

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
REALIZAÇÃO AUDIOVISUAL

ALEX REIDEL

SUBJETIVAÇÃO E ATMOSFERA FÍLMICA NA PRODUÇÃO DE ADOLPHO VELOSO

São Leopoldo
2019

ALEX REIDEL

Subjetivação e Atmosfera Fílmica na Produção de Adolpho Veloso

Projeto de Pesquisa apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharelado em Cinema, pelo Curso de Realização Audiovisual da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientadora: Prof. Ms. Rochele Zandavali

São Leopoldo

2019

AGRADECIMENTOS

A Universidade UNISINOS, pela oportunidade de fazer o curso.

À Prof. Ms. Rochele Zandavalli, pelo empenho dedicado à elaboração deste trabalho.

Ao Prof. Ms Henrique Araujo pelo paciente trabalho de revisão da redação.

Aos meus pais, pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

Tendo em vista o crescente nível de refinamento estético nas obras audiovisuais, esta pesquisa versa sobre a forma como o diretor de fotografia Adolpho Veloso contribui na construção de uma atmosfera fílmica. A partir de recursos técnicos e de linguagem, ele imprime subjetivação na imagem. O presente estudo busca encontrar recorrências visuais que sirvam como elementos potenciais na elaboração estética das obras audiovisuais das quais que participa. Para tanto, se fez necessário dominar o conceito de atmosfera fílmica e o papel da direção de fotografia em sua constituição, bem como analisar separadamente elementos estéticos presentes no filme *On Yoga: Arquitetura da Paz* (2018) e em suas produções publicitárias, encontrando valores visuais que permeiam e transitam nestes dois campos de atuação. Realizou-se, então, uma pesquisa qualitativa, abordando conceitos importantes sobre a atmosfera nos filmes, preferências técnicas de Adolpho Veloso apresentadas mediante entrevistas e análise prática de frames dos filmes em que Veloso atuou na direção de fotografia. Diante disso, verifica-se que as estratégias de subjetivação são marcadas por inovações tecnológicas dos equipamentos de produção e na seleção de trabalhos realizados com o mesmo diretor ou equipe. Constatou-se que recorrentes estratégias técnicas resultam na subjetivação da imagem, contribuindo assim, com a efetivação da atmosferas fílmica das obras audiovisuais das quais Veloso participa.

Palavras-chave: Direção de fotografia. Atmosfera fílmica. Subjetivação. Estética. Audiovisual.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Frame 1 - San Miguel Made of Experiences (2018) - Sol como um contra-luz ofuscante (exemplo 1).....	18
Frame 2 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2017) - Sol como um contra-luz ofuscante (exemplo 2).....	18
Frame 3 - Os melhores Anos de Nossas Vidas (1946) – Exemplo de quadro saturado mostrando a relação do primeiro com o segundo plano.....	21
Frame 4 - Suspeita (1941) – Exemplo de quadro rarefeito intensificando o reconhecimento do objeto na narrativa.....	21
Frame 5 - Shanghai Fast - Nike (2017) – Plano aberto.....	28
Frame 6 - Shanghai Fast - Nike (2017) – Câmera acompanhando a corrida.....	28
Frame 7 - Shanghai Fast - Nike (2017) – Formato anamórfico.....	29
Frame 8 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Câmera "buscando" Michael....	35
Frame 9 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Michael O`Neill mostrando uma foto tirada de Paul Newman.....	35
Frame 10 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Michael O`Neill fotografando a ioga em Nova Iorque.....	36
Frame 11 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Ambientação na Índia.....	37
Frame 12 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Depoimento do guru dentro de uma caverna.....	38
Frame 13 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Guru interagindo com o ambiente da caverna.....	38
Frame 14 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Foto de Michael O`Neill.....	39
Frame 15 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Recriação da situação da foto adaptada com o conceito do filme.....	39
Frame 16 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Guru indiano em enquadramento lateral.....	40
Frame 17 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Mestre de ioga americana em enquadramento lateral.....	40
Frame 18 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Exemplo 1 da distorção da cidade de Nova Iorque.....	41

Frame 19 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Exemplo 2 da distorção da cidade de Nova Iorque	42
Frame 20 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Foco dentro de um ambiente	41
Frame 21 - Natura (2017) – Exemplo 1: Relação céu e ação em primeiro plano..	44
Frame 22 - Football(s) - Orange (2017) – Exemplo 2: Relação céu e ação em primeiro plano	44
Frame 23 - Natura (2017) – Contraluz que ressalta as partículas de água e o objeto que as sente.....	45
Frame 24 - San Miguel - Made of Experiences (2018) – Técnica de <i>sfumato</i> construindo uma atmosfera de leveza	45
Frame 25 - Smirnoff - Conventions (2015) – Plano mostrando a música estilo eletrônica.....	46
Frame 26 - Smirnoff - Conventions (2015) – Plano mostrando a música de estilo funk	46
Frame 27 - Smirnoff - Conventions (2015) – Plano mostrando música de estereótipo depressivo	47
Frame 28 - Smirnoff - Conventions (2015) – Última cena mostrando sensações positivas	47
Frame 29 - Fiat Mobi - This is Your Time (2017) – Luzes coloridas como elemento estético.....	48
Frame 30 - San Miguel - Made of Experiences (2018) – Técnica de vaselina na lente utilizada na publicidade	49
Frame 31 - Boticário - Segredo (2018) – Filme publicitário preto e branco mantendo a subjetivação de estratégias técnicas	50

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 ATMOSFERA FÍLMICA NA DIREÇÃO DE FOTOGRAFIA	13
2.1 Atmosfera Fílmica.....	14
2.2 Relações entre técnica e linguagem: subjetivação na imagem em Adolpho Veloso	15
2.2.1 Escolhas técnicas e subjetivação na imagem.....	15
2.2.2 Atmosfera Fílmica e Linguagem.....	19
2.3 Evolução tecnológica	23
2.4 Entrevista com Adolpho Veloso	29
3 ÁREAS DE ATUAÇÃO	32
3.1 Atmosfera fílmica em <i>On Yoga: Arquitetura da Paz</i>.....	33
3.2 Atmosfera fílmica e publicidade.....	42
4 ATMOSFERA FÍLMICA NA PRODUÇÃO DE ADOLPHO VELOSO.....	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
REFERÊNCIAS	54
APÊNDICE – Entrevista com Adolpho Veloso	57

1 INTRODUÇÃO

Quando o espectador tem o primeiro contato com uma obra, acontece uma série de eventos – os estímulos sensoriais. Esses estímulos podem ser definidos como uma percepção primária com a estética, na qual há um embate de sentidos com o mundo apresentado. Após esse primeiro contato, há um processamento das informações durante o tempo de relacionamento com o objeto apresentado, e, então, o que antes era sentimento, transforma-se em conhecimento. Segundo Rudolf Arnheim (1969), a intuição, diferente do intelecto, está reservada às artes visuais e teatrais, à música ou à poesia. Ela é dificilmente ensinável, pode ser adquirida através de um grande e recorrente esforço mental. Seguindo esse pensamento, podemos perceber que esse dom de ser uma pessoa intuitiva se dá através de uma prática de relação recorrente com as artes. Com isso, quero enfatizar a ideia da importância do repertório. Qualquer criador parte de sua bagagem cultural antes de criar algo e provocar a intuição nos receptores. Suas produções são um reflexo do que ele vive. Nós somos uma representação daquilo que vivemos, escutamos e olhamos – e tal questão pode ser aplicada em qualquer área, principalmente quando há uma alta necessidade de capacidade criativa.

Em um filme, os estímulos sensoriais originados pela estética não são somente frutos da percepção do espectador, mas também dos responsáveis pela construção da obra. Os criadores têm como intenção gerar estímulos sensoriais em quem vê durante o tempo de duração proposto na diegese. O objetivo é criar uma relação estética do espectador com o filme. Temos como elementos de um visual fílmico misturas de cor, luz, movimento, enquadramento, som, objetos (ou falta deles) que constroem os significados. A função da estética fílmica é materializar visualmente a narrativa, começando a contar uma história antes mesmo dos diálogos e ações iniciarem. Quando o observador recebe esses elementos, pode-se sentir o tom que a obra propõe: alegre, triste, dramática, solitária, engraçada, ou de qualquer outra ambientação, por mais específica que ela seja.

No campo da pintura e das artes visuais, os recursos imagéticos são de extrema importância, pois contam a respeito da ambientação na qual a imagem se insere, além da narrativa, do movimento histórico ao qual pertence, do estado de espírito do autor ou da história que é contada, etc. Os estímulos sensoriais servem

como base para a construção de um contexto na pintura. É importante enfatizar que, em um filme, a narrativa não se torna dispensável (é ela quem dá uma das singularidades da arte cinematográfica), mas a função estética, como qualquer meio de manifestação artística, eleva a história para muito além de um simples roteiro impresso. Os dois andam juntos, complementando-se – e é essa união entre narrativa e estética que torna o cinema singular.

A narrativa do filme é acompanhada por elementos estéticos que têm como função não só materializar, mas também potencializar a história contada. Nessa tentativa, diversos profissionais se destacam, utilizando recursos técnicos a fim de provocar efeitos visuais ou sonoros que atinjam certas sensações. Na maioria das obras audiovisuais, o conceito estético é constituído por um tripé criativo.

Esse tripé é formado, primeiramente, pela direção de fotografia, que, por meio de uma lente objetiva, simula tecnologicamente o olho humano com a disposição de, através de elementos como luz e movimento, estabelecer a ideia do filme; pela direção de arte, que participa na construção imagética de cada *frame*, pensando na sua elaboração relacionada com o conceito visual do filme; e pelo diretor, que, em conjunto com as áreas designadas com um propósito estético, tem como função ser o idealizador e fazê-las funcionarem em conjunto, formatando a narrativa e a *mise-en-scène*. A direção de fotografia e a direção de arte têm como função, através de recursos sensoriais, participar ativamente na construção de uma atmosfera fílmica, cada uma com seus potenciais e preferências, mediadas através do diretor. Esses elementos, quando trabalhando em conjunto aos seus assistentes e à equipe técnica, constroem a estética do filme.

A atmosfera fílmica, em uma produção audiovisual, é efetivada através de todas as áreas do filme, pois todos possuem alguma forma de participação na sua presença. A função dela é criar um ambiente onde o espectador se sinta parte da narrativa. Tem como objetivo provocar uma forte imersão, realizando intuições ao espectador para que ele observe o filme de forma pertinente. O tripé criativo, na tentativa de estabelecer uma harmonia, funciona diretamente na criação desse ambiente. Uma determinada concepção estética pode mudar completamente a atmosfera da história que está sendo contada: aquilo que – pelo roteiro – pode parecer plenamente verdadeiro, através da estética, pode-se mostrar uma sequência completamente irônica; o feliz torna-se triste; ou o cômico torna-se

trágico. Mas isso só acontece caso a intenção seja apostar nos contrastes – desconsiderando, é claro, eventuais erros de concepção.

Inês Gil (2011), após apresentar uma classificação de elementos responsáveis na criação de uma atmosfera fílmica, conclui afirmando que a caracterização factual da atmosfera de um filme é o movimento das imagens e o tempo em que esse movimento é realizado. A atmosfera pode ser definida pela forma que o observador enxerga o mundo – todas intenções existentes na construção dessa atmosfera buscariam, assim, trilhar um pensamento ao espectador, conduzindo-o para a imersão nesse mundo, e provocando, conseqüentemente, todas as sensações propostas.

A partir do conceito de atmosfera fílmica, a intenção dessa pesquisa é entender como o diretor de fotografia Adolpho Veloso participa diretamente na construção desta atmosfera dentro de uma obra audiovisual. Procuo entender isso mais especificamente em suas produções publicitárias, tendo como prioridade investigar de que maneira Veloso consegue criar uma subjetivação na imagem, mesmo precisando considerar outros fatores constituição estética de uma propaganda.

Na internet, os vídeos publicitários têm um enorme alcance nas plataformas disponíveis para anúncios. Estas produções são apresentadas em diversos suportes, como, por exemplo, em dispositivos móveis (utilizando aplicativos de redes sociais), gerando um hibridismo de plataformas e formatos. Sendo assim, é necessário que os realizadores pensem desde o início da concepção comercial em como o cliente vai interagir com o anúncio. Na necessidade de efetuar o melhor contato da forma mais convincente possível com o público-alvo, as marcas competem por meio de imagens, textos ou vídeos. Assim, tendo o vídeo como formato de engajamento mais potente, essas marcas investem cada vez mais tempo e dinheiro nos projetos.

As produções publicitárias são conhecidas, na sua constituição, por estarem mais diretamente atreladas a questões objetivas. Isso acontece pelo fato de uma propaganda ser composta por muitos setores e agentes que influenciam na sua formação. Pensando em todos os processos de criação de um comercial, há a presença de uma marca que contém sua identidade visual geralmente padronizada durante anos, uma agência que elabora uma campanha seguida de determinados conceitos e uma equipe de filmagem presente durante toda realização do filme,

cada qual com as suas preferências, participando na concretização das ideias anteriormente propostas. Muitas marcas e anunciantes preferem manter um visual padronizado, com o intuito de alcançar uma cultura de massa, preterindo formas mais provocativas, que possam causar um estranhamento nos projetos. Por outro lado, certas empresas procuram ir além dessa padronização e gerar, assim, um conceito de "diferencial". Suas propagandas, geralmente, têm produtos destinados a jovens ou pessoas de um nicho mais alternativo, tendo como concepção estética fundamentos que acompanhem tendências.

Dentro do cenário audiovisual, podemos notar, ao longo dos anos, um enorme avanço tecnológico na construção estética do filme, não só nos seus meios de reprodução, mas em todas as etapas de elaboração, desde a comunicação entre quem trabalha no filme até à modelagem de cor e luzes realizada através de *softwares* modernos de pós-produção. Com esse avanço tecnológico, o acesso a recursos e equipamentos de maior qualidade se popularizou. Sempre havia por trás da filmagem uma grande equipe envolvida e bastante dinheiro investido. Com a película, material fotossensível responsável por gravar as imagens, limitou-se o número de testes fora de um padrão definido antes da filmagem. Havia um grande consumo material, gerando altos custos em pouco tempo de arquivo filmado. Hoje em dia, com o passar dos anos, pode-se perceber um refinamento estético cada vez mais aprimorado, por serem disponíveis equipamentos de filmagem mais portáteis e acessíveis. Conseqüentemente, na realização de novas obras audiovisuais, há uma maior competitividade entre as inovações estéticas. Os limites de possibilidades são infinitamente menores daqueles existentes há alguns anos (por exemplo: impossibilidade de utilizar ISO alto em baixas condições de luz, métodos de estabilização muito precários, equipamentos pesados e de pouca mobilidade, etc). Com essa evolução e com uma maior acessibilidade em equipamentos de ponta, muitos diretores de fotografia surgiram e tomaram grande reconhecimento no cenário mundial.

Dentro dessa saturação de imagens produzidas e sendo reproduzidas nos diversos meios de comunicação, o que faz um diretor de fotografia se destacar? Sua criatividade e sua capacidade de gerar avanços na linguagem. Rubens Fernandes Jr. (2006), citando Flusser, apresenta o conceito de fotografia expandida, enfatizando, por meio dela, a importância da criação de uma estética que fuja de um padrão fotográfico. O autor insiste que o fotógrafo deve utilizar a

câmera como recurso de uma criação desejada, penetrando no interior do equipamento e extraindo o máximo dos seus limites, indo além do convencional. Além disso, comenta que o profissional deve dominar por completo o equipamento utilizado e ter grande conhecimento da área. "[...] os fotógrafos devem conhecer em profundidade a bula dos fabricantes – da máquina, do filme, dos químicos, dos softwares, etc – para poder atravessar os limites do aparelho e intervir nas suas funções". (FERNANDES JUNIOR, 2006, p.14). Para isso, deve ir além dos recursos técnicos previstos encontrando potencialidades dormentes, utilizando a criatividade para fugir de uma lógica semelhante ao trabalho dos outros. Na tentativa de encontrar essas potencialidades, cada fotógrafo tem especificidades – a união dessa sua capacidade técnica com a subjetivação é a responsável pelas criações. Nas palavras do autor, "o fotógrafo que produz a fotografia expandida trabalha com categorias visuais não previstas na concepção do aparelho". (FERNANDES JUNIOR, 2006, p.14). Assim, o realizador precisa inventar o seu processo e não cumprir um programa, indo além das regras e combinações estabelecidas pelo sistema. É necessário explorar o campo em direção ao avanço da linguagem e das formas de representação.

Na pré-produção, predomina a parte conceitual, que influencia na construção narrativa. Já na filmagem, o fator predominante é a realização da técnica (em consonância com a pré-produção), em que o fotógrafo busca materializar, através de recursos técnicos, o conceito concebido com o diretor na primeira etapa. O diretor de fotografia Adolpho Veloso é uma excelente referência quando se estuda a subjetivação na construção visual cinematográfica. Em suas produções, é possível identificar uma recorrência de valores estéticos, o que interessa essa pesquisa, pois percebemos que o diretor consegue potencializar esteticamente a narrativa a partir da subjetivação e da linguagem visual recorrente. Veloso transita na publicidade, fazendo uso de componentes estéticos observados também em seus filmes de ficção ou documentário.

Na contemporaneidade, através de dispositivos inteligentes, os avanços tecnológicos permitem mostrar às agências uma predefinição da imagem final, de forma mais precisa antes e durante a filmagem. Veloso consegue criar uma estética incomum e chamativa, que pode ser identificada como marcas autorais da sua subjetividade em todos os seus trabalhos, não perdendo valor e sempre somando à proposta do conteúdo. Querendo ter resultados semelhantes (de transmissão de

sentimentos por imagens), intenciono encontrar nas suas influências potenciais referenciais que contribuam na construção de uma estética marcante. O entendimento dessas ideias será feito analisando quais elementos técnicos servem como instrumento de funcionamento dessa subjetivação e como eles transitam entre filmes e áreas de atuação. Também pretendo entender como o diretor estrutura sua linguagem em consonância à construção narrativa, participando ativamente na elaboração de uma forte atmosfera fílmica.

Vale ressaltar que esta pesquisa será feita estritamente a partir da análise da formação estética limitada à sua construção na direção de fotografia. É entendido que, para a construção geral de uma estética ou de uma atmosfera que seja efetiva, há a necessidade de um forte trabalho coletivo em qualquer que seja a categoria de produção audiovisual. Essa restrição à área da fotografia de maneira alguma remete ao desmerecimento do valor potencial das demais áreas participantes, apenas realça meu campo de interesse como pesquisador e realizador.

Para chegar a essa finalidade, amparo a pesquisa necessária do conceito de atmosfera através na autora Inês Gil. Além disso, procurando encontrar quais os objetivos desse conceito na funcionalidade cinematográfica, atendo-me aos nomes de Rudolf Arnheim, Gilles Deleuze e Walter Benjamin. Por fim, ao longo da pesquisa, demais bibliografias se tornarão necessárias para análise e comparação do entendimento dos conceitos principais – principalmente naqueles cineastas de atuação semelhante. A filmografia analisada será exclusivamente das participações de Adolpho Veloso, ressaltando algumas produções publicitárias e o longa-metragem documentário *On Yoga: Arquitetura da Paz (2017)*. Externalizações em outras produções audiovisuais somente serão essenciais em relação a alguma necessidade de entendimento a partir da identificação referencial nos elementos estéticos de Adolpho Veloso ou que sirvam como exemplo prático de conceitos relacionados à construção de uma atmosfera fílmica. Os frames, planos, cenas, sequências e filmes serão analisados através de critérios técnicos (enquadramentos, movimento, luz e características específicas) nas produções em que Veloso participou, a fim de contribuir com uma análise no que tange questões práticas e conceituais demonstradas na sua subjetivação e nas suas preferências estéticas.

2 ATMOSFERA FÍLMICA NA DIREÇÃO DE FOTOGRAFIA

A atmosfera está presente no intermédio entre realidade e fantasia. Em uma obra cinematográfica, o diretor desdobra a história, buscando que a sua realidade funcione com uma certa distorção de si própria. Essa distorção pode ser classificada como um modo específico de apresentar a história. Na realização destes desvios, temos a presença da atmosfera como intensificador imersivo da realidade. Muitas produções procuram ser fiéis à veracidade, apresentando algo muito semelhante da realidade do cotidiano, por outro lado, há obras que utilizam a fantasia como elemento principal na construção imagética. O expressionismo alemão, por exemplo, utilizou diversos artifícios técnicos para transtornar a realidade na intenção de expor o sensacionalismo como atmosfera cinematográfica. Eles utilizavam o conceito *stimmung*¹, cujo significado é basicamente o mesmo de atmosfera tratado nesta pesquisa.

Murnau aprecia a lisa superfície dos vidros, que tantas vezes substitui para os cineastas alemães uma outra superfície lisa, a dos espelhos. Sua câmera se deleita com essas superfícies opalescentes, por onde se derramam reflexos, chuva ou luz: vidros de automóvel, folhas envidraçadas de uma porta giratória que refletem a silhueta do porteiro recoberto por um impermeável reluzente, a massa sombria das casas com janelas iluminadas, o pavimento molhado com poças d'água espelhadas. É um modo quase "impressionista" de evocar a atmosfera: sob sua direção, a câmera sabe fixar a penumbra velada que à noite emana dos candeeiros iluminados, brinca com as irradiações que no impulso do movimento se tornam vibrações ou ranhuras luminosas; tenta também captar, no espelho dos lavatórios, o reflexo de objetos de toalete brilhantes ou de um tapume negro montado na rua (EISNER, 2002, p. 145- 146)

Em todas as artes há alguma forma de atmosfera, seja na literatura, na pintura, na escultura, etc. Ela compõe qualquer tipo de contexto que requer de elementos para imersão ou entendimento. Em uma obra audiovisual, analisamos a atmosfera que pode ser chamada de atmosfera cinematográfica. Para Inês Gil (2005), existem dois tipos de atmosfera cinematográfica: a atmosfera espectral que aborda intensamente a relação do espectador com a tela, considerando as suas vivências e experiências; e a atmosfera fílmica, denominada pelos elementos diegéticos do filme. A atmosfera espectral se relaciona com a ideia de recepção afetiva com o espectador, e, por isso, acaba sendo ligada ao que sentimos, tornando-se algo bastante subjetivo, já que vai de encontro, por exemplo, aos processos de distanciamento e identificação pessoal. A atmosfera fílmica – assunto

¹ O uso do termo, no expressionismo alemão, pode ser traduzido para o português como “estado de espírito”.

analisado nessa pesquisa –, por sua vez, é ligada ao espaço que faz parte do filme, abordando unidades visuais e sonoras que compõem sua organização. A partir da sua criação, seu funcionamento ocorre no momento em que promove sentimentos e sensações ao espectador em união ao que este subjetivamente propõe. Os dois tipos de atmosfera andam juntas, pois os elementos dentro do espaço cinematográfico funcionam em conjunto, associando como o observador vê cada situação demonstrada. Então, para que esses sentimentos provocados em quem vê não sejam distintos e haja uma confusão sensorial com o ambiente apresentado, a atmosfera fílmica dispõe necessariamente de uma efetiva construção.

A autora Inês Gil (2005) classifica também as noções de clima e ambiente, analisando determinadas diferenças em relação à atmosfera. O clima é o conceito mais geral, e geralmente pode ser ligado ao gênero que o filme apresenta (por exemplo, terror) em primeiro plano, deixando claro que a sua apresentação é de uma certa obviedade. O ambiente também pode ser considerado como geral, mas é secundário. A autora exemplifica a partir da utilização do som como ambiente, alegando que, mesmo com a possibilidade de ser dispensável, seu uso objetiva apresentar informações sobre o espaço sonoro geral da situação demonstrada. A atmosfera, por outro lado, está sempre no primeiro plano.

2.1 Atmosfera Fílmica

Podemos classificar como elementos relevantes na construção de uma atmosfera fílmica: o som, as cores, o enquadramento, a luz, o movimento, a encenação dos atores, a organização dos objetos, as ações, etc. Na manifestação da atmosfera, necessitamos de um certo tempo para ela ser sentida. Todos esses elementos citados anteriormente estão ligados à ideia de espaço, pois funcionam em conjunto com o tempo e fazem parte da construção da atmosfera: "é um sistema de forças que permite os elementos do mundo de se conhecer e de reconhecer a natureza do seu estado". (GIL, 2005, p.1).

O diretor de fotografia, através do seu conhecimento visual, cria uma imagem que insere parte da narrativa em um determinado espaço. Neste espaço, encontra-se a importância do enquadramento. Quando analisarmos a classificação de enquadramento, definida por Jacques Aumont (2007), vemos que ele estipula o entendimento como o responsável na composição de uma moldura. Dentro dessa

limitação, há certas configurações particulares em uma sequência de quadros que demonstram pontos de vista da cena apresentada. Enquadrar é limitar o que irá ser visto. Tudo que é irrelevante na composição está localizado fora do delineamento do quadro, e qualquer objeto que some na potencialização imagética da cena é demonstrado de diferentes formas, podendo estar localizado no centro em grande escala, intensificando, assim, sua presença; ou presente em uma das vértices da imagem, tendo pouca visibilidade, demonstrando uma insuficiente relevância significativa. O movimento pode ser plenamente relacionado ao enquadramento, já que a sua realização provém de uma sequência de *frames*, sejam eles 24, 30, 60 ou qualquer outra frequência de quadros por segundo. Cada um desses frames requer um enquadramento, e uma boa sequência de *frames* resulta em uma realização efetiva de movimento.

2.2 Relações entre técnica e linguagem: subjetivação na imagem em Adolpho Veloso

2.2.1 Escolhas técnicas e subjetivação na imagem

Para a construção da imagem pela direção de fotografia, é necessário trabalhar em sua apresentação no enquadramento localizado dentro da moldura, ou seja, entender como que os elementos irão contribuir esteticamente com a narrativa do filme. Por outro lado, ao pensar na subjetivação da imagem, o desafio do diretor de fotografia é encontrar, por meio de elementos técnicos, situações que funcionem nas diversas circunstâncias, operando, em conjunto, com a atmosfera de cada projeto.

O que é relevante aqui, é o fato do cinema ter os seus próprios meios técnicos de expressão de espaço e de tempo, que permitem uma produção de atmosfera específica. Ao transformar a representação realista, Epstein afirmou que a essência do cinema era o seu poder de exprimir algo que transgride a percepção comum do mundo. A câmera mostra algo que o olho não vê. É neste sentido que a noção de fotogenia se entrecruza com a de atmosfera. Por isso, a sua posição parece particularmente pertinente porque está atualizada, mesmo no que diz respeito à nova imagem digital ou virtual. Hoje, continua a ser o movimento da imagem o primeiro fator de criação de atmosfera fílmica. (GIL, 2005 p.3-4)

Imagine-se em uma noite de tempo limpo, no céu não há nuvens. Olhando para cima, pode-se ver algumas estrelas. Ao apontar uma câmera fotográfica para

o céu, expondo o seu sensor vários segundos, temos o resultado de uma fotografia na qual aparecem diversos astros que, através do olho humano, antes, não eram perceptíveis. A intenção de apresentar essa situação é mostrar um exemplo de circunstância na qual o instrumento técnico funciona além da percepção humana. Para uma obra conseguir uma relação sensorial com o espectador, há o encargo de fugir de um padrão. A ideia narrativa propõe de várias maneiras uma forma de abordar as situações. É função da parte técnica, através de um conceito artístico, elaborar uma disposição de elementos que fortaleçam a história apresentada. A partir disso, abre-se uma infinidade de possibilidades de criações que contribuem com a eficiência da imagem.

A câmera no *set* de filmagem é a representação da tela na qual será reproduzida o resultado final da obra; através dela, os responsáveis pela criação visual criam simulações tecnológicas a fim de aproximar o aparelho com o olho humano. Dito de outra forma, o trabalho desses profissionais não se relaciona às limitações técnicas, mas ao que será visto quando o processo estiver finalizado.

Conforme falado anteriormente, uma das motivações desta pesquisa é entender como Adolpho Veloso consegue imprimir uma atmosfera mantendo uma subjetivação na imagem. Uma das percepções ocorridas durante a análise é que recorrentes escolhas técnicas resultam em elementos estéticos semelhantes no conjunto das suas realizações.

Adolpho Veloso têm na maioria dos seus projetos algumas características específicas que permeiam entre a maioria dos filmes que participa. Em uma entrevista à Associação Brasileira de Cinematografia, Veloso (2018) explica como foi trabalhar no longa-metragem documental *On Yoga: Arquitetura da Paz*, apresentando diversos aspectos utilizados que levaram o filme a ter uma imagem “visual”, segundo sua própria nomenclatura. Contextualizando a criação do conceito fotográfico, o diretor dá uma grande importância ao apelo estético intencionado no documentário, tornando tal característica como algo relevante na sua elaboração. Considerando que o documentário foi filmado na Índia e em Nova Iorque, Veloso conta que haveria diversas situações nas quais o equipamento teria que obrigatoriamente ser prático. Mediante tal questão, sua opção foi pela câmera *AMIRA*, da marca *ARRI*, pois priorizou a qualidade do sensor e a semelhança com a efetividade de uma câmera de maior porte, como a *ALEXA*, da mesma marca. Ainda com essa preocupação estética, Veloso opta pela utilização de lentes fixas

com uma ótima abertura de diafragma ($f/1.3$), *super speed*, da marca *zeiss*. Assim, eles conseguiam – através desse jogo de lentes – ter uma alta luminosidade em qualquer ambiente e uma grande variedade de possibilidades estéticas, funcionando em conjunto com uma câmera de sensor similar à que Veloso utiliza nas suas outras produções.

Nessa primeira circunstância, já é possível ver as adaptações tecnológicas utilizadas por Veloso. Essas adaptações têm como finalidade manter um valor estético, preservando alguma das suas características encontradas nas outras produções, sem ter restrições técnicas que impossibilitassem a filmagem em certos lugares de difícil controle luminoso ou de mobilidade.

Se a atmosfera fílmica é construída dentro de um espaço, é função do diretor de fotografia participar dessa construção, interinalizando os componentes dentro de um enquadramento, ou melhor, dentro de uma sequência de enquadramentos realizada a partir dos movimentos e das ações. Dentro dessa limitação, segue como seu encargo participar dessa ambientação através de recursos como luz, cor e movimento. Todas escolhas técnicas partem do conceito estético do filme atribuído entre o tripé criativo. No enquadramento, temos a concepção de um formato de tela, uma profundidade e limitações espaciais que participam na definição de uma lente objetiva. Na cor, entramos na essência fílmica, pois a soma das cores tem um papel significativo na implantação de artifícios sensoriais (muito proposta na figura da direção de arte e modelada pelo colorista).

O diretor de fotografia configura todo o equipamento e o jogo de luzes para que funcione de uma maneira que fidelize a imagem ao conceito estético. Nas diversas escolhas técnicas, há profissionais com preferências específicas que têm a missão de adaptação em cada projeto (como citada, por exemplo, a opção da câmera no filme *On Yoga: Arquitetura da Paz*). A intenção é construir um conjunto de possibilidades técnicas que resultem em uma imagem, e que essa sequência de quadros transmita as sensações propostas no objetivo da construção atmosférica. O conjunto técnico é construído por elementos como lentes, configuração de luzes, câmera, efeitos visuais, cores, etc. Cada diretor de fotografia, na sua estruturação, pode ter determinadas preferências, visto que, através de realizações práticas anteriores, a construção atmosférica possa ter sido bem sucedida. Com isso, fica claro que definimos como subjetivação na imagem a recorrência dessa

configuração de elementos técnicos, que, por meio de estratégias visuais, auxiliam na construção da atmosfera fílmica por parte da direção de fotografia.

Frame 1 - San Miguel | Made of Experiences (2018) - Sol como um contra-luz ofuscante (exemplo 1)



Fonte: Vimeo

Frame 2 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2017) - Sol como um contra-luz ofuscante (exemplo 2)



Fonte: Netflix

Nestes exemplos, vemos duas semelhantes estratégias visuais com uma mesma finalidade, ambos tendo Adolpho Veloso como diretor de fotografia. No primeiro *frame*, tem-se um filme publicitário que utiliza o sol como contra-luz, e um enquadramento *contra-plongée* sinaliza uma certa intenção de usufruir a união destes recursos como um mecanismo de tornar a cerveja um objeto de caráter divino. No segundo frame, o longa-metragem documentário mostra dois gurus realizando a arte de yoga, foco principal do filme. Nesse quadro, é possível perceber

toda espiritualidade que toma conta dos dois sujeitos que realizam a prática. O formato anamórfico, escolhido nas duas situações, deixa os objetos principais em foco, localizando-os ao centro do quadro. O grande espaço presente nas laterais é neutro, já que não há outros chamativos, mostrando, assim, a tamanha relevância do elemento principal em cada quadro.

Nos próximos capítulos, será analisada mais minuciosamente a relação da estrutura técnica com a atmosfera de cada área em que Veloso atua, separando a observação do documentário com as publicidades. A apresentação destes exemplos serviram como uma amostra prática do que havia sido citado anteriormente, introduzindo a forma como Veloso transita entre as áreas mantendo uma subjetivação na imagem e, principalmente, sendo fiel à narrativa.

2.2.2 Atmosfera Fílmica e Linguagem

Partamos de definições muito simples, sob pena de corrigi-las mais tarde. Chamamos enquadramento a determinação de um sistema fechado, relativamente fechado, que compreende tudo o que está presente na imagem, cenários, personagens, acessórios. O quadro constitui, portanto, um conjunto que tem um grande número de partes, isto é, de elementos que entram, eles próprios, em subconjuntos. Podemos operar nele uma redução. Evidentemente, as próprias partes são também imagem. (DELEUZE, 1983, p.22)

Deleuze (1983), na classificação dos enquadramentos, separa-os em quadros (saturado ou rarefeito), enquadramento (geométrico ou físico), partes do conjunto (geométrico ou físico), ângulo (enquadrado ou desenquadrado) e fora de campo (próprio ou impróprio). Após estes tópicos, Deleuze explica a ideia dos três níveis: espaço, movimento e todo, que são a união dos conceitos resultantes em uma montagem, classificada como o todo.

Abstraindo em particular a análise do enquadramento ligada à comparação de quadros saturados e rarefeitos, Deleuze caracteriza como saturados aqueles enquadramentos em que há muitas ações relevantes acontecendo em cena. Essa ideia pode ser materializada através de planos gerais nos quais ocorrem várias ações. Também é possível ter o desdobramento de mais de um plano da ação, possuindo uma atividade acontecendo em primeiro plano (localizada mais próximo da câmera) e outra em segundo plano (mais afastado da câmera). A ênfase é dada através do foco, sucedendo uma alternância entre os planos.

Há diversas alternativas de estabelecer vários subconjuntos dentro de um plano saturado. Deleuze, por exemplo, cita dois cineastas que gostam de trabalhar com diferentes planos de ação no mesmo quadro. O primeiro, Billy Wilder, tem a recorrência de realizar ações relevantes acontecendo simultaneamente no primeiro e no segundo plano; o segundo, Robert Altman, caracteriza-se em desenrolar a ação em diversos planos, obrigando o observador a alternar ou dividir a atenção entre os acontecimentos que saturam o quadro.

O outro conceito, contrário da saturação, é a rarefação. Na rarefação temos a diminuição de elementos agindo na cena, muitas vezes constituindo-se por um plano detalhe, através de lentes teleobjetivas ou com a aproximação do equipamento fotográfico em relação ao objeto. A rarefação tem como característica concentrar ao máximo a atenção do espectador a um único objeto, um primeiríssimo plano, que não pode ser um rosto, já que as micro-expressões imprimem diversas ações. Deleuze exemplifica o conceito através do cineasta Hitchcock, cujo método é o uso da câmera como um instrumento explicativo, apresentando ao espectador uma sequência de acontecimentos lógicos – não à toa suas cenas famosas utilizam desse recurso. Deleuze conclui afirmando a possibilidade de alcançar um nível máximo de rarefação através de um quadro monocromático ou de uma tela lisa sem nenhum acontecimento. Ao contrário do que parece, um quadro sem ações ou objetos pode expor muito mais do que um plano geral.

É importante perceber que os diferentes usos do quadro resultam em formas distintas de apresentar situações. Assim, um plano com menos informações não se constitui necessariamente como um plano com menos conteúdo, pois são modos alternados definidos a partir do seu funcionamento e da sua função diante da narrativa. Uso estes modelos para descrever a construção de uma linguagem encontrada em grandes cineastas através de recursos técnicos muito aparentes, ressaltando as técnicas com repetições vistas ao longo da sua carreira cinematográfica de cada um. Concordando com o exemplo anterior em que Adolpho Veloso utiliza como técnicas o contra-luz e um posicionamento *contra-plongée* na intenção de mostrar um sujeito ou um objeto divino. Concordando com a ideia de rarefação, que utiliza o céu neutro como forma de diminuir os elementos em cena e dar o máximo de atenção à única ação aparente.

Frame 3 - Os melhores Anos de Nossas Vidas (1946) – Exemplo de quadro saturado mostrando a relação do rimeiro com o segundo plano



Fonte: DVD

Frame 4 – Suspeita (1941) – Exemplo de quadro rarefeito intensificando o reconhecimento do objeto na narrativa



Fonte: DVD

Vimos anteriormente que um dos grandes desafios do diretor de fotografia, ao procurar preservar recorrentes estratégias visuais ao longo dos seus trabalhos, é realizar tal constância mantendo fidelidade à narrativa e, principalmente, condicionando seus aspectos com diversas outras áreas de atuação em um filme.

Da mesma forma que diretores de fotografia repetem uma estratégia visual usada anteriormente em outros filmes, pois já conhecem seu funcionamento dentro da atmosfera, diretores também têm como uma das prioridades no projeto realizar atmosferas que funcionem. Para isso acontecer, eles geralmente trabalham com os mesmos profissionais, na intenção de manter uma semelhança estética. Por exemplo, muito se fala da utilização do silêncio nos filmes de Martin Scorsese ou dos movimentos utilizados nas produções de Akira Kurosawa. Além deles, podemos citar o curta-metragem documental *On Sven Nykvist: With One Eye He Cries* (2004), no qual a diretora e atriz Liv Ullmann assevera que, quando falamos sobre a genialidade de Ingmar Bergman ou a sua enorme importância para o cinema, não podemos o fazer sem falar sobre Sven Nykvist.

A recorrência estética fotográfica ocorre por dois motivos – um deles, já citado, é a efetivação da construção atmosférica. A outra razão é a permanência de trabalhos conjuntos entre duplas (diretor e diretor de fotografia). Todo diretor, tendo a sua estética autoral, mantém na carreira parcerias recorrentes como instrumentos das suas características. Isso acontece em todas as áreas, e o sucesso de um visual bem eficaz é o trabalho assíduo com o tripé criativo (diretor, diretor de fotografia e direção de arte). Sven Nykvist é um ótimo modelo de parcerias, visto que grande parte dos seus trabalhos foram realizados nos filmes de Ingmar Bergman, ambos no auge das suas carreiras. Os dois trabalharam em conjunto, aumentando reciprocamente seus potenciais estéticos ao máximo. Do mesmo jeito que Vittorio Storaro consegue iluminar cenários como nenhum outro, não há ninguém que possa iluminar o rosto como Sven Nykvist – que o faz de inúmeras maneiras diferentes, utilizando artifícios técnicos para iluminar severa, doce, romântica, corajosa ou suavemente, tornando todas realizações visualmente afetuosas e funcionando em comunhão com uma das características de Ingmar Bergman: o rosto.

É muito importante que o trabalho do diretor de fotografia mantenha coerência à narrativa; assim, suas preferências técnicas devem servir de apoio, como forma de potencialização do roteiro, e não limitando suas ações. Há, com isso, uma linha de demarcação entre o que é repetido e o que é adaptado.

2.3 Evolução tecnológica

Retornando exemplo já citado, em que Adolpho Veloso utiliza uma adaptação técnica substituindo uma câmera maior por uma menor a fim de resultar em uma qualidade de sensor específica, vê-se cada vez mais nas produções audiovisuais uma certa aproximação dos profissionais com equipamentos de ponta. Isso acontece devido ao fato de que os maquinários se encontram progressivamente mais acessíveis e de melhor custo benefício. Atualmente existem produtoras publicitárias compostas por um pequeno número de integrantes, além de produções realizadas individualmente através de um profissional que consegue executar obras audiovisuais de maneira extremamente qualificada. A intenção não é desmerecer a presença de uma grande equipe, mas apenas mostrar que, há alguns anos, realizar um filme sozinho era considerado, no mínimo, improvável. Agora, entretanto, câmeras pequenas e baratas suportam lentes de qualidades que, manejadas por alguém com hábil capacidade criativa, constroem imagens que, quando analisadas, podem ser consideradas como de grande refinamento técnico. Assim, através da disponibilização de equipamentos de fácil manuseio, com pouco custo de aquisição e aptos a diversas condições de filmagem, surge no mercado de trabalho vários novos diretores de fotografia, visto que, através de pequenas produções autorais, ganham reconhecimento de produtoras que visam a uma preocupação estética nos seus filmes.

Além das inovações presentes nos instrumentos de filmagem, também há atualmente diversos recursos de manipulação de imagem. Um plano filmado é encaminhado, após a montagem do material, para a etapa de pós-produção. Nessa fase do processo, o colorista realiza procedimentos computadorizados, junto com o conceito do diretor de fotografia, a fim de enfatizar a estética criada no *set* de filmagem. Essa etapa ganha extrema importância na criação de uma atmosfera fílmica, uma vez que as imagens construídas ao longo da obra audiovisual enfrentam alterações visando à intensificação de finalidades visuais propostas na concepção fílmica da pré-produção. Dessa forma, um ambiente que, por exemplo, em um primeiro momento, encontra-se com um excesso de variação de cores vibrantes, pode ser convertido a uma imagem quase (ou completamente) monocromática, ou vice-versa. Embora nosso foco não seja investigar as competências do colorista, vemos a sua importância na participação de construção

da imagem, dado que captações consideradas de pouco potencial técnico podem mudar completamente, através de sua manipulação. É de significativa importância entender que o conceito de imagem “bela” é relativo; portanto, enfatizamos que um visual em potencial ocorre devido à sua efetivação em relação à atmosfera fílmica. Dessa maneira, uma imagem mal realizada não se torna legítima através de um processo de pós-produção, pois é a ideia geral da imagem que, através do conjunto eficaz das etapas de produção, participa da atmosfera fílmica. Atualmente, a pós-produção supre intenções que há anos não poderiam ser realizadas pelos altos custos.

Outro ponto que as evoluções tecnológicas favoreceram na construção de uma linguagem está relacionado ao que vamos denominar de “interpretação visual”. Usando como exemplo a publicidade – já mostrada anteriormente como área de atuação com pouca experimentação estética devido à interferência direta de uma grande hierarquia na construção visual da propaganda –, tem-se a inovação dos aparelhos, facilitadores que resultam em uma amostragem da ideia em relação ao conceito visual. Quando o tripé criativo tem como intenção utilizar elementos estéticos diferentes do comum a fim de promover sensações particulares ao espectador, são utilizados artifícios visuais como suporte para a explicação destes elementos através de exemplos práticos, como vídeos ou imagens encontradas na internet. Também, no *set* de filmagem, são empregados como recurso de transparecimento dos conceitos alguns mecanismos técnicos (como, por exemplo, um monitor de alta qualidade) que mostram em tempo real o que está sendo filmado e ainda podem conter uma prévia da manipulação que será feita pelo colorista na pós-produção. Esses meios tecnológicos aprimoram uma comunhão da ideia estética entre as áreas, e mostra para agência publicitária um modelo visual do que antes era oferecido somente como uma “estética diferente”. Essas possibilidades permitem uma maior experimentação visual, já que, qualquer que seja a ideia estética, pode ser compreendida antes da sua realização e construída de uma forma eficaz com um conjunto visualmente prático das áreas que trabalham em comunhão. Tal fator influencia diretamente no resultado final da obra.

Na tentativa de estimar um futuro tecnológico ao cinema, Jean-Claude Carrière prevê da seguinte maneira:

Os próprios cinemas estão reagindo em todas as frentes, adquirindo excelentes equipamentos de projeção, bem superiores, agora e num

previsível futuro, aos atuais aparelhos de tevê. As casas de espetáculo estão até adotando novos processos - Omnimax, visão de 360 graus, projeção de sessenta quadros por segundo. Os resultados da guerra técnica ainda estão muito equilibrados. A interação da plateia tomou conta das salas, provocando grandes disputas entre os espectadores (ela foi planejada por isso mesmo). Logo, graças aos videodiscos a laser do futuro, o cinema vai competir com a televisão em seu próprio campo: nossas casas. Os apartamentos se transformarão em cinemas, com muitas telas, se quisermos. Viveremos entre paredes de imagens, com móveis de imagens e instalações-fantasmas feitas de imagens Holográficas. Num cenário de ficção científica desse tipo (que poderíamos comparar a um pesadelo, ainda mais que esses objetos e utensílios estariam literalmente ao nosso alcance), poderíamos convidar Napoleão e Marlene Dietrich, na forma de imagens sintéticas, para tomar chá holográfico, enquanto ouvimos Caruso e Villie Holiday - os quais, se quiséssemos, poderiam também estar presentes de forma clara, convincente e até tangível (CARRIÈRE, 2015, p.173).

Como data de primeira publicação em 1931, Carrière tenta, de maneira audaciosa, estimar o que seria o cotidiano do ser humano presente a inovações no modo de ver o cinema. Não sabemos se o momento referente é agora ou em um futuro distante, mas podemos afirmar que certas previsões seguem um rumo contrário do que vivemos (a TV, por exemplo, perde cada vez mais o seu uso; e o sistema holográfico é preterido pelas tecnologias de realidade virtual). Um ponto importante dessa análise de Carrière é perceber que, caso um dia o cinema tenha a reprodução com as maneiras descritas, os realizadores terão que repensar na produção, relacionando-a a todos estes meios novos de visualização. Serão necessárias adaptações tecnológicas, pensadas através dos cineastas, com a finalidade de encontrar meios que captem imagens de maneira mais prática às modernidades.

Porém, com o uso da tecnologia e o surgimento de diferentes suportes técnicos, as produções ficaram mais complexas e a linguagem audiovisual se torna mais complexa, exigindo do espectador uma maior atenção aos detalhes e abrindo uma nova possibilidade de ver o cinema sob um ângulo diferente, seja pela trama, seja pela linguagem híbrida. (SVOLENSKI, 2016, p.10).

Walter Benjamin (2018) afirma que diferentes momentos históricos – e suas formas de condições materiais – vão trazer para o mundo diferentes formas de organização da percepção sensível humana. Isso influencia o modo com que nós enxergamos o mundo, além de como percebemos as nossas crenças. No passado, por exemplo, com o uso das xilogravuras e da litografia, havia a possibilidade de reprodução: assim, a arte era apta à reprodutibilidade. Todavia, Benjamin analisa que, a partir dos novos tempos, têm-se, nos meios de reprodutibilidade técnica,

novas tecnologias que proporcionam uma reprodução em maior escala. Benjamin, após contextualizar os efeitos da perda de singularidade da arte devido à reprodutibilidade técnica, conclui que a reprodução não é mais relacionada a uma simples cópia, pois passa a fazer parte da obra. Assim, nos projetos audiovisuais de forte reprodução, é importante pensar nos suportes em que serão vistos; ditode outra forma, a compreensão de reprodução torna-se um fator determinante na criação da obra.

Quando pensamos a reprodução como lógica de criação da imagem, vemos que atualmente grande parte do conteúdo audiovisual é consumido e reproduzido através de dispositivos eletrônicos. A saturação na produção de novas imagens é presente, e boa parte desse conteúdo é acessada online por meio de um aparelho com acesso à rede. No audiovisual, essa preocupação já acontece. Os filmes, séries ou publicidades podem ser reproduzidas mediante grandes telas, como o cinema, ou por um pequeno aparelho celular. Isso influencia diretamente na linguagem.

Transportando o pensamento do meio de reprodução para a criação de conteúdo em publicidade, vemos que, com o aumento do uso e procura de entretenimento pelos dispositivos móveis, ocorrem algumas adaptações tecnológicas pensando em sua reprodução. A utilização de planos abertos não funcionam como em telas de grande escala, por exemplo; além disso, produções em conteúdo na vertical começam a ganhar força, pois os anúncios competem com uma montanha de informações ligadas às mídias sociais, criando a necessidade de apresentar a mensagem de uma forma mais rápida e frenética. Com isso, os tempos ficam mais planos, há recurso de inserções de *letterings*, vídeos de menor duração, etc. Ismail Xavier, na tentativa de explicar o sensacionalismo popular como um reflexo da vida moderna, explica:

Simmel, junto com diversos médicos especializados em neurastenia (ou "nervosismo moderno") insistiu que o estímulo sensorial excessivo com aquele associado às pressões da vida urbana tinha o efeito fundamental de exaurir ou incapacitar os sentidos. A ideia era de que os nervos humanos eram sujeitados ao desgaste físico e tornavam-se mais fracos, lentos e progressivamente menos sensíveis quando expostos a muitos estímulos. "Nervos superexcitados e esgotados" criaram um modo de percepção "fatigada" ou "blasé" que imaginava o mundo "em um tom uniformemente insípido e cinzento". Sensações cada vez mais fortes eram necessárias para penetrar os sentidos atenuados, para formar uma impressão e redespertar uma percepção (XAVIER, 2001, p.140).

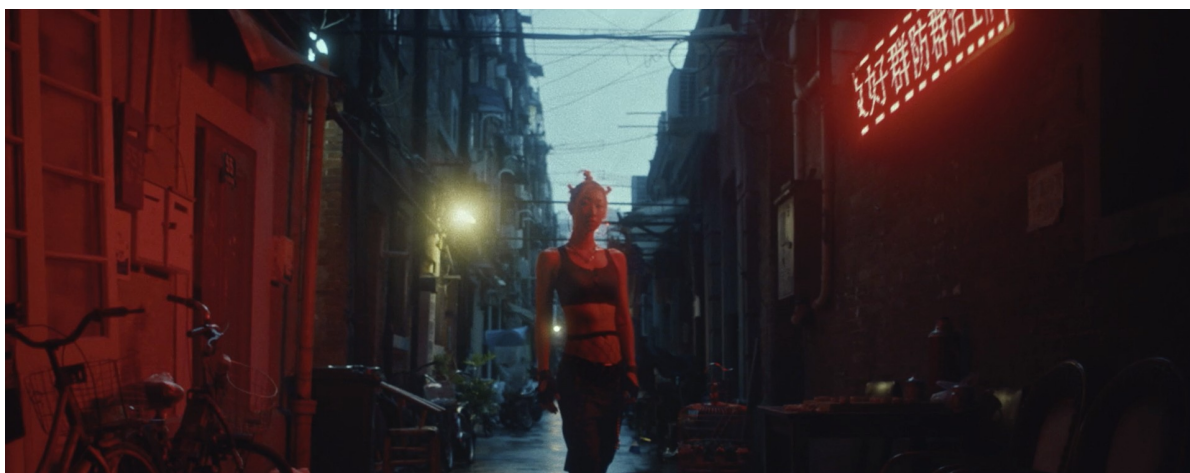
Uma imagem efetiva é uma imagem que constrói uma forte atmosfera fílmica, e essa atmosfera fílmica é formada quando promove uma atmosfera espectral. Esse segundo tipo ocorre quando percepções e intuições são destacadas no espectador. Quando o diretor de fotografia participa da elaboração de uma linguagem para um filme publicitário, ele necessita imaginar o conjunto da obra como um elemento que irá aparecer ao público em poucos segundos através de uma tela pequena. Essas limitações não podem atrapalhar na construção da atmosfera fílmica.

Kracauer foi mais sensível à ironia inerente ao argumento: para começar, as excitações compensatórias do entretenimento popular reproduziam o próprio registro do hiperestímulo que viciava a experiência moderna. O trabalho alienado e a experiência urbana 'requerem compensação', Kracauer afirmou, 'mas na necessidade só pode ser articulada em termos da mesma esfera superficial que impôs a carência lá no início do processo... A forma de entretenimento necessariamente corresponde à da empresa'. O sensacionalismo popular compensou e ao mesmo tempo imitou a estrutura frenética, desarticulada da vida moderna". (XAVIER, 2001, p.139-140).

Os filmes publicitários devem conversar com o público de uma maneira ainda mais complexa que o cinema. Enquanto os filmes com o viés de entretenimento servem como válvula de escape para a vida contemporânea, a publicidade deve causar um impacto positivo no público que a vê durante o cotidiano, visto que, através das novas tecnologias, estamos sempre conectados e utilizando os dispositivos móveis. Não temos a intenção de perder tempo.

No filme publicitário *Shanghai Fast - Nike* (2017), dirigido por Nicolas Winding Refn e com direção de fotografia de Adolpho Veloso, algumas dessas influências na linguagem causadas pelas inovações tecnológicas e pelo cotidiano intenso da sociedade contemporânea podem ser observadas.

Frame 5 - Shanghai Fast - Nike (2017) – Plano aberto



Fonte: Vimeo

Os planos abertos são compostos por uma ação em primeiro plano localizada próximo à câmera, diferente do exemplo citado anteriormente, em *Os Melhores Anos das Nossas Vidas*, de William Wyler, cujo frame havia mais profundidade e mais ações acontecendo simultaneamente. As cores, como podem ser vistas, são de extrema vibração no quadro, e todo o filme lida com esses contrastes dentro do mesmo plano ou entre um plano e seu sucessor.

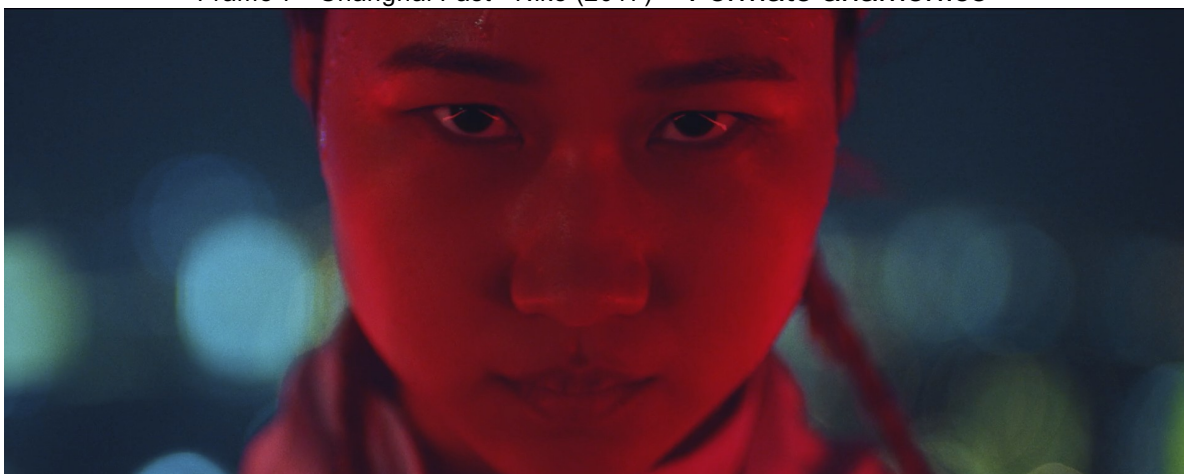
Frame 6 - Shanghai Fast - Nike (2017) – Câmera acompanhando a corrida



Fonte: Vimeo

O movimento é intenso, e, funcionando junto com uma trilha frenética, o ritmo da propaganda relaciona-se fortemente com o conceito da vida na era da pós-modernidade, mostrando sempre uma câmera que acompanha os atores correndo em conjunto com uma intensa vibração.

Frame 7 - Shanghai Fast - Nike (2017) – Formato anamórfico



Fonte: Vimeo

O quadro de formato anamórfico preenche quase por inteiro a tela de um celular, as cores interagem com a percepção do observador e o movimento relaciona-se com o cotidiano. Podemos associar a análise de Xavier (2001) quando o autor afirma que o ser humano é envolvido através de estímulos sensoriais sensacionalistas por meio de uma forma que se correlacione com a vida moderna. É também perceptível a reflexão de Walter Benjamin (2018) quando pensa a criação da imagem relacionada a sua reprodução. As evoluções tecnológicas agem diretamente na criação da linguagem, ligando a uma forte atmosfera fílmica que dialoga com o cotidiano. Dessa forma, são observadas estratégias técnicas que funcionam como um fator positivo na propaganda, já que entregam elementos importantes na relação com os nervos superexcitados e esgotados da cultura de massa.

2.4 Entrevista com Adolpho Veloso

Pode-se perceber que grande parte da subjetivação em uma imagem decorre de estratégias tecnológicas que requerem certos meios técnicos para suas realizações. A partir desse ângulo, torna-se extremamente importante entender como isso é realizado de forma prática, além de compreender a maneira com que essas estratégias são aceitas pelas circunstâncias de cada projeto. Tais questões serão exemplificadas pela filmografia de Adolpho Veloso.

Em entrevista exclusiva com Adolpho Veloso, busquei entender alguns conceitos-chaves do que relaciono como subjetivação na imagem, através dos

fatores já trazidos como estratégias técnicas. Busquei, como primeiro entendimento, investigar se o diretor possui algum termo específico na relação com o restante da equipe quando se fala em atmosfera. A pergunta tem como finalidade entender o significado desse termo para o diretor de fotografia.

Uso bastante o termo atmosfera. Falo bastante em linguagem também. É o papo mais importante da pré-produção. Achar a linguagem do filme, a linguagem daqueles personagens, se ela permanece igual o filme todo, se ela muda em algum momento. Acho que meu trabalho é ajudar o espectador a sentir o que precisa ser sentido, seja se aproximar ou se distanciar dos personagens (VELOSO, 2019).

Na sequência, com a confirmação das estratégias tecnológicas por parte de Veloso, pergunto como ele pensa a utilização das recorrências técnicas e de quais formas são realizadas na sua metodologia. Eis a resposta:

Tento sempre experimentar coisas novas, porque cada filme pede uma coisa. Mas acho que é impossível fugir do que você gosta, do que você acaba desenvolvendo ao longo dos anos. Acho que o principal elemento que se repete é a lógica de iluminar, que é, quase sempre, de tentar entender como é a luz natural do lugar, e deixar o lado “negativo” sempre do lado da câmera. Poucas vezes consigo achar luz frontal esteticamente agradável, e por isso acabo usando só quando quero causar desconforto no personagem e no espectador. Como gosto de estar perto dos personagens, e muitas vezes com uma câmera fluida, isso me ajuda também a nunca estar na frente da luz e fazer sombra no que está sendo filmado (VELOSO, 2019).

Como já abordado, é possível comprovar que publicidade e filmes de longa-metragem possuem uma lógica de estruturação muito distintas, e, além disso, cada projeto promove um conceito específico que pode ser completamente contrário ao que já foi filmado anteriormente. No trabalho de Adolpho Veloso, há certos elementos que permeiam as duas áreas; minha indagação, por isso, busco compreender seu sucesso em manter certa autoridade nas suas recorrências: “acho que vai muito da escolha dos projetos. O diretor é muitas vezes mais importante que o roteiro. Então não importa muito o meio, se você escolher projetos em que vai ter liberdade, é obviamente mais fácil” (VELOSO, 2019).

Minha pergunta seguinte é relacionada à recorrência do uso de linguagem fora de um comum visto na maioria de outras publicidades e longas-metragens, e como é a diferença de liberdade criativa entre um e outro.

Acho que a principal diferença é ter a palavra final ou não. Em um comercial, é muito difícil que você tenha a palavra final. A verdade é que o diretor de fotografia nunca tem a palavra final. Mas em um projeto autoral obviamente os níveis de aprovação são menores. O que significa ter mais

liberdade. Acho que em ambos os casos, se você tem uma linguagem bem definida com seu diretor, tudo fica mais fácil, porque na publicidade vai depender basicamente dele defender a visão que vocês têm para o cliente. A parte boa de filmar um comercial é poder experimentar uma linguagem com menos riscos de não funcionar e atrapalhar de maneira comprometedor o filme. E ter dinheiro para experimentar mais ferramentas também é incrível (VELOSO, 2019).

Insistindo ainda mais na recorrência estética, pergunto como é realizada a condução dos valores estéticos com equipes que mudam no decorrer de cada projeto da filmografia. Veloso responde assim:

Acho que o segredo está na pré-produção. E se envolver em todas as etapas do processo. Desde o roteiro até o figurino. Seu trabalho é tudo que está no quadro. Se você não participa ativamente das escolhas do que vai estar no quadro, isso certamente vai afetar seu trabalho. Então é sempre sobre muito mais que escolher onde botar a câmera e a luz (VELOSO, 2019).

No cinema e na publicidade muitas criações novas provêm de referências, e, por isso, grande parte dos profissionais que se destacam no mercado de trabalho contêm em seus repertórios uma forte bagagem cultural. Pergunto ao diretor, então, quais as suas principais referências visuais e como isso influencia em suas produções. O diretor é assertivo:

Isso muda bastante, são fases sempre. Tenho visto muitos filmes sul coreanos ultimamente. Amo a coragem que o Gordon Willis tinha, e tento me inspirar nisso. Sempre amei o trabalho do Miguel Rio Branco também. E muita coisa do que faço é na minha cabeça basicamente uma mistura de sfumato com staccato². Que é basicamente ter uma imagem bem difusa mas capturada em pequenos intervalos. Filmar com bastante difusão em frente da câmera, com um shutter fechado. E por aí vai (VELOSO, 2019).

Como muitas experimentações e subjetivações na imagem se originam a partir de diversas inovações tecnológicas no decorrer dos anos, Veloso dá um breve apanhado em como essas evoluções na tecnologia influenciaram em sua linguagem: “acho que influenciam diretamente na minha maneira de iluminar, que é muito mais sobre apagar luzes do que acender. E isso só é possível por ter uma sensibilidade alta nas câmeras que uso em geral” (VELOSO, 2019).

² Técnica utilizada geralmente na pintura em que é pincelado diversas tonalidades de luz.

3 ÁREAS DE ATUAÇÃO

Abordamos no primeiro capítulo vários pontos que somam à criação de preferências tecnológicas por parte do diretor de fotografia, resultando, assim, em certas estratégias técnicas. Muitos diretores, ao longo de suas carreiras, mantêm um mesmo fotógrafo (e equipe) ao seu lado, com a preferência de imprimir uma "linguagem autoral" na sua imagem, podendo ser reconhecida através de um conjunto das suas obras. O trabalho coletivo é de extrema importância. Equipes que trabalham com uma certa recorrência, mantendo um alto padrão no valor estético das obras, são reconhecidas em todo o cenário audiovisual, ocasionando uma importante necessidade de estudo na forma de realização desses profissionais, a fim de entender quais são os elementos recorrentes, como são construídos e quais as suas funções dentro da narrativa.

O objetivo deste capítulo é analisar, de maneira prática, como Adolpho Veloso consegue imprimir uma subjetivação nas imagens em que participa. Iniciando a análise da criação estética no longa-metragem *On Yoga: Arquitetura da Paz*, em que, na sua realização, foi optado por uma redução no número de participantes da equipe, resultando em uma menor quantidade de influências na criação da imagem. Também será estudado seu trabalho na publicidade, que também sofre um imenso processo de filtragem no quesito construção estética. Nessas produções, tem-se como influentes na criação: o cliente, que possui um ideal de conceito visual, que pode vir desde a sua primeira elaboração de marca; e a agência de propaganda, que realiza o *briefing* de criação, cria o texto para a campanha, define qual será a produtora e o diretor para a filmagem, realiza o orçamento de produção, e participa, junto à produtora, em todo processo de pré-produção, filmagem e pós-produção.

A análise feita no filme *On Yoga: Arquitetura da Paz* será de maneira detalhada em alguns elementos estéticos e técnicos utilizados por Adolpho Veloso no filme. É de imensa necessidade esse entendimento para depois visualizar uma repetição das mesmas utilizações nas publicidades, que serão observadas de maneira conjunta. O foco principal é encontrar nos planos uma recorrência de certas estratégias técnicas, além de refletir sobre os objetivos de aplicação narrativa e construção atmosférica em cada projeto.

Retomando o conceito de Inês Gil (2005), é possível diferenciar dois tipos de atmosfera (fílmica e espectral): a fílmica apresenta elementos técnicos em conjunto à narrativa, resultando, se efetivada, na atmosfera espectral, que seria a relação entre a tela de reprodução da obra e o espectador. Tudo que foi visto dentro da obra audiovisual é externalizado através de percepções, intuições e relações com a vivência de quem observa. Com base no princípio de que, para uma atmosfera fílmica ser considerada de ótima realização, tem-se que provocar a atmosfera espectral; e, a partir do conceito de Walter Benjamin (2018), que os realizadores de uma obra têm que dar importância na reprodução já durante a sua criação, a análise dos elementos fílmicos nas produções em que Veloso participou serão feitas com base na estratégia técnica, a fim de prever certas sensações específicas ao espectador que foram intencionadas durante o seu desenvolvimento.

3.1 Atmosfera fílmica em *On Yoga: Arquitetura da Paz*

O filme *On Yoga: Arquitetura da Paz*, dirigido por Heitor Dhalia, mostra o trabalho do fotógrafo Michael O'Neill, o qual lançou em 2014 um livro chamado *On Yoga: The Architecture of Peace*. Este livro teve como objetivo mostrar, por meio de duzentas fotografias e vários relatos escritos, a história da ioga, filosofia prática que une a meditação e a prática de exercícios como forma de trabalhar corpo e mente. A história é contada tanto na Índia quanto em Nova Iorque, por diversos nomes importantes dessa prática. Assim, o livro mostra uma trajetória de dez anos do fotógrafo durante a elaboração da própria obra, cujo foco principal foi apresentar o papel da ioga como participante da vida contemporânea.

Heitor Dhalia utiliza o livro como base para mostrar no filme a importância da preocupação com o nosso interior, com a nossa mente. As imagens e a narrativa são demonstradas através de Michael O'Neill, que acompanha a equipe em lugares importantes, apresentando fortes influências da ioga e situações específicas que levaram ao resultado final de alguma das suas fotos. O desenrolar do documentário é feito através das fotos do livro e por depoimentos de gurus ou mestres de ioga guiados por relatos e narrações do fotógrafo. No filme, observam-se também duas visões: uma da Índia – com depoimentos feitos por pessoas que vivem da filosofia de meditação e ioga; e outra de Nova Iorque, cidade residencial de Michael, onde é

mostrada essa visão milenar da prática, ligando-a com o cotidiano da rotina contemporânea.

On Yoga: Arquitetura da Paz é um filme que tem como objetivo fazer o espectador sentir a narrativa e não somente mostrar a ioga com explicações da sua importância ou relatos de situações em que a sua execução resultou em uma melhora no dia a dia. A história é contada na mesma forma em que Michael vê a prática, ou seja, os olhos do fotógrafo permeiam durante toda a narrativa, tanto nas explicações quanto no visual do documentário. Michael O'Neill conta que teve o primeiro contato com a ioga quando perdeu o movimento de um dos braços, impossibilitando consideravelmente o seu trabalho com a fotografia, antes ligada para algo mais comercial. Após começar a se exercitar através da ioga, ele recuperara a mobilidade do braço, conseguindo, assim, realizar este trabalho de uma década em função de fotografias dessa filosofia. Esse acontecimento acaba influenciando muito na forma como o filme é contado, pois aborda-se de maneira abundante as transformações da vida de Michael antes e depois da ioga.

A estética é uma enorme potência no filme, visto que, na procura de fazer o espectador vivenciar a ioga, a atmosfera tem como função principal provocar sentimentos como calma, evolução, controle e purificação. Um dos principais fatores que levaram a pessoal escolha por Adolpho Veloso como exemplo de análise na construção de atmosfera provavelmente tenha sido pela efetivação do seu trabalho reconhecida no documentário. A história do filme faz com que aquele que a observa sintam-se incluído. Ela consegue utilizar na linguagem uma forma em que seguimos Michael e sentimos durante todos os minutos uma forte conexão com as palavras profundas ditas pelos gurus e logues.

On Yoga: Arquitetura da Paz é um filme que utiliza o contraste como forma para demonstrar algumas características. Uma delas é em relação à conexão de Michael com a ioga, manifestando através da discrepância entre a vida do fotógrafo antes e depois de conhecer a prática. Logo no início do filme vemos Michael em um acervo de fotografias autorais mostrando o seu trabalho antigamente. Fotos de pessoas famosas, como Martin Scorsese, aparecem na coleção. Durante essa cena, temos como apresentação de elemento fílmico a desorientação, o fotógrafo encontra-se perdido no meio de uma grande quantidade de material: por exemplo, enquanto ele mostra alguns trabalhos antigos, tem-se como linguagem fotográfica uma câmera que sempre procura Michael, um tanto desordenada e com

movimentos bruscos, que perde o objeto de foco e transparece estar sempre atrás do seu objetivo principal. Essa ideia de desorientação, enquanto fala do seu trabalho de antigamente, correlaciona com a vida do fotógrafo antes do seu conhecimento da prática de ioga.

Frame 8 – On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Câmera "buscando" Michael



Fonte: Netflix

Frame 9 – On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Michael O'Neill mostrando uma foto tirada de Paul Newman



Fonte: Netflix

Todo resto do filme funciona em contraste com essa cena que ocasionalmente aparece complementando alguma parte necessária, mas então menos desorientada e mostrando as situações posteriores à prática da ioga.

Seguindo na ideia de contraste, temos outra linguagem presente que influencia muito na construção da estética geral do filme. Em entrevista a

Associação Brasileira de Cinematografia, Adolpho Veloso (2018) conta que teve como intenção mostrar uma discrepância entre o cenário de Nova Iorque e o da Índia. Neste propósito, Veloso, em conjunto com o relato de Sérgio Pasqualino (colorista do filme), conta que, após analisar o material filmado, ambos decidiram observaram que manteriam sem alteração a naturalidade das cores dos locais. Ou seja, tudo que é visto no filme, em relação à saturação, é fiel ao ambiente natural. Na Índia, através das cores, observa-se uma atmosfera do que seria relacionado ao conhecimento milenar da prática de ioga – mais saturado com cores vivas. Já em Nova Iorque, temos uma ambientação acinzentada, de poucas variações cores, enfatizando o cotidiano do mundo contemporâneo (em Nova Iorque). Nessa situação, a escolha pela preservação das cores como forma de contraste cria uma atmosfera que é construída através do não-exagero da coloração. Essa intenção acaba sendo, além de estética, narrativa.

Frame 10 – On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Michael O`Neill fotografando a ioga em Nova Iorque



Fonte:Netflix

Frame 11 – On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Ambientação na Índia



Fonte:Netflix

Uma das principais propostas da prática da ioga é a sensação de paz. No filme há diversos elementos que transparecem um sentimento de calma. Uma das técnicas apresentadas é o uso de objetivas grande-angulares com uma extrema aproximação lateral do personagem filmado. Como o filme trata de gurus e iogues, indivíduos que presenciam uma maior experiência no controle da paz interior, a câmera que enquadra o seus rostos com proximidade demonstra muito a ideia de interiorização do personagem. Também conta com a utilização de uma grande-angular que permite apresentar em conjunto o ambiente que o sujeito se apresenta e do qual faz parte.

O formato anamórfico, por sua vez, consegue relacionar o personagem com o ambiente presente, intensificando o espaço nas laterais onde é predominante o segundo plano apresentado no *close*, e eliminando, assim, o que é irrelevante em cima ou embaixo. As imagens de cobertura durante os depoimentos também seguem com o mesmo objetivo de intensificar a relação do sujeito com o ambiente.

Frame 12 - On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Depoimento do guru dentro de uma caverna



Fonte:Netflix

Frame 13 – On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Guru interagindo com o ambiente da caverna



Fonte:Netflix

Como o filme conta a história a partir de um livro do fotógrafo Michael O`Neill, sua linguagem busca uma relação direta com as fotografias do livro. Para isso, Adolpho Veloso (2018) menciona que, além dos enquadramentos e composições que buscavam associar as fotos apresentadas na narrativa, o movimento de câmera procurava transmitir a ideia de uma "foto em movimento", adaptando essa ideia no conceito particular do documentário. Dessa forma, Veloso utilizou como técnica fílmica uma alta velocidade do obturador e uma captação média de duzentos frames por segundo, planejando tornar a imagem em câmera lenta e com um leve movimento. O objetivo final dessa dinâmica era o funcionamento simultâneo ao sentimento de calma da ioga, tornando movimentos – que, em um primeiro momento de manipulação, poderiam ser considerados bruscos – mais leves e sutis. Corroborando essa tese, Heitor Dhalia (2018), diretor do filme, afirma que sua proposta no documentário era dar voz aos personagens fotografados no livro,

mostrando a importância da narrativa independentemente do material impresso, cujas fotos tiveram um papel de complementação.

Veloso (2017), em entrevista ao canal de Youtube da *ARRIChannel*, conta que, durante o processo de montagem, o montador antecipava a entrada do plano no momento em que Adolpho estava procurando o objeto a ser filmado, relacionando essa procura com o sentimento de tentativa da câmera encontrar a fotografia de Michael. Isso comprova mais um ponto da influência das diversas áreas que, quando afirmadas em um conceito estético, contribuem na efetivação da atmosfera fílmica, potencializando o trabalho da direção de fotografia – neste exemplo, demonstrado através da harmonia entre montagem e direção de fotografia.

Frame 14 – *On Yoga: Arquitetura da Paz* (2018) – Foto de Michael O`Neill



Fonte: Netflix

Frame 15 – *On Yoga: Arquitetura da Paz* (2018) – Recriação da situação da foto adaptada com o conceito do filme



Fonte: Netflix

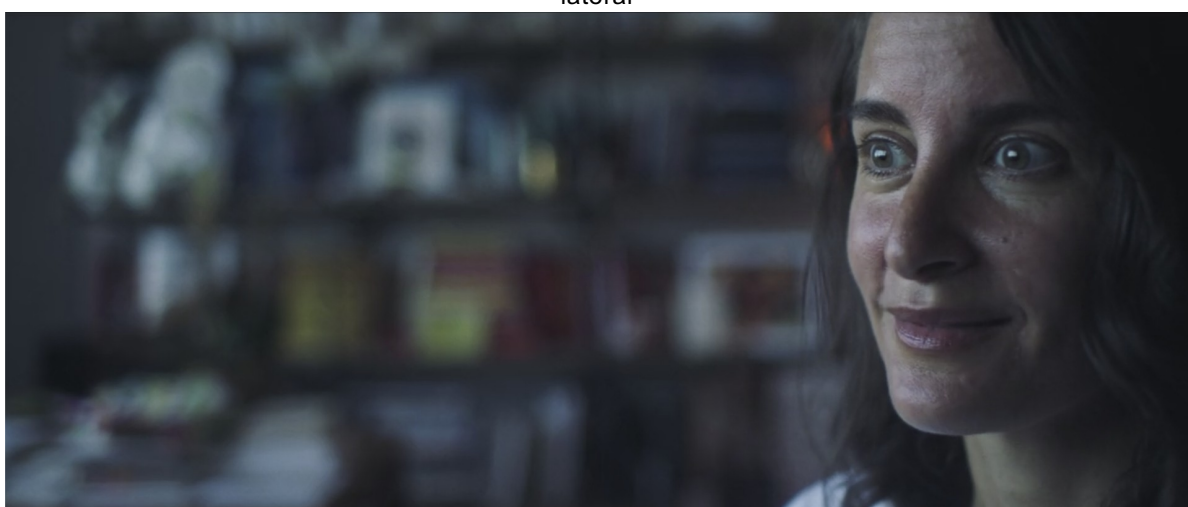
É importante dar relevância ao elemento de enquadramento lateral com proximidade, visto que percorre durante todo filme e é presente em grande parte da filmografia de Adolpho Veloso. Como afirma Veloso (2019), usar esse recurso colabora com o diretor de fotografia, pois, ao não estar em frente à luz, elimina a chance da presença de sombra no objeto. A sua utilização com contraluz também é recorrente e funciona como potencialização da maioria das atmosferas, na medida em que intensifica o que está sendo falado pelo personagem. No documentário, tal aspecto ganha força ao valorizar a fala com o conhecimento dos gurus ou iogues.

Frame 16 – On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Guru indiano em enquadramento lateral



Fonte: Netflix

Frame 17 – On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Mestre de ioga americana em enquadramento lateral



Fonte: Netflix

Na execução de meditação ou ioga, temos a prática de foco como ingrediente fundamental na eliminação do sentimento de ansiedade. O foco na respiração é um fator muito citado pelos iogues e gurus ao longo do filme. Construindo uma atmosfera através do sentimento de foco, é possível perceber outro componente das construções de imagem por Adolpho Veloso. Sua técnica consiste em "manchar" as bordas do quadro, reenquadrando a imagem de uma forma em que a ação – embora o ambiente também seja importante – passa a ser o elemento mais relevante. Isso elimina boa parte das vezes um primeiro ou segundo plano de ação, intensificando o foco em apenas um dos atos. Ao longo do documentário, essa técnica também é apresentada, em conjunto ou independente do foco, sempre com um ideal de sonho ou confusão, algo imaginário.

Por meio de uma conversa informal com Veloso, ele informa que tal mecanismo é feito através da adição de vaselina em torno da lente. É interessante pensar que a sua utilização é feita durante a filmagem, não através da manipulação da pós-produção. Isso dá uma maior naturalidade a cada plano em que a técnica é realizada, podendo ser considerado como um método de assídua utilização ao longo dos seus projetos.

Frame 18 – On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Exemplo 2 da distorção da cidade de Nova Iorque



Fonte: Netflix

Frame 19 – On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Exemplo 2 da distorção da cidade de Nova Iorque



Fonte: Netflix

Frame 20 – On Yoga: Arquitetura da Paz (2018) – Foco dentro de um ambiente



Fonte: Netflix

3.2 Atmosfera fílmica e publicidade

A publicidade é conhecida por ter uma criação de poucas experimentações e algumas limitações no quesito criatividade, pois sua produção gira em torno de um método vinculado ao *marketing*, com o propósito de atingir intensamente o público-alvo da propaganda. Podemos perceber diversos fatores, como as inovações tecnológicas, que mudam um pouco o cenário das experimentações, que passam a ser muito bem planejadas, visto que a comunhão de ideias torna-se potencializada quando há recursos visuais em que a produção inteira pode se apoiar.

Adolpho Veloso já participou da criação de diversos comerciais publicitários através de grandes marcas reconhecidas no mercado, tais como: *Billboard, Fiat, Nike, Coca-Cola, Asics, Natura, etc.* Veloso (2019) identifica na entrevista um valor da relação entre diretor e diretor de fotografia, uma vez que, na publicidade, é na figura do diretor que são defendidas as ideias estéticas de um diretor de fotografia: cabe a ele confiar e concordar com essas escolhas. Apresentada a dificuldade de manter certos valores estéticos que permeiam ao longo das produções publicitárias devido às limitações impostas pelo grande número de influentes no resultado final do filme, Veloso revela ter uma escolha pessoal em determinados projetos que permitam a construção de um apelo estético.

Neste capítulo, serão analisadas novamente, de maneira prática, essas recorrências percebidas ao longo da filmografia de Veloso, com base nas suas produções publicitárias. Esse conhecimento servirá como pilar para uma sustentação no que se conceitua como subjetivação na imagem. A análise funcionará em conjunto com as observações feitas por Veloso (2019) por meio da sua entrevista, avistando as limitações e vantagens das criações através de filmes comerciais.

Na publicidade, tem-se diversas diferenças em comparação com filmes de longa-metragem. Uma delas, que influencia muito na linguagem, é a duração menor do projeto final, e, conseqüentemente, no reduzido número de planos do filme. A partir dessa observação, vemos como resultado um maior planejamento e cuidado, pensando de maneira mais individual para cada quadro a ser filmado. A continuidade somente é necessária caso haja alguma narrativa temporal ou de uma seqüência de imagens que a exija através do roteiro.

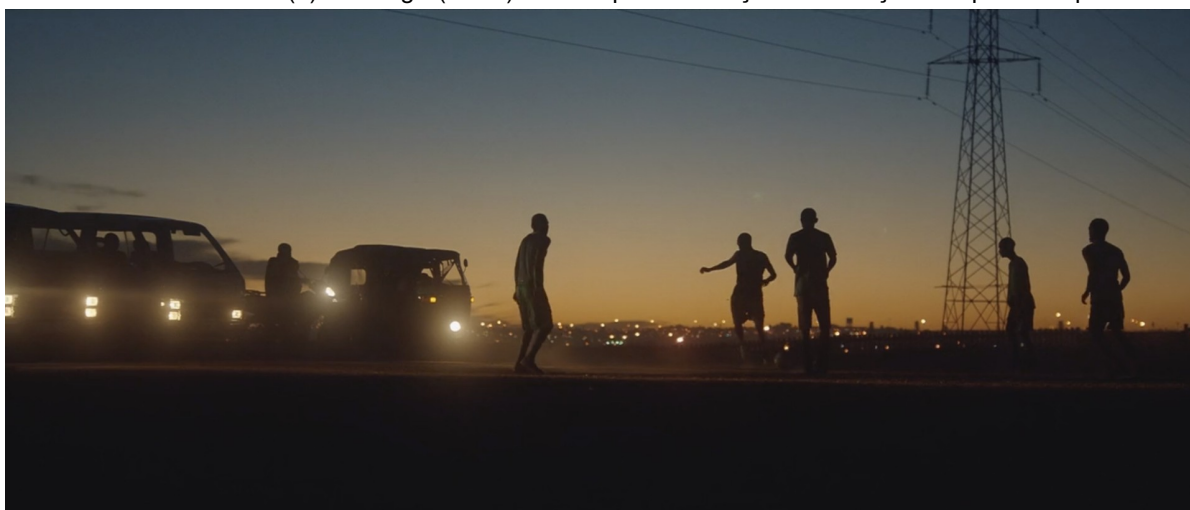
Nessa ideia, podemos observar um grande uso do céu como elemento estético nos filmes de Adolpho Veloso, que o utiliza como objetivo de fortalecer o plano filmado, visto que a formação do céu em horários mais próximos à noite cria uma variação maior na tonalidade de cores. Sua utilização torna o plano mais chamativo e funciona independente de uma continuidade, já que é utilizada através de um plano único ou de uma pequena seqüência dentro do mesmo ambiente.

Frame 21 – Natura (2017) – Exemplo 1: Relação céu e ação em primeiro plano



Fonte: Vimeo

Frame 22 – Football(s) - Orange (2017) – Exemplo 2: Relação céu e ação em primeiro plano



Fonte: Vimeo

Na publicidade, há recorrentemente a utilização de estímulos sensoriais provocados pela estética na tentativa de atrair a atenção do observador. Esses estímulos são apresentados por meio de elementos que se relacionam diretamente com o produto ou com a ação demonstrada. A maioria das produções, por se destinarem a uma cultura de massa, abdicam de uma composição que demande uma análise profunda do espectador, visto que os filmes contêm planos de curta duração, tendo pouco tempo para entendimento e reflexão. A partir dessa ideia, observamos que as construções estéticas visam causar alguma sensação rápida a quem vê.

Diretores de fotografia, na intenção de realizar diversas interferências visuais no objeto filmado, contam com aplicação de preferências técnicas. Veloso (2019)

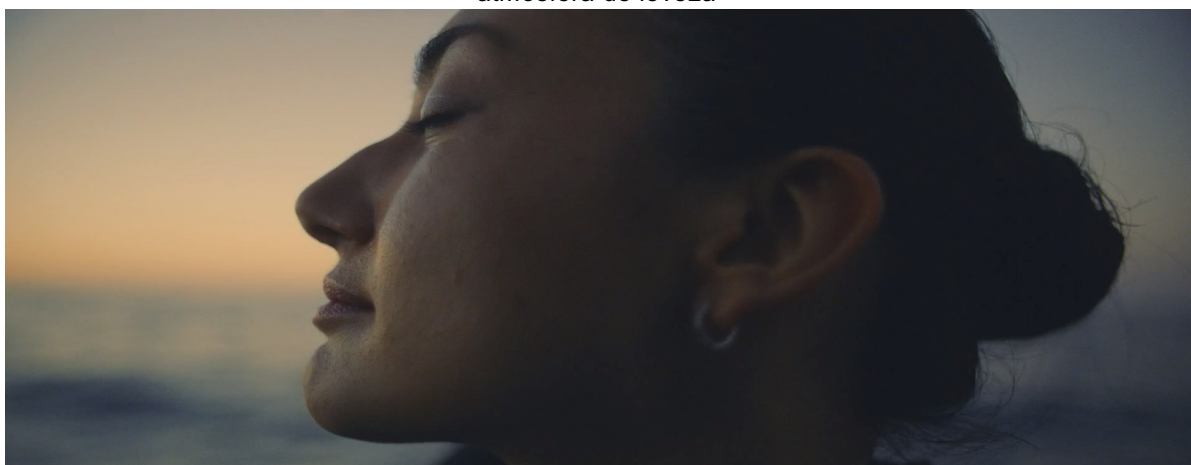
nota sua recorrência na utilização técnica e artística de *sfumato*, descrita como um método que trabalha, através de luzes difusas, com um gradiente de tonalidades no rosto do sujeito encontrado próximo à lente da câmera. Isso pode ser feito por meio de uma luz de certa intensidade, que, quando entra no sensor do equipamento, transparece detalhes na pele devido a uma configuração de baixa sensibilidade luminosa (*shutter* fechado). Esse tipo de linguagem funciona em conjunto com a preferência de Veloso na organização de luzes, seja tendo como fonte de contraluz o sol que se põe, seja um refletor de natureza difusa, ou ainda algum objeto que torne a incidência suave.

Frame 23 – Natura (2017) – Contraluz que ressalta as partículas de água e o objeto que as sente



Fonte: Vimeo

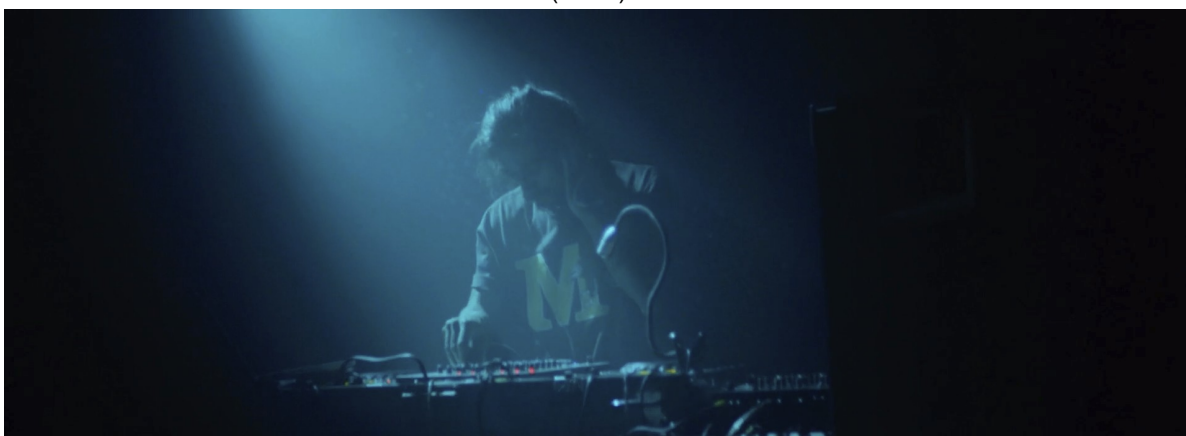
Frame 24 – San Miguel - Made of Experiences (2018) – Técnica de *sfumato* construindo uma atmosfera de leveza



Fonte: Vimeo

As cores são elementos cruciais na construção de qualquer tipo de atmosfera, elas podem mudar completamente o tom da narrativa através de um bom uso do seu conjunto. Se já comentamos da necessidade de um forte trabalho conjunto entre direção de fotografia e direção de arte na efetivação de um visual fílmico que produza significados, na publicidade isso não é diferente. Insistindo na ideia do curto relacionamento entre o plano e o espectador, as cores são fundamentais quando nós, seres humanos, lembramos de alguma imagem. Elas atingem direta e rapidamente a intuição do espectador, provocando quase instantaneamente a sensação de percepção, relacionando o produto com a intenção da obra. Veloso tem como característica, em alguns dos seus comerciais, utilizar luzes com coloração vibrante como finalidade de transmitir a ideia proposta. No filme publicitário *Smirnoff - conventions* (2015), lança mão do contraste das cores para demonstrar diferentes estilos de música.

Frame 25 – Smirnoff - Conventions (2015) – Plano mostrando a música estilo eletrônica



Fonte: Vimeo

Frame 26 – Smirnoff - Conventions (2015) – Plano mostrando a música de estilo funk



Fonte: Vimeo

Frame 27 – Smirnoff - Conventions (2015) – Plano mostrando música de estereótipo depressivo



Fonte: Vimeo

A ideia do comercial é tratar de vários estereótipos para depois, no fim, mostrar que ninguém precisa ser rotulado, pois todos participam da “vida real”, como eles denominam. A intenção com isso é apresentar a marca como uso de qualquer preferência musical, pois os frequentadores de baladas são o público-alvo. O final, também com as cores – que, nesse caso, já haviam participado de um conjunto de todas as atmosferas anteriores – cria-se um ambiente completamente diferente, prevalecendo a sensação de felicidade, alegria, calor, etc.

Frame 28 – Smirnoff - Conventions (2015) – Última cena mostrando sensações positivas



Fonte: Vimeo

A utilização das cores é planejada através do tripé criativo, como uma das formas mais significativas de passar o tom da imagem. Ela pode ser passada através de objetos, figurinos e luzes – qualquer elemento em cena que se justifique através da construção atmosférica. As cores seguem muito presente ao longo dos

trabalhos de Adolpho Veloso, que as utiliza como transmissão de sentimento, separação entre sujeito e ambiente, estética visual da marca, etc.

Frame 29 – Fiat Mobi - This is Your Time (2017) – Luzes coloridas como elemento estético



Fonte: Vimeo

4 ATMOSFERA FÍLMICA NA PRODUÇÃO DE ADOLPHO VELOSO

É importante pensar que, mesmo em um filme publicitário ou em um filme de longa-metragem, o papel do diretor de fotografia é o mesmo: utilizar por meio de elementos como luz, cor e movimento, estratégias técnicas que construam imagens. Essas imagens têm como papel fundamental sustentar e potencializar a atmosfera do filme. Mesmo tendo nos dois campos de atuação diferentes fatores que influenciam no resultado final da produção, o diretor de fotografia Adolpho Veloso apresenta em seus filmes uma recorrência de diversas estratégias técnicas que permeiam sua obra, independente da proposta do filme.

Ao separar os elementos abordados como subjetivações, vê-se, através dos filmes de Veloso, uma repetição de certas utilizações, tais como: enquadramento lateral do objeto filmado, formato anamórfico, lentes grande-angulares, extrema aproximação da câmera com o sujeito, utilização de contraluz como fonte principal, técnica de *sfumato* em conjunto com a predominância luzes intensas de natureza difusa, luzes diegéticas que participam na iluminação do personagem, adição de vaselina na lente, etc. Essas subjetivações técnicas funcionam como uma lógica, pois cabe ao diretor de fotografia, em conjunto com o resto da equipe, identificar qual é atmosfera fílmica proposta e realizar uma estratégia de mecanismos técnicos

que construirá as imagens e provocará as intuições previstas do filme ao espectador.

Frame 30 – San Miguel - Made of Experiences (2018) – Técnica de vaselina na lente utilizada na publicidade



Fonte: Vimeo

Desse modo, ao analisar o trabalho da direção de fotografia em filmes de longa-metragem e publicidade, observamos diversos limites e dificuldades devido à diferença nos métodos de produção. Convém ao fotógrafo, na intenção de manter seus valores estéticos, realizar adaptações das suas preferências visuais em cada projeto. Algumas estratégias técnicas podem ser muito mais recorrentes ao longo da filmografia do que outras, como, por exemplo, a lógica que o diretor de fotografia utiliza para iluminar. O posicionamento das luzes pode ser considerada como um dos fundamentos que menos sofre influência de outras áreas e é mais fácil de ser adaptado durante os filmes se compararmos com a disposição das cores, por exemplo.

No filme publicitário *Segredo* (2018), realizado para a marca Boticário, Adolpho Veloso tem como concepção visual um filme de cor preto e branco. Elementos como contraste de cores (bastante utilizado durante a sua filmografia), tornam-se inviáveis. Porém, mesmo em um filme monocromático, vemos outras técnicas (como distorções ópticas, formato anamórfico, técnica de *sfumato*, enquadramentos laterais, etc.) que foram adaptadas a um filme sem a disponibilização de cores como elemento de subjetivação visual.

Frame 31 – Boticário - Segredo (2018) – Filme publicitário preto e branco mantendo a subjetivação de estratégias técnicas



Fonte: Youtube

Outro fator que contribui na subjetivação da imagem é a possibilidade de o diretor de fotografia escolher os projetos que prefere participar, tendo como prioridade filmes e equipes que possibilitam realizar um apelo estético na construção visual, visto que diversos projetos podem ter uma concepção visual completamente distinta do que o fotógrafo costuma trabalhar.

Embora observa-se que o diretor de fotografia tem como disponibilidade utilizar os mesmos elementos da publicidade com os filmes de longa-metragem, a construção da atmosfera das duas possui diferenças. Na publicidade, os planos funcionam de maneira mais independente, pois a atmosfera é construída através dos estímulos sensoriais originados pelo visual filmico que são provocados durante o curto tempo de relacionamento do plano com o espectador, e a imagem terá que ser bastante chamativa. Esse curto tempo em que o plano é observado pelo público precisa transmitir toda ideia de atmosfera proposta pela campanha do filme – por isso a necessidade de uma imagem que tenha um grande potencial atmosférico. Também temos, na elaboração dos filmes publicitários, limites técnicos reduzidos, devido a um orçamento maior para uma menor quantidade de material finalizado, resultando, assim, em um maior trabalho estético em cima de um único plano, visto que cada segundo do transforma-se em uma peça chave dentro da publicidade. Pensando nesses aspectos, cabe à direção de fotografia, durante um filme publicitário, trabalhar de forma mais intensa com elementos como cores, iluminação e planejamento, criando uma imagem que chame atenção, seja esteticamente potencial e funcione de acordo com um planejamento minucioso criado pela agência em relação à campanha de *marketing*.

Já um filme de longa-metragem tem como concepção uma grande diferença no quesito construção dos planos. Diferente da publicidade, boa parte dessa construção é realizada fielmente com a montagem. Dificilmente se pensa em um plano de forma independente, e a continuidade do filme exige que o diretor de fotografia elabore a cena como o fator principal, resultando na criação das sequências e dos planos em conjunto com a narrativa proposta. A atmosfera é constituída mediante à soma dos planos, e dentro deles, à realização de elementos que contribuem na produção de movimentos e ritmos que darão significados as imagens. Assim, torna-se responsabilidade do diretor de fotografia efetivar as suas intenções de iluminação e cores dentro da necessidade de um ritmo, movimentos e continuidade, muitas vezes sustentado no conceito estético geral do filme.

Vimos durante a análise diversos fatores que influenciam nas recorrências visuais de Adolpho Veloso. Foi possível entender que, a partir de certas estratégias técnicas realizadas em conjunto com as atmosferas propostas, pode-se transitar entre os dois campos (publicidade e longa-metragem), sempre tendo a necessidade de se adaptar às preferências do fotógrafo, correspondendo com a narrativa ou a proposta visual do filme, possibilitando, assim, a permanência de uma preocupação estética devido à recorrência das estratégias técnicas, que são do conhecimento do fotógrafo e planejadas por toda equipe, resultando na efetivação de uma atmosfera fílmica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como função principal entender a maneira em que Adolpho Veloso contribui na criação de uma atmosfera através da subjetivação na imagem. Foi possível perceber que, para efetivar uma atmosfera fílmica através da estética, é necessário promover percepções e intuições ao espectador através da atmosfera espectral. Isso é possível quando o conjunto de elementos estéticos funcionam em harmonia com a narrativa e, de certa forma, potencializam a história contada por meio de escolhas visuais por parte do tripé criativo. No trabalho de Adolpho Veloso, é a repetição das estratégias técnicas que garantem uma estruturação da linguagem, levando para o lado da subjetivação da imagem.

Adolpho Veloso, através das suas obras, sempre me despertou curiosidade na forma em que se apoiou de técnicas não usuais que permeiam durante todos os seus trabalhos. Seja em videoclipe, longa-metragem de ficção, documentário, curta-metragem ou publicidade, Veloso sempre utiliza algum recurso visual que identifica sua participação na obra audiovisual. Foi de interesse analisar como isso é possível de ser realizado através de tantas variantes que se tornam influentes na imagem final de cada projeto. Através de um entendimento do conceito de atmosfera, uma análise prática dos seus filmes e de relatos pessoais através de entrevistas, foi possível entender a maneira em que Veloso realiza isso de uma maneira em que o visual proposto pelo diretor de fotografia contribua com a narrativa dos filmes em que participa.

A partir da pesquisa, foi possível entender que a subjetivação por parte do diretor de fotografia é possível quando: há uma recorrência de trabalhos com o mesmo diretor possibilitando a reutilização de processos já realizados; aproveitamento de inovações tecnológicas que permitem uma aprovação visual com a equipe; e estratégias técnicas que têm como fundamento simular o conceito visual proposto na pré-produção.

Visto durante o trabalho que a função principal do tripé criativo é potencializar a narrativa do filme através da constituição de uma atmosfera fílmica, acaba se tornando de extrema importância analisar em como isso é feito. O diretor de fotografia, por sua parte, utiliza de elementos como luz, cor e movimento, apoiado mediante mecanismos técnicos, tendo como função contribuir com uma

consonância estética entre todas áreas do filme, sempre em fidelidade ao roteiro e ao conceito visual. O trabalho em equipe acaba se tornando um dos fatores mais importantes nas capacidades visuais do diretor de fotografia. A recorrência de trabalhos entre o mesmo tripé criativo também facilita de maneira expressiva o surgimento da subjetivação na imagem por parte dos profissionais. Entre as competências do diretor de fotografia acaba se tornando de extrema importância não ter somente o conhecimento da parte técnica ou de um refinamento visual. Fatores externos como comunicação e relacionamento com as demais áreas contribuem diretamente no êxito de uma filmografia notável.

As estratégias técnicas, realizadas de maneira efetiva, servem como contribuinte na construção da atmosfera fílmica na qual, se utilizada de forma recorrente, apoia-se na subjetivação como fundamento essencial na carreira de um diretor de fotografia.

Como sugestão para pesquisas futuras na intenção de entender a atmosfera fílmica efetivada através da subjetivação na imagem, aponta-se 3 possibilidades de desenvolvimento: análise das intuições e percepções provocadas na recepção da obra com o espectador mediante elementos técnicos da atmosfera fílmica, análise da subjetivação na imagem por parte de outras áreas do filme ou uma análise aprofundando a filmografia de Adolpho Veloso abordando um maior conjunto de obras e áreas de atuação.

REFERÊNCIAS

ADOLPHO Veloso at Camerimage 2017. [S. l.]: ARRChannel, 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XQWI8XeYeUM&t=153s>. Acesso em: 20 out. 2019.

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. Tradução: Estela dos Santos Abreu e Cláudio Cesar Santoro. 12. ed. Campinas - SP: Papirus, 2007.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. São Paulo - SP: L&PM, 2018.

BERNARDET, Jean-claude. **O autor no cinema**. São Paulo - SP: Brasiliense, 1994.
CARRIÈRE, Jean-Claude. A névoa de imagens. *In*: CARRIÈRE, Jean-Claude. **A Linguagem Secreta do Cinema**. Rio de Janeiro - RJ: Nova Fronteira Participações S.A., 2015.

COSTA, António. Direção de Fotografia: A importância artística no cinema de ficção. *In*: AVANCA, 2014, Lisboa, Portugal. **Anais Eletrônicos**[...]. Portugal: Universidade Lusófona Humanidades e Tecnologias, 2014. Disponível em: https://www.academia.edu/7839890/Dire%C3%A7%C3%A3o_de_Fotografia_A_import%C3%A2ncia_art%C3%ADstica_no_cinema_de_fic%C3%A7%C3%A3o. Acesso em: 25 maio 2019.

DELEUZE, Gilles. **Cinema 1: A Imagem-movimento**. Tradução: Stella Senra. 01. ed. São Paulo - SP: Editora 34, 2018

EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme**. Rio de Janeiro RJ: Jorge Zahar Editor LTDA., 2002.

EISNER, Lotte H. **A Tela Demoníaca: As Influências de Max Reinhardt e do Expressionismo**. Trad. Lucia Nagib. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002, 2ª Ed.

ENTREVISTA Sessão ABC: On Yoga - Arquitetura da Paz. [S. l.]: ABC, 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AChAw3GxMSI&feature=youtu.be>. Acesso em: 5 abr. 2019.

FATORELLI, Antonio Pacca. Imagem e afecção. **Galáxia: Revista do Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica - PUC, São Paulo - SP**, ed. 23, p. 48-58, 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/7046/7582>. Acesso em: 1 nov. 2019.

FIAT Mobi "This is Your Time". Direção: Brenno Castro ; Ian Ruschel. Fotografia de Adolpho Veloso. [S. l.]: Iconoclast, 2017. Disponível em: <https://vimeo.com/230030779>. Acesso em: 20 set. 2019.

GIL, Ines. A atmosfera como figura fílmica. **Actas do III SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÉRICO**. Volume I, 2005.

GIL, Inês. A atmosfera fílmica como consciência. **Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura**, [S.l.], n. 2, July 2011. ISSN 1645-2585. Disponível em: <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/caleidoscopio/article/view/2192>. Acesso em: 20 nov. 2019.

GIL, Inês. **A atmosfera no cinema**: o caso de A sombra do caçador de Charles Laughton entre onirismo e realismo. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2015. 250 p.

GIL, Inês. O Som do Silêncio no Cinema e na Fotografia. **Babilónia - Revista Lusófona de Línguas, Culturas e Tradução**, [S.l.], n. 10/11, sep. 2012. ISSN 1646-3730. Disponível em: <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/babilonia/article/view/2992>. Acesso em: 20 nov. 2019.

HEINZ, Renata. **Atmosfera em Amor à flor da pele de Wong Kar Wai**: o filme como experiência. Orientador: Suzana Kilpp. 2013. Dissertação (Mídias e Processos Audiovisuais) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo - RS, 2013. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/4353>. Acesso em: 18 out. 2019.

IMDb. **Perfil do realizador**. Disponível em: <https://www.imdb.com/name/nm4110224/>. Acesso em: 22 maio 2019.

KLEON, Austin. **Steal Like an Artist**. Nova Iorque: Workman Publishing Company, Inc, 2012.

NATURA. Direção: Ian Ruschel. Fotografia de Adolpho Veloso. São Paulo - SP: Iconoclast, 2017. Disponível em: <https://vimeo.com/213034064>. Acesso em: 20 set. 2019.

NIKE - Shanghai Fast. Direção: Nicolas Winding Refn. Fotografia de Adolpho Veloso. São Paulo - SP: Stink Films, 2017. Disponível em: <https://vimeo.com/244282405>. Acesso em: 20 set. 2019.

OLIVEIRA, Kívia; CALEIRO, Maurício. Direção Fotográfica no Cinema - Análise de Lavoura Arcaica. *In*: XVI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 2011, São Paulo - SP. **Anais Eletrônicos** [...]. São Paulo - SP: INTERCOM, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0428-1.pdf>. Acesso em: 25 maio 2019.

ON YOGA: Arquitetura da Paz. Direção: Heitor Dhália. Brasil: Pagu Pictures, 2017. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80187188>. Acesso em: 28 mar. 2019.
OS MELHORES Anos de Nossas Vidas. Direção: William Wyler. EUA: Samuel Goldwyn Productions, 1946. DVD.

O'NEILL, Michael. **On Yoga. The Architecture of Peace**. 01. ed. Colônia: Taschen, 2018.

POLIDORO, Bruno Bortoluz. **Sobre a luz e as potências do escuro na fotografia: Imagens técnicas de alcova no cinema**. Orientador: Suzana Kilpp. 2009. Dissertação (Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo, 2009.

RUDOLF, Arnheim. **Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora**. 01. ed. São Paulo - SP: Pioneira Thomson Learning, 1980.

SAN Miguel - Made of Experiences. Direção: Nico Perez Veiga. Fotografia de Adolpho Veloso. São Paulo - SP: Primo, 2018. Disponível em: <https://vimeo.com/257202521>. Acesso em: 20 set. 2019.

SCHWARTZ, Vanessa R.; CHARNEY, Leo. **O cinema e a invenção da vida moderna**. 02. ed. São Paulo - SP: Cosac & Naify, 2004.

SEGREDO O Boticário AlmapBBDO. Direção: Luiz Sanches. Fotografia de Adolpho Veloso. São Paulo - SP: Stink Films, 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=c2kv0CV1w9U>. Acesso em: 20 set. 2019.

SMIRNOFF - Conventions. Direção: Luiz Whately; Otavio Machado. Fotografia de Adolpho Veloso. São Paulo - SP: Stink Films, 2015. Disponível em: <https://vimeo.com/146809062>. Acesso em: 20 set. 2019.

SUSPEITA. Direção: Alfred Hitchcock. EUA: RKO Pictures, 1941. DVD.

SVEN Nykvist: With One Eye He Cries. Direção: Greg Carson. EUA: [s. n.], 2004.

SVOLENSKI, Roberto. Afinal, para onde vai o Cinema: Do Primeiro Cinema ao Soft Cinema. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Universidade do Sul de Santa Catarina. **Anais Eletrônicos** [...]. Palhoça - SC, 2016. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0407-1.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019.

APÊNDICE – Entrevista com Adolpho Veloso

1 - Você tem algum termo ou conceito em específico que usa ao invés do termo atmosfera? Digo mais na conversa com a equipe quando vão construir um conceito estético. Como você nomeia essa construção de uma atmosfera?

Uso bastante o termo atmosfera. Falo bastante em linguagem também. É o papo mais importante da pré produção. Achar a linguagem do filme, a linguagem daqueles personagens, se ela permanece igual o filme todo, se ela muda em algum momento. Acho que meu trabalho é ajudar o espectador a sentir o que precisa ser sentido, seja se aproximar ou se distanciar dos personagens.

2 - No seu trabalho é muito recorrente algumas técnicas (como o uso de lentes anamórficas, contra-luz, um "blur" que mancha ao redor do quadro, etc) quais técnicas que você utiliza recorrentemente? Pode ser uso de lentes, cores, câmera, elementos na pós-produção, efeitos e como são feitos, etc.

Tento sempre experimentar coisas novas, porque cada filme pede uma coisa. Mas acho que é impossível fugir do que você gosta, do que você acaba desenvolvendo ao longo dos anos. Acho que o principal elemento que se repete é a lógica de iluminar. Que é quase sempre de tentar entender como é a luz natural do lugar, e deixar o lado "negativo" sempre do lado da câmera. Poucas vezes consigo achar luz frontal esteticamente agradável, e por isso acabo usando só quando quero causar desconforto no personagem e no espectador. Como gosto de estar perto dos personagens, e muitas vezes com uma câmera fluida, isso me ajuda também a nunca estar na frente da luz e fazer sombra no que está sendo filmado.

3 - Como em campos tão distintos (publicidade e longa-metragem) você consegue manter essa linguagem autoral recorrente?

Acho que vai muito da escolha dos projetos. O diretor é muitas vezes mais importante que o roteiro. Então não importa muito o meio, se você escolher projetos em que vai ter liberdade, é obviamente mais fácil.

4 - Quanto é a diferença na liberdade de criação entre projetos de publicidade e longa-metragem (tanto questões de orçamento e tempo quanto na liberdade de usar uma linguagem fora de um comum visto na maioria dos outros projetos)?

Acho que a principal diferença é ter a palavra final ou não. Em um comercial é muito difícil que você tenha a palavra final. A verdade é que o diretor de fotografia nunca tem a palavra final. Mas em um projeto autoral obviamente os níveis de aprovação são menores. O que significa ter mais liberdade. Acho que em ambos os casos se você tem uma linguagem bem definida com seu diretor, tudo fica mais fácil, porque na publicidade vai depender basicamente dele defender a visão que vocês tem para o cliente. A parte boa de filmar um comercial, é poder experimentar uma linguagem com menos riscos de não funcionar atrapalhar de maneira comprometedor o filme. E ter dinheiro para experimentar mais ferramentas também é incrível.

5 - Como é para levar esses seus valores estéticos, sendo que trabalha com

Acho que o segredo está na pré produção. E se envolver em todas as etapas do processo. Desde o roteiro até o figurino. Seu trabalho é tudo que está no quadro. Se você não participa ativamente das escolhas do que vai estar no quadro, isso certamente vai afetar seu trabalho. Então é sempre sobre muito mais que escolher onde botar a câmera e a luz.

6 - Quais são as suas principais referências criativas? Diretores, fotógrafos, músicas, pinturas, qualquer coisa que seja.

Isso muda bastante, são fases sempre. Tenho visto muitos filmes sul coreanos ultimamente. Amo a coragem que o Gordon Willis tinha, e tento me inspirar nisso. Sempre amei o trabalho do Miguel Rio Branco também. E muita coisa do que faço é na minha cabeça basicamente uma mistura de sfumato com staccato. Que é basicamente ter uma imagem bem difusa mas capturado em pequenos intervalos. Filmar com bastante difusão em frente da câmera, com um shutter fechado. E por aí vai.

7 - Como a evolução tecnológica influenciou na sua linguagem estética?

Acho que influenciam diretamente na minha maneira de iluminar, que é muito mais sobre apagar luzes do que acender. E isso só é possível por ter uma sensibilidade alta nas câmeras que uso em geral.