

Um referencial para a composição na fotografia de produto a partir de uma análise semiótica

A composition reference for product photography through semiotic analysis

ALBERTAZZI, Deise; Doutora; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia

deise.albertazzi@ifsc.edu.br

CAMARGO, Ana; Graduanda; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia

ana.lsc@aluno.ifsc.edu.br

Esta pesquisa é de natureza básica, e os objetivos ocorrem de forma exploratória, com o propósito de criar um referencial acerca da composição visual na fotografia de produto; investigar os efeitos das técnicas fotográficas aplicadas pelo autor sobre o resultado final da imagem e analisá-los com o método semiológico. Os processos fotográficos e seus múltiplos elementos enquanto fenômeno cultural são geradores de sentidos, assim, esta pesquisa busca evidenciar de que forma a composição e as técnicas usadas na fotografia podem contribuir para a percepção do leitor da imagem, buscando também se tornar um referencial sobre a composição visual no segmento de design de produto.

Palavras-chave: Fotografia de produto; Técnicas; Análise semiótica.

This is a basic research with exploratory objectives aimed at creating a product photography visual composition reference; investigate the effects of the photographic techniques applied by the author on the final result of the image and analyze them with the semiological method. The photographic processes and their multiple elements as a cultural phenomenon generate meanings, so this research seeks to show how the composition and techniques used in photography can contribute to the reader's perception of the picture , also seeking to become a reference on the visual composition in the product design sector.

Keywords: Product photography; Techniques; Semiotic analysis.

1 Introdução

Desde seu advento, a fotografia se tornou “terreno fértil” para investigações transversais capazes de abrir caminhos para a investigação crítica da realidade (UZÊDA; PINTO, 2017), ou seja, expandiu possibilidades para interpretações heterogêneas de cada imagem ou de uma mesma imagem. A construção da composição e organização visual torna-se fator importante para a capacidade da imagem de contar uma história, exaltando como todas as escolhas feitas pelo autor ante a foto determinam os resultados finais. Segundo Beceyro (2006), o fotógrafo trabalha com a organização disso que tem em frente a si; nesse sentido, a disposição, organização espacial dos elementos e posição das luzes e das sombras resultam em interpretações intencionadas pelo autor para quem observa. Essas intenções transmitidas pelo criador foram definidas pelo semiólogo Roland Barthes como “*Studium*”, e, segundo Fontanari (2006), reconhecê-lo significa que é inevitável encontrar tais intenções, podendo entrar em harmonia ou não, aprová-las ou não, mas sempre compreendê-las e discuti-las em si.

A composição no design e na fotografia é de significativa importância, visto que por meio dela a comunicação é possível de ocorrer entre o elemento emissor e receptor. E a Semiótica - ciência que visa estudar a construção dos significados - é, segundo Roland Barthes, a análise das definições que são atribuídas às situações sociais tidas como sistemas de significação; estudo das imagens, dos gestos, dos costumes, das tradições. Sendo um meio de analisar imagens e buscar pela decodificação dos significados, a Semiótica é um um meio para encontrar as relações entre as técnicas de composição fotográfica e a percepção do resultado final.

Entretanto, pesquisas sobre o tema ainda são incipientes no Brasil, portanto, é necessário a investigação e busca de respostas.

Objetiva-se, então, investigar como a técnica fotográfica influencia na percepção da fotografia de produto.

2 Metodologia

Para o desenvolvimento do embasamento teórico sobre a técnica fotográfica e composição, foram divididas três etapas principais (Figura 1), em que a primeira etapa se trata de uma pesquisa bibliográfica, na qual foi feito o levantamento da literatura sobre a temática - *Gestalt*, composição visual, técnicas fotográficas, fotografia de produto e Semiótica -, e, em seguida, a leitura e fichamento dos textos encontrados para que houvesse melhor entendimento e reunisse as principais ideias abordadas. Após isso, foi elaborado um mapeamento das técnicas fotográficas e a produção autoral de fotos com o uso dessas técnicas a fim de que essa pesquisa se torne um referencial no âmbito da composição visual da fotografia de produtos. Para a segunda etapa, foi elaborada uma busca de fotógrafos que utilizassem as técnicas abordadas na primeira etapa, tendo sido selecionadas nove imagens que se tornaram referência na terceira e última etapa. Nela, foi feita uma análise das imagens produzidas por eles com a finalidade de identificar se as técnicas utilizadas influenciaram na análise das fotos.

Figura 1 – Metodologia.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

3 Fundamentação teórica

O trabalho apresentado é um estudo para a realização de uma análise sobre como a técnica fotográfica pode influenciar na percepção da fotografia de produto. Portanto, é importante ressaltar que se trata de uma pesquisa de fotografia de produto. E os temas a serem abordados respectivamente, dentro desta pesquisa são: *Gestalt*, composição visual, técnicas fotográficas, fotografia de produto e Semiótica.

3.1 *Gestalt*

Criada pelos psicólogos Max Wertheimer, Kurt Koffka e Wolfgang Köhler (1912), a *Gestalt* trata da psicologia das formas e do estudo de como nosso cérebro comprehende e reage a elas.

Kurt Koffka (1912) afirma que o todo é diferente da soma das partes, ou seja, ao observar um grupo de objetos, notamos a sua totalidade antes de analisarmos individualmente e, posteriormente, organizamos de acordo com semelhança de forma, cor, textura, possibilitando assim a compreensão da mensagem proposta. Ao tentar identificar algo, avalia-se seu contorno e em seguida faz-se uma série de associações com formas que já se tem conhecimento. Apenas após isso, inicia-se a identificação das partes constituintes do objeto.

Os princípios da *Gestalt* referem-se à percepção e ao que é comunicado visualmente pelos objetos. A percepção está submetida às leis da *Gestalt*, são elas: Lei da pregnância, este princípio afirma que, ao nos depararmos com objetos de complexidade elevada, tendemos a associá-los com formas mais simples primeiro, em conformidade com Bradley (2010), mesmo que sejam mostradas aos indivíduos imagens complexas, eles filtram as informações presentes de modo que seu entendimento se dê de forma simples. A lei do fechamento segue a mesma linha da pregnância, pois busca simplificar o objeto, mas de forma que quem observa preenche as informações incompletas para chegar em um resultado. A lei da proximidade ocorre quando tendemos a agrupar os elementos pela sua proximidade, formando uma única unidade. A lei da similaridade expressa que objetos semelhantes tendem a ser agrupados juntos. A lei da continuidade estabelece que ao observarmos os elementos a direção do olhar ocorre de modo fluido. E, por fim, a lei da unificação dita que mesmo uma imagem abstrata pode ser interpretada, pois tendemos a preencher os espaços negativos e comprehendê-las.

Dado isso, a importância da *Gestalt* para a fotografia de produto está atrelada ao fato de ela estar em constante contribuição para os estudos da percepção, assim, permite esclarecer a forma como os objetos de estudo transportam uma narrativa.

3.2 Composição visual

A composição visual engloba, em si, a seleção dos elementos - linhas, cores, formas, espaço, textura, volume, luz e sombra - e a organização destes. O modo como organizamos estes elementos em uma superfície de uma imagem são chamados de princípios, dentre eles, estão o equilíbrio, contraste, repetição, ênfase, ritmo, proporção e unidade.

Dessa forma, é um processo fundamental para a fotografia, pois prevalece a narrativa do autor que comunica de forma comprehensível e significativa. "Criar uma imagem consiste em ir retirando do objeto todas as suas dimensões, uma a uma: o peso, o relevo, o perfume, a profundidade, o tempo, a continuidade e, é claro, o sentido." (BAUDRILLARD, 1997, p.32). Tal comunicação e transmissão de sentido entre autor e receptor depende da forma como o autor seleciona o que tem diante si e apresenta ao outro.

Todo o enquadramento é arbitrário e incompleto; sempre há, à direita e à esquerda, acima e abaixo, coisas que o fotógrafo elegeu não incluir, ou que não pode incluir. Às vezes se constrói a imagem com a tensão entre o que se mostra e o que se exclui. (BECHEYRO, 2006, p.121).

Dito isso, o autor é uma figura presente na fotografia e todas as escolhas feitas por ele interferem nos resultados finais, o que abrange desde a posição da lente em relação ao referente até o enquadramento, posição das luzes e sombras e organização espacial dos objetos selecionados, como reforçado por Webb (2014, p. 17): "O poder de comunicação de uma imagem pode mudar drasticamente com um pequeno ajuste de posicionamento, distância ou ângulo"

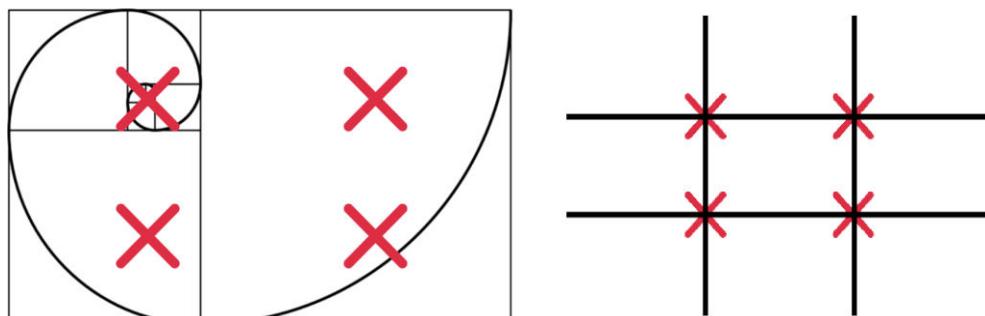
3.3 Técnicas fotográficas

Através das técnicas fotográficas, ocorre o posicionamento dos principais elementos da imagem. A utilização de técnicas fotográficas é uma das principais ferramentas que auxiliam o autor de uma imagem para que consiga equilíbrio entre os elementos, alinhamento dos objetivos e alcance o resultado almejado. Abaixo, são explicadas algumas das principais técnicas da composição fotográfica, bem como são ilustradas a partir de imagens produzidas pelos autores da pesquisa.

3.3.1 Regra dos terços

A regra dos terços é uma simplificação da proporção áurea (Figura 2), na qual o ponto focal da imagem, ou seja, setor de mais importância, fica nas intersecções entre as linhas horizontais e verticais (Figura 2). Existem quatro pontos focais que podem ser utilizados para dar destaque ao seu objeto de interesse na imagem e seu uso tem como função harmonizar os elementos presentes na imagem, proporcionando equilíbrio. Ebiner (2019) explica que imagens construídas a partir da regra dos terços possuem um maior equilíbrio e apelo visual, sendo mais agradáveis ao olhar do que imagens construídas a partir do posicionamento central do objeto.

Figura 2 – Espiral áurea e regra dos terços.



Fonte: Adaptado pelo autor.

A Figura 4 ilustra a aplicação da regra dos terços à fotografia de produto. Nela, uma caneca foi posicionada na linha vertical direita da regra dos terços. A abertura da caneca foi posicionada na intersecção direita superior, deixando uma margem em toda a imagem e encontrando um equilíbrio na foto, que agrada visualmente.

Figura 4 – Regra dos terços aplicada à fotografia.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

3.3.2 *Composição centrada e simetria*

Os elementos de uma imagem possuem um peso visual que é determinado, entre outros, pelo tamanho dos elementos da imagem e suas cores, capazes de criar um desequilíbrio visual (EBINER, 2019). A técnica de centralização de uma foto (figura 5) facilita o equilíbrio desses elementos, dando destaque aos objetos de interesse a partir de um posicionamento central destes. Essa técnica também é aplicada em momentos que o autor tem a possibilidade de simetria na imagem, que ocorre quando podemos dividir a imagem ao meio e obter semelhança entre as partes, trazendo harmonia e igualdade.

Figura 5 – Composição Centrada e simetria aplicada à fotografia.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

3.3.3 *Perspectiva*

A perspectiva é uma técnica de representação tridimensional - dada pelas dimensões altura, comprimento e largura - que pode transmitir sensações de profundidade e espessura aos itens abordados na imagem. Em uma fotografia, a perspectiva depende da distância focal da lente utilizada pelo fotógrafo e do ângulo adotado por este (EBINER, 2019). Lentes do tipo grande angulares levam a imagens em que os objetos mais próximos aparecam ser maiores e aqueles mais distantes aparecam ser menores, enquanto lentes do tipo teleobjetiva levam a uma percepção de achatamento entre planos (TAYLOR et al., 2021). O ângulo, por sua vez, indica a localização específica a partir da qual a foto foi capturada. Na Figura 6, é ilustrada a técnica de perspectiva aplicada à fotografia de um ângulo abaixo do produto.

Figura 6 – Perspectiva aplicada à fotografia.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

3.3.4 *Preto e branco*

Em seu surgimento, a fotografia tinha como característica as fotos em preto e branco, mas com a evolução da tecnologia isso deixou de ser uma limitação e se tornou uma escolha feita pelo autor. Essa técnica baseia-se na ausência de cores na imagem (figura 7), sendo trabalhada apenas em escala de cinzas. A ausência de cor faz com que se preste mais atenção aos demais elementos da imagem, assim aspectos como texturas, linhas e áreas com maior ou menor exposição são valorizados (EBINER, 2019).

Figura 7 – Preto e branco aplicado à fotografia.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

3.3.5 *Espaço negativo*

O espaço negativo, ou espaço em branco, refere-se à área ao redor do foco principal da imagem, o chamado espaço positivo. Fazer uso dessa técnica é um grande aliado para compor, pois permite enfatizar os objetos importantes presentes na imagem e causar um equilíbrio entre espaços positivos e negativos, evitando que as imagens fiquem sobrecarregadas de itens e não transmitam a mensagem necessária. No espaço negativo, removem-se distrações e o objeto pode parecer pequeno ou com maior importância, dependendo das escolhas do fotógrafo (EBINER, 2019). Na figura 8, é demonstrado a aplicação da técnica de espaço negativo em uma fotografia.

Figura 8 – Espaço Negativo aplicado à fotografia.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

3.4 Fotografia de produto

Como um segmento da fotografia profissional, a fotografia de produto são imagens produzidas com foco de expor um objeto principal, seja ele item de venda ou apenas de exposição e divulgação, além de ser importante na composição de instruções de uso em embalagens e manuais. Essas imagens possuem o intuito de oferecer destaque ao produto, podendo ser de uma marca ou não, de tal forma que transpasse ao receptor uma narrativa, valor ou um conceito pretendido. Este segmento possui capacidade de mostrar as qualidades do produto, o material utilizado, tamanho, textura, forma e cor, esta última, aponta Best (2012), sendo um elemento que deve ser representado com muita precisão ao se fotografar produtos.

3.5 Semiótica

No período *avant la lettre*, os filósofos Platão, Aristóteles, Galeano de Pérgamo e Santo Agostinho difundiram os estudos acerca da Semiótica - da raiz grega *Semeîon* ("signo"), e *sêma* ("sinal" ou "signo"). No entanto, foram os filósofos estóicos (300 a.C. a 200 d.C.) que criaram a teoria da significação, utilizando o modelo triádico [...] Consideraram que o signo é composto por três componentes: "[...] *semaínon*, que é o significante, a entidade percebida como signo; *semainómenon*, ou *lékton*, que corresponde à significação, ou significado; *tygchánon*, o evento ou o objeto ao qual o signo se refere [...]" (NÖTH, 1995, p. 32).

Segundo Peirce (2005, p. 46), tudo é signo; o qual, por sua vez, se refere àquilo que é perceptível à mente humana, simbolizando algo em certo contexto da ação.

E a semiótica, portanto, é a ciência dos signos, é a ciência de toda e qualquer linguagem [...] A semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido (SANTANELLA, 2005, p. 07).

Trata-se, então, do modo pelo qual acontece a construção do significado.

Os autores definiram a semiótica como um sistema dos signos hierárquicos relacionados à linguagem, como a língua, o código de trânsito, a arte, a música, ou a literatura (NÖTH, 1995).

O sistema de signos é resultante de um conhecimento gerado na prática da semiose, na qual ocorrem os contatos e reações. Nesse processo, existem três etapas de interpretação: a primeiridade, que é o primeiro estímulo à sensação e percepção; secundade, a reação é o ato ou pensamento proveniente do impacto do que foi percebido; terceiridade, na qual o signo é resultado do conhecimento gerado. Existem também 3 níveis semióticos: sintático, que se refere à relação dos signos entre si; semântico, sendo a relação entre o signo e o objeto empregado; e pragmático, que é a relação entre signo e receptor.

No design, portanto, a semiótica tem seu uso destinado para solucionar a comunicação entre o produto e seu destinatário.

4 Análise Semiótica

Foi realizada uma busca de fotógrafos e de suas técnicas, para que no total 18 imagens produzidas fossem analisadas pelo método semiótico de Peirce (1984). Esse método, foi utilizado com a finalidade identificar se as técnicas utilizadas influenciaram na percepção das fotos, apresenta como parâmetro a divisão de três classes: ícone, índice e símbolo.

Durante o estudo, foi reconhecido que técnicas como espaço negativo, simetria e regra dos terços são meios de dar destaque para um produto exposto ou propagandeado. Pois, ao utilizar de tais ferramentas, o autor imprime à fotografia ou à publicidade um destaque ou foco principal para o produto revelado que está sendo apresentado ao espectador.

Além disso, foi identificado que ao utilizar simetria e composição centrada os resultados finais entregues promovem a sensação de correto, ou seja, algo que se adequa às regras e que está perfeitamente colocado, e, também incita a harmonia e equilíbrio dos elementos da imagem para o observador.

Também foi notado que ao utilizar da perspectiva, o fotógrafo consegue transmitir a ideia de grandeza ou pequenez, uma vez que a foto é tirada de um ângulo abaixo dos produtos em destaque, faz com que pareçam visualmente maiores e até superiores a outros produtos da mesma categoria, sendo assim, uma ótima estratégia de publicidade, e quando é tirada através de um ângulo acima dos produtos, o resultado apresentado é que os produtos pareçam visualmente menores ou inferiores.

Ainda, no decorrer das análises, foi investigado o uso da técnica de contraluz como ferramenta para mostrar detalhes dos produtos, como material, silhueta e conteúdo interno, quando fotografado materiais transparentes.

Ademais, foi observado que a composição dos elementos ao entorno do produto exposto tem a capacidade de influenciar com maior intensidade na percepção da fotografia do que a utilização das técnicas como ferramenta exclusiva para isso, uma vez que, auxiliam a contar uma história por trás da imagem, como quando colocamos um produto qualquer na composição e adicionamos à sua volta ícones de especiarias e ervas naturais, assim, é reforçado que o produto tem uma origem proveniente de ingredientes naturais.

5 Coleta de dados

Como parte da análise das imagens selecionadas anteriormente e para comprovação dos efeitos de cada técnica de composição, foi desenvolvida uma pesquisa com o público, onde foi questionado para os respondentes a seguinte indagação: "Quais sensações ou expectativas esta foto lhe transmite? (Coloque até três palavras que representem seus sentimentos em relação a esta imagem)" e alcançadas 15 respostas sobre as imagens. O resultado das respostas foi essencial para observar qual a relação das respostas obtidas com as técnicas estabelecidas nas revelações fotográficas.

A primeira imagem analisada apresentava como produto principal uma embalagem de cápsulas. Entre as respostas alcançadas, as palavras que surgiram com mais frequência foram: saúde; natural; frescor; cuidado e saudável. As demais são: verão, dinamismo, leveza, impacto, sujeira, clareza, bagunça, vitalidade, explosão, queda, descoberta, curiosidade, movimento, vida, natureza, alegria, refrescante, tranquilidade, calmaria, pílula de vitaminas naturais, leve e orgânico. Pode-se observar que houve uma relação intrínseca com os elementos expostos ao redor do produto propagandeado, pois eram compostos por ervas naturais, plantas e colágeno. Nessa observação, não foi constatado relação das palavras com a técnica fotográfica utilizada, regra dos terços.

Figura 9 – Respostas.

cuidado alegria bagunca calmaria clareza curiosidade descoberta
frescor dinamismo explosao impacto leve leveza movimento
natural naturais natureza organico pilula proprio queda
saudavel saude refrescante respostas sujeira
saudade tranquiliade verao vida vitalidade vitaminas

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

A segunda imagem analisada apresentava como objetos principais uma embalagem de cereais e um pote sendo abastecido pelo conteúdo do produto. Entre as respostas alcançadas, as palavras que surgiram com mais frequência foram: fome; doce; crocância; diversão e desperdício. As demais são: abundância; agonia; café; chocolate; desorganização; docura; energia; foco; força; infância; movimento; natural; preguiça; seco; vontade e usabilidade. Pode-se observar que houve uma relação intrínseca com os elementos expostos na composição da imagem retratada, pois eram compostos por cereais à base de chocolate e o seu recipiente. Nessa observação, também não foi constatado relação das palavras com a técnica fotográfica utilizada (regra dos terços).

Figura 10 – Respostas.

abundancia agonia bagunca cafe chocolate **crocancia**
crocante desorganizacao desperdicio diversao
doce docura energia exagero foco **fome** forca gosto
infancia ma manha movimento natural preguiça seco usabilidade vontade

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

A terceira imagem analisada representa a técnica de simetria e composição centrada, nela é apresentada uma dentadura odontológica com um produto entre os dentes. Entre as respostas alcançadas, as palavras que surgiram com mais frequência foram: limpeza; agonia e saúde. As demais são: aflição; branco; bruxismo; bucal; claridade; *clean*; confusão; consultório; cuidado; desconforto; dor; duro; estranho; força; gelado; higiene; limpo; metal; receio; refrescância; resistente; sensibilidade; simplicidade. Pode-se observar que as palavras citadas retratavam sobre as funções dos produtos e a composição visual, na qual os objetos estavam expostos em um ambiente limpo e claro. Nessa observação, também não foi constatado relação das palavras com a técnica de simetria utilizada na fotografia.

Figura 11 – Respostas.

aflicao **agonia** branco bruxismo bucal claridade clean confusao
consultorio cuidado desconforto dor duro estranho forca gelado higiene
limpeza limpo metal receio recrescencia resistente
saudade sensibilidade simplicidade

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

A quarta imagem analisada apresentava uma casquinha de sorvete com uma maçã de conteúdo sendo segurada por uma mão enquanto era derramado mel por cima do todo. Entre as respostas alcançadas, as palavras que surgiram com mais frequência foram: doce; melado; verão; agonia e desconforto. As demais são: aflição; bagunça; calor; confusão; desagradável; estranho; exótico; fartura; fome; frescor; grude; grudento; meleca; nojo; oleosidade; pegajoso; sabores; sensualidade; sexy; sujeira e sujo. Pode-se observar que houve uma relação intrínseca com os elementos expostos na composição da imagem retratada e das suas características. Nessa observação, não foi constatado relação das palavras com a técnica fotográfica utilizada (simetria e composição centrada).

Figura 12 – Respostas.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

A quinta imagem analisada apresentava três latas de água com gás saborizadas vistas de uma perspectiva abaixo dos produtos. Entre as respostas alcançadas, as palavras que surgiram com mais frequência foram: refrescante; frescor; sede; verão e doce. As demais são: alto; bebida; calma; frio; gasoso; gelado; harmonia; hidratante; leveza; natural; nível; paz; praia; refrescância; refrescar; refresco; sabor; serenidade; simplicidade; sossego; suavidade; superioridade; tranquilidade; união. Pode-se observar que as palavras citadas pelos respondentes tiveram uma relação direta com o ambiente da imagem retratada, pois os produtos estavam expostos abaixo de um dia ensolarado e também com gotas de transpiração nas latas, indicando que o conteúdo estava gelado, passando a sensação de frescor. Nessa observação, foram encontradas respostas que tinham relação direta com a técnica utilizada, perspectiva, na qual “superioridade”, “alto” e “nível” foram citadas como palavras que representavam o sentimento do observador em relação à imagem.

Figura 13 – Respostas.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

A sexta imagem analisada representa a técnica de preto e branco, nela é apresentado um par de sapatos e ao fundo as pernas de uma mulher. Entre as respostas alcançadas, as palavras que surgiram com mais frequência foram: sensualidade, sexy e dor. As demais são: solidão; sofisticado; sério; sensual; romantismo; propaganda; Prada; pé; mulher; medo; intrigante;

força; empoderamento; elegância; curiosidade; classe; dominatrix; bonita; alto e agonia. Pode-se observar que as palavras citadas retratavam sobre a composição visual da imagem e o produto exposto. Nessa observação, também não foi constatado relação das palavras com a técnica de preto e branco.

Figura 14 – Respostas.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

A sétima imagem analisada representa a técnica de preto e branco, nela é apresentado um lápis envolto por flores e seu material cortado. Entre as respostas alcançadas, as palavras que surgiram com mais frequência foram: tristeza, morte e natureza. As demais são: arte; artístico; ballet; beleza; confusão; controle; criatividade; delicadeza; diferente; ecológico; equilíbrio; escuridão; fúnebre; harmonia; inesperado; luto; mente; morta; natural; paz; renascimento; sustentável e velório. Pode-se observar que as palavras citadas não retratavam apenas sobre a composição visual e o produto exposto, mas também abordavam aspectos sobre a técnica utilizada na fotografia, como quando citado os adjetivos “fúnebre” e “tristeza” para descrevê-la.

Figura 15 – Respostas.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

A oitava imagem analisada representa a técnica de espaço negativo, nela é apresentada uma raquete de tênis de mesa com chantilly sobre sua base sendo segurada por uma mão. Entre as respostas alcançadas, as palavras que surgiram com mais frequência foram: confusão; estranheza; leve; macio e sujeira. As demais são: agonia; alta pregnânci;a; angústia; caos; conflitantes; contraste; criatividade; desconexos; desconforto; divertido; elementos; errado; esquisito; inesperado; inusitado; ruim; segurança; surpresa e texturas. Pode-se observar que as palavras citadas retratavam sobre a composição visual da imagem e o produto exposto. Nessa observação, também não foi constatado relação das palavras com a técnica de espaço negativo.

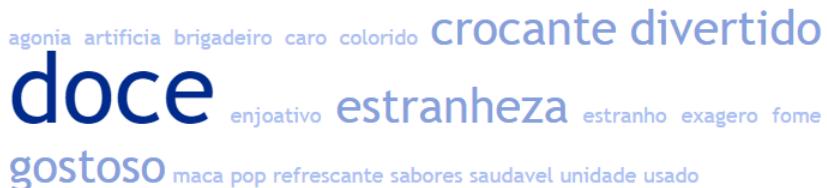
Figura 16 – Respostas.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

A nona, e última, imagem analisada pelo público também representa a técnica de espaço negativo, nela é apresentada uma maçã coberta por granulados. Entre as respostas alcançadas, as palavras que surgiram com mais frequência foram: doce; crocante; divertido; gostoso e estranheza. As demais são: agonia; artificial; brigadeiro; caro; colorido; enjoativo; estranho; exagero; fome; mistura; pop; refrescante; sabores; saudável; usado e unidade. Pode-se observar que as palavras citadas retratavam sobre a composição visual da imagem e o produto exposto. Nessa observação, assim como a anterior, não foi constatado relação das palavras com a técnica de espaço negativo.

Figura 17 – Respostas.



Fonte: Desenvolvido pelo autor.

6 Resultados alcançados

Durante o processo de análise semiótica, realizado na terceira etapa desta pesquisa, foi possível encontrar dados que indicaram a influência da técnica de composição na percepção fotográfica. Entretanto, após a análise das imagens por uma amostra de leitores das imagens estudadas, foi observado que a composição dos elementos ao entorno do produto exposto tem a competência de influenciar com maior veemência do que a técnica, como ferramenta exclusiva, durante o processo de percepção da fotografia. Não se percebeu uma maior influência, pelo público, ao se utilizar as técnicas: regras dos terços; simetria e composição centrada; espaço negativo e preto e branco. O uso da perspectiva de modo a valorizar e engrandecer o produto, no entanto, foi capaz de influenciar na percepção do público, indicando que a mudança na proporção dos elementos da cena, mais do que apenas a composição visual destes, pode ser responsável por um maior destaque visual na imagem.

7 Conclusão

O uso da técnica de composição fotográfica demonstrou ter pouco influenciado a percepção do público na análise realizada, com exceção do uso da perspectiva. Mais estudos são necessários para explorar o uso desta técnica, isolando-se os vários elementos da imagem - cores, texturas, iluminação e mesmo os produtos retratados - de modo a validar os achados desta pesquisa. Sugere-se, também, que nessa segunda pesquisa se expanda o número de participantes, dando mais robustez ao estudo e validação dos resultados.

Ainda que esta pesquisa tenha obtido resultados pouco expressivos para o uso da técnica fotográfica na composição da fotografia de produtos, ressalta-se a relevância desta pesquisa diante de um cenário de quase ausência de pesquisa científica sobre fotografia de produto. A fotografia de produtos - área de grande importância no campo do Design - carece de mais estudos, portanto esta pesquisa abre portas para uma expansão de conhecimento e interesse no campo.

Para finalizar, resultados indicam que o levantamento de um referencial em relação à composição fotográfica emerge com profunda relevância, já que um retrato adequado do produto propagandeado, por exemplo, auxilia na conquista de um maior público, além de direcionar melhor a mensagem a ser passada para o observador.

8 Agradecimentos

A autora do presente artigo é integrante do Programa de Educação Tutorial de Design de Produto do Instituto Federal de Santa Catarina, na condição de bolsista. Agradecemos à Secretaria de Ensino Superior (SESu) e ao Ministério da Educação (MEC) pelo apoio concedido.

9 Referências Bibliográficas

- BARTHES, Roland. **Elementos de Semiótica**. 16. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 2006. 118 p.
Tradução: Izidoro Blikstein.
- BEST, Kevin. **Still life photography:** how to create fine art still life photographs. [S.I.]: [S.e.], 2012
- BRADLEY, Steven. Gestalt Principles: How Are Your Designs Perceived? 2010. Disponível na internet por <http://www.vanseodesign.com/web-design/gestalt-principles-of-perception/>. Acesso em 22 nov. 2020.
- EBINER, Phil. **Photography Masterclass:** your complete guide to photography. [S.I.]: Video School Online Inc., 2019.
- FONTANARI, R. **Como ler imagens?** A lição de Roland Barthes. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 31, p. 144-155, abr. 2016.
- <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542016122392>. Acesso em: 22 nov. 2020
- FRAGA, Ceila Adriany de J. V. de O.; ZINGANO1, Ester Miriane. FOTOGRAFIA: linguagem visual. **Maiêutica:** Arte e Cultura, Indaial, v. 3, n. 1, p. 51-72, nov. 2015. Disponível em: https://publicacao.uniasselvi.com.br/index.php/ART_EaD/article/view/1358/0. Acesso em: 01 dez. 2020.
- GOMES JUNIOR, Adilson; BEZERRIL, Lenilson de Oliveira. **Estratégias do olhar fotográfico:** teoria e prática da linguagem visual. **Comfilotec:** Revista da graduação da FAPCOM, São Paulo, v. 5, n. 3, p. 133-142, 01 jun. 2017. Semestral. Disponível em: <https://www.fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-comfilotec/article/view/241>. Acesso em: 22 nov. 2020.
- GONÇALVES, Tatiana Fecchio. **Particularidades da análise fotográfica. Discursos Fotográficos**, Londrina, v. 5, n. 6, p. 229-244, 15 dez. 2009. Universidade Estadual de Londrina. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5433/1984-7939.2009v5n6p229>. Acesso em: 22 nov. 2020.
- <https://administradores.com.br/artigos/entendendo-e-usando-o-espaco-negativo-em-fotografia#:~:text=Espa%C3%A7o%20negativo%20%C3%A9%20uma%C3%A1rea,de%20objeto~%20em%20uma%20foto>. Acesso em: 01 dez. 2020

<https://www.creativebloq.com/graphic-design/gestalt-theory-10134960>. Acesso em: 02 dez. 2020.

<https://www.smashingmagazine.com/2014/03/design-principles-visual-perception-and-the-principles-of-gestalt/>. Acesso em: 02 dez. 2020.

LEITE, C. F. (2016). **Roland Barthes e a revelação profana da fotografia. Tríade**: Revista De Comunicação, Cultura E Mídia, 4(7). Disponível em: <http://189.108.239.212/ojs/index.php/triade/article/view/2545>. Acesso em: 22 nov. 2020.

MACHADO, A. (2019). **A fotografia como expressão do conceito.** *Studium*, (2), 5–23. Disponivel em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/studium/article/view/10021>. Acesso em: 01 dez. 2020

OLIVEIRA, Sandra Ramalho e. **Imagen também se lê**. São Paulo: Rosari, 2006. 190 p.

PINTO, Felipe Gonçalves; UZÊDA, Diego Dias. **À luz da imagem: processos fotográficos e a construção do olhar. Extensio**: Revista Eletrônica de Extensão, [S.L.], v. 14, n. 26, p. 84-96, 9 nov. 2017. Quadrimestral. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1807-0221.2017v14n26p84>. Acesso em: 22 nov. 2020.

QUEIROZ, João. Classificações de signos de C.S.Peirce: de 'on the logic of science' ao 'syllabus of certain topics of logic'. **Trans/Form/Ação**, [S.L.], v. 30, n. 2, p. 179-195, 2007. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0101-31732007000200012>. Acesso em: 01 dez. 2020

SILVA, Júlio César Riccó Plácido da; Taralli, Cibele Haddad; "ASPECTOS HISTÓRICOS DA FOTOGRAFIA NA BAUHAUS: LINGUAGEM E MEIOS DE REPRESENTAÇÃO NOS CURSOS DE DESIGN DE PRODUTO", p. 2795-2806 . In: **Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [Blucher Design Proceedings, v. 9, n. 2]**. São Paulo: Blucher, 2016. ISSN 2318-6968, DOI 10.5151/despro-ped2016-0239. Acesso em: 01 dez. 2020

TAYLOR, David et al. **Digital Photography complete course: everything you need to know in 20 weeks**. Nova Iorque: DK, 2021.

VIANNA, W.; CAMPOS, J. L. Fotografia, linguagem, design: uma rápida digressão. Agitprop (São Paulo), Ano IV, nº. 38, 2011. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vianna-campos-fotografia-linguagem-design-uma-breve-digressao.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2020

WEBB, Jeremy. **O design da fotografia**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.