

Fecha de recepción: marzo 2022

Fecha de aceptación: abril 2022

Versión final: mayo 2022

La fotografía como herramienta auxiliar para el Diseño: exploración de la visualidad en el proceso proyectual

Natalia Martin Viola ⁽¹⁾, Rodrigo dos Santos Souza ⁽²⁾,
Denis Porto Renó ⁽³⁾, Marizilda dos Santos Menezes ⁽⁴⁾ y
Ana Beatriz Pereira de Andrade ⁽⁵⁾

Resumo: Fotografia e design são disciplinas que lidam diretamente com a visualidade. Em síntese, podemos considerar que ambas as áreas promovem discursos múltiplos acerca dos elementos compositivos da imagem, seja no caso do design considerando a promoção da codificação de signos/símbolos, ou no caso da fotografia, que liga com o registro desses significantes. Desse modo, o artigo aqui proposto visa considerar a integração da fotografia auxiliando nos percursos de projeto dentro do design, onde podem ser discutidas ferramentas metodológicas para a pesquisa visual. São comentados os aspectos de integração e características que permeiam os campos. Disso, observamos a participação ativa das tecnologias contemporâneas em volta do digital, a fotografia com recursos *mobile*, e instantânea, pode se incorporar efetivamente nos novos paradigmas em volta do design atual.

Palavras-chave: Design - Fotografia - Ferramenta auxiliar - Pesquisa visual - Tecnologia digital

[Resumos em inglês e espanhol nas página 39 e 40]

⁽¹⁾ **Natalia Martin Viola.** Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design.
E-mail: natalia.m.viola@unesp.br.

⁽²⁾ **Rodrigo dos Santos Souza.** Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Design da Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design.
E-mail: rs.souza@unesp.br

⁽³⁾ **Denis Porto Renó,** Professor Associado do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design.
E-mail: denis.reno@faac.unesp.br

(4) **Marizilda dos Santos Menezes.** Professora Doutora do Departamento de Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design.
E-mail: marizilda.menezes@unesp.br

(5) **Ana Beatriz Pereira de Andrade.** Professora Doutora do Departamento de Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design.
E-mail: ana.b.andrade@unesp.br

1. Introdução

Uma primeira relação fotografia/design já se estabelece no início do século XX, onde ambas as áreas dão os seus primeiros passos concretos. Nesse período, as imagens capturadas pelo equipamento fotográfico ampliam a capacidade cognitiva e imaginativa dos indivíduos, e o design, vislumbra as potencialidades da mecanização atrelada à promoção de uma nova cultura material. A comunicação de massa, as grandes metrópoles e a produção industrial influenciaram essas áreas. A fotografia e o design, assim, vem exercendo discursos visuais claros e que, por muitas vezes, se entrelaçam, se confundem e se auxiliam, estabelecendo múltiplas maneiras de se apreender, perceber e relacionar (Cardoso, 2010). É interessante destacar a naturalidade do design, desde seus primórdios, para a absorção de tecnologias eminentemente novas e linguagens comunicativas disruptivas. Seja com a intenção de traduzi-las para um melhor aplicação no contexto produto/indivíduo, seja, na intenção de absorver essas linguagens e tecnologias para auxiliar dentro do próprio percurso e processo projetual, que antecede o produto finalizado e comercializado (Landim, 2010). Aqui, observamos, especialmente na contemporaneidade, que ambos os campos, fotografia e design, podem compor elementos discursivos que reverberam as mais variadas intenções. O design imbui aos artefatos de significados codificáveis e a fotografia captura esses significantes, que para Kossoy (2014), a fotografia é a codificação imagética do assunto que foi retirado ilusoriamente do seu contexto original.

Com isso, pretendemos considerar que a fotografia digital, *mobile* e instantânea, vem ganhando participações mais significativas dentro do processo de concepção projetual, seja dentro do design de produto, gráfico, moda, interiores, dentre tantas outras especialidades. Sendo assim, o artigo aqui apresentado, decorrido de indagações sobre a participação dessa ferramenta, visa analisar alguns aspectos de projeto que preveem a integração da Mobgrafia (fotografia com equipamentos *mobile*) de forma autônoma e ativa. Para isso, uma das etapas do processo de projeto, a construção de painéis visuais, foi comentada, assim como uma das especialidades da área, o design de moda.

2. Entendendo a fotografia

Na década de 1840 o mundo toma conhecimento de um novo meio de capturar imagens. São imagens instantâneas providas de uma caixinha por vezes de madeira com um orifício para a entrada de luz, que em poucos minutos, entrega uma imagem gravada em uma chapa metálica com extrema semelhança à vista à olho nu. Esta caixinha está sendo falada pelo mundo todo, pois teve sua patente autorizada pela Academia Francesa de Ciências e foi chamada de Daguerreótipo. Mas não foi uma invenção isolada. A história dessa caixinha é a história da fotografia, que pode ser iniciada juntamente com a história da humanidade se a analisarmos sob uma perspectiva filosófica. Os homens das cavernas já observavam as luzes que passavam pelos orifícios e transmitiam imagens das sombras dos objetos que estavam do lado de fora. Foi esta ânsia por entender como essa imagem era vista e como fixar esta imagem que trouxe para nós o desenvolvimento da fotografia. Podemos dizer que a fotografia então, não é provida e nem está presa a uma técnica isolada, muito menos a um equipamento só. A fotografia tem, em sua história, diversos suportes e nomenclaturas principalmente depois da notícia da heliografia, onde o francês Joseph-Nicéphore Niépce conseguiu fixar uma imagem em uma chapa metálica embebida em betume. Assim a corrida pelo desenvolvimento de um processo de sucesso começou, e surgiu a calotipia, desenvolvida por William Fox Talbot na Inglaterra e que consistia em técnica de positivo e negativo com a sensibilização de um papel –o negativo– na câmara escura e posterior transferência para o positivo com produtos químicos (Hacking, 2012). No Brasil, segundo Kossoy (2020), Antoine Hercules Romuald Florence desenvolveu a *photographie*, um processo bem semelhante ao do daguerreótipo desenvolvido por Louis Jacques Mandé-Daguerre na França, e que foi comprado pela França e dado ao mundo como um presente. A possibilidade de capturar imagens e de fixá-las a ponto de ser possível a sua visualização em um pedaço de vidro, chapa metálica ou papel encantou toda a população, desde crianças até idosos e com a fabricação da câmera Kodak, todas as famílias poderiam ter seus registros imagéticos e documentar suas vivências com uma câmera portátil com revelação das fotos pelos filmes 35mm.

Assim a fotografia se popularizou e se tornou parte do dia a dia e da cultura da população mundial. As técnicas de captura dessas imagens foram se aperfeiçoando e foram desenvolvendo diversas formas de mostrar ao mundo as formas diferentes e únicas de se olhar. Podemos fazer fotografias subexpostas, superexpostas, fotografias extremamente nítidas ou fotografias desfocadas e cheias de movimento, de ângulos da altura dos olhos ou ainda utilizar da perspectiva para enfatizar ou diminuir o objeto com os ângulos *plongée* e *contra-plongée*, por exemplo. Enfim, a criatividade e a mesma vontade de mostrar ao mundo as diferentes formas de se olhar ainda permanecem e permitem que a fotografia permaneça em constante desenvolvimento.

Com o avanço tecnológico, as mídias mudaram. Surgiram os televisores, os computadores e também a necessidade de se diminuir os pesos que os fotógrafos carregavam com as cápsulas de filmes fotográficos além do armazenamento das imagens já reveladas, e assim surgiu a câmera fotográfica digital. Desta vez, as imagens eram processadas e armazenadas em tecnologia computacional digital, e poderiam ser visualizadas diretamente nos computadores, quantas vezes forem preciso sem a necessidade de revelação. E mais uma

vez, a fotografia passa por outra transformação e desta vez, pode ter modificado os meios. Com a facilidade de visualização e transmissão, a fotografia digital começou a ser muito difundida em diversas plataformas digitais e sociais, sendo por muitas vezes a protagonista principal dessas redes.

Da mesma forma que o desenvolvimento das tecnologias avança, surge a inovação da inclusão de uma pequena câmera fotográfica aos aparelhos celulares. O primeiro aparelho a trazer esta inovação foi o iPhone em 2008, sendo um dos primeiros aparelhos celulares a serem vendidos com o um pequeno computador provido de acesso à internet e uma pequena câmera (Gunthert, 2014).

3. O design e a fotografia: processo projetual

Dentro do design, e das discussões promovidas na área, se consideram aspectos da subjetividade e complexidade para o projeto contemporâneo. Os produtos devem significar e interagir com os usuários (indivíduos) de modo a despertar percepções distintas e comunicações mais diretas, estimulando sensibilidades e aguçando sentidos. Isso pode interferir diretamente nas tomadas de decisão no momento de aquisição do produto ou serviço (Lobach, 2001). Um produto que se comunica mais intimamente com o seu público está um passo à frente dos seus concorrentes (Freitas, 2018). E, para se chegar a esse resultado, um planejamento e processo projetual bem estruturado, com ferramentas eficientes e etapas conscientes precisa ser considerado, onde serão elencados os agentes essenciais para a promoção do projeto.

A partir disso, a fotografia não se exclui, se enquadrando como um artifício importante para gestão do projeto, concepção de conceitos/alternativas, bem como, reafirmando sua participação em pesquisas para o entendimento do público alvo, geração de mapas mentais, painéis semânticos, ou ainda, participando como elemento próprio para a divulgação do produto finalizado (imagens publicitárias, por exemplo).

Ostrower (2014, p.57) questiona “Quantos momentos são captados por nós em um simples relance?”, ao comentar como em qualquer momento inerente às nossas percepções, visuais e com os demais sentidos, nos parecem incontáveis a quantidade de registros e fragmentos possíveis. São dados que podem ter um caráter familiar, eminentemente novos, desconexos ou até mesmo insólitos, mas que de algum modo são percebidos e podem compor momentos internos, externos, fatos e sensações (Ostrower, 2014). Percebe-se assim, que o registro de momentos, considerando o design uma área que bebe das referências do cotidiano, pode participar ativamente dentro da disciplina. Por exemplo, lembrar um detalhe ornamental dentro de um fragmento estático e imagético (uma fotografia), de uma caminhada em um centro histórico urbano, pode induzir a múltiplas possibilidades de exploração de uma estética e de uma forma, pode induzir para inspirações e novas interpretações.

Desse modo, considerando a fotografia como registro e entendo a visualidade como um aspecto importante, e por vezes determinante do design, indagamos sobre as potencialidades de participação da fotografia para composição dos projeto de design, seja

englobando os registros de momentos, que poderiam inspirar, auxiliando na proposição de alternativas, ou ainda, participando com o propósito de registro do percurso e processo do projeto de design, documentação de etapas e fases.

A fotografia e o design estão intimamente relacionados. Sendo assim, esses momentos da visualidade, gravados e passíveis de rememoração, são experiências que entram no processo criativo, onde, tudo que é observado se auto incorpora no processo, consciente ou inconscientemente (Ostrower, 2014).

Corroborando com estas considerações, ainda podemos destacar o potencial desses sistemas comunicativos para a transmissão de alguma informação a partir de linguagens mais flexíveis, menos padronizadas, lineares e que, de algum modo, aguçam o caráter criativo. Os elementos visuais, como signos e símbolos, sejam estes pictóricos, gráficos e imagéticos, presentes nos registros fotográficos e no design, podem ser encarados como descritores visuais atuando a partir da incompletude de descrição das palavras, conduzindo para polissemias de discursos, o subjetivo como ponto chave (Plaza, 2003). A fotografia dentro desta perspectiva, auxiliaria o design na visualidade desses elementos tão importantes, seja para a promoção do pensamento socializado (comunicação), seja para aquele em vias de se socializar (formulação/planejamento). Para Silva (2018):

A linguagem fotográfica como manifestação não verbal, utiliza-se de sinais que não possuem um código definido ou uma gramática rígida que determine seus procedimentos constitutivos. Portanto, a compreensão de seus sistemas possibilita ao sujeito, expandir a capacidade de ver e compreender melhor a mensagem visual (Silva, 2018, p.51).

Ao analisar, também, as condições impostas pela contemporaneidade para a atuação do designer, como as imposições decorridas da pandemia da COVID-19, sejam estas restrições de deslocamento ou mudanças de perspectivas para com a promoção dos projetos, foi percebida uma maior intimidade com os dispositivos pessoais *mobile* auxiliando de diversas maneiras no trabalho. As câmeras instantâneas, acopladas nos *smartphones*, apresentam um potencial rico para o design e o processo projetual. A câmera do celular, desse modo, facilita a captura de etapas, momentos, e resultados. O movimento é simples, basta retirar o equipamento do bolso e sair clicando.

Em se tratando de visualidade no processo de projeto que incorpore as imagens e o processo fotográfico *mobile*, podemos citar como exemplo de um dos momentos, a construção de painéis visuais e semânticos, que apresentam a intenção de referenciar um público alvo, um contexto de utilização ou o próprio produto a ser desenvolvido.

Esta ferramenta metodológica se faz presente de maneira torrencial dentro da atividade projetual, uma ferramenta metodológica para pesquisa visual que apresenta, por vezes de forma sistemática e por vezes de forma desconexa, as imagens auxiliando nas etapas de criação (Campos, 2015). O painel semântico coordena as referências visuais coletadas para o projeto, traduzindo para uma linguagem verbal um conceito de projeto muitas vezes sinuoso e ainda em vias de consolidação (Campos, 2015). As imagens ali organizadas podem ser consideradas vias de mediação entre o inteligível e aquilo que está para se

formar, e esse processo pode ser considerado sob algumas etapas como: A coleta dos dados visuais, agrupamento de imagens (organização) e reflexão (Campos, 2015; Silva, 2018).

No caso aqui comentado, entende-se que a primeira etapa, coleta, também seja uma etapa de criação, onde a fotografia, em especial a mobgrafia (fotografia com dispositivo *mobile*), se enquadra como artifício para a captura das imagens referências do projeto. Desse modo, poderão ser apresentados momentos e percursos do contexto cultural e vivências distintas da própria equipe de projeto, são imagens próprias que conseguem decodificar o que está sendo visto e proposto em uma linguagem imagética que transita entre o digital e o físico para a composição desses painéis referenciais. O “pensar” atravessando as imagens captadas por estes profissionais.

Outro caso a se considerar é a fotografia de moda e suas incursões contemporâneas. A fotografia de moda teve seu surgimento concomitante ao desenvolvimento das revistas ilustradas, e as produções de imagens de moda empregavam não apenas um fotógrafo, mas sim uma equipe composta pelo fotógrafo, modelo, diretor de arte, produtor, maquiadores, retocadores, editores e assistentes de fotografia. As fotografias de moda sempre foram inspiradas pela cultura da época. Após a Segunda Guerra Mundial, os estilistas tiveram que se reinventar com a escassez de matéria-prima, e os fotógrafos também. Com isso, a criatividade tomou conta e os lugares mais exóticos começaram a se tornar as locações mais utilizadas, como apresentado na figura 1. Com isto, a fotografia de moda passou a ter uma abordagem mais criativa e excêntrica (Hacking, 2012).



Dovima com elefantes, 1955

Fonte: Hacking, J., 2012.

Segundo Hackign (2012), a fotografia de moda apresenta fantasias de luxúria e de consumo, algumas chegando a ser polêmicas. Elas podem ser classificadas como complexas pois envolvem arte, técnica, talento e marketing, além de conhecimentos de psicologia.

Da mesma forma que a fotografia de moda pode ser surpreendente, o suporte fotográfico também pode ter influência na produção das imagens. A mobgrafia vem sendo usada com bastante frequência na fotografia de moda, e alguns fotógrafos já a utilizam na produção de editoriais de moda completos.

Com todas as facilidades que a mobgrafia oferece desde a captura das imagens até a distribuição e comercialização online de forma instantânea, algumas agências de moda têm se apropriado deste suporte de forma institucional. É possível verificar ainda, a cobertura de eventos de moda com o uso de aparelhos celulares para a captura de fotografias.

A mobgrafia tem desenvolvido uma estética própria somada às características específicas desse suporte fotográfico. A mobilidade, juntamente com a pronta pós-edição e o imediato compartilhamento e difusão das imagens propicia esta nova estética que não se vê em qualquer outro meio. Desta forma, estas características se somam às características da fotografia de moda que permitem a criação, a arte, a intervenção e a fantasia, contribuindo com o aperfeiçoamento e manutenção da estética própria deste estilo fotográfico.

Outro aspecto interessante considerando a agilidade mobilidade propiciada pelos dispositivos móveis e as tecnologias contemporâneas para registros fotográficos é a maior integração dos usuários finais com os discursos das marcas de moda.

Como exemplo podemos citar a empresa calçadista Melissa que, com a influência do digital, percebe as redes sociais, em especial o *instagram*, como vitrines importantes para os seus produtos e relacionamento com o consumidor. Desse modo, a empresa compartilha nas suas redes, fotografias de consumidores usando os produtos. São imagens geralmente capturadas com o celular e que se comunicam muito bem com outros usuários, se tornando uma ferramenta poderosa para gerar identificação entre a marca e seus clientes. A figura 2 apresenta um exemplo dessas “postagens”.



A fotografia mobile como novo discurso das marcas. 2017

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BXYup1RDIA3/>

4. Considerações finais

Conforme exposto, a fotografia e o design, bem como as tecnologias disruptivas observáveis na contemporaneidade, vem se comunicando intimamente para promoção dos processos de projeto. Observamos que a visualidade imagética, inerente às duas áreas, é aspecto fundamental para a atuação do designer. Saber incorporar os recursos eminentemente novos oferecidos podem corroborar para um diferencial nos resultados de projeto. A perspectiva para o futuro é que essas tecnologias *mobile*, para registro e captura de imagem, se entrelacem cada vez mais na vida do indivíduo comum e no processo de concepção de produtos e serviços. Percebemos desse modo, que tanto a fotografia, quanto o design, caminham para relações mais íntimas e interligadas.

Agradecimentos

Os autores agradecem ao programa de bolsas CAPES e PROEX, a Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC-Unesp) e aos programas de Pós-graduação em Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio Mesquita Filho” (UNESP) pelo suporte e apoio para o desenvolvimentismo do trabalho.

Referências

- Campos, D. Q. (2015.a) Atlas Mnemosyne uma nova proposta para a pesquisa visual. *Educação Gráfica*. 19(2), 50-61.
- Campos, D. Q. (2015.b). O Atlas como método para o design: O uso do Atlas e dos conceitos de montagem como ferramenta metodológica para a pesquisa visual. *e-Revista LOGO*. 4(1), 91- 104.
- Cardoso, R. (2016). *Design para um mundo complexo*. cap. 02. Ubu.
- Cardoso, S. T. (2010). A Fotografia e os Elementos do Design Gráfico no Cartaz Comercial. *e-Com*, 3(1).
- Coimbra, V. (2017). 5 dicas para fotografar um editorial de moda com o celular. (Blog). Retirado de <https://iphotochannel.com.br/5-dicas-para-fotografar-um-editorial-de-moda-com-o-celular/>.
- Freitas, R. O. T. (2018). *Design de superfície: ações comunicacionais táteis nos processos de criação*. 2. ed. Editora Blucher.
- Gunther, A. (2014). The conversational image. *Études photographiques* n.31. Printemps. Disponível em: <<http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3546>> . Acesso em 17 de fev. de 2022.
- Hacking, J. (2012). *Tudo Sobre Fotografia*. Editora Sextante.
- Kossoy, B. (2020). *Hercule Florence: a descoberta isolada da fotografia no Brasil*. 4a. ed. Editora da Universidade de São Paulo.

- Kossoy, B. (2014). *Os tempos da fotografia: o efêmero e o perpétuo*. 3a. ed. Ateliê Editorial: Cotia.
- Landim, P. C. (2010). *Design, empresa, sociedade*. Cultura Acadêmica Editora.
- Lobach, B. (2001). *Design Industrial: Bases para a configuração de produtos industriais*. 1. ed. Blucher.
- Melissa (2017). *Se tá tudo combinando, vale uma foto*. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BXYup1RDIA3/>>. Acesso em: 23/03/2022.
- Ostrower, F. (2014). *Criatividade e processos de criação*. 30. ed. Vozes: Petrópolis.
- Plaza, J. (2003). *Arte/Ciência: uma consciência*. *ARS (São Paulo)*, 1(1), p. 37- 47.
- Silva, J. C. P. (2018). *O papel da linguagem fotográfica em procedimentos de projeto de produto*. 2018. 259p. Tese (Doutorado: Design e Arquitetura) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo.

Abstract: Photography and design are disciplines that deal directly with visuality. In summary, we can consider that both areas promote multiple discourses about the compositional elements of the image, whether in the case of design, considering the promotion of coding of signs/symbols, or in the case of photography, which links with the registration of these signifiers. In this way, the article proposed here aims to consider the integration of photography helping in the project paths within the design, where methodological tools for visual research can be discussed. Aspects of integration and characteristics that permeate the fields are discussed. From this, we observe the active participation of contemporary technologies around digital, photography with mobile resources, and instantaneous, can be effectively incorporated in the new paradigms around the current design.

Keywords: Design - Photography - Auxiliary tool - Visual search - Digital technology

Resumen: La fotografía y el diseño son disciplinas que se ocupan directamente de la visibilidad. En resumen, podemos considerar que ambas áreas promueven múltiples discursos sobre los elementos compositivos de la imagen, ya sea en el caso del diseño, considerando la promoción de la codificación de signos/símbolos, o en el caso de la fotografía, que se vincula con el registro de estos significantes. De esta manera, el artículo aquí propuesto tiene como objetivo considerar la integración de la fotografía ayudando en los caminos del proyecto dentro del diseño, donde se pueden discutir herramientas metodológicas para la investigación visual. Se discuten aspectos de integración y características que permean los campos. A partir de esto, observamos la participación activa de las tecnologías contemporáneas en torno a lo digital, la fotografía con recursos móviles e instantáneos, pueden incorporarse de manera efectiva a los nuevos paradigmas en torno al diseño actual.

Palabras clave: Diseño - Fotografía - Herramienta auxiliar - Búsqueda visual - Tecnología digital

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
