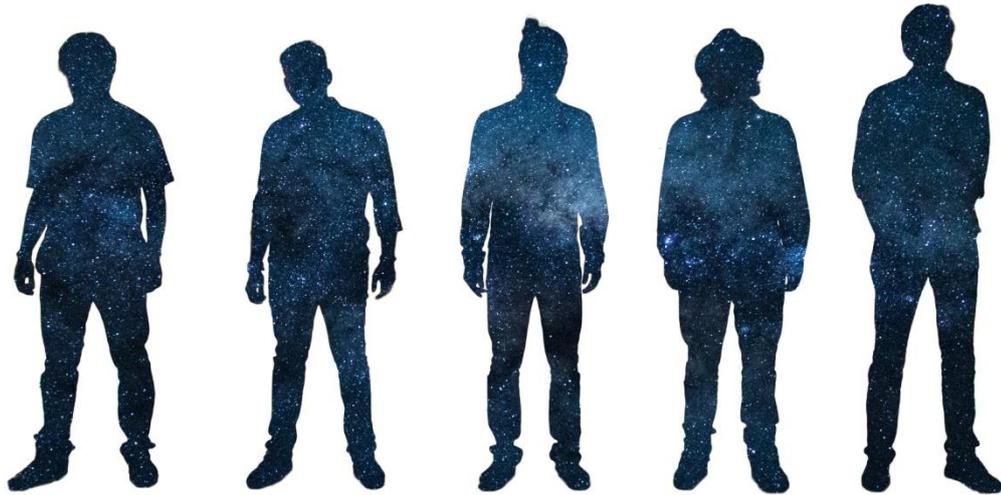
Fonte: Elaborada pelo autor

Figura 11 - O Tarot



Fonte: Elaborada pelo autor

Figura 12 - O Tarot



Fonte: Elaborada pelo autor

10.5 MOVNI

MOVNI (Música Orbital Viajante Não Identificada) é uma banda brasileira que nasceu em 2012. A ideologia da banda tem como base a liberdade criativa na construção de suas composições. Suas músicas unem muitos estilos e referências musicais, como o rap, o ragga, a música eletrônica entre outros. Buscam sair de padrões preestabelecidos e afirmam em suas músicas a variedade e riqueza de elementos sonoros que possuem em seu repertório cultural buscando criar sons experimentais e harmonias diferenciadas.

A banda é composta por três músicos, AfroRagga, Nauí e Doctor Zumba. Os integrantes desenvolvem projetos paralelos à banda e juntos já possuem 7 CD's lançados.

Em suas músicas a banda MOVNI trabalha temáticas como a liberdade, a luta contra o sistema que tenta padronizar a forma como as pessoas pensam, se vestem, agem e também a

reflexão sobre forças que extrapolam as leis da física, seres vivos espaciais e existência de vida em outros planos.

A ideia de retratar essa banda se deu na tentativa de unir a técnica da longa exposição e a pintura com luz que é desenvolvida há algum tempo e gera imagens com um apelo forte ao surreal, ao impalpável, às sensações, à fotografia de banda. Nesse ensaio meu foco foi trabalhar a temática do nome da banda, visualizando a música como uma órbita que emana energia por onde passa e também tentando não deixar os integrantes facilmente identificáveis nas fotografias. Quis trazer junto da técnica do *lightpainting* a sensação da alta tecnologia, tema muito trabalhado nas músicas do MOVNI e unir isso com a escolha da locação que sugere um ambiente modernista, podendo ser entendido como um lugar no espaço, um outro planeta.

Para a realização do *lightpainting* com vista à criar uma órbita ou uma esfera, foi necessário estudar maneiras de criar essa forma com a utilização de luzes. Surgiu a ideia então de comprar uma fita de luz de led, prendê-la em volta de um bambolê e passar um eixo no meio do bambolê para que conseguisse girar essa estrutura sem interferir diretamente nas luzes de led para criar uma esfera quase perfeita. Em uma das fotos também utilizei de um flash externo para fotografar uma contraluz além da longa exposição, com a ideia de que a rampa em que a banda estava sobre pudesse ser entendida como a rampa de saída de uma nave espacial.

A edição do ensaio se deu de forma a intensificar o lado surrealista dessas fotografias, passando uma sensação de misticismo em volta da música orbital viajante. Quis também evidenciar as cores nesse ensaio, já que as produções musicais e a criatividade sonora dessa banda são vibrantes e chamativas.

Figura 13 - MOVNI



Fonte: Elaborada pelo autor

Figura 14 - MOVNI



Fonte: Elaborada pelo autor

Figura 15 - MOVNI



Fonte: Elaborada pelo autor

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O produto final, A cara da música, traz através da produção de ensaios fotográficos surrealistas, a formação da identidade visual de duas bandas e um músico brasileiro. É o começo de um projeto que ainda tem muito que crescer, ao explorar novas formas de retratar artistas de Brasília com o objetivo de evidenciar a personalidade e sonoridade de bandas e músicos de forma visual.

O projeto acadêmico A Cara da música foi fundamental para perceber a forma que a evolução do movimento surrealista se deu tanto na Europa como no Brasil e de que forma surge e se manifesta a fotografia surrealista. Percebe-se também a partir da exploração como esse tipo de fotografia pode ser chamativa e instigadora para com o público, se tornando uma forma sugestiva de se produzir ensaios para músicos.

A música tem forte impacto sobre as pessoas e seu inconsciente assim como é a base da fotografia surrealista e conceitual, que procura despertar novos olhares diante muitas vezes de temas simples do cotidiano. A união dessas estéticas à fotografia para desenvolver a identidade visual de músicos foram ao mesmo tempo inspiração para os trabalhos fotográficos e possibilitadoras para se pensar a fotografia musical e o imaginário de artistas sobre uma nova visão.

O projeto gerou conhecimento sobre a forma de se trabalhar a imagem e a identidade visual de músicos, fortalecendo o processo criativo para elaboração de conceitos bem como a produção e finalização de imagens para esses artistas. A cara da música me possibilitou criar proximidade ideológica com cada músico e banda para que fossem criadas fotografias que remetessem à essência desses com singularidade e sintonia. Esse

Muito ainda há por vir, A cara da música, foi o começo de um projeto que surge para apresentar uma proposta nova para músicos e bandas brasileiros, aqueles que buscam também com suas músicas inspirar as pessoas e transmitirem bons sentimentos e reflexões ao público.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SILVA, Vanessa R. de L. **Os Caminhos Entre a Arte e a Publicidade: da produção do discurso à construção do sentido – uma leitura das obras de Oliviero Toscani e Bárbara Kruger.** Revista Espcom, Belo Horizonte, Nº1, 2006. Disponível em: <<http://www.fafich.ufmg.br/espcom/revista/numero1/ArtigoVanessaSilva.html>>. Acesso em: 16 de maio de 2017.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica.** 3 ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

BRAUNE, Fernando. **O surrealismo e a estética fotográfica.** Rio de Janeiro: 7Letras, 2000.

GERNSHEIM, Helmut. Col. Alison Gernsheim. **A concise history of PHOTOGRAPHY.** Londres: Thames and Hudson, 1963.

SONTAG, Susan. **Sobre Fotografia.** São Paulo: Companhia da Letras, 2004.

FABRIS, Annateresa. **Arte conceitual e fotografia: um percurso crítico-historiográfico.** Revista ArtCultura, Uberlândia, v.10, n.16, p.19-32, jan./jun. 2008. Disponível em: <<http://www.producao.usp.br/handle/BDPI/32329>>. Acesso em: 19 de maio de 2017.

ARTE Conceitual. In: **ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras.** São Paulo: Itaú Cultural, 2017. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3187/arte-conceitual>>. Acesso em: 19 de Mai. 2017. Verbetes da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7

WOOD, Paul. **Arte Conceitual.** Tradução Betina Bischof. São Paulo: Cosac & Naify, 2002. 80 p., il. p&b. (Movimentos da Arte Moderna).

PINHO, J.B. **Comunicação em Marketing: Princípios da Comunicação Mercadológica.** 9ª ed. Campinas, São Paulo: Papirus, 2008.

SILVA, Jadielson; LESSA, Laís. **Surrealismo x Publicidade contemporânea: a estética como ponte entre dois mundos.** Revista FACIMA Digital - Gestão, Maceió, p.200-209, 2016. Disponível em: <http://www.facima.edu.br/instituto/revista/arquivos/revista_facima_digital_anoI.pdf>. Acesso em 22 de maio de 2017.

RANDAZZO, Sal. **A criação de mitos na publicidade:** como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso. Rio de Janeiro: Rocco, 1996. 404 p.

DURAND, Gilbert. **O imaginário:** ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. 3ª ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2004. 128p.

FERREIRA, Felipe José Mendonça. O puro ícone fotográfico: a técnica de light painting e seus desdobramentos na revelação de uma realidade fotográfica. **Intersemiose**, [S.L], v. 2, n. 3, jan./jun. 2013. Disponível em: <<http://www.neliufpe.com.br/wp-content/uploads/2014/03/07.pdf>> . Acesso em: 20 mai. 2017.

NÓBREGA, Vanessa. Espaço imaginário: a construção da fotografia surrealista. **Revista Temática**, v.8, n.10, out. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/23380/12797>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

FONTELES, Bené. Athos Bulcão. Artigo do site da **Fundação Athos Bulcão**. Disponível em: <http://www.fundathos.org.br/pdf/Athos%20Bulcao%20-%20Ben_%20Fonteles%20port.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2017.

HELD, Jacqueline. *O imaginário no poder: as crianças e a literatura fantástica*. São Paulo: Editora Summus, 1980.

CALADO, Carlos. *A Divina Comédia dos Mutantes*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

SITES CONSULTADOS

<https://angelitascardua.wordpress.com/forcas-do-carater/a-felicidade-e-a-curiosidade/>

<https://www.facebook.com/otarotoficial/>

<https://www.movni.com.br/conceito>

<https://www.facebook.com/pedreiraoficial/>

<http://www.lpwalliance.com/publication/15>

[https://www.infopedia.pt/\\$fernando-lemos](https://www.infopedia.pt/$fernando-lemos)

<http://www.ebc.com.br/infantil/voce-sabia/2015/08/conheca-vida-de-athos-bulcao-autor-de-obras-que-sao-marca-de-brasilia>

<https://inspi.com.br/2016/02/10-capas-mais-loucas-discos-brasileiros-anos-1970/>

<http://www.ebc.com.br/infantil/voce-sabia/2015/07/o-que-foi-tropicalia>