



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA
CATARINA
CENTRO DE REFERÊNCIA EM FORMAÇÃO E EAD (CERFEAD)
MESTRADO PROFISSIONAL EM EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E
TECNOLÓGICA EM REDE NACIONAL (PROFEPT)**

EDUARDO ALEXANDRE CAZIONATO GOMES

PRODUTO EDUCACIONAL

**OS SABERES DO FAZER PROFISSIONAL: ABORDAGEM DE ENSINO DE
FOTOGRAFIA APLICADA À COMUNICAÇÃO VISUAL PARA ESTUDANTES
SURDOS NA EPT**

Florianópolis/SC
03 de agosto de 2020

GOMES, Eduardo Alexandre Cazonato.

Os Saberes do Fazer Profissional: Abordagem de Ensino de Fotografia Aplicada à Comunicação Visual para Estudantes Surdos na EPT / Gomes, Eduardo Alexandre Cazonato; orientação de Marimar da Silva. Florianópolis, SC, 2020. 71p. Produto Educacional da Dissertação “ENSINO DE FOTOGRAFIA: UM ESTUDO DE CASO COM ESTUDANTES SURDOS DO CURSO TÉCNICO INTEGRADO EM COMUNICAÇÃO VISUAL DO CÂMPUS PALHOÇA BILÍNGUE/IFSC” – Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica, Instituto Federal de Santa Catarina, Centro de Referência em Formação e Educação a Distância – CERFEAD.

Inclui referências.

1. Educação Profissional Tecnológica. 2. Estudante Surdo. 3. Fotografia Aplicada. 3. Comunicação Visual. 4. Institutos Federais. 5. Produto Educacional. I. Marimar da Silva. II. Instituto Federal de Santa Catarina. Programa de Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica em Rede Nacional. III Título.

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor.

ISBN 978-65-88663-40

Bruna C. Neves.

TERMO DE APROVAÇÃO

EDUARDO ALEXANDRE CAZIONATO GOMES

OS SABERES DO FAZER PROFISSIONAL: ABORDAGEM DE ENSINO DE FOTOGRAFIA APLICADA À COMUNICAÇÃO VISUAL PARA ESTUDANTES SURDOS NA EPT

Produto Educacional apresentado ao Programa de Pós-graduação em Educação Profissional e Tecnológica (ProFEPT), do Instituto Federal de Santa Catarina – Cerfead, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Educação Profissional e Tecnológica.

Aprovado e avaliado em 03 de agosto de 2020.

Marimar da Silva

Profa. Marimar da Silva, Dra.
Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia (IFSC)
Orientadora

COMISSÃO EXAMINADORA

[Signature]

Prof. Olivier Allain, Dr.
Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia (IFSC)
(Membro Interno)

Bruna C. Neves.

Profa. Bruna Crescencio Neves, Dra.
Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia (IFSC)
(Membro externo)

[Signature]

Prof. Giorgio Gilwan da Silva, Dr.
Universidade do Vale do Itajaí
(UNIVALI)
(Membro externo)

RESUMO

O presente Produto Educacional se insere na linha de pesquisa Práticas Educativas em Educação Profissional e sua tipologia na área de Ensino se enquadra como Proposta de Ensino, de acordo com o documento da Área de Ensino (2013) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). A Educação Profissional e Tecnológica (EPT) abrange os cursos de formação inicial e continuada, os cursos técnicos de nível médio e os cursos superiores de graduação e pós-graduação, sendo que o presente Produto Educacional se destina a Cursos Técnicos Integrados ao Ensino Médio de Institutos Federais. O Produto Educacional aqui apresentado tem por objetivo ensinar fotografia de produto aplicada à comunicação visual para estudantes surdos do Curso Técnico em Comunicação Visual Integrado ao Ensino Médio, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina/Câmpus Palhoça-Bilíngue, a partir da didática do saber pelo fazer, ou seja, aprender técnicas de fotografia de produto na ação de fotografar, respeitando a especificidade linguística, cultural, identitária e social dos surdos. Os princípios que guiaram a geração e análise de dados para a elaboração deste Produto Educacional são os da pesquisa qualitativa de base etnográfica. Os instrumentos para a geração de dados envolveram pesquisa bibliográfica sobre a EPT e a surdez, leitura e análise do Projeto de Pedagógico do Curso em questão, entrevista com os participantes, suas produções fotográficas e avaliação do processo de ensino e aprendizagem. O resultado foi uma Sequência Didática constituída de três oficinas presenciais sobre técnicas de fotografia de produto voltada à comunicação visual, que foram sistematizadas em planos de aula descritivos, transformados em videoaulas e publicizados em sites de acesso livre, além de um portfólio digital das produções dos participantes das oficinas, postado em plataforma gratuita, visando à inserção dos participantes no mundo do trabalho de forma qualificada, autônoma e criativa, e a transformações sociais, por conseguinte.

Palavras-chave: Educação Profissional e Tecnológica. Educação Bilíngue. Estudantes Surdos. Fotografia Aplicada à Comunicação Visual. Institutos Federais.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Bancadas de produção de still e produtos	2
4Figura 2	Bancada de produtos opacos, translúcidos, transparentes e cenografia	2
4Figura 3	Acessórios de iluminação soft box	2
7Figura 4	Acessórios de iluminação refletor parabólico	2
7Figura 5	LCD da câmera com regulagens básicas	2
8Figura 6	Fotômetro de mão	2
8Figura 7	Bancada de trabalho	2
9Figura 8	Produtos e acessórios de cenografia	2
9Figura 9	Verniz Fixador Fosco Mate	30
Figura 10	Aspecto gelado obtido com gotinhas de glicerina com água sobre verniz	30
Figura 11	Produto no fundo branco sem ambientação, e produto no fundo branco com ambientação com gelo e limão.	31

Figura 12	Set de iluminação de produto com iluminador <i>softbox</i> .	34
Figura 13	Elementos de composição de mise en place de cenografia de comida.	34
Figura 14	Diferentes áreas da fotografia	36
Figura 15	Ilustração do percentual dos sentidos na tomada de decisão	36
Figura 16	Interface site de venda de produtos com imagens	37
Figura 17	Interface de aplicativo de venda de comida com imagem	37
Figura 18	Set de fotografia de comida com luz suave do <i>softbox</i> .	38
Figura 19	Fotografia de comida com luz de janela.	38
Figura 20	Imagem de comida com grande nitidez	39
Figura 21	Macarronada com fundo desfocado	39
Figura 22	Lasanha ambientada com tomates e bandeja promocional	40
Figura 23	Imagem de lanche ambientado e em fundo neutro para recorte.	40
Figura 24	Fotografia de comida em	

90		
graus		41
Figura 25	Fotografia de comida em	
45		
graus.		41
Figura 26	Fotografia de Cheeseburger em	
ângulo		
reto		42
Figura 27	Fotografia profissional	
de		
pizza		42
Figura 28	Fotografia amadora	
de		
pizza		42
Figura 29	Embalagem de lasanha com	
fotografia.		43
Figura 30	Fotografia de comida do fotógrafo Marcio	
Schaefer.		44
Figura 31	Esquema de luz e fotografia do fotógrafo Diego	
Rousseau.		44
Figura 32	Set de iluminação de <i>splash</i> de mergulho com	
iluminador <i>soft</i>		
<i>box</i> .		48
Figura 33	Produtos sendo lançados no aquário para fotografia	
de		
<i>splash</i>		48
Figura 34	Campanha da Coca Cola com técnica	
de		
<i>splash</i>		49
Figura 35	Campanha Guaraná Antártica com a técnica	
de		
<i>splash</i>		49
Figura 36	<i>Splash</i> de alto impacto: gelo caindo no copo	

com	
água.	51
Figura 37	Exemplo de <i>Splash</i> com alto impacto, morango
caindo no	
leite	51
Figura 38	<i>Splash</i> de baixo impacto: gota d'água com bandeira
do Brasil ao	
fundo.	52
Figura 39	<i>Splash</i> de baixo impacto, de gotas (líquido
sobre	
líquido)	52
Figura 40	<i>Splash</i> de baixo impacto de água sobre pimentões:
líquido sobre	
sólido..	52
Figura 41	Caju durante mergulho em aquário, <i>splash</i> de
mergulho.	53
Figura 42	<i>Splash</i> de mergulho com <i>Coca</i>
<i>Cola</i>	
<i>Light</i> .	53
Figura 43	LCD da câmera com a calibragem da velocidade do
obturador em 1/320, WB em <i>Flash</i> e ISO em	
200.	53
Figura 44	<i>Flash</i> com a regulagem da potência na posição 1
que é a mais	
fraca	53
Figura 45	Planta baixa com esquema de iluminação, com luz
<i>backlight</i> , com uso de refletor panela com gelatina	
amarela.	54
Figura 46	Jogo de filtro
<i>close-</i>	
<i>up</i>	54
Figura 47	Filtro <i>close up</i> +10 rosqueado
numa	

lente	55
Figura 48	Set com <i>snoot</i> e morango caindo numa colher com leite
Figura 49	foto produzida pelos estudantes: Carolina Silva, Laura Ribeiro, Luan Souza e Felipe Miranda
Figura 50	foto produzida pelos estudantes: Luan Oliveira, Lucas Martins, Félix Felipe e Wallyson Roberto
Figura 51	foto produzida pelos estudantes: Luan Oliveira, Lucas Martins, Félix Felipe e Wallyson Roberto
Figura 52	foto produzida pelos estudantes: Luan Oliveira, Lucas Martins, Félix Felipe e Wallyson Roberto
Figura 53	foto produzida pelos estudantes: Carolina Silva, Laura Ribeiro, Luan Souza e Felipe Miranda
Figura 54	foto produzida pelos estudantes: Carolina Silva, Laura Ribeiro, Luan Souza e Felipe Miranda

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Tarefa de casa	31
Quadro 2	Ficha de avaliação da oficina	
1		32
Quadro 3	Tarefa de casa	
3		45
Quadro 4	Avaliação da oficina	
2		45
Quadro 5	Avaliação da oficina de <i>splash</i> e da proposta de ensino	
	Erro! Indicador não definido.	
Quadro 6	Tarefa de casa	
		55

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO	92	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	113
	DESENVOLVIMENTO DA SEQUÊNCIA DIDÁTICA	173.1	Primeira	
	oficina: Fotografia de produtos opacos, translúcidos e transparentes	223.2		
	Segunda oficina: Fotografia de comida	323.3	Terceira	oficina:
	Fotografia de <i>splash</i>	464	CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
	REFERÊNCIAS	61	APÊNDICES	64

APRESENTAÇÃO

Prezado(a) professor(a),

Este Produto Educacional¹ (PE) é uma Sequência Didática (SD) voltada ao ensino de fotografia aplicada à comunicação visual para estudantes surdos do Câmpus Palhoça-Bilíngue/Libras-Português (PHB), do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC), e foi elaborado a partir das minhas percepções e experiências como docente com estudantes surdos, cegos ou com algum grau de autismo, como pesquisador, como fotógrafo profissional, e das percepções dos estudantes do Curso Técnico de Comunicação Visual sobre a abordagem do ensino de fotografia no Componente Curricular Fotografia do curso em questão.

Diferentemente do senso comum, que acredita que os surdos têm dificuldade de entender a complexidade das técnicas de fotografia aplicada à comunicação visual, e dos estudantes, que dizem ter dificuldade de perceber a relação entre o que é ensinado sobre fotografia e o universo profissional da comunicação visual, acredito, com base na literatura estudada e em minhas experiências pessoais e profissionais, que os estudantes surdos podem aprender técnicas complexas de fotografia, fazer relações entre o conhecimento formal abordado nas aulas e o mundo do trabalho e se tornarem profissionais qualificados, desde que tenham respeitadas suas especificidades de aprendizagem, e que o conhecimento seja abordado a partir do saber pelo fazer (ou do saber na ação), com a mediação de materiais concretos usados na profissão. Ou, em outras palavras, que o ensino leve os estudantes a aprenderem a fotografar fotografando, experimentando, manipulando câmeras fotográficas, recursos de iluminação e outros aparatos profissionais, mediados pelo professor e, assim, se apropriarem dos conceitos necessários para atuarem na área de comunicação visual com competência, autonomia e criatividade. É embasado nessas convicções que apresento o desenho

¹ Este produto educacional (PE) é uma das demandas do Programa de Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica (ProfEPT) para a obtenção do Título de Mestre em Educação Profissional Tecnológica (EPT), constitui o coração da pesquisa que desenvolvi no programa, orientado pela Profa. Dra. Marimar da Silva, e se insere na linha de pesquisa Práticas Educativas em Educação Profissional do referido programa.

operacional desta SD, buscando, ao mesmo tempo, validar essas ideias e publicizá-las.

A SD aqui apresentada foi desenhada no formato de oficinas presenciais, respeitando as especificidades de aprender do estudante surdo, e sistematizada em planos de aula, que foram transformados em videoaulas voltadas especificamente para esse público e postadas no canal de acesso público *YouTube*² e na Plataforma EduCAPES, com o objetivo de se tornarem material de estudo para os estudantes surdos e ouvintes do câmpus e interessados no tema, além de material didático para professores de fotografia e áreas afins.

Da área de estudo da fotografia, a presente SD propõe um recorte com foco no ensino da fotografia de produto aplicada à comunicação visual. Acredito que o domínio de algumas técnicas de fotografia de produto pode motivar o estudante surdo a investir em mais conhecimento, trazer certo grau de autonomia financeira num futuro breve, já que é um segmento diversificado e significativo na área de Comunicação Visual, Design e Publicidade.

Cabe ressaltar, por fim, que não constitui objetivo desta SD prescrever uma abordagem de ensino de fotografia de produto aplicada à comunicação visual, mas de mostrar possibilidades de ensino para estudantes surdos e de quebra de barreiras de senso comum sobre a forma de ensinar e aprender desse universo de estudantes. Nesse sentido, a partir do estudo e análise das produções fotográficas dos estudantes, a presente SD também pode promover discussões mais amplas sobre a Educação Profissional e Tecnológica (EPT), já que envolve os saberes da profissão, e se estender a outras áreas do conhecimento.

Desejo a todos(as) uma boa leitura!

Eduardo Alexandre Cazonato Gomes (Mestrando)
Professora Marimar da Silva (Orientadora)

Florianópolis, inverno de 2020

² Endereço do YouTube para acesso à Fotografia de Produto: <https://youtu.be/Cfclq3ww0aA>; Fotografia de Comida: <https://youtu.be/tem7utsF6ls>; Fotografia do tipo Splash: <https://youtu.be/v5cSO0Egyqs>;

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

[...] a inteligência no trabalho se dá por diversos caminhos. De cima para baixo? Ela vem da cabeça para “comandar” a mão? Da “teoria” que, supostamente, viria ser aplicada na “prática”? Não. O corpo está todo ele “pensando” e “fazendo”. Se não “todo”, pelo menos todos os nossos órgãos envolvidos em “operações pensantes”, que se conectam e se retro-alimentam. Indo mais longe, afirmamos: a não-separação mente-corpo é um pressuposto fundamental da formação profissional.

(ALLAIN; WOLLINGER; MORAES, 2017, p. 25).

A epígrafe que abre esta fundamentação teórica expressa a concepção que embasa este Produto Educacional voltado para a Educação Profissional Tecnológica: indissociabilidade entre o pensar e o fazer, ou entre os saberes e os fazeres profissionais. Em outras palavras, mente, corpo, e acrescento emoção, constituem o homem e seu trabalho e são por eles constituídos continuamente. Seguindo a didática do trabalho discutida em Barato (2003, p. 17), devemos considerar o saber fazer como “uma dimensão epistemológica cuja origem e fundamento é a própria ação, não um pensar que a antecede”. Tal concepção contraria o senso comum de que a teoria deve preceder a prática em ambientes formais de ensino. O ato de fazer é compreendido, por si próprio, como um saber.

Essa noção de saber fazer recupera as origens da educação profissional, que costumam ser mal interpretadas: “o modelo cujas bases nasceram no chão de oficinas e ateliês, a aprendizagem corporativa, é esquecido ou criticado pelos educadores.” (BARATO, 2003, p. 22). Os saberes do fazer exigem criatividade e inteligência, em um contínuo processo de elaboração e reelaboração do conhecimento que se distancia, completamente, da noção de técnica como um ato mecânico.

Barato (2003) ainda defende que os sistemas de ensino se adequem às características do tipo de conhecimento que pretendem promover, dando prioridade à técnica e não à verbalização teórica de seus fundamentos. É nesse sentido que este PE pretende contribuir tendo em vista que, tradicionalmente, as instituições de ensino têm enfatizado o ensino intelectual, teórico, propedêutico em detrimento do técnico e se dividido entre aquelas que formam para o exercício intelectual e aquelas que formam para o exercício do trabalho. Conforme Allain, Wollinger e Moraes (2017), o mito de que o trabalhador não pensa ainda está fortemente inserido na cultura brasileira, sendo comum a expressão ‘mera atividade mecânica’ na

caracterização de trabalhos manuais, entendidos como sem esforço de reflexão ou de pensamento. Todavia, na EPT, não pode haver esse entendimento, pois o trabalho é o princípio dessa formação.

Sobre essa questão, Rose (2015, p. 75), em seu livro “O Saber no Trabalho” coloca: “[...] nós não valorizamos o conteúdo intelectual do trabalho por conta de um preconceito profissional e institucional. [...] precisamos ser mais criativos ao unir biblioteca e oficina para ajudar os alunos a construírem uma vida melhor”. Contribuindo sobre essa temática, Barato (2004) assevera que o ensino supervaloriza a teoria em detrimento da prática e defende a ideia da importância do saber pelo trabalho na formação profissional. Para o autor, o ensino por meio do trabalho é “fazer saber” visando à emancipação do estudante.

Além dessas questões, acredito que há necessidade de se pensar uma EPT que esteja atenta ao contexto educacional dos estudantes, principalmente quando esses são diferentes da cultura dominante, como os surdos por exemplo. Nesse sentido, estudos recentes trazem reflexões sobre a garantia da qualidade do ensino quando os estudantes surdos são inseridos em escolas regulares ou bilíngues. Sobre essa questão, Kelman (2015) enfatiza que a educação inclusiva, isto é, a educação de estudantes que não pertencem à cultura dominante (ouvintes, por exemplo), só pode ser bem-sucedida se for impregnada de respeito às culturas minoritárias. A autora destaca que a educação inclusiva e o atendimento educacional precisam ser pensados especificamente para cada grupo de crianças, os menores trabalhadores, menores de rua, índios, imigrantes, surdos, cegos, entre outros, pois nada têm em comum entre si, embora todos tenham direito à educação de qualidade.

Ampliando a discussão, Kelman (2015) também destaca que, para se lidar com estudantes que têm processos de desenvolvimento e de socialização distintos do tradicional, não é possível um ensino generalizado; ao contrário, deve-se “buscar a análise e a compreensão dos fenômenos de comportamento individual e coletivo, nos diversos contextos em que as interações sociais e culturais ocorrem.” (KELMAN, 2015, p.49). Nesse sentido, a autora alerta que o conceito de necessidades educativas especiais traz, na realidade, o não reconhecimento de que cada grupo social possui particularidades e necessidades específicas, como reivindicações diferenciadas, tanto em nível cultural como em nível educacional.

Contribuindo para essa linha de argumentação, Rosa (2011) ressalta que não é através da imposição de leis e decretos, como tem ocorrido no Brasil, que se terá uma educação de qualidade, mas sim através do respeito. É preciso respeitar a variante linguística, cultural, identitária e social dos surdos, pois somente “atendendo e entendendo o sujeito surdo como sujeito de si, de sua língua e cultura, a sociedade conseguirá, juntamente ao sujeito surdo, promover mudanças socioeducacionais essenciais e libertadoras.” (ROSA, 2011, p.153). Nessa linha de pensamento, Perlin (2010) destaca que é importante que se discuta a surdez sob a ótica da diferença, sob o ponto de vista de dentro, “usando óculos surdos”, que permitem de fato uma visão da realidade surda.

Partindo da premissa do respeito à diferença no processo de aprendizagem do estudante surdo, em contexto de ensino regular na EPT, com foco no ensino de conceitos tido como complexos na literatura, o estudo de Da Silva e Oliveira (2020) demonstrou que, se forem adotados regularmente procedimentos metodológicos de ensino que respeitem as especificidades de aprender do estudante surdo, agregado a recursos educacionais inclusivos e ao envolvimento do estudante em seu processo de aprender, este terá mais condições de aprender conceitos matemáticos. Dentre os procedimentos metodológicos de ensino, o estudo sugere: i) iniciar o planejamento de aulas a partir de um diagnóstico sobre o conhecimento a ser aprendido ou habilidades a serem desenvolvidas; ii) interagir com o estudante Surdo em Libras pessoalmente ou por meio de um intérprete de Libras; iii) usar imagens para a compreensão de conceitos simples ou complexos, além de palavras-chave, de pesquisa em sites de busca e de suas ferramentas, de vídeos no Youtube, de programas da TV INES; iv) planejar atividade de aprendizagem que envolvam ação do estudante: aprender fazendo; e v) trabalhar simultaneamente o português escrito em enunciados de atividades, marcando as palavras-chave do que é solicitado ao estudante. Por fim, o estudo argumenta que desconsiderar as especificidades do estudante surdo é valorizar as barreiras que o impedem de avançar em seu desenvolvimento cognitivo, de aprender e de ter mais e melhores condições de interagir com a realidade que o cerca, inclusive com o mundo do trabalho.

Com esses conceitos e resultados recentes de pesquisa em mente, e apoiado no conceito de Zona de Desenvolvimento Proximal ou Potencial (ZDP³), de Vygotsky (1989), entrevistei estudantes surdos, visando identificar suas percepções e conhecimentos sobre fotografia. Nessa entrevista, percebi que os estudantes não conseguiam fazer a relação do que era ensinado sobre fotografia no curso que estavam fazendo com o trabalho do comunicador visual, percepções essas que motivaram e justificaram a elaboração deste PE. Em seguida, fiz a leitura e análise do Projeto Pedagógico do Curso (PPC) Técnico Integrado em Comunicação Visual, do Câmpus Palhoça-Bilíngue/IFSC, buscando, no texto, onde e como este produto educacional poderia contribuir para transformar as percepções identificadas nas entrevistas feitas.

Com relação ao objetivo, o curso em questão visa a formar profissionais voltados para o mundo do trabalho na área de Comunicação Visual numa perspectiva bilíngue. No que concerne às atividades profissionais relativas ao técnico de comunicação visual, o PPC afirma que o egresso: i) executa a programação visual de peças de diferentes gêneros e formatos gráficos (livros, portais, painéis, folders e jornais); ii) desenvolve e emprega elementos fundamentais e estéticos do processo de comunicação visual gráfica; iii) cria ilustrações, aplica tipografias e desenvolve elementos de identidade visual; iv) aplica e implementa sinalizações; v) analisa, interpreta e propõe a produção da identidade visual das peças; vi) controla, organiza e armazena arquivos e materiais de produção gráfica; vii) desenvolve projetos de comunicação visual considerando os interesses e necessidades dos diferentes usuários e os aspectos éticos, sociais, ambientais, estéticos e econômicos.

Em suma, ao final do curso, o estudante terá condições de desenvolver habilidades para a edição e gerenciamento de recursos de texto, imagem, vídeo e animação, bem como a de planejar a comunicação visual de materiais didáticos e projetar interfaces multimídia numa perspectiva bilíngue (IFSC, 2018. p.11). O PPC destaca ainda que esses profissionais poderão atuar como: i) provedor de internet; ii) atividade de Comunicação e *Marketing*; iii) agência de publicidade, propaganda

³ Vygotsky denominou ZDP a mediação que possibilita ao estudante fazer algo com auxílio de alguém experiente, ou seja, a área de desenvolvimento potencial permite-nos determinar os futuros passos do estudante e a dinâmica do seu desenvolvimento e examinar não só o que o desenvolvimento já produziu, mas também o que produzirá no processo de maturação. (VYGOTSKY; LURIA; LEONTIEV, 1988, p. 113).

e promoção; iv) escritório de Design; v) estúdios de Design Gráfico; e vi) editoras e gráficas.

Já no que tange aos objetivos do Componente Curricular Fotografia (CCF) do curso em questão, o PPC informa que: i) pretende promover a fotografia como meio de expressão e comunicação; ii) saber utilizar recursos digitais para produção e tratamento de imagens; iii) compreender o processo fotográfico; v) conhecer os mecanismos básicos da câmera fotográfica; vi) trabalhar a fotografia como recurso gráfico em projetos de comunicação visual; vii) construir e editar imagens a partir de fotografias; viii) utilizar ferramentas para edição e tratamento de imagens; ix) conduzir à reflexão sobre os elementos constitutivos da imagem fotográfica.

Tendo em vista a complexidade e ao mesmo tempo a riqueza dos dados do PPC, este Produto Educacional, limitado pelo tempo de intervenção (18 horas de oficina, distribuídas em dois períodos, de 03 horas, para dois grupos de estudantes surdos), buscou contemplar, dentro das atividades profissionais relativas ao técnico de comunicação visual, a formação de habilidades voltadas para o “desenvolvimento de projetos de comunicação visual, considerando os interesses e necessidades dos diferentes usuários e os aspectos éticos, sociais, ambientais, estéticos e econômicos”, assim como contribuir para que os participantes atingissem os seguintes objetivos listados no CCF: “promover a fotografia como meio de expressão e comunicação; conhecer os mecanismos básicos da câmera fotográfica; trabalhar a fotografia como recurso gráfico em projetos de comunicação visual; e conduzir à reflexão sobre os elementos constitutivos da imagem fotográfica”.

Para atingir esse fim, busquei a compreensão de Pessoa (2014) sobre Sequência Didática, que preconiza que deve ser organizada em torno de um conteúdo específico, cujo foco deve ser a apropriação de um determinado conceito ou procedimento e pode envolver diferentes componentes curriculares. Nesse sentido, foquei nos conceitos básicos de fotografia de estúdio. Dentro dessa especificidade, optei pela fotografia de *Still Life*, um segmento muito utilizado em publicidade, design e, conseqüentemente, na comunicação visual, apesar de seu nível de complexidade, mas que tem potencial para emancipar o estudante no mundo do trabalho da fotografia de produto.

Ainda, busquei a compreensão de sequência didática, de Zabala (1998). Para o autor, uma Sequência Didática constitui-se de:

[...] um conjunto de atividades ordenadas, estruturadas e articuladas para a realização de certos objetivos educacionais, que tem um princípio e um fim conhecidos tanto pelos professores como pelos alunos, [que] tem a virtude de manter o caráter unitário e reunir toda a complexidade da prática, ao mesmo tempo em que [...] permite incluir as três fases de toda intervenção reflexiva: planejamento, aplicação e avaliação (ZABALA, 1998, p.18).

Com base nos conceitos aqui discutidos, iniciei o planejamento dos conteúdos e a estruturação da SD, assim como as práticas e os métodos de avaliação, que são descritos na próxima seção.

DESENVOLVIMENTO DA SEQUÊNCIA DIDÁTICA

Sequência Didática (SD) aqui proposta visa a ensinar diferentes técnicas de fotografia de produto aplicada à comunicação visual para estudantes surdos matriculados do Curso Técnico Integrado em Comunicação Visual do IFSC/Câmpus PHB. Para isso, apoiou-se na didática do trabalho/didática do saber fazer, conforme discute Barato (2015), e na sensibilidade, percepção aguçada e o respeito à diversidade quanto à variante linguística, cultural, identitária e social dos surdos, visando a transformações sociais (ROSA, 2011).

Pinto (2005), Rose (2015) e Barato (2015) destacam a importância de acreditarmos na ciência dos saberes de ordem técnica, do saber pelo fazer, evitando a perpetuação do mito de que não há saber no fazer, de que “os conteúdos da técnica são neutros, desprovidos de significação, vazios”. (BARATO, 2015, p. 14). Contribuir para romper com esse mito é o que se pretende realizar com a presente SD, retomando o princípio da indissociabilidade entre saber e fazer.

Assim, essa SD busca possibilidades de transformação das percepções identificadas no discurso dos participantes, pois aborda o ensino de técnicas de fotografia a partir da prática da técnica (ou de um saber em ação/pelo fazer) para promover a aprendizagem da técnica pela ação/pelo fazer. Mais especificamente, a SD visa a ensinar técnicas de fotografia aplicada à comunicação visual a estudantes surdos, por meio de oficinas de práticas de técnicas de fotografia de produto, apoiadas pela manipulação de materiais concretos da área (DA SILVA; OLIVEIRA, 2020), para levar os estudantes participantes a aprenderem diferentes técnicas de fotografia de produto por meio de produções fotográficas.

Buscando respeitar as especificidades de aprender e interagir socialmente dos estudantes participantes, todo o processo de ensino e aprendizagem foi construído e mediado por um intérprete de Libras do Câmpus PHB/IFSC, tendo em vista que não sou fluente em Libras, por materiais concretos do mundo do trabalho relacionado à comunicação visual, e por recursos linguísticos (Libras e português escrito) e imagéticos (DA SILVA; OLIVEIRA, 2020).

Como argumentam Lacerda, Santos e Caetano (2014, p. 186): “Para favorecer a aprendizagem do estudante surdo, não basta apenas apresentar os conteúdos em Libras, é preciso explicar os conteúdos de sala de aula utilizando toda potencialidade visual que essa língua tem”.

Dessa forma, acreditamos que podemos contribuir para formar profissionais surdos para o trabalho na área de Comunicação Visual numa perspectiva bilíngue, conforme objetivo geral colocado no PPC do curso em questão, e indicar possibilidades de ensino na EPT, com ênfase no trabalho como exercício social da técnica, ou seja, o saber pelo fazer, contribuindo assim com a intervenção qualificada para a produção da própria existência, deixando de lado o preconceito com o saber fazer, conforme enfatiza Barato (2015).

Em termos operacionais, esta SD constitui-se de três oficinas temáticas sobre fotografia de produto aplicada à comunicação visual, de três horas de duração cada, ofertadas em dois períodos (matutino e noturno), sistematizadas em planos de aula temático-descritivos, enfatizando o aprender/saber pelo fazer imediatamente após ou durante a prática da técnica demonstrada pelo professor, enquanto o fazer está recente na memória dos participantes.

A primeira oficina desenvolve o tema “*Introdução à iluminação de estúdio para fotografia de produtos*”, e aborda a iluminação de produtos opacos, translúcidos e transparentes. Nessa oficina, os conceitos de opacidade, translucidez e transparência são abordados sob a perspectiva da fotografia de produto aplicada à comunicação visual, conforme Medeiros (2008); Hurter (2010; 2011); e Genérico (2012).

A segunda oficina desenvolve o tema “*Fotografia de comida*”, na qual são abordados os conceitos de fotografia de comida sem ambientação e com ambientação e profundidade de campo, dando ênfase apenas na comida ou na comida e no *mise en place* que compõe o *set*, além de ângulos de captura para valorizar o alimento, todos voltados também para a fotografia aplicada à comunicação visual, também chancelados por Medeiros (2008); Hurter (2010; 2011); Genérico (2012) e Hobday e Denbury (2010).

Essa oficina vai ao encontro de uma demanda do mundo do trabalho que, na região turística de Florianópolis, repleta de restaurantes, pode ser um diferencial para o estudante de um curso de comunicação visual. A oficina foi pensada para guiar o estudante a compor um *set* com elementos que agregam valor ao alimento, tornando a cena visualmente atraente. Além disso, são abordadas nessa oficina as técnicas de iluminação para enfatizar a textura dos alimentos, a profundidade de campo, que pode dar mais ênfase ao ingrediente principal ou a toda ambientação,

bem como o ângulo de captura, que vai mostrar o produto da melhor forma para o leitor da imagem.

E a terceira oficina desenvolve o tema “*Fotografia de splash*”, na qual é abordado o conceito de *splash* e suas aplicações, além dos três tipos de *splash*: baixo impacto, alto impacto e mergulho, todos voltados para a fotografia aplicada à comunicação visual, com base em Genérico (2012), uma das referências desse tipo de fotografia no Brasil e no mundo.

A oficina de *Splash* foi desenvolvida por ter um grande apelo visual junto à comunicação em embalagens de produtos, fotografias de publicidade e design. Essa técnica é muito usada pela sua plasticidade, por trazer grande leveza e sensação de refrescância ao produto, e muitas vezes destaca o quanto produto possui influência ou traços da natureza.

Os planos de aula ainda especificam os objetivos de aprendizagem para cada oficina proposta, que estão todos voltados para levar os participantes a aprenderem os conceitos pretendidos em cada oficina, por meio da produção fotografias de diferentes produtos com diferentes técnicas a partir do saber pelo fazer, ou na ação de fotografar.

Para explicitar o processo de aprendizagem dos participantes, os planos de aula descrevem, também, os procedimentos metodológicos. Os procedimentos das oficinas estão embasados na compreensão do trabalho (do fotógrafo, em nosso caso) como princípio de ensino, ou seja, o ensino parte da técnica profissional ou do saber profissional na prática, conforme Barato (2015). Dito de outra forma, os procedimentos metodológicos estão ancorados na concepção de que o professor ensina fotografia, seus conceitos e sensibilidade estética, fotografando, mediado pela linguagem e por materiais reais usados na profissão (VYGOTSKY et al., 1988; DA SILVA; OLIVEIRA, 2020).

Os procedimentos metodológicos ainda descrevem as atividades de aprendizagem, que visam à produção fotográfica de produtos reais pelos participantes, isso porque as atividades de aprendizagem estão embasadas na mesma compreensão de ensino. Em outras palavras, os estudantes aprendem a fotografar fotografando, ou seja, aprendem a técnica na ação ou o saber na ação de fotografar.

Para que a produção fotográfica dos participantes pudesse ser feita da forma mais próxima das atividades profissionais do fotógrafo, foram montadas bancadas

de trabalho para cada oficina, aqui denominadas de bancadas de pré-produção. Na primeira oficina, a bancada de pré-produção contém produtos opacos (sabonetes variados de uma marca brasileira em evidência na atualidade), produtos translúcidos (refrigerantes e sucos em garrafas) e produtos transparentes (taças variadas), acompanhados de elementos de cenografia pensados para gerar sentido na imagem, como por exemplo, ramos de trigo e sementes para remeterem a um sabonete feito com elementos da natureza; laranja e limão para indicar que tanto a marca *Fanta* como a marca *Sprite* são feitos como suco de fruta; e corantes para dar mais cor às taças, que geram imagens mais atrativas visualmente. No caso das bebidas que são consumidas geladas, a bancada de pré-produção contém, também, glicerina, verniz fixador fosco, gelo falso, para remeter a atmosfera de como esses produtos devem ser consumidos, ou seja, gelados. Todos esses cuidados de pré-produção estimulam o estudante a compor fotografias voltadas à área da comunicação visual, buscando passar a mensagem que a marca pretende ao consumidor.

Na segunda oficina, há necessidade da preparação de duas bancadas de pré-produção: uma com todo material de cenografia e preparação do alimento (*mise en place*) e a outra com os alimentos devidamente acondicionados. Na bancada cenográfica para o *mise en place*, sugere-se *sousplat* variados, pratos, jogos americanos, talheres, guardanapos de pano variados, ralador de queijo, moedor de pimenta. Já na bancada de alimento, sugere-se macarrão espaguete e talharim já cozidos, molhos de tomate bolonhesa, queijo parmesão ralado, folhas de manjerição, folhas de salsa, tomates, tomatinho cereja, *sushis*, *cupcakes* e *cheesecake*, visando a aproximar o estudante da técnica de fotografia de comida real e do mundo do trabalho. O objetivo é que todos os estudantes fotografem todos os alimentos e sejam estimulados a compor um *mise en place*, ou seja, escolher o prato, o guardanapo, os talheres, os elementos de cenografia e, só depois, fazerem o “clique”, utilizando as técnicas de profundidade de campo e os principais ângulos de fotografia de comida.

Para a última oficina, sugere-se a montagem de duas bancadas de pré-produção para os diferentes tipos de *splash* com os produtos a serem usados para cada tipo. Numa bancada, uma colher presa num tripé onde serão jogados morangos no leite. Embaixo da bancada, uma bacia preta onde deverá gotejar água. E, ao lado, uma outra bancada com um aquário cheio de água, morangos e suco de

morango em caixinha, laranja e suco de laranja em caixinha, pimentões e pimentas. Todos os elementos foram pensados para se alinharem à plasticidade da imagem e à composição do produto com sua fruta, remetendo a um produto feito com suco de fruta, conforme utilizado na área de publicidade, design e comunicação visual.

Em termos de abordagem do processo, primeiro o professor explica o passo a passo da fotografia de produto pretendida, mediado pelo intérprete de Libras e os materiais concretos disponibilizados nas bancadas de pré-produção, e/ou *slides* em português escrito, seguindo as orientações de Da Silva e Oliveira (2020), verifica a compreensão dos participantes e soluciona dúvidas se houver. Depois, o professor demonstra o saber pelo fazer, mostra aos participantes o resultado da fotografia e chama a atenção para aspectos positivos ou negativos do resultado, questionando os resultados, fazendo-os pensar sobre os efeitos da fotografia. Logo após, os participantes produzem as fotografias orientados pelo professor ou pelo colega mais experiente, uma abordagem que permite ao estudante aprender fazendo. Cabe salientar que, para esse processo, o grupo de participantes deve ser reduzido, no máximo, a 10 estudantes para que todos possam fotografar todos os produtos, que haja materiais reais de uso profissional no contexto de ensino, e/ou os participantes possam fazer uma visita técnico-experimental a um estúdio de fotografia onde possam aprender fazendo.

Por fim, os planos de aula das oficinas propõem a avaliação do processo de ensino e aprendizagem a partir da perspectiva do participante, visando possíveis ajustes de conteúdo, de procedimentos e de atividades de aprendizagem na SD.

Na sequência, o passo a passo do plano de aula de cada uma das oficinas é apresentado.

Primeira oficina: Fotografia de produtos opacos, translúcidos e transparentes

A primeira oficina – Fotografia de produtos opacos, translúcidos e transparentes – está organizada em 3 momentos: i) o diagnóstico do nível de desenvolvimento real (VYGOTSKY, 1988) ou o conhecimento que o estudante surdo participante tem sobre fotografia de produto; calibragem de câmera e iluminação de produto para a organização da intervenção posterior; ii) a introdução à fotografia de produto, equipamentos de iluminação, procedimentos de calibragem

de câmera fotográfica e sintaxe visual; e iii) a produção fotografia de produto com ambientação pelos participantes.

Os objetivos das atividades de aprendizagem propostos a partir de um diagnóstico prévio buscam levar os participantes a conhecerem a aplicação dos diferentes acessórios de iluminação na produção fotográfica de produtos opacos, translúcidos e transparentes, assim como as regulagens básicas para fotografia de produto em estúdio; a aplicar a melhor combinação de técnicas de iluminação na produção de fotografia com boa sintaxe visual; e a trabalhar em equipe com respeito e tolerância ao tempo de aprendizagem de cada participante, contribuindo para a formação do perfil do egresso e para as atividades profissionais constantes no PPC do curso.

Todas as atividades de ensino e aprendizagem propostas na oficina 1, e nas subsequentes, partem da técnica da fotografia de produto na ação mediada pela linguagem e pela manipulação de objetos concretos, tanto pelo professor quanto pelos participantes. Ainda, todas as falas e ações do professor são interpretadas pelo intérprete de Libras e transmitidas aos participantes. Igualmente, todos os questionamentos e participações dos estudantes são interpretados pelo intérprete de Libras e transmitidas ao professor em português. Cabe lembrar, também, que na mediação do conhecimento são usados recursos como câmera fotográfica profissional, produtos de mercado, apresentação de *slides* em *powerpoint* com imagens relacionadas ao que se quer ensinar em português escrito, em frases curtas e objetivas, com palavras negritadas ou coloridas, chamando a atenção para a essência da mensagem. Ao final de cada oficina, os participantes avaliam a oficina a partir das suas percepções e produções, visando possíveis ajustes na SD. O plano de aula⁴ descritivo da oficina 1 é apresentado na sequência.

Plano de aula: oficina 1

3.1.1 Tema da oficina: Fotografia de produtos opacos, translúcidos e transparentes

⁴ Optamos pelo uso da primeira pessoa do singular nos planos de aula para ressaltar a ação do professor, agente das ações pedagógicas propostas.

3.1.2. Conteúdo:

- Diagnóstico do conhecimento prévio do estudante sobre fotografia de produto;
- Introdução à fotografia de produto: equipamento de iluminação, calibragem de câmera, iluminação de produtos opacos, sintaxe visual adequada ao produto (foco, contraste, cor, composição);
- Produção de fotografia de produto e avaliação da oficina.

3.1.3. Objetivos de aprendizagem:

- Conhecer a aplicação dos diferentes acessórios de iluminação na produção fotográfica de produtos opacos, translúcidos e transparentes;
- Conhecer as regulagens básicas para fotografia de produto em estúdio;
- Aplicar a melhor combinação de técnicas de iluminação na produção de fotografia com boa sintaxe visual; e
- Trabalhar em equipe com respeito e tolerância.

3.1.4. Recursos didáticos:

Câmera fotográfica, tripés de câmera, *flash* de estúdio, iluminador *softbox*, refletor parabólico (ou panela) para compor o *set* de fotografia; apresentação em *powerpoint* com esquemas de iluminação para apoio do conteúdo trabalhado na oficina; materiais de pré-produção de cenografia (gelo falso, trigos, corantes, jogo americano, frutas) e produtos variados opacos, translúcidos e transparentes, para os participantes aprenderem manipulando os materiais de uso profissional. As figuras 1 e 2 mostram as bancadas de pré-produção com os produtos e recursos usados na oficina 1.

Figura 1: Bancadas de produção de still e produtos



Figura 2: Bancada de produtos opacos, translúcidos, transparentes e cenografia



Fonte: Dados da pesquisa 2020

Fonte: Dados da pesquisa 2020

3.1.5. Procedimentos metodológicos

- **Primeiro momento:** Apresentação do pesquisador, da Sequência Didática, e agradecimentos. Tempo estimado em 15 minutos

Início a aula auxiliado pelo intérprete de Libras, cumprimento os participantes, me apresento e explico os objetivos e procedimentos das oficinas. Em seguida, explico a organização das oficinas e enfatizo que todas serão práticas, com demonstrações feitas por mim (professor-pesquisador) e produções fotográficas feitas por eles (os participantes das oficinas). Nesse momento, informo aos participantes que as imagens que eles produzirão comporão o Portfólio Digital On-line⁵ do grupo de participantes, criado numa plataforma gratuita, que permite ampliação de espaço de armazenamento. Acrescento ainda que essa possibilidade de portfólio digital é gratuito, editável, permite gerenciamento do conteúdo, e pode ser visualizado em múltiplos aparelhos digitais. Destaco que o portfólio é um diferencial para o futuro profissional ao ingressar no mundo do trabalho, pois pode, através dele, apresentar suas habilidades profissionais referentes à fotografia de produto para a comunicação visual, por exemplo.

Explico ainda que as oficinas abordarão técnicas distintas de fotografia de produto e visam a aprofundar o conhecimento dos participantes sobre a fotografia aplicada à comunicação visual e, conseqüentemente, a ampliar suas possibilidades de inserção no mundo do trabalho. Nesse momento, distribuo uma pasta com material de apoio às oficinas, ou seja, cópias impressas dos *slides* utilizados nas aulas para facilitar as anotações pessoais dos participantes, além dos documentos de consentimento de participação nas oficinas e de autorização de uso das produções e de imagens e uma ficha de avaliação de cada oficina, que deverá ser preenchida no final de cada encontro, visando a identificar, a partir da perspectiva do próprio participante, o seu nível de desenvolvimento/aprendizagem em relação ao conteúdo de cada oficina.

⁵ Endereço do portfólio on line: <https://comunicadoresvisuais.46graus.com/>

- **Segundo momento:** Diagnóstico do conhecimento prévio dos participantes. Tempo estimado em 30 minutos

Ao término das apresentações e explicações, convido os participantes a fazerem fotografias dos diferentes produtos com as câmeras profissionais e a usarem todo aparato de iluminação à sua disposição. O objetivo do desafio proposto aos estudantes é diagnosticar o conhecimento prévio sobre o tema da oficina: fotografia de produto opaco, translúcido e transparente, por isso, não devem receber qualquer tipo de auxílio além da interpretação da tarefa pelo intérprete de Libras. Após os participantes desenvolverem a tarefa proposta: captura de imagens/fotografia de produto de forma espontânea, elas serão armazenadas em nuvem para comporem, posteriormente, o portfólio digital *on-line* das produções dos participantes e o conjunto de dados gerados para a pesquisa.

- **Terceiro momento:** Regulagens básicas de câmera e iluminação para fotografia de produto. Tempo estimado em 60 minutos

Após a tarefa de captura de imagem para o diagnóstico do conhecimento dos participantes, o terceiro momento tem como objetivo fazê-los conhecer a aplicação das regulagens básicas da câmera e da iluminação para fotografia de produto, tendo em vista que as fotografias tiradas indicam que desconhecem as regulagens básicas da câmera e os recursos de iluminação, já que ficaram subexpostas (ou sem captura de imagem). Assim, faço uma demonstração prática do passo a passo da montagem de um *set* de fotografia e os estimulo a manipularem os objetos reais usados na montagem do *set* de fotografia da oficina 1.

Na sequência, explico a função dos acessórios de iluminação mais adequados para fotografia de produto para a comunicação visual, fazendo uso dos mesmos procedimentos de ensino: manipulação de materiais reais disponibilizados para a oficina e fotografia exemplificativa. Para isso, cada acessório deve ser apresentado e usado separadamente para que os participantes entendam o efeito que proporcionam na fotografia. Depois, explico a utilização dos acessórios em conjunto, formando um *set* de iluminação de produto, e uso os acessórios para os participantes perceberem seu efeito na fotografia. As figuras 3 e 4 retratam os acessórios do *set* de iluminação: *softbox* e refletor parabólico.

Figura 3: Acessórios de iluminação soft box

Fonte: Site da Makostore⁶

Figura 4: Acessórios de iluminação refletor parabólico



Fonte: Site da Makostore

Em seguida, explico a regulagem básica da câmera para fotografia de produto, assim como os ângulos e o enquadramento do produto, e destaco o uso do obturador em 1/12. Informo aos participantes que, como as cenas são de produtos estáticos, não é necessária maior velocidade do obturador. Ainda, alerto que o ISO (controle da sensibilidade do sensor à luz) precisa ser baixo, pois temos excesso de luz na sala, portanto, devemos calibrar para ISO 100. Destaco algo importante na fotografia: que o diafragma deve ser obtido após o uso do fotômetro, alerto que quanto maior o número que o fotômetro indicar, maior a nitidez no produto (ou seja, teremos uma maior profundidade de campo), e que na fotografia de produto em *still* se utiliza sempre os diafragmas maiores para se obter uma imagem totalmente nítida. Então, “clico” para verem e avaliarem o efeito.

A figura 5 indica as regulagens básicas da câmera na visão do LCD (*Liquid Crystal Display*). Da esquerda para direita, temos a velocidade do obturador, nesse caso 1/125, e o diafragma representado na imagem pela letra f 5.6. E a figura 6 ilustra um fotômetro de mão usado para medir a luz nos sets de fotografia.

⁶ Disponível em <https://www.makostore.com.br/modificadores-de-luz> Acesso em 30 set. 2019.

Figura 5: LCD da câmera com regulagens básicas



Fonte: Site Fotodicasbrasil⁷

Figura 6: Fotômetro de mão



Fonte: Paixaocameras⁸

- **Quarto momento:** Produção de fotografia de produto pelos participantes.
Tempo estimado em 60 minutos

Após um intervalo de 15 minutos para o lanche, inicio o quarto momento da oficina. Para desenvolver as atividades de aprendizagem planejadas, divido a turma em dois grupos e solicito que montem sua bancada de trabalho, utilizando os produtos disponibilizados na bancada de pré-produção com os produtos e acessórios de cenografia.

A bancada utilizada como mesa de *Still* deve ser composta por um fundo branco de PVC, duas fontes de luz, sendo um *softbox*, um refletor parabólico e um isopor para ser usado como rebatedor, ajudando no preenchimento da luz na foto. A figura 7 mostra a bancada de trabalho com a mesa de *still* (fundo branco) e os iluminadores parabólico e *softbox*, e a figura 8, a bancada com os produtos e acessórios de cenografia.

⁷ Disponível em <https://fotodicasbrasil.com.br/o-botao-q-o-que-todo-fotografo-com-uma-canon-dslr-precisa-saber/> Acesso em 30 set. 2019.

⁸ Disponível em <https://fotodicasbrasil.com.br/o-botao-q-o-que-todo-fotografo-com-uma-canon-dslr-precisa-saber/> Acesso em 30 set. 2019.

Figura 7: Bancada de trabalho



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Figura 8: Produtos e acessórios de cenografia



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Feita a organização dos grupos e colocado os participantes frente à sua bancada de trabalho, enfatizo o quanto a luz pode ressaltar as características do produto e exemplifico fotografando e comentando o resultado. Nesse processo, primeiro demonstro como ressaltar as características de um produto por meio da iluminação. Depois, ensino os participantes a maquiarem os produtos para foto, como por exemplo, fazer uma bebida quente parecer gelada. Para isso, utilizo uma técnica empregando verniz fixador fosco sobre o produto e glicerina com água para compor a imagem, dando, assim, o aspecto de bebida gelada. Nesse momento, alerto os participantes que não se deve fotografar um produto gelado em geladeira, pois degela, molha o *set* e dá um aspecto de produto lavado, além de não despertar o desejo de consumo, algo importante na comunicação visual.

A figura 9 ilustra um tipo de verniz fixador: fosco mate, que diminui o reflexo e cria a sensação de produto gelado. Já a figura 10 ilustra o aspecto gelado do produto, feito com gotinhas de glicerina com água sobre verniz.

Figura 9: Verniz Fixador Fosco Mate

Fonte: Site Frutodearte⁹

Figura 10: Aspecto gelado obtido com gotinhas de glicerina com água sobre verniz

Fonte: Site Pinterest¹⁰

Em seguida, solicito aos participantes que refaçam as fotografias dos produtos opacos, translúcidos e transparentes, tiradas antes da oficina 1 para identificar o conhecimento deles sobre o assunto, já que as imagens não foram capturadas, todas ficaram escuras. Nessa etapa, explico aos estudantes que, para que possam produzir fotos dos diferentes produtos, o trabalho em equipe é fundamental, pois os aproxima da prática do trabalho. Tal atitude também será estimulada nas oficinas subsequentes. Informo aos participantes que as produções desse momento serão simples, ou seja, o produto será capturado em fundo branco, sem preocupação com a ambientação do seu entorno, caracterizando-o com um *still* para recorte.

A figura 11 mostra o produto no fundo branco para recorte e depois o produto ambientado. As imagens ilustram como serão as produções dos participantes: primeiro aprendem a fazer a fotografia básica (em fundo branco); depois, fazem a produção ambientada.

⁹ Disponível em <https://www.frutodearte.com.br/vestempcp/quickview/view/id/3091> Acesso em 30 set. 2019.

¹⁰ Disponível em <https://www.pinterest.es/pin/202873158188303876/?lp=true> Acesso em 30 set. 2019.

Figura 11: Produto no fundo branco sem ambientação, e produto no fundo branco com ambientação com gelo e limão.



Fonte: Site Liptonicea¹¹

Terminado o tempo de produção de fotografia pelos participantes, apresento a tarefa de casa (quadro 1), que tem por finalidade levá-los a buscar referências de imagens do segmento para aprimorar uma ambientação de produto, a ampliar seu repertório visual e a identificar seu nível de sensibilidade estética. Sugere-se ao professor criar um grupo de *WhatsApp* e/ou *e-mail* para o envio e recebimento da tarefa. Assim, ele poderá identificar os estudantes com alta noção estética/artística e aqueles que precisam de maior orientação sobre o assunto.

Quadro 1: Tarefa de casa

Tarefa de casa: Busque, na Internet, sugestão de material de apoio para ampliação do repertório visual. Seguem algumas sugestões de endereços para auxiliá-lo na tarefa:
<https://www.natura.com.br/c/cuidados-diarios/banho/sabonetes>
<http://www.diegofoto.com.br/>
<https://newtonmedeiros.com.br/item/alimentos/>
<http://tonygenerico.com.br/advertising/>
https://www.studioc1s.com.br/?gclid=CjwKCAjw2qHsBRAGEiwAMbPoDOikkiL4HRVT5Kb6-aOuEH13dMnksYfxtVQvunCFR07hPpjFtdttkxoC_tQQAvD_BwE
<http://fotografamelhor.com.br/wp-content/uploads/2017/09/068-76.pdf>

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Por fim, solicito aos participantes que avaliem a oficina 1 (quadro 2), indicando seu nível de satisfação/aprendizagem referente aos conhecimentos trabalhados. Terminada a avaliação, agradeço a participação e finalizo a oficina.




¹¹ Disponível em <https://www.pinterest.es/pin/202873158188303876/?lp=true> Acesso em 30 set. 2019.

Quadro 2: Ficha de avaliação da oficina 1




Avaliação da oficina 1: fotografia de produto

1. Assinale com (X) a **carinha** que expressa seu nível de **satisfação** referente aos **conhecimentos** abordados na **oficina 1**.
Legenda: A carinha **verde** indica que os **conhecimentos** foram **aprendidos**; a **amarela**, que há **conhecimentos** que precisam ser **revisitados**; e a **vermelha**, que os **conhecimentos** não foram aprendidos.




O **conhecimento** de **Iluminação**:




O **conhecimento** de **regulagens da câmera**:

O resultado da **foto** que você **produziu**:

2. O **conteúdo** da **oficina** foi **relevante** para sua **profissão**?

3. **Dica** ou **sugestão** para a próxima oficina? () Sim () Não
Qual? _____

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

3.1.6. Avaliação da aprendizagem: A aprendizagem será diagnosticada pela produção dos participantes: fotografias de produtos opacos, transparentes e translúcidos com base na técnica de iluminação abordada na oficina; pela participação e engajamento nas atividades propostas; e pelas atitudes no trabalho em equipe. Os critérios de avaliação serão: Iluminação sem brilhos indesejáveis e sem sombras; sintaxe visual adequada à proposta (foco, contraste, enquadramento).

Segunda oficina: Fotografia de comida

A segunda oficina – *Fotografia de Comida* – está organizada em 4 momentos:

i) revisão do conhecimento trabalhado na oficina 1; ii) profundidade de campo na

fotografia de comida; iii) composição na fotografia de comida; e iv) produção de fotografia de comida pelos participantes.

Os objetivos das atividades de aprendizagem propostos a partir do revisão da oficina 1 buscam levar os participantes a aplicarem a melhor combinação de técnicas de iluminação e regulagem de câmera na produção fotográfica; a harmonizarem o produto ao *set*, combinando-o com os elementos de cenografia; a produzirem fotografias aplicadas à comunicação visual de diferentes comidas com sintaxe visual de qualidade; e a trabalharem em equipe com respeito e tolerância, contribuindo para a formação do perfil do egresso constantes no PPC do curso.

Igualmente à oficina 1, todas as atividades de ensino e aprendizagem propostas na oficina 2 partem da técnica da fotografia de comida em ação mediada pela linguagem e pela manipulação de objetos concretos, como câmera fotográfica profissional e comida de diferentes etnias, tanto pelo professor-pesquisador quanto pelos participantes. Na mediação do conhecimento são usados recursos visuais como apresentação de *slides* em *powerpoint*, com imagens relacionadas ao que se quer ensinar, em português escrito, com frases curtas e objetivas, palavras negritadas ou coloridas, chamando a atenção para a essência da mensagem. Todas as interações e ações do professor são interpretadas pelo intérprete de Libras e traduzidas aos participantes para Libras. Igualmente, todos os questionamentos e participações dos estudantes são interpretados pelo intérprete de Libras para o português. Ao final da oficina, os participantes avaliam o processo a partir de suas percepções e produções, visando possíveis ajustes na SD. O plano de aula descritivo da oficina 2 é apresentado na sequência.

Plano de aula: oficina 2

3.2.1. Tema da aula: Fotografia de comida

3.2.2. Conteúdo:

- Profundidade de campo na fotografia de comida;
- Iluminação na fotografia de comida;
- Composição na fotografia de comida;
- Produção de fotografia de comida; e avaliação da oficina.

3.2.3. Objetivos de aprendizagem:

- Aplicar a melhor combinação de técnicas de iluminação e regulagem de câmera na produção fotográfica;
- Harmonizar o produto ao set, combinando-o com os elementos de cenografia;
- Produzir fotografias aplicadas à comunicação visual de diferentes comidas com boa sintaxe visual; e
- Trabalhar em equipe com respeito e tolerância.

3.2.4. Recursos didáticos:

Câmera fotográfica, tripés de câmera, flash de estúdio, iluminador *softbox*, refletor parabólico (panela) para a montagem do set de fotografia; uso de *powerpoint* com esquemas de iluminação para apoio do conteúdo a ser abordado e dos procedimentos metodológicos; material de composição de *mise en place* (material de cenografia de comida); set de produção fotográfica; participantes como recurso no processo de ensino-aprendizagem. As figuras 12 e 13 ilustram os recursos usados na oficina 2.

Figura 12: Set de iluminação de produto com iluminador *softbox*.



Fonte: Site fotografiasmais.com¹²

Figura 13: Elementos de composição de *mise en place* de cenografia de comida.



Fonte: Dados da pesquisa 2020

3.2.5. Procedimentos metodológicos:

- **Primeiro momento:** Retomada do conhecimento trabalhado na oficina 1. Tempo estimado em 15 minutos.

¹² Disponível em <https://fotografiamais.com.br/iluminacao-para-foto/> Acesso em: 15 out. 2019.

Início a aula auxiliado pelo intérprete de Libras e retomo o conhecimento abordado na oficina 1 sobre as regulagens básicas para a fotografia de produto. Orientam a interação com os estudantes as seguintes perguntas: Qual melhor combinação de diafragma e por que?; Qual a velocidade do obturador para fotografia de produto?; Qual o ISO adequado para grande quantidade de luz dos *flashes*?; Qual é o balanço de branco correto? Para ajudá-los nas respostas, os participantes resgatam suas anotações no material de apoio entregue na oficina 1, se necessário, ou indicam suas respostas na própria câmera fotográfica ou recursos de iluminação ou, ainda, sinalizam suas respostas, que são interpretadas pelo intérprete de Libras e transmitidas para o professor em português.

- **Segundo momento:** Os sentidos na tomada de decisão do consumidor. Tempo estimado em 15 minutos.

Após a revisão do conteúdo da oficina 1, início a abordagem com ajuda de *slides*, que destacam as diferentes áreas da fotografia que têm papel significativo na comunicação visual, dando ênfase para a fotografia de produto e alimento, como uma possível área de atuação profissional dos participantes.

A figura 14, projetada em *powerpoint*, resume os diferentes tipos de fotografia. Em vermelho, destaco o tipo de fotografia abordado na oficina: Fotografia de produto com foco em comida. Em seguida, utilizo uma ilustração que enfatiza os sentidos que mais influenciam na tomada de decisão em relação à fotografia de comida, tendo a visão como o sentido mais importante.

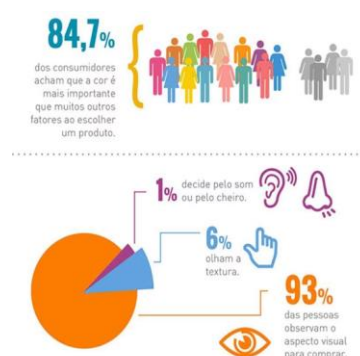
Destaco também a importância da cor, da variação da cromia (figura 15), tanto nos elementos de cenografia como nos alimentos. O infográfico da figura 15 ilustra, em percentuais, a importância dos sentidos na tomada de decisão de um consumidor diante do produto que pretende comprar.

Figura 14: Diferentes áreas da fotografia



Fonte: Site Pronatec pro¹³

Figura 15: Ilustração do percentual dos sentidos na tomada de decisão



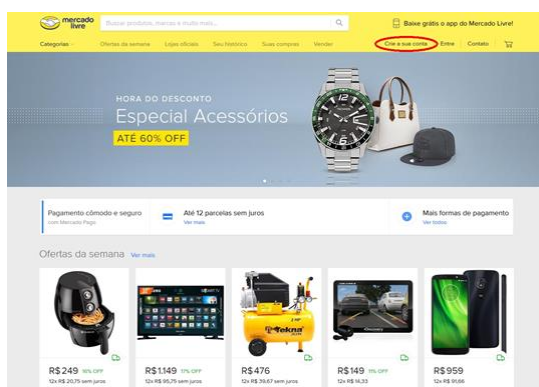
Fonte: Site Neipatel.com¹⁴

Destaco, na projeção em *powerpoint*, os dados percentuais para valorizar ainda mais a importância de se produzir imagens de qualidade para contribuir com o comércio digital e as redes sociais comerciais. Enfatizo aos participantes que anúncios e comunicação visual contendo imagens, em geral, obtêm 94% mais visualizações do que os que não utilizam esse recurso, e que 60% dos consumidores estão mais propensos a considerar ou contatar uma empresa quando uma imagem é mostrada nos resultados de busca. Mostro também uma interface de *e-commerce* no celular e outra num *site*, para entenderem como a imagem prevalece sobre o texto nas páginas de negócio, dando ênfase a produtos relacionados à comida, devido ao tema da oficina. A figura 16 ilustra um *site* de vendas de produtos com imagens e a figura 17 um aplicativo de venda de comida por meio de imagens.

¹³ Disponível em: <https://pronatec.pro.br/quais-sao-as-melhores-areas-para-fazer-uma-faculdade-e-ad/Acesso em 15 out. 2019.>

¹⁴ Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/neuromarketing/>. Acesso em 15 out. 2019.

Figura 16: Interface site de venda de produtos com imagens



Fonte: Blog Olist.com¹⁵

Figura 17: Interface de aplicativo de venda de comida com imagem



Fonte: Site Melhores aplicativos.com.br¹⁶

- **Terceiro momento:** A iluminação, a profundidade de campo e os ângulos na fotografia de comida. Tempo estimado em 45 minutos

Após mostrar o papel significativo da visão, assim como o das cores na tomada de decisão e a importância da fotografia na comunicação visual, falo da iluminação da fotografia de comida, que pode ser com *flash*, com acessório de luz suave do *softbox*, conforme mostra a figura 18. Depois, falo da luz de janela (ou luz natural através de uma janela) e do rebatedor, que também é uma possibilidade de uso, embora não seja uma luz que permita ao fotógrafo ter controle sobre a luminosidade. A figura 19 ilustra essa situação.

¹⁵ Disponível em: <https://blog.olist.com/como-vender-no-mercado-livre-veja-esse-passo-a-passo-completo/Acesso em 15 out. 2019>.

¹⁶ Disponível em <https://www.melhoresaplicativos.com.br/aplicativo-ifood-avaliacao/>. Acesso em 15 out. 2019.

Figura 18: Set de fotografia de comida com luz suave do *softbox*.



Fonte: Site depositphotos.com¹⁷

Figura 19: Fotografia de comida com luz de janela.



Fonte: Rede Social Pinterest.com¹⁸

Após falar da iluminação, abordo o aspecto da nitidez na fotografia de comida. Saliento que a fotografia de comida pode ter nitidez no fundo e em toda imagem (ou grande profundidade de campo), igual a fotografia de produto, conforme mostra a figura 20. Ela também pode ter o fundo desfocado (ou pequena profundidade de campo), deixando apenas o prato em foco, conforme ilustra a figura 21.

¹⁷ Disponível em: <https://pt.depositphotos.com/150329960/stock-photo-woman-photographing-food.html>. Acesso em 15 out. 2010.

¹⁸ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/336221928406688023/?lp=true>. Acesso em 15 out. 2019.

Figura 20: Imagem de comida com grande nitidez



Fonte: Site Tobias almeida .com¹⁹

Figura 21: Macarronada com fundo desfocado



Fonte: Site Fotografiamaais.com²⁰

Na sequência, abordo a fotografia de comida ambientada e não ambientada, explorando as figuras 20 e 21 na projeção em *powerpoint*. Informo aos participantes que a imagem ambientada pode ser feita com grande profundidade (nítidas) ou com pequena (fundo desfocado), conforme mostram as figuras 20 e 21. Nesse momento, também saliento a importância de o fotógrafo escolher elementos que contribuam com a composição, que tenham coerência com o prato a ser fotografado, e enfatizo que essa habilidade é algo que se pode aprimorar observando imagens de *sites* especializados. Reforço que, para ambientar uma fotografia, é preciso parceria com um profissional da área de gastronomia ou treinar o olhar observando imagens feitas por profissionais ou, ainda, conversando com o cliente (*briefing*) para conhecer um pouco da função e do conceito que ele pretende passar com a imagem, como por exemplo, o frescor dos alimentos, se são orgânicos, naturais, ou associando o produto industrializado a um elemento da natureza, etc.

A título de exemplificação, mostro uma embalagem de prato pronto, conforme ilustra a figura 22, uma lasanha industrializada com elementos da natureza, como tomates e folhas de manjerição ao lado do prato com o produto.

¹⁹ Disponível em: <https://www.thobiasalmeida.com/post/fotografia-de-comida-ou-de-gastronomia>. Acesso em 15 out. 2019.

²⁰ Disponível em: <https://fotografiamaais.com.br/fotos-de-comida/> Acesso em 15 out. 2019.

Figura 22: Lasanha ambientada com tomates e bandeja promocional



Fonte: Site Mundo Marketing ²¹

Informo aos participantes que a ambientação de um produto gera mais estímulo visual e ajuda a vender outros produtos, como por exemplo, uma bebida, uma sobremesa, um combo, que atualmente é muito usado. Já a imagem sem ambientação pode ser usada para aplicação em algum material de divulgação que precisa destacar um produto específico. A figura 23 ilustra essa situação.

Figura 23: Imagem de lanche ambientado e em fundo neutro para recorte.



Fonte: Site Fotografia de Comida ²²

Na sequência, falo do ângulo da câmera na fotografia de comida, abordando as tendências desse tipo de fotografia no mercado. Inicio falando do ângulo zenital,

²¹ Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/lancamentos/284/seara-cria-nova-bandeja-para-lasanha.html>. Acesso em 16 out. 2019.

²² Disponível em <http://www.fotografiadecomida.com.br/com-ou-sem-ambientacao/>. Acesso em 16 de outubro de 2019.

que corresponde à fotografia feita totalmente de cima, a 90 graus de inclinação, dando uma visão geral da mesa, mostrando, além do prato, tudo que está no entorno para gerar uma imagem visualmente forte, conforme mostra a figura 24.

Figura 24: Fotografia de comida em 90 graus



Fonte: Site Pinterest²³

Figura 25: Fotografia de comida em 45 graus.



Fonte: Site Estou na viagem²⁴

Em seguida, abordo a fotografia em ângulo de 45 graus, também muito utilizada, porém requer mais atenção do fotógrafo com os elementos do fundo. Esse tipo de fotografia dá ênfase ao principal, mas deixa subentendido o contexto onde está inserido o produto, conforme mostra a figura 25.

Para finalizar o assunto, falo da fotografia no ângulo normal, ou frontal, que também é utilizado em fotografia de comida para dar força e ênfase ao alimento, conforme destaca a figura 26.

²³ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/23925441747794477/?lp=true>. Acesso em 16 out. 2019.

²⁴ Disponível em: <https://estounaviagem.com.br/dicas/como-tirar-foto-de-comida/> Acesso em 16 out. 2019.

Figura 26: Fotografia de Cheeseburger em ângulo reto



Fonte: Site Estou na viagem²⁵

Depois de abordar o ângulo na fotografia, enfatizo que a melhor foto é a que atrai o consumidor e destaco que quanto melhor a fotografia, maior a sensação de qualidade associada ao produto. Para tanto, uso como recurso a comparação entre as imagens das figuras 27 e 28, fotografia profissional e amadora, respectivamente.

Figura 27: Fotografia profissional de pizza



Fonte: Site Pinterest²⁶

Figura 28: Fotografia amadora de pizza



Fonte: fanpage Pizzaria Los Hermanos²⁷

Também destaco a importância da fotografia na embalagem do produto para atrair o consumidor, usando, para isso, a projeção da figura 29.

²⁵ Disponível em: <https://estounaviagem.com.br/dicas/como-tirar-foto-de-comida/> Acesso em 16 out. 2019.

²⁶ Disponível em <https://br.pinterest.com/pin/506725395568641426/?lp=true>. Acesso em 16 out. 2019.

²⁷ Disponível em: <https://business.facebook.com/pizzarialoshermanos/photos/pcb.2821160844644020/2821160764644028/?type=3&theater>. Acesso em 25 fev. 2020.

Figura 29: Embalagem de lasanha com fotografia.



Fonte: Site da Sadia²⁸

Feito isso, destaco, em projeção, os 8 pontos importantes para fotografar comida, a partir da visão Téo Sin (2009), fotógrafo especializado em fotografia de alimento.

1. **Fazer** um **briefing** do trabalho com o fotógrafo e **cliente** (ou conversa com o cliente);
2. **Estudar** os **pratos** que serão fotografados;
3. **Estudar e conhecer** os **alimentos e elementos** que são mais **fotogênicos**;
4. **Planejar e organizar** o **set**, a bancada;
5. **Preocupar-se** com o **frontside**;
6. **Limpar e higienizar** todas as **louças e ambiente**;
7. **Trabalhar rápido** para que os alimentos não sofram mudanças de temperatura e aspecto;
8. **Trabalhar** em **equipe** com o fotógrafo.

Em seguida, mostro algumas imagens de comida, extraídas do livro Fotografia Culinária, da Associação de fotógrafos da Fototech. Seleciono as mais práticas e que exigem menos equipamento, mas geram um resultado de qualidade, conforme sugerem as figuras 30 e 31.

²⁸ Disponível em: <https://www.sadia.com.br/produtos/lasanha-bolonhesa-1kg>. Acesso em 16 out. 2019.

Figura 30: Fotografia de comida do fotógrafo Marcio Schaefer.



Fonte: Livro Fotografia Culinária Fototech.

Figura 31: Esquema de luz e fotografia do fotógrafo Diego Rousseau.



Fonte: Livro Fotografia Culinária Fototech.

Informo aos participantes que a figura 31 é uma foto realizada para um *folder* de *buffet*, no qual várias opções de serviço são apresentadas. A foto corresponde a jantares em que os talheres e o *sousplat* de prata hierarquizam a produção, mas criam um problema fotográfico: os reflexos. Por isso, uma contraluz com uma grande superfície luminosa pode ser a decisão do fotógrafo, pois gera volume nos elementos do prato e fornece uma superfície em que o *sousplat* se reflete, mostrando o brilho da prata. A tomada é realizada em filme cromo, formato 6x7cm e não possui tratamento digital. A iluminação é de um grande *softbox* em contraluz e um rebatedor à frente (ROUSSEAU, 2010).

- **Quarto momento:** Produção fotográfica de comida. Tempo estimado em 90 minutos

Nesse momento, os participantes começam a fotografar sob a supervisão do professor em parceria com o intérprete de Libras. Todos fotografam todos os pratos e sets, porém com autonomia para emplatrar os alimentos de acordo com o seu estilo artístico e sensibilidade e decoram os pratos com molho, folhas de manjerição, queijo ralado, etc. Explico a montagem, solicito que fotografem as comidas nos três ângulos abordados na oficina e que façam imagens com profundidade de campo para valorizar a cenografia.

Terminado o tempo de produção de fotografia de comida pelos participantes, apresento a tarefa de casa (quadro 3), que tem por finalidade levá-los a buscar

referências de imagens do segmento para aprimorar uma ambientação de produto, a ampliar seu repertório visual e a identificar seu nível de sensibilidade estética. Igualmente, sugere-se ao professor criar um grupo de *WhatsApp* e/ou *e-mail* para o envio e recebimento da tarefa. Assim, ele poderá identificar os estudantes com alta noção estética/artística e aqueles que precisam de maior orientação sobre o assunto.

Quadro 3: Tarefa de casa

Tarefa de casa: Busque, na Internet, sugestão de material de apoio para ampliação do repertório visual. Seguem algumas sugestões de endereços para auxiliá-lo na tarefa:
 Sites:
<http://www.fotografiadecomida.com.br/blog/>
<https://www.vanessaalves.com.br/food>
<https://www.lucianodias.com/alimentos>

Fonte: dados da pesquisa (2020)

Por fim, solicito aos participantes que avaliem a oficina 2 (quadro 4), indicando seu nível de satisfação/aprendizagem referente aos conhecimentos trabalhados. Em seguida, agradeço a participação e finalizo a oficina.

Quadro 4: Avaliação da oficina 2

Avaliação da oficina 2: fotografia de comida

1. Assinale com (X) a **carinha** que expressa seu nível de **satisfação** referente aos **conhecimentos** abordados na **oficina 2**.

Legenda: A carinha **verde** indica que os **conhecimentos** foram **aprendidos**; a **amarela**, que há **conhecimentos** que precisam ser **revisitados**; e a **vermelha**, que os **conhecimentos** não foram **aprendidos**.

O **conhecimento** de **Iluminação para fotografia de comida**:



O **conhecimento** de **regulagens da câmera para fotografia de comida**:



O resultado da **foto** que você **produziu**:



2. O **conteúdo** da **oficina** foi **relevante** para sua **profissão**?



3. **Dica** ou **sugestão** para a próxima oficina? (☐) Sim (☐) Não

Qual? _____

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

3.2.6 Avaliação da aprendizagem: A aprendizagem será avaliada pela produção dos participantes: fotografias de comidas nas técnicas abordadas na oficina; pela participação e engajamento nas atividades propostas; e pelas atitudes no trabalho em equipe. Os critérios de avaliação serão: Iluminação com brilhos no local certo, bem como sombras que acentuam a textura dos alimentos; Emprego correto dos ângulos específicos da fotografia de alimento; Sintaxe visual adequada a proposta (foco, contraste, enquadramento); Ambientação coerente com a proposta do prato.

Terceira oficina: Fotografia de *splash*

A terceira oficina – *Fotografia de Splash* – está organizada em 4 momentos: i) revisão do conhecimento trabalhado na oficina 2; ii) *splash* na comunicação visual em geral; iii) tipos de *splash* e suas calibrações; e iv) produção de fotografia de *splash* pelos participantes.

Os objetivos das atividades de aprendizagem propostos buscam levar os participantes a conhecerem os diferentes tipos de *splash* utilizados na fotografia aplicada à publicidade e à comunicação visual; a aplicarem a melhor combinação de velocidade e enquadramento na fotografia de produtos em movimento; a desenvolverem, através da prática, a capacidade de capturar o momento exato do *splash*; a produzirem fotografias aplicadas à comunicação visual de diferentes tipos de *splash*; e a trabalharem em equipe com respeito e tolerância.

Igualmente às oficinas 1 e 2, todas as atividades de ensino e aprendizagem propostas na oficina 3 visam à aprendizagem do estudante por meio da prática do fazer, do saber pelo trabalho, já que a atividade proposta nas oficinas é uma prática real, tal como ocorre no mundo do trabalho.

Destaco ainda que todas as atividades de ensino e aprendizagem propostas na oficina 3 são, além da técnica, uma ação mediada pelo professor, por meio da linguagem e da manipulação de objetos concretos, como câmera fotográfica profissional, produtos e alimentos, e, parceria com o intérprete de Libras e os participantes. Na mediação do conhecimento são usados recursos visuais elaborados especificamente para a oficina de *Splash*, slides em *powerpoint* com imagens diretamente relacionadas ao que se quer ensinar em português escrito, empregando frases objetivas, com palavras destacadas em negrito ou em vermelho, chamando a atenção para a essência da mensagem.

Ao final dessa oficina, os participantes avaliam o processo a partir de suas percepções e produções, indicando as oficinas preferidas, as temáticas que gostariam de aprender, subsidiando futuras SDs. O plano de aula descritivo da oficina 3 é apresentado na sequência.

Plano de aula: oficina 3

3.3.1. Tema da oficina: Fotografia de *splash*

3.3.2. Conteúdo:

- Conceito de *splash* e seu uso na comunicação visual;
- Tipos de *splash*;
- Congelamento do movimento no *splash*;
- Produção de fotografia de *splash* e avaliação da oficina.

3.3.3. Objetivos de aprendizagem:

- Conhecer os diferentes tipos de *splash* utilizados na fotografia aplicada à publicidade e à comunicação visual;
- Aplicar a melhor combinação de velocidade e enquadramento na fotografia de produtos em movimento;
- Desenvolver através da prática a capacidade de capturar o momento exato do *splash*;
- Produzir fotografias aplicadas à comunicação visual de diferentes tipos de *splash*; e

- Trabalhar em equipe com respeito e tolerância.

3.3.4. Recursos didáticos:

Câmera fotográfica, tripés de câmera, *flash* de estúdio, iluminador *softbox*, refletor parabólico (ou panela), refletor *snoot*, prática de *splash*, apresentação em *powerpoint* com esquemas de iluminação para apoio do conteúdo a ser abordado e dos procedimentos metodológicos; material de composição de *set* de *splash* (aquários, colheres, frutas); participantes como recurso no processo de ensino-aprendizagem. As figuras 32 e 33 ilustram alguns dos recursos usados na oficina 2.

Figura 32: Set de iluminação de *splash* de mergulho com iluminador *soft box*.



Fonte: Site Flickr.²⁹

Figura 33: Produtos sendo lançados no aquário para fotografia de *splash*



Fonte: Site.uniqstudios.co.uk³⁰

3.3.5. Procedimentos metodológicos:

- **Primeiro momento:** Retomada do conhecimento trabalhado na oficina 2. Tempo estimado em 15 minutos.

Início a aula auxiliado pelo intérprete de Libras, cumprimento os participantes e entrego o material de apoio (*slides* da aula impresso). Em seguida, retomo o conhecimento abordado na oficina 2, fazendo questionamentos sobre as regulagens básicas para a fotografia de produto, como por exemplo: Qual melhor combinação de diafragma e por que?; Qual a velocidade do obturador para fotografia de produto; Qual o ISO adequado quando há grande quantidade de luz

²⁹ Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/brunostock/4056561889>. Acesso em 29 out. 2019.

³⁰ Disponível em: <http://www.uniqstudios.co.uk/blog/item/46-orange-nivea-water-splash-creative-advertising-photography-by-uniq-studios?start=2130> Acesso em 29 out. 2019.

dos *flashes*?; Qual o balanço de branco correto? Nesse momento, os estudantes podem resgatar suas anotações no material de apoio disponibilizado na primeira e na segunda oficina.

- **Segundo momento da aula:** O *splash* e suas aplicações na comunicação visual, tempo estimado 30 minutos.

Nesse momento, destaco a utilização da fotografia de *splash* na comunicação visual na publicidade. Também mostro várias ilustrações de *splash* na comunicação visual e em embalagens de produto, conforme ilustram as figuras 34 e 35. Mostro alguns exemplos de *splash* aplicados, para que o estudante possa ver o quanto a técnica que ele está aprendendo é relevante para sua futura área de atuação profissional.

Figura 34: Campanha da Coca Cola com técnica de *splash*



Fonte: Site Fotografia DG³¹

Figura 35: Campanha Guaraná Antártica com a técnica de *splash*



Fonte: Site Tony Genérico³²

Feitas essas considerações, digo aos participantes que, como estavam familiarizados com a fotografia específica da área e cientes de que o sentido da visão é o que mais influencia na tomada de decisão do fotógrafo e do consumidor/leitor de publicidade, eles irão aprender a técnica de *splash*, que utiliza a imagem da queda de um produto em um líquido para dar leveza ao produto, salientada pelas formas que os líquidos assumem quando impactados por um objeto sólido. Informo e ilustro que *splash* é o termo em inglês usado para designar respingos variados, e que, por sua plasticidade, são usados em fotografias na área da publicidade, nas fotografias aplicadas à comunicação visual, em embalagens de

³¹Disponível em: <https://www.fotografia-dg.com/tony-generico/> Acesso em 29 de outubro de 2019.

³² [http://tonygenerico.com.br/advertising/#gallery\[photonic-wp-stream-2\]/1283/](http://tonygenerico.com.br/advertising/#gallery[photonic-wp-stream-2]/1283/) Acesso em 29 out. 2019.

produtos, nas fotografias para *outdoor*, ou mesmo num anúncio de uma marca, conforme mostram as figuras 34 e 35.

- **Terceiro momento:** O *splash* e suas classificações. Tempo estimado em 45 minutos

Após explicar o conceito de *splash*, bem como suas diferentes aplicações começo a explicar como se classificam, a partir da visão do fotógrafo de *splash*, referência no Brasil e no mundo, Tony Genérico. A classificação facilita o entendimento dos diferentes tipos de *splash* e contribui para o entendimento da técnica para iluminar sua captura. O *splash*, conforme Genérico (2012, p. 154), se divide nas seguintes categorias: de alto impacto, de baixo impacto e de mergulho. O *Splash* de alto impacto é caracterizado quando um objeto sólido atinge uma lâmina líquida produzindo um *splash* com uma grande explosão. Como exemplo de fotografia de *splash* de alto impacto, temos a de um cubo de gelo caindo num copo d'água. Mais precisamente, nesse tipo de fotografia queremos captar o momento em que o cubo atinge a água e causa o *splash*. As figuras 36 e 37 retratam a fotografia de *splash* de alto impacto.

Figura 36: *Splash* de alto impacto: gelo caindo no copo com água.



Fonte: Site Tony Genérico³³

Figura 37: Exemplo de *Splash* com alto impacto, morango caindo no leite



Fonte: Site Tony Genérico³⁴

Acrescento ainda que o *splash* de baixo impacto é caracterizado quando utilizamos gotas e líquidos de menor impacto para atingirem, de forma suave, o objeto sólido ou outro objeto líquido, já preparado para receber as gotas ou líquidos. Saliento também a importância do controle do fluxo do líquido e do aproveitamento das vantagens hidrodinâmicas de um recipiente apropriado. Nesse momento, também saliento pontos importantes sobre fotografia de *splash* de baixo impacto: a altura da qual o líquido/fluido cai, a quantidade de água, a natureza da superfície e o design do recipiente em que ele cai. As figuras 38, 39 e 40 exemplificam *splash* de baixo impacto.

³³ Tony Genérico: Disponível em <http://tonygenerico.com.br/receita-de-splashes-alto-impacto/>
Acesso em: 29 de outubro de 2019.

³⁴ Disponível em: [http://tonygenerico.com.br/liquidos/#gallery\[photonic-wp-stream-2\]/1328/Acesso](http://tonygenerico.com.br/liquidos/#gallery[photonic-wp-stream-2]/1328/Acesso)
em: 29 out. 2019.

Figura 38: *Splash* de baixo impacto: gota d'água com bandeira do Brasil ao fundo.



Fonte: Acervo particular do pesquisador³⁵

Figura 39: *Splash* de baixo impacto, de gotas (líquido sobre líquido)



Fonte: Site Tony Genérico.³⁶

Figura 40: *Splash* de baixo impacto de água sobre pimentões: líquido sobre sólido..



Fonte: Site Tony Genérico ³⁷

Em seguida, abordo o *splash* de mergulho ou imersão. Enfatizo que é o tipo de *splash* que utilizamos um aquário ou recipiente transparente que possibilite uma fotografia frontal do produto mergulhado no líquido, sem a preocupação de captar o *splash* acima do recipiente, mas sim o trajeto do produto dentro do líquido, formando bolhas e desenhos com grande plasticidade, conforme retratam as figuras 41 e 42.

³⁵ Fonte: Leonardo Latrônico/na aula do professor Eduardo Gomes na disciplina de fotografia publicitária, na Univali.

³⁶ Disponível em: <http://tonygenerico.com.br/receita-de-splashes-baixo-impacto/> Acesso em: 29. out. 2019.

³⁷ Disponível em: <http://tonygenerico.com.br/receita-de-splashes-baixo-impacto/> Acesso em: 29. out. 2019.

Figura 41: Caju durante mergulho em aquário, *splash* de mergulho.



Fonte: Site Tony Genérico.³⁸

Figura 42: *Splash* de mergulho com Coca Cola Light.



Fonte: Site Tony Genérico.³⁹

Feita a devida explicação de cada categoria de *Splash*, mostro as principais regulagens da câmera e do *Flash*. Enfatizo a importância de aumentar a velocidade do obturador para 1/320, obtendo com isso um melhor congelamento da imagem, conforme figura 42, combinado com a potência mínima do *flash*, para que a luz se dissipe mais rápido no ambiente, evitando, assim, borrar as extremidades da imagem do *splash*, conforme mostra a figura 43, compensando com o ISO em 200 ou 400.

Figura 43: LCD da câmera com a calibragem da velocidade do obturador em 1/320, WB em *Flash* e ISO em 200.



Fonte: Dados da Pesquisa 2020.

Figura 44: *Flash* com a regulagem da potência na posição 1 que é a mais fraca



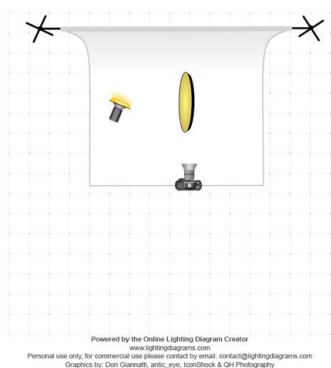
Fonte: Dados da Pesquisa 2020.

³⁸ Disponível em: <http://tonygenerico.com.br/receita-de-splashes-mergulho/> Acesso em: 29 out. 2019.

³⁹ Disponível em: <http://tonygenerico.com.br/receita-de-splashes-mergulho/> Acesso em: 29 out. 2019

Após concluir a parte de calibragem de câmera e *flash*, mostro três esquemas de iluminação, uma para cada categoria de *splash* e inicio com o *set* de fotografia de gotas de baixo impacto, com a utilização de um refletor panela com gelatina colorida, para deixar a imagem da gota com cor, conforme esquema de montagem de *set* na figura 45.

Figura 45: Planta baixa com esquema de iluminação, com luz *backlight*, com uso de refletor panela com gelatina amarela.



Fonte: site: lightingdiagrams⁴⁰

Figura 46: Jogo de filtro *close-up*



Fonte: Site Aliexpress⁴¹

Coloco uma bacia com água na cor preta, para dar contraste na fotografia, e não clarear o fundo da água, apenas refletir a cor na sua superfície. Acima da bacia, penduro uma garrafa num tripé, para que ela fique gotejando, para os estudantes fotografarem. Como essa foto precisa ser feita bem de perto, utiliza-se um filtro *close up* (figura 45), que permite melhor aproximação da câmera com as gotas. Esse filtro é muito semelhante a uma lente macro utilizada para fotografia de insetos e flores, contudo é cerca de 100 vezes mais barato que uma lente macro. Informo aos participantes que o filtro *close up* deve ser rosqueado na objetiva (lente) da câmera, possui graduação +1 até +10, e acrescento que quanto maior o número, maior o poder de aproximação em relação ao objeto fotografado. As figuras 47 e 48 ilustram essas informações.

⁴⁰ Disponível em: <http://www.lightingdiagrams.com/Creator>. Acesso em 29 out.2019.

⁴¹ Disponível em: https://pt.aliexpress.com/item/32668063115.html?src=google&src=google&albch=shopping&acnt=494-037-6276&isdl=y&slnk=&plac=&mtctp=&albbt=Google_7_shopping&aff_platform=google&aff_short_key=UneMJZVf&&alb. Acesso em 29 out. 2019.

Figura 47: Filtro *close up* +10 rosqueado numa lente



Fonte: Disponível em: pt.tvc-mall.com⁴²

Figura 48: Set com *snoot* e morango caindo numa colher com leite



Fonte: Site jakehicksphotography.com⁴³

Já para o *splash* de alto impacto, utilizamos uma colher presa pelo cabo num tripé, ora cheia com leite, ora com iogurte, e um morango que era lançado sobre essa colher. Para dar bastante contraste e obtermos uma iluminação bem pontual (somente na colher e no morango), dando ênfase no contraste do leite branco, fundo escuro (sem iluminação) e o morango bem iluminado com bastante textura, utilizo um acessório chamado *Snoot*, conforme ilustra a figura 48 (uma espécie de cone). Assim, o morango pode ser jogado por um participante na colher, depois que um colega faz a medição da luz e outro dá o sinal para o arremesso e, consequentemente, o “clique”.

O fundo não deve ser iluminado. Assim, mesmo tendo a parede bicolor atrás, ela ficou preta, conforme aponta a parte centro esquerda da figura 48. Feita essa explicação, montamos o set da fotografia de *splash* de mergulho, com utilização de *soft box* a 45 graus e um aquário para os produtos serem lançados e produzirem as borbulhas durante seu trajeto dentro da água.

- **Quarto momento:** Produção de fotografia de *splashes*. Tempo estimado em 1 hora e 15 minutos para que todos os estudantes possam praticar as

⁴² Disponível em: <https://pt.tvc-mall.com/details/77mm-professional-close-up-macro-filter-set-photography-lens-kit-1-2-4-10-skuy1210200248a.html> Acesso em: 29 de out.de 2019.













⁴³ Disponível em: <https://jakehicksphotography.com/latest/?offset=1414440516100>. Acesso em 29 out. 2019.




três categorias de *splash*, acompanhados pelo professor e o intérprete de Libras.

Nesse momento da oficina, podem ser feitos vários “cliques” em cada categoria de *splash*. Os participantes devem ser motivados a produzir pelo menos uma imagem perfeita em cada tipo de *splash*. Cabe ressaltar que cada estudante que obter uma foto de *splash* tecnicamente bem feita pode motivar seu colega a obter a sua foto tecnicamente perfeita; atitude esta que desenvolve o espírito de equipe dos estudantes participantes.

Terminados os “cliques”, informo aos participantes que essa é a última oficina da SD, agradeço a cada um dos participantes e solicito que avaliem a oficina 3 e a SD, conforme quadro 5.

Quadro 5: Avaliação da oficina de *splash* e da proposta de ensino

<p>1. Assinale com (X) a carinha que expressa seu nível de satisfação referente aos conhecimentos abordados na oficina 3.</p> <p>Legenda: A carinha verde indica que os conhecimentos foram apreendidos; a amarela, que há conhecimentos que precisam ser revisados; e a vermelha, que os conhecimentos não foram apreendidos.</p> <p>O conhecimento sobre iluminação para fotografia de <i>splash</i>:</p> <p>  </p> <p>O conhecimento sobre as regulagens da câmera para a fotografia de <i>splash</i>:</p> <p>  </p> <p>Com resultado da foto produzida:</p> <p>  </p> <p>2. O conteúdo da oficina 3 foi relevante para sua profissão?</p> <p>  </p> <p>3. Você gostou de participar das oficinas de fotografia de produto? Sim () Um pouco () Não ()</p> <p>4. Escreva (1) para a oficina que você mais gostou, (2) para a que você gostou um pouco e (3) para a que você menos gostou.</p>

De Produto ()	De Comida ()	De <i>Splash</i> ()
		
5. Você participaria de mais oficinas de fotografia aplicada? Sim () Talvez () Não ()		

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Como de costume, deixei uma última tarefa de casa, conforme quadro 6.

Quadro 6: Tarefa de casa

Tarefa de casa: Busque, na Internet, sugestão de material de apoio para ampliação do repertório visual. Seguem algumas sugestões de endereços para auxiliá-lo na tarefa:

Sites :

<http://tonygenerico.com.br/liquidos/>
<https://www.blog.cameramais.com.br/fotografia-de-splash-o-basico/>
<http://www.andrealaybauer.com/portfolio.html>
<https://focusfoto.com.br/splash/>

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Ao término da implementação desta Sequência Didática, sugere-se ao professor organizar o material produzido pelos estudantes e postar em uma plataforma de acesso gratuito.

3.3.6. Avaliação da aprendizagem: A aprendizagem será avaliada pela produção de fotografia de *splash* com base na técnica de iluminação abordada nas três oficinas e nas novas técnicas da oficina de splash, pela participação e engajamento dos participantes nas atividades propostas; e pelas atitudes no trabalho em equipe. Os critérios de avaliação serão: fotografias de *splash* com Iluminação sem brilhos indesejados, imagens com emprego correto das técnicas para congelamento do *splash* e ainda a produção de fotografia de *splash* nas três categorias com sintaxe visual adequada à proposta (foco, contraste, enquadramento).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Motivado por percepções e crenças pessoais sobre como estudantes surdos em contexto de EPT aprendem, o intuito deste produto educacional foi possibilitar uma intervenção educacional no contexto da EPT de forma qualificada, inovadora e criativa por meio de uma sequência didática, cujo foco foi o ensino de fotografia de produto aplicada à comunicação visual.

A inovação deste produto educacional está em sua abordagem de ensino, que propõe o ensino de técnicas de fotografia de produto a partir da didática do trabalho / didática do saber pelo fazer (da prática da técnica na ação), mediado por diferentes recursos linguísticos, concretos e imagéticos, para promover a aprendizagem da técnica em ação por estudantes surdos.

Não constitui o intuito deste produto educacional prescrever fórmulas ou dar receitas de como ensinar fotografia aplicada à comunicação visual. A contribuição que se pretende dar é, pelo contrário, indicar que há outras possibilidades de ensinar e de aprender o saber da prática para ampliar as possibilidades de ensino e aprendizagem sobre esse conhecimento específico (ou outro qualquer) e de inserção de estudantes surdos no mundo do trabalho, além de abrir espaço para a quebra de paradigmas sobre a capacidade que os estudantes surdos têm de aprender conceitos e atividades profissionais complexas.

Embora não se possa generalizar que todo o estudante surdo tenha aptidão para fotografia, ao longo da implementação das três oficinas que constituíram a Sequência Didática, ficou evidente para mim, que possuo experiência profissional na área da imagem e docência nessa mesma área, que os estudantes surdos participantes da intervenção têm habilidades e sensibilidade necessárias para produzirem fotografias com riqueza de detalhes, algo extremamente importante no mundo do trabalho da fotografia voltada à comunicação visual, que precisa ser estimulado nos estudantes.

Esteticamente e cognitivamente falando, as fotografias produzidas pelos participantes a partir da implementação de cada uma das oficinas que compõem a Sequência Didática aqui descrita, se comparadas ao momento de diagnóstico do conhecimento prévio à oficina 1, refutam as percepções do senso comum: que os estudantes surdos não aprendem conceitos complexos de fotografia, e as dos

próprios participantes: que não percebem a relação entre o que aprendem sobre fotografia na escola e o trabalho do comunicador visual.

As produções fotográficas dos participantes sugerem que eles puderam ampliar seus conhecimentos sobre fotografia aplicada à comunicação visual e têm condições de se inserirem no mundo do trabalho com competência, criatividade e autonomia.

A qualidade plástica das suas produções fotográficas ainda corrobora os procedimentos metodológicos utilizados no estudo de Da Silva e Oliveira (2020), já que as oficinas que compõem este produto educacional fundamentaram-se nos procedimentos sugeridos no referido estudo, que buscou compreender como estudantes surdos aprendem conceitos matemáticos complexos.

Ainda, tendo em vista a qualidade técnica e estética das produções fotográficas dos participantes, elas sinalizam que o desenho desta sequência didática é válido e incentivam a ampliação da abordagem de ensino de fotografia (ou de qualquer outro conhecimento) a partir do saber pelo fazer na EPT em Institutos Federais.

Ao final do processo e com base nas produções fotográficas dos estudantes, percebi, ainda, que além da técnica aprendida e de os participantes terem entendido sua importância para área, as atividades de aprendizagem foram tão prazerosas que se confundiram com uma brincadeira, algo que vai ao encontro das filosofias de corporações contemporâneas, que buscam profissionais que se divertem trabalhando e, com isso, alcançam todo o seu potencial criativo.

Finalizo compartilhando os materiais construídos para as oficinas no apêndice deste texto e alguns exemplos das produções fotográficas dos estudantes surdos participantes da implementação deste Produto Educacional para sua apreciação, professor(a), e motivá-lo(a) a replicar essa experiência em seu contexto de ensino!

Figura 49: foto produzida pelos estudantes: Carolina Silva, Laura Ribeiro, Luan Souza e Felipe Miranda



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Figura 50: foto produzida pelos estudantes: Luan Oliveira, Lucas Martins, Félix Felipe e Wallyson Roberto



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Figura 51: foto produzida pelos estudantes: Luan Oliveira, Lucas Martins, Félix Felipe e Wallyson Roberto



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Figura 52: foto produzida pelos estudantes: Luan Oliveira, Lucas Martins, Félix Felipe e Wallyson Roberto



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Figura 53: foto produzida pelos estudantes: Carolina Silva, Laura Ribeiro, Luan Souza e Felipe Miranda



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Figura 54: foto produzida pelos estudantes: Carolina Silva, Laura Ribeiro, Luan Souza e Felipe Miranda



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Contudo, para se avançar nas ideias aqui desenvolvidas, é primordial que estudos dessa natureza continuem a ser desenvolvidos e sua publicação fomentada, assim como outros processos de aprendizagem promovidos por procedimentos metodológicos de ensino voltados para o ensino inovador, criativo e socialmente relevante. Nesse sentido, convido, você, professor(a) a experimentar! Vamos lá?!

REFERÊNCIAS

ALLAIN, Olivier; WOLLINGER, Paulo; MORAES, Gustavo Henrique. **Conceitos Básicos para uma Epistemologia da EPT.** Disponível em: <http://moodle.ead.ifsc.edu.br/mod/book/view.php?id=64469>. Acesso em: 20 out. 2018.

BARATO, Jarbas Novelino. **A TÉCNICA COMO SABER: INVESTIGAÇÃO SOBRE O CONTEÚDO DO CONHECIMENTO DO FAZER.** Tese(Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação. Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP: p. 265. 2003 Disponível em: http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/253427/1/Barato_JarbasNovelino_D.pdf Acesso: 14 de junho de 2020.

BARATO, Jarbas Novelino. **Educação Profissional - Saberes do ócio Ou Saberes do Trabalho?** São Paulo: SENAC, 2004

BARATO, Jarbas Novelino. **Fazer bem feito: valores em educação profissional e tecnológica.** Brasília: UNESCO, 2015. Disponível em: http://elcv.art.br/santoandre/biblioteca/em_portugues/unesco_livro_fazer_bemfeito_valores_em_educacao_profissional_e_tecnologica.pdf. Acesso em 14 de junho de 2020.

BERTOMEU, João Vicente Cegato. **Criação Visual e Multimídia.** São Paulo: Cengage Learning, 2010.

DA SILVA, Marimar; OLIVEIRA, Hagar de Lara Tiburcio de. Formação Profissional Integrada ao Ensino Médio: um estudo de caso com estudante surdo. **Revista Educação Especial.** v. 33, p. 1-23, 2020.

DONDIS, A, D. **Sintaxe da Linguagem Visual.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DOLZ, J. Sequências Didáticas para o oral e a escrita: apresentação de um procedimento. In:(Ed.). **Gêneros orais e escritos na escola.** Coleção as faces da linguística aplicada. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2004. P. 95-128.

DONDIS, A, D. **Sintaxe da Linguagem Visual.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FOLTS, J.A; LOVELL, R.P; ZWAHLEN Jr, F.C. **Manual de Fotografia.** São Paulo: Cengage Learning, 2011.

GENÉRICO, Tony. **Estúdio: fotografia, arte, publicidade e splashes.** 2ed.Balneário Camboriú, SC: Photos, 2012.

GURAN, M. **Linguagem fotográfica e informação.** Rio de Janeiro: Editora Gama Filho, 2002.

HOBDAY, Cara. **Segredos da apresentação dos pratos**: food styling passo a passo. Tradução Eni Carmo de Oliveira Rodrigues.- São Paulo, SP: Marco Zero, 2010.

HUNTER, Fil; FUQUA, Paul; BIVER, Steven. **Luz, ciência & magia**: guia de iluminação fotográfica. 4. ed. Balneário Camboriú, SC: Photos, 2011.

HURTER, Bill. **A luz perfeita**: guia de iluminação para fotógrafos. 4. ed. Balneário Camboriú, SC: Photos, 2010.

KELMAN, C. A. Multiculturalismo e Surdez: respeito às culturas minoritárias. In: LODI, C; MÉLO, A. D. B; FERNANDES, E. (Org.). **Letramento, bilinguismo e educação de surdos**. Porto Alegre: Mediação, 2015.

LANGFORD, M; FOX, A; SMITH, R. **Fotografia Basica de Langford**. Guia Completo para fotógrafos. 8ªed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

LIBÂNEO, José Carlos. **Didática**. São Paulo: Cortez, 2013.

MEDEIROS, Newton. **Estúdio na prática 2**: novos esquemas de luz prontos para usar. 2. ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Europa, 2011.

MELEGA, Pepe. **Fotografia Culinária**. Coleção Fototech. ITU, SP. AP&S Editorial, 2010.

PERLIN, G. Identidades surdas. In: SKLIAR, C. (Org.). **A surdez: um olhar sobre as diferenças**. 6. ed. Porto Alegre: Mediação, 2010. p. 51-74.

PESSOA, A. C. R. G. Sequência didática. **Glossário Ceale: Termos de alfabetização, leitura e escrita para educadores**. Faculdade de Educação UFMG. Disponível em: <http://ceale.fae.ufmg.br/app/webroot/glossarioceale/verbetes/sequencia-didatica> Acesso em: 02 de jul. de 2019.

PINTO, Á. V. **O conceito de tecnologia**. vol. 1. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

QUADROS, R. M. O “BI” em Bilinguismo na educação de surdos. In.: LODI, C. B.; MÉLO, A. D. B.; FERNANDES, E. (Org.). **Letramento, bilinguismo e educação de surdos**. Porto Alegre: Mediação, 2015.

ROSA, E. F. Educação de surdos: entre a realidade e a utopia. In: SÁ, Nídia Regina L. de. **Surdos Qual a Escola?** Manaus: Editora Valer e Edua, 2011.

ROSE, Mike. O Saber no trabalho: valorização da inteligência do trabalhador. Trad. de Renata Lúcia Bottini. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2007, p. 253 .

VYGOTSKY, Lev Semyonovich. **A formação social da mente.** São Paulo: Martins Fontes, 1989.

VYGOTSKY, Lev Semenovich. LURIA, Alexander Romanovich. LEONTIEV, Alex N. **Linguagem, desenvolvimento e aprendizagem.** - São Paulo: Ícone: Editora da Universidade de São Paulo, 1988.

ZABALA, A. **A prática educativa:** Como ensinar. Porto Alegre, RS: Artmed, 1998.

APÊNDICES

APÊNDICE 1: Sequência de slides de apoio à oficina 1

Fotografia de Produtos aplicada à comunicação visual

Técnicas para produção de imagens de produtos opacos, translúcidos e transparentes

1

Na fotografia utilizamos diversos tipos de iluminação, mas é importante perceber que um mesmo esquema de luz pode ser aplicado em diferentes produtos, desde que tenha característica semelhante.

2

A fotografia de produto requer uma boa compreensão dos diferentes acessórios de estúdio e seus efeitos de luz, sombras e brilhos.

3

Fotografias de produto com péssima qualidade

4

Enfatizando qualidades do material...

5

Regulagens básicas da câmera

6

Regulagens Básicas da Câmera para fotografia de produto

- F: 16,11
- T: 1/125
- WB: Flash
- ISO 100

7

WB - Flash

8

Fotômetro: medir a luz do flash

9

Acessórios de iluminação

- Refletor Parabolico - Planeta
- Luz de fundo - luzes indiretas - corral
- luz para luz do fundo - back light
- Soft box - luz suave e brilho longo
- luz para luz principal

10

<http://www.neron.com.br/wordpress/wp-content/uploads/2015/05/5-palavras-500px>

11

Montagem do set e função de cada luz

12

Como ligar e regular o flash

13

Produtos Opacos (opacos brancos, perolizados e coloridos)

Não deixam passar luz e nem imagem

14

Como iluminar?

WB: Flash

Soft Box a 45°

Placa de Isopor

15

Montagem do set e função de cada luz

16

Verniz para tirar brilhos e dar aspecto gelado aos produtos

- Verniz fixador fosco
- Diminui os reflexos
- Dá um aspecto gelado
- Permite melhor fixação das gotas de água com glicerina

17

Como aplicar o verniz?

- Aplique com no mínimo 30 cm de distância.

18

Translúcidos: produtos que deixam passar luz, mas não deixam passar imagem através de sua superfície

19

Set:

- WB: Flash
- Soft box como luz principal a 45°
- Back light - luz para o fundo
- Placa de Isopor com luz de preenchimento.

20

Verniz para tirar brilhos e dar aspecto gelado aos produtos

- Verniz fixador fosco
- Diminui os reflexos
- Dá um aspecto gelado
- Permite melhor fixação das gotas de água com glicerina

21

Como aplicar o verniz?

- Aplique com no mínimo 30 cm de distância.

22

Criando gotas:

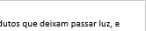
- Glicerina com água 50%/50%
- Dá um aspecto gelado
- Desperta a vontade de beber

23

Deixando a garrafa com aspecto gelado


24

Transparentes: produtos que deixam passar luz, e imagem através de sua superfície



Edição: Gerson - Imagem: do Pixabay

Part 1: Imagem de dois copos de vinho, um transparente e um opaco, sobre uma superfície reflexiva.



Edição: Gerson - Imagem: do Pixabay

Tarefa de casa

- Parte 1: Busque na internet referências de imagens de produtos opacos, translúcidos e transparentes ambientados.
- Parte 2: Salve as imagens selecionadas em seu celular para usá-las na próxima aula.

Edição: Gerson - Imagem: do Pixabay

25

26

27

Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

APÊNDICE 2: Sequência de *slides* de apoio à oficina 2

Fotografia aplicada à comunicação visual

Técnicas para produção de fotografia de comida

1

Lembrando...Quais áreas atuar?

2

A importância da imagem - fotografia

3

Fotografia de Produto x Ecommerce um realidade

4

Fotografia de Produto x Ecommerce

5

Vamos relembrar as regulagens?

6

Regulagens básicas da câmera

7

Regulagens Básicas da câmera para fotografia de comida com flash

- T: 1/125
- WB: Flash
- ISO 100

8

WB regule de acordo com a luz

MODOS DE BALANÇO DE BRANCO

AWB Auto, Tungstênio, Fluorescente, Luz do dia, Nublado, Flash, Sombra

9

Fotômetro: medir a luz do flash

10

Acessórios de iluminação

11

Como ligar e regular o flash

12

Use flash com soft box

13

Luz de Janela na fotografia de comida

14

Qual diafragma usar?

15

F: 22 ou 16 ou 11 - mais nitidez em tudo

16

F: 5.6 ou 4 ou 2.8 - menor nitidez, mais desfocado o fundo

17

Com ou sem ambientação?

Imagem com ambientação: além do objeto, o objetivo é do observador perceber movimento, regras, pessoas e outras formas dentro a cena produzida com um conceito. A ambientação deve valorizar o produto e não tirar a atenção dele, para isso usamos a técnica de fotografia de ambiente. Para ambientar a cena geralmente utilizamos roupas, objetos de decoração e fundos.

Imagem sem ambientação: Podemos dizer que é um trabalho mais técnico. O objetivo é do observador/consumidor saber em que consiste o produto. Nesse a imagem fica em foco e por isso é mais fácil de trabalhar a iluminação e a composição, pois a fundo da imagem pode ser modificada.

18

Ângulo/ altura da câmera

EXEMPLOS DE ÂNGULOS

19

Ângulo de câmera-zenital 90º

20

Ângulo de câmera – Plongée 45º

21

Ângulo de câmera – Frontal

22


A imagem tem que atrair o consumidor

23

- Valorizar o produto e evitar um bom cenário
- Deixar bem iluminado, e ter de mais brilho para a imagem
- Aumentar elementos no cenário para deixar o produto mais atrativo

24


A melhor foto sugere o produto melhor



O objetivo de uma fotografia de gastronomia é que o consumidor/observador consiga, por meio do seu olhar e imaginação, sentir o sabor, a textura, o cheiro do alimento e a experiência que ele pode viver comendo tal produto.


25

As pessoas escolhem os produtos por causa da fotografia da embalagem.




Entre vários fatores, a percepção de qualidade e preferência de uma marca se dá pela associação de imagens/fotografias relacionadas à tal marca (o olhar para a pessoa, como anúncios, comerciais, embalagens, materiais gráficos no ponto de venda, etc).

26



Bom, fotografias não são somente importantes para transmitir as características do alimento ao olhar o consumidor na hora da compra, mas também **fazem a diferença na percepção de qualidade e valor agregado da marca da empresa.**


27



Fazem a diferença na percepção de qualidade e valor agregado da marca da empresa.

28

Segue abaixo minhas 8 regras para fotografar comidas:




1. Tirar um ângulo do produto com o tripé e o celular (ou câmera) em cima.
2. Escolher o prato que será fotografado.
3. Escolher o ambiente em branco e neutro que não distraia o olhar.
4. Alinhar o eixo do prato com o eixo da lente.
5. Posicionar o prato com o fundo.
6. Limpar e higienizar todos os objetos e ambiente.
7. Tirar a foto para que os alimentos não sejam muito iluminados e nem muito escuros.
8. Tirar a foto com o celular.

29

E o que é mise en place? (por em ordem)

Mise en place é a organização dos alimentos e do local que o cozinheiro utiliza durante sua preparação.




30

Mise en place (por em ordem)

Escolha o fundo, os pratos, talheres, os ornamentos e todos os detalhes que serão usados na foto.


É muito importante ter um bom planejamento.



31


Importante

- Soler a iluminação que a fotografia deve transmitir: luz, reflexos, cores, sabores, etc.
- O planejamento principal e a escolha do fundo, dos pratos, talheres, etc.
- A escolha mais recente da comida, o ambiente, a iluminação, a mistura de texturas, etc.
- A escolha mais recente da comida, o ambiente, a iluminação, a mistura de texturas, etc.




32

Sem ambientação




33

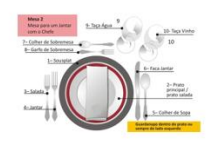
Com ambientação



34




35




36

LEO CARVALHO




37


GISELE ROUSSEAU



38




39




40

MARCIO SHAPIRO



41




42

CENOGRÁFIAS QUE USAREMOS


43

Sobremesa




44

Macarronada



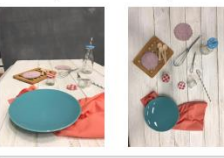
45

Sushi




46


Sugestões de Montagem




47



48



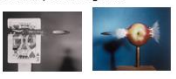








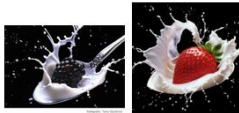














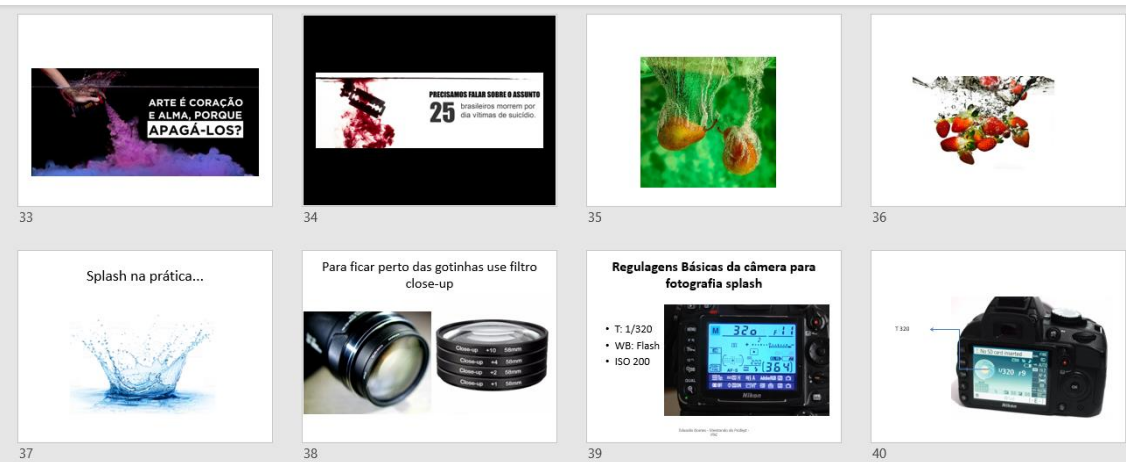
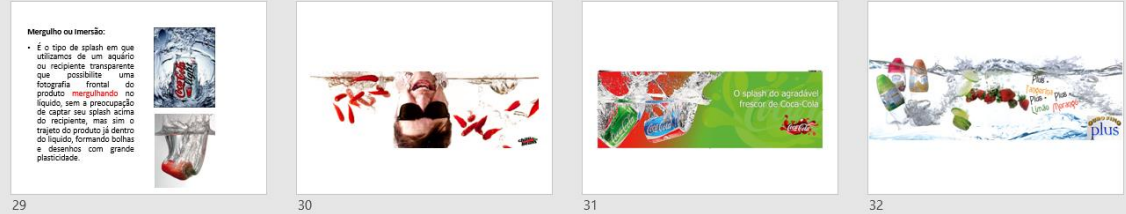
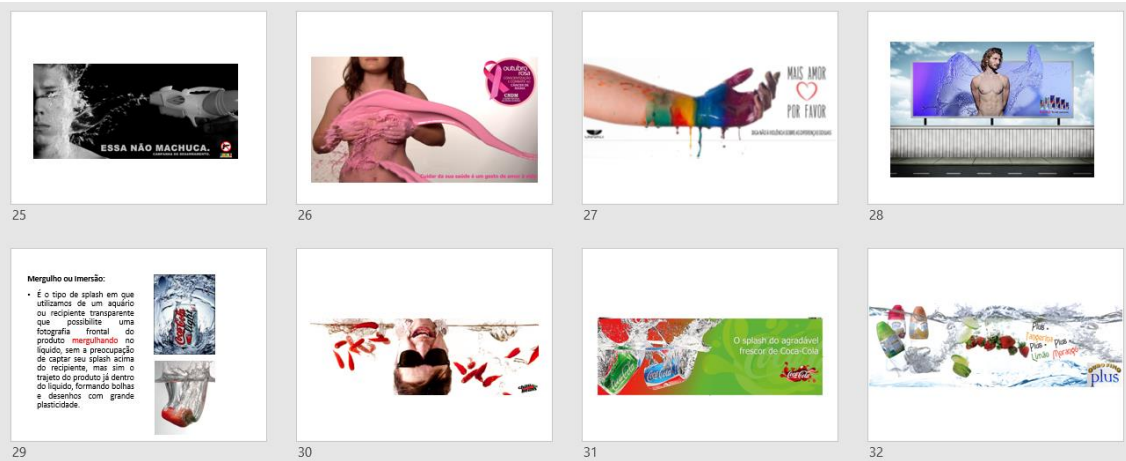
49




50

APÊNDICE 3: Sequência de *slides* de apoio à oficina 3

<p>Fotografia aplicada à comunicação visual</p> <p>Técnicas para produção de fotografia de Splash</p>  <p>1</p>	<p>O que é splash?</p> <ul style="list-style-type: none"> Se pegarmos o dicionário do inglês para o português vamos encontrar: respingo; mancha; pingo, salpico; som de um objeto a cair na água ou em outro líquido. enlamear; salpicar; respingar; pingar; chapinhar; destacar-se, o barulho da batida numa superfície líquida.  <p>2</p>	<p>Quando surgiu a técnica?</p> <ul style="list-style-type: none"> A técnica foi desenvolvida antes da Segunda Guerra Mundial pelo cientista e fotógrafo do Massachusetts Institute of Technology (MIT), de Boston, Harold Edgerton.  <p>3</p>	<p>Harold Edgerton</p>  <p>4</p>
<p>Para que serve o splash?</p> <ul style="list-style-type: none"> Todo mundo já viu aquele comercial de leite, de água mineral ou de achocolatado, onde tem um copo e um líquido que transborda num efeito de movimento. Pois é, este é o famoso Splash.  <p>5</p>	<p>O splash na publicidade...</p> <ul style="list-style-type: none"> Atualmente a técnica é muito usada em publicidade, na comunicação visual, principalmente de alimentos e bebidas, mas creio que seja usada em outros tipos de produtos. "O congelamento do movimento de um líquido é atemporal, refrescante e curioso, está repleta de detalhes que não podem ser observados a olho nu", explica Tony Genérico, referência no segmento da pais. Dica para referências de splash: www.tonygenerico.com.br e na publicação "Tudo, Splash".  <p>6</p>	<p>O grande fotógrafo do splash: Tony Genérico</p>  <p>7</p>	 <p>http://www.tonygenerico.com.br/curiosidades/tony-generico-foi-criador-do-splash/</p> <p>8</p>
<p>Ilustração de Splash</p>  <p>9</p>	 <p>10</p>	<p>Tipos de splash</p> <p>Alto Impacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> quando um objeto atinge uma lâmina líquida produzindo um splash com uma grande explosão. exemplo de fotografia de splash de alto impacto é a de um cubo de gelo caindo num copo d'água. Mas, precisamente, queremos captar o momento em que o cubo atinge a água e causa o splash.  <p>11</p>	 <p>12</p>
 <p>13</p>	 <p>http://www.tonygenerico.com.br/curiosidades/tony-generico-foi-criador-do-splash/</p> <p>14</p>	 <p>15</p>	 <p>16</p>
 <p>17</p>	 <p>18</p>	<p>Baixo Impacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> Quando utilizamos gotas e líquidos de menor impacto para atingirmos de forma suave o objeto já preparado. Tudo pelo simples controle do fluxo do líquido e aproveitando das vantagens hidrodinâmicas de um recipiente apropriado. Pontos importantes: a altura de que se deixa o fluido cair; a quantidade de água; e a natureza da superfície e o design do recipiente em que ela cai.  <p>19</p>	<p>Splash (gotas)</p>  <p>20</p>
 <p>http://www.youtube.com/watch?v=UcL6t0t0t0t</p> <p>21</p>	 <p>22</p>	 <p>23</p>	 <p>24</p>




Set de iluminação de splash de mergulho ou imersão



49

É possível fazer um sensor para o splash

- Para se obter precisão na hora do click existem circuitos que detectam através de movimento e som o momento exato do contato do objeto lançado ao líquido , possibilitando uma melhor captura da "coroa" do splash.




<http://bruneta.bolton.com.br/index.php?blog=4614>
<http://www.ademilson.com.br/forums/viewtopic.php?p=100000&highlight=splash>
<http://www.fotografia.com.br/forums/viewtopic.php?p=100000&highlight=splash>

50

Splash


- Tipo de iluminação
- É importante utilizar uma luz principal que irá iluminar a parte frontal do objeto quando esse for opaco.



51


Splash

- Um contra luz ou back light que irá ressaltar o splash, dando volume e contorno.
- Fundo preto por vezes resalta a beleza do splash
- Produtos translúcidos podem ser clicados com apenas um back light



52

Livros sobre splash do Tony Genérico



53