

CADERNO DO PROFESSOR

GUIA ARTE DA FOTOGRAFIA

e campanhas de utilidade pública



Imagens
QUE
transformam

<input type="checkbox"/>	Sumário		<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	História da fotografia	4	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	As técnicas de fotografia	6	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Como fotografar com celular	8	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Água e as campanhas	10	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Exemplos de campanhas com água	12	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Como funciona o projeto	15	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Atividade pedagógica recomendada	16	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Regulamento	18	<input type="checkbox"/>

FLAMINGO COMUNICAÇÃO São Paulo - Brasil www.flamingocomunicacao.com.br	DIRETOR GERAL Peter Milko	TEXTOS Edson Grandisoli Cristiano Burmester adm@flamingocomunicacao.com.br
---	-------------------------------------	--

© 2023

Saiba mais em:

www.imagensquetransformam.com.br

LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



Patrocínio

Realização



MINISTÉRIO DA
CULTURA



UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Apresentação

Para contribuir com o estudo da relevância da água na nossa sociedade, convidamos você, educador, a incentivar a reflexão de seus alunos sobre esse tema com as ferramentas da fotografia e da criação de campanhas de utilidade pública.

Estamos considerando a água no seu aspecto mais amplo, na sua correlação com a saúde, com o lazer, com o consumo consciente e com as formas de garantir sua qualidade, preservando florestas, evitando o descarte inadequado de resíduos, investindo em saneamento.

Nossa proposta é que essa reflexão culmine com a produção de campanhas de utilidade pública sobre as várias facetas relacionadas com a água nas nossas vidas. A proposta é que seus alunos façam fotografias e escolham frases curtas que possam compor uma campanha publicitária.

As escolas que forem escolhidas pela votação popular e pela comissão julgadora ganharão workshops de fotografia e vão criar coletivamente uma campanha de utilidade pública profissional, com inspiração nas que foram feitas pelos alunos.

Essas campanhas (duas por cidade) serão veiculadas em mídias de relevância local, como outdoors, jornais ou portais de notícias.

Importante lembrar que todas as escolas participantes das dez cidades terão pelo menos uma campanha presente no livro do projeto, que será distribuído gratuitamente a todos. Nele vai constar o nome dos educadores responsáveis de cada escola.

Esperamos que essa abordagem, que reúne arte e educação, estimule a participação de seus alunos e incentive a formação de novos valores e atitudes em relação ao líquido mais precioso para a vida.

A comissão organizadora



Exemplo de campanha de utilidade pública elaborada por alunos, em projeto semelhante realizado em 2021. A campanha foi divulgada em um outdoor da cidade

História da fotografia

O REGISTRO FIEL DA REALIDADE

O surgimento da fotografia aconteceu oficialmente em 1839, na França. Sua invenção possibilitou o registro fiel da realidade, em contraponto à pintura. Daí em diante, além de pincéis, tintas, giz e lápis, a câmera fotográfica tornou-se um instrumento para registrar o cotidiano e a vida em geral. Com base no realismo exibido nas fotos, que rapidamente ganhou aceitação no mundo todo, a pintura passou a desenvolver estilos mais abstratos de representação da vida. No início, a foto era apenas em preto e branco, posteriormente, surgiu a película colorida e, mais recentemente, o formato digital.



**O daguerreótipo de Louis Jacques Mandé
Daguerre, a mãe das máquinas fotográficas**

No Brasil



Militão Augusto de Azevedo – Rua Direita, 1862

© 2

Poucos anos após sua invenção, a fotografia chegou ao Brasil. O imperador, D. Pedro 2º, já em 1840, adquiriu um equipamento em Paris. Seu entusiasmo com a novidade o levou a apoiar a fotografia no país como mecenas e colecionador. Fotógrafos pioneiros, brasileiros e estrangeiros estabelecem-se no país. Profissionais reconhecidos por seus retratos e registros da paisagem urbana como Marc Ferrez (1843-1923), no Rio de Janeiro, e Militão de Azevedo (1837-1905), em São Paulo, receberam estímulo oficial para desenvolver seu trabalho fotográfico. Ao ser expulso do Brasil, após a proclamação da República, D. Pedro 2º doou uma coleção de 25 mil fotografias para a Biblioteca Nacional no Rio de Janeiro.



Plantação de café por volta de 1900

© 3

Memória

O potencial documental da fotografia colocou-se de forma muito evidente desde seus primórdios. Apesar das limitações técnicas das primeiras décadas – em especial o longo tempo de registro da imagem que obrigava as pessoas a ficarem imóveis por alguns minutos –, os fotógrafos buscaram documentar tudo que viam pela frente. Construções de ferrovias, paisagens naturais grandiosas, retratos de artistas e políticos, momentos da vida em família, tudo era motivo para registrar o que podia ser visto, nesse que foi o primeiro ciclo da memória fotográfica dos tempos modernos.

© I E 2 REPRODUÇÃO, 3 E 4 BIBLIOTECA DO CONGRESSO DOS ESTADOS UNIDOS

Instantâneo

Próximo do ano 1900, a foto passou a ser registrada instantaneamente, em uma fração de segundo. Esse avanço tecnológico permitiu que o registro do cotidiano pudesse ser feito no seu decorrer natural, sem a necessidade de pose. A compreensão do potencial comunicativo da fotografia cresceu e a colocou como um importante meio de difusão do conhecimento. A fabricação de equipamentos portáteis deu maior agilidade aos fotógrafos, permitindo documentar novos aspectos da vida em sociedade.



Praia de Copacabana, Rio de Janeiro

© 4

As técnicas de fotografia

DIVERSOS ESTILOS MARCAM A OBRA DOS ARTISTAS

Alguns dos estilos da fotografia foram herdados da pintura, como o retrato, a paisagem, a natureza-morta, e transformados ou atualizados ao longo do tempo pelo trabalho de experimentação

dos fotógrafos. Outro conjunto de estilos é originário do desenvolvimento da própria técnica e linguagem fotográfica. Nesta vertente, se incluem o fotojornalismo, a moda e a publicidade.

✓ **O retrato** é considerado por muitos aquele com maior presença na história da fotografia. Sua produção pressupõe uma interação entre fotógrafo e retratado, e aí está seu principal desafio, pois tanto o artista quanto o personagem tentam impor seu ideal como imagem. A habilidade para o diálogo e a empatia para com o outro são competências que o retratista revela ao realizar seu trabalho.



© 1



^ Na mesma medida que fotógrafos precisam saber lidar com as alterações da luz natural, o controle dos elementos da composição, o posicionamento dos objetos e a definição da iluminação da cena é o modo de trabalho que define o estilo da **natureza-morta**, muitas vezes realizado em ambiente interno ou estúdio, mas, ocasionalmente, em locais externos.

>> Já a **paisagem** exige do fotógrafo um olhar amplo para o cenário, atento para as mudanças da luz natural com o passar das horas. A escolha do enquadramento procura revelar para o espectador novo ponto de vista sobre as cidades, a natureza e as obras arquitetônicas.



Mais linguagem

O aprimoramento tecnológico da fotografia, que incluiu câmeras portáteis, curto tempo de registro de imagem, película em preto e branco ou colorida e reprodutibilidade em larga escala permitiram o desenvolvimento de uma linguagem visual própria para as demandas do século 20. A expansão dos meios de comunicação para fins jornalísticos e publicitários a partir de 1940 e o compartilhamento de informações e imagens no formato digital a partir de 1990 auferiram à fotografia um papel essencial na comunicação da sociedade.



^ A comunicação de um conceito claro e definido é o que determina o estilo **publicitário**. Toda fotografia é repleta de nuances e detalhes, porém, para a difusão de uma mensagem de utilidade pública, a promoção de um produto, serviço ou ideia, é preciso utilizar o potencial de síntese da fotografia. O brasileiro German Lorca estabeleceu seu trabalho neste campo, que não se limita a uma técnica, mas sim se apropria de todos os elementos da linguagem fotográfica.



^ De outro modo, mas igualmente relevante, o norte-americano Irving Penn aplicou-se na elaboração de fotos de **moda**. Nesta vertente da fotografia, elementos técnicos de vários estilos colaboram no resultado da foto: a capacidade de diálogo, o controle da iluminação e o enquadramento do cenário.



^ Dentre muitos fotógrafos, o francês Henri Cartier-Bresson foi proeminente na construção de um olhar sobre a sociedade por meio de seus flagrantes da vida cotidiana, colaborando na definição do gênero **fotojornalismo**: espontaneidade de seus personagens, astúcia e percepção do contexto são marcantes em sua maneira de fotografar.

Como fotografar com celular

Vamos conhecer alguns conceitos e diretrizes gerais para a realização de fotos de boa qualidade visual com celulares, o que será muito útil para dar mais impacto nas campanhas de utilidade pública a serem criadas pelos alunos.

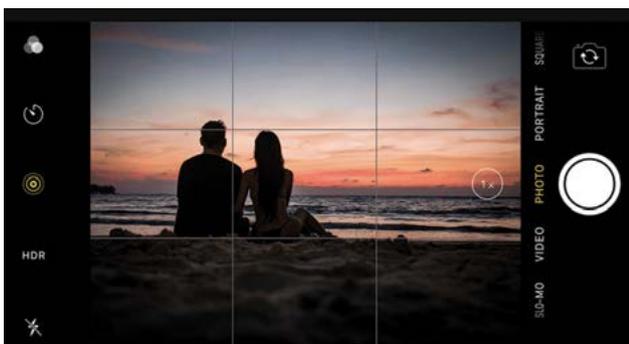
LIMPEZA

É indicado limpar a tela e a lente da câmera com um tecido de algodão macio, o que irá garantir o registro de uma imagem sem marcas ou imperfeições.



FLASH

Após ativar o modo da câmera fotográfica no celular, é recomendado desativar o flash para que o lampejo forte não interfira na luminosidade geral da imagem.



A FERRAMENTA GRADE OU "GRID"

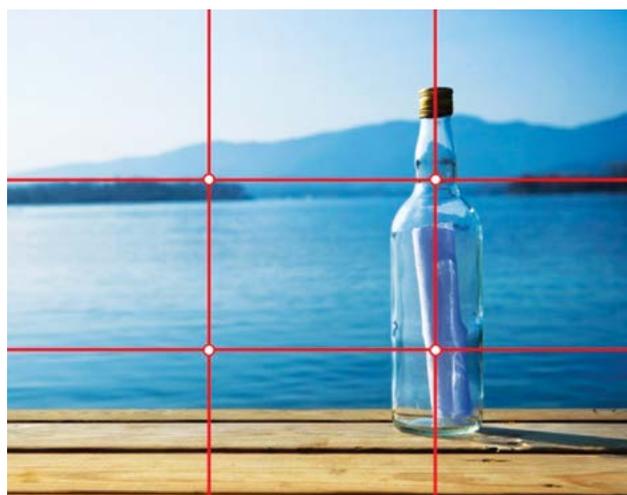
Se ela estiver disponível, seu uso é recomendável, pois as linhas-guia irão auxiliar a manter o plano do horizonte alinhado ou mesmo manter paredes

verticalmente paralelas. *Observe a imagem que apresenta este recurso:*

O tema a ser fotografado irá influenciar a posição do fotógrafo diante da pessoa, objeto ou cenário. Segurar o aparelho com as duas mãos é a melhor maneira para um resultado visual nítido e sem "borrão".

Diferentemente de uma câmera fotográfica, com o celular realizamos o enquadramento olhando para a imagem com os dois olhos, sem a necessidade do uso de um visor. Esta amplitude de visão pode causar distração e para que isso não ocorra é interessante atentar para alguns pontos relativos ao enquadramento.

Se o aparelho a ser usado possui as linhas-guia, aproveite para avaliar onde está posicionado o tema central da sua imagem. É natural do ser humano centralizar o destaque, porém, esta pode não ser a melhor solução. Divida a sua tela em três partes e experimente deslocar o assunto principal. Este procedimento é comumente chamado de regra dos terços e ajuda em uma composição mais efetiva para a imagem. *Veja o exemplo apresentado.*



O deslocamento da principal informação da imagem provoca certo desconforto no olhar e é justamente este efeito que irá estimular a atenção ao assunto apresentado.

O FOCO

O sistema de foco das câmeras irá sempre procurar garantir que todos os planos de uma cena estejam nítidos. No senso comum, este procedimento possui certa lógica, mas e se o objetivo da imagem for destacar determinado aspecto do assunto fotografado? Você pode definir o plano focal da imagem, tocando com seu dedo no ponto de destaque. *Veja as diferenças entre as imagens apresentadas abaixo.*



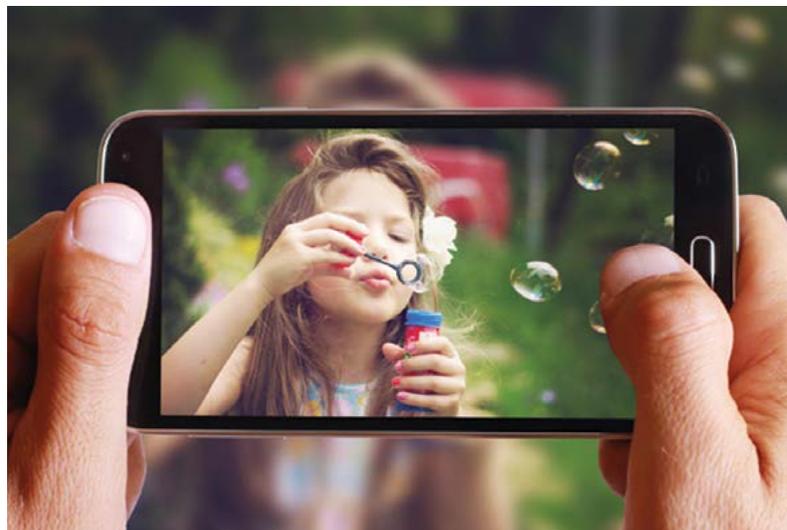
ENQUADRAMENTO

Facilidade e leveza dos dispositivos permitem muitas possibilidades de experimentação, especialmente com a variação do enquadramento. Ao fotografar em um ângulo em que o fotógrafo está posicionado abaixo do tema central, há a percepção de enaltecimento do assunto enquadrado. Caso sua opção for fotografar de uma posição superior ao tema selecionado, experimente um ângulo de visão de 90 graus para não provocar um resultado desfavorável. *Observe a imagem abaixo.*



CONEXÃO EMOCIONAL

O registro das emoções e a expressão facial das pessoas promove uma conexão emocional com quem é impactado pela imagem. Para isso, desenvolver a capacidade de aproximação individual é tão importante quanto não realizar movimentos bruscos e manter uma entonação suave no diálogo. *Observe o resultado da imagem abaixo.*



ELEMENTOS ESSENCIAIS

Por fim, uma boa imagem publicitária deve conter somente os elementos essenciais do assunto a ser comunicado. Se atenha ao necessário e crie pequenas variações de enquadramento, foco e posicionamento de objetos e pessoas.



Água e as campanhas

Além de ser fundamental em praticamente todos os processos biológicos e humanos, a água é tema recorrente na Educação Básica, sendo trabalhado sob diferentes aspectos.

Na BNCC o tema da água aparece associado aos componentes de Ciências, Biologia, Geografia e Matemática, mas, por sua importância, ele pode ser agregador no sentido de favorecer a criação de projetos de investigação verdadeiramente interdisciplinares, envolvendo outros componentes como História, Sociologia, Química, Física, Educação Física, entre tantos outros.

Apesar de sua relevância na vida de todos os seres vivos, a água também pode ser vista como um desafio, quando olhamos pela perspectiva do saneamento e da saúde, da produção de alimentos, dos eventos extremos como secas ou grandes inundações, etc.

Investigar e compreender a fundo essas temáticas parece cada vez mais importante, uma vez que o ser humano tem responsabilidade sobre cada um desses desafios e, ao mesmo tempo, deve procurar soluções para garantir os direitos humanos básicos com relação ao acesso à água de qualidade.



A agricultura, por meio da irrigação, é a atividade econômica que mais utiliza água no Brasil (cerca de 50% do total empregado) © 1



Construção de uma cisterna para dar segurança alimentar a famílias rurais de baixa renda atingidas pela seca ou falta regular de água

Os direitos da água

No site do Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), www.unicef.org/brazil, direitos humanos são definidos como: “[...] normas que reconhecem e protegem a dignidade de todos os seres humanos. Os direitos humanos regem o modo como os seres humanos individualmente vivem em sociedade e entre si, bem como sua relação com o Estado e as obrigações que o Estado tem em relação a eles. A lei dos direitos humanos obriga os governos a fazer algumas coisas e os impede de fazer outras. Os indivíduos também têm responsabilidades: usufruindo dos seus direitos humanos, devem respeitar os direitos dos outros. Nenhum governo, grupo ou indivíduo tem o direito de fazer qualquer coisa que viole os direitos de outra pessoa.”

Todos reconhecemos a importância da garantia dos direitos humanos para todos e todas sem

distinções. Mas e se a água tivesse uma voz? O que será que ela diria para nós? Quais seriam, afinal, os direitos da água?

Se desejar, faça esse exercício de criação dos “Direitos da Água” com seus alunos. Ele permitirá melhor compreensão sobre as percepções que eles têm sobre a água na sua região e nas suas vidas, tornando-se um exercício disparador interessante para as atividades de fotografia e elaboração de uma campanha de utilidade pública que estão propostas neste caderno.

A ÁGUA E SUAS MÚLTIPLAS CONEXÕES

Como discutimos anteriormente, apesar do tema da água ser trabalhado de forma mais intensiva por alguns componentes, ele tem o potencial de ampliar o repertório dos alunos, valorizando o pensamento crítico e sistêmico, e criando novas conexões entre diferentes temáticas ao olhar para

a sua realidade, para sua região, para o país e para o mundo.

Mesmo abordados muitas vezes de forma disciplinar e fragmentada, temas como alimentação, saúde, saneamento, consumo consciente, poluição, vida nos oceanos, eventos extremos climáticos, produção industrial, metabolismo vegetal e animal possuem um eixo de discussão e análise comum: a água.

Assim, apesar de propormos um trabalho focado em uma temática para a construção das campanhas de utilidade pública, é muito impor-

tante que você e seus alunos construam juntos diferentes conexões entre elas, a fim de colaborar para uma compreensão mais aprofundada de suas complexidades e ligações com o dia a dia.

A seguir, abordaremos alguns pontos das temáticas ligadas aos múltiplos usos da água que podem inspirar a criação de suas campanhas. Lembre-se de que é importante considerar na elaboração de cada uma a realidade do seu local, ou seja, as campanhas devem dialogar com seu contexto para torná-las mais significativas e impactantes para sua comunidade.

Exemplos de campanhas com água

1. ÁGUA E SAÚDE:

Quanto de água você bebe todos os dias?

A água é essencial para a saúde humana, pois é o meio onde ocorrem os processos metabólicos, colabora na manutenção da temperatura corporal e ajuda a diluir e eliminar substâncias tóxicas. Para que tudo isso transcorra de maneira adequada, a hidratação é necessária para prevenir uma série de problemas de saúde, incluindo dores de cabeça, fadiga, tontura, confusão mental e constipação.



2. ÁGUA E SANEAMENTO:

Qual é a situação sanitária de sua cidade?

O saneamento é fundamental na conservação das águas e na prevenção da propagação de doenças. Ter acesso à água de qualidade é um direito humano e é essencial para a saúde e o bem-estar. Isso inclui todas as outras formas de vida. Desse modo, garantir o acesso à água e

tratar os efluentes estão relacionados à saúde pública e manutenção da qualidade ambiental. Vale lembrar que saneamento se refere à água de qualidade, tratamento de esgoto e coleta de resíduos.

3. ÁGUA E CONSUMO:

Quanto e como a água é consumida na sua escola e comunidade?

Esse é um dos temas mais trabalhados na escola, e também um dos mais importantes.



Investigar como e quanta água usamos no nosso dia a dia, e quanta água está incorporada em diferentes produtos (água virtual) permite que repensemos nossas práticas individuais e coletivas, visando limitar a pressão sobre esse recurso tão necessário e garantir abastecimento regular de qualidade. O consumo consciente de água também pode ajudar a reduzir as contas de água e os custos de energia.

4. ÁGUA E ALIMENTO:

Quais as relações entre água e agricultura na sua região?

Sem água de qualidade, não há alimento de

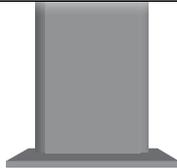


qualidade e em boa variedade. A agricultura, por meio da irrigação, é a atividade econômica que mais utiliza água no Brasil (cerca de 50% do total empregado). Apesar de a maioria das campanhas de utilidade pública focarem no uso consciente relacionado ao abastecimento urbano, ele representa menos de 25% do consumo total. É essencial olhar criticamente para essa realidade e buscar caminhos para a conservação do nosso patrimônio hídrico.

5. ÁGUA E FLORESTA:

Por que preservar as florestas é também garantir água de qualidade?

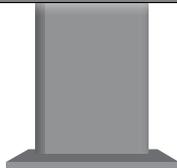
A floresta produz água. Nascentes e riachos dependem do ambiente preservado para continuarem existindo, bem como dependem da água todos os seres vivos, incluindo nós mesmos. Sendo assim, há uma grande relação entre as florestas e a disponibilidade de água em quantidade e qualidade. Uma das melhores formas de "plantar água" é por meio de práticas



de reflorestamento. Plantar espécies nativas em encostas e matas ciliares desmatadas, por exemplo, garante que a água esteja presente no presente e para o futuro.

6. ÁGUA E RESÍDUOS:

Para onde vão os resíduos jogados na rua?



Se sua cidade enfrenta enchentes todos os anos, essa é uma relação direta com os resíduos. Além de poluir córregos, riachos e rios (e ser feio para quem olha), os resíduos sólidos colaboram com as enchentes e, conseqüentemente, afetam a vida de milhares de pessoas, sobretudo aquelas em situação de maior vulnerabilidade. Os resíduos descartados de modo irregular entopem bueiros e bocas de lobo, poluem corpos de água e, no final desse caminho, afetam os oceanos, como veremos a seguir.



7. ÁGUA E OCEANOS:

Como a vida nas cidades impacta os oceanos?

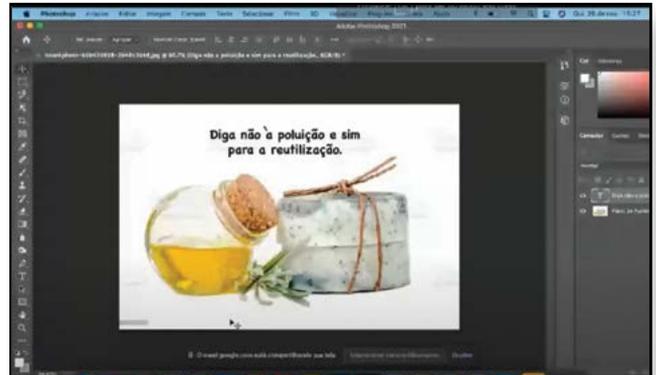
Todo rio chega no mar. Você sem dúvida já ouviu essa frase no seu tempo de escola. E é verdade. A vida nas zonas urbanas e rurais afetam diretamente a vida nos oceanos. O exemplo mais emblemático dessa relação é a previsão de que, em 2050, haverá mais plásticos que peixes nos oceanos. Ainda conhecemos pouco os oceanos, então é fundamental pensarmos em sua conservação no presente e para as gerações futuras.

Como funciona o projeto

"Diga não à poluição e sim para a reutilização"



Frase e foto do aluno que inspirou a campanha



Workshop digital com os alunos escolhe uma foto profissional e faz a diagramação da campanha com monitoria de publicitário



Campanha finalizada pelos alunos é veiculada em outdoor ou jornal da cidade



Atividade pedagógica recomendada

Sugestão de ciclo: 6^o ao 9^o anos – **Aulas previstas:** 5 – **Componentes envolvidos:** Ciências, Geografia e Artes.

Objetivos: Compreender que a água é parte fundamental da manutenção de diversos processos naturais e humanos. Investigar a complexidade da interligação entre esses diferentes processos. Realizar um exercício de reflexão crítica associado ao seu uso consciente da água. Produzir campanhas de utilidade pública que destaquem os temas discutidos.

Conteúdos: água, alimentação, florestas, resíduos, saúde, consumo.

Materiais necessários: computador para pesquisa, celular com câmera, papel kraft ou flipchart e canetas hidrocor.

Competências gerais da BNCC: 1, 2, 3, 4, 5, 7 e 10.

1ª ETAPA (1 AULA)

Nesse início, é muito importante fazer uma análise do conhecimento prévio dos estudantes. Para isso, sugerimos duas atividades.

Alvo das cores:

a. Desenhe um grande círculo em uma folha de papel kraft, A3 ou flipchart.

b. Usando canetinhas hidrocor, solicite aos estudantes que desenhem pequenos círculos coloridos dentro do círculo maior, seguindo a ideia de que:

Cor verde: acho que sei muito sobre o tema da água;

Cor amarela: acho que sei alguma coisa sobre o tema da água;

Cor vermelha: acho que sei pouco sobre o tema da água. Esse recurso é bastante visual, e deve ser aplicado, também, ao final das atividades, permitindo a comparação das percepções dos estudantes antes e depois.

Nuvem de palavras:

Na sequência, construa com seus estudantes uma nuvem de palavras utilizando a seguinte questão:

Quais palavras (no máximo 3) lhe vêm à mente quando ouve a palavra “água”?

Os estudantes, individualmente, escrevem as palavras em seu caderno, notas adesivas ou em aplicativos on-line

(como o [®]Mentimeter). Agrupem as palavras por similaridade e dialoguem sobre o significado delas em seu conjunto. No final, anatem as principais temáticas surgidas.

2ª ETAPA (2 AULAS)

Divida os estudantes em quartetos.

Apresente uma breve aula expositiva e dialogada sobre a temática da água, que tenha como base os pontos fortes e frágeis do levantamento feito na etapa anterior. Solicite que cada quarteto elabore um mapa de conceitos sobre a temática da água. Essa estratégia permite que os estudantes criem novas conexões entre diferentes aspectos envolvendo o uso da água e sua importância.

Se puder, aprenda mais sobre um mapa de conceitos aqui: <https://www.youtube.com/watch?v=aFOUblN1Eg> Veja um exemplo de mapa de conceitos aqui: <http://proavirtualg49.pbworks.com/f/%C3%A1gua2.jpg>

Solicite que os estudantes colemb seus mapas conceituais no mural da sala, permitindo que as informações sejam compartilhadas. Como tarefa de casa, os estudantes, em duplas, devem escolher uma única temática relacionada à água para trabalhar na forma de campanha de utilidade pública. O ideal é que vários temas distintos sejam trabalhados na classe.



3ª ETAPA (2 AULAS)

Peça às duplas que compartilhem na lousa a temática que escolheram.

Depois dessa listagem, as duplas devem fazer uma pesquisa na internet por fotos e/ou campanhas publicitárias, para que se inspirem e criem suas próprias ideias. Você pode ajudá-los apresentando as seguintes questões:

- Quais fotografias ilustram melhor a mensagem que querem passar?
- Elas ilustram um problema ou uma solução?
- Essas fotografias podem ser feitas com seu celular?
- Onde elas poderiam ser feitas?
- Qual frase curta, de efeito, você criaria para sua campanha de utilidade pública?

Em seguida, oriente as duplas a desenharem a cena que planejaram fotografar, avaliando o melhor local para fazê-lo. Nesse desenho, peça que já criem uma frase curta, de efeito.

Questione os alunos se o desenho e a frase vão criar impacto no público geral da cidade e se a linguagem é acessível. Se alguns concluírem que devem modificar a mensagem, é importante incentivar que melhorem o desenho e a frase, ou criem outra campanha.

Lembre-os que as campanhas escolhidas serão veiculadas em mídias de relevância local da cidade, como jornal, outdoor ou portais de notícias. E que todas as escolas terão pelo menos uma campanha registrada no livro de fechamento do projeto, com o nome dos professores e alunos envolvidos.

4ª ETAPA (1 AULA)

Depois de definir a foto e a frase, cada dupla deve anotar 2 (dois) Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) em que suas campanhas se inserem.

Cada dupla compartilhará a sua campanha de utilidade pública com os demais grupos, permitindo que todos se expressem sobre o impacto que sentiram.

O professor poderá montar uma forma colaborativa de decisão para escolher quais campanhas enviar. Poderão ser enviadas no mínimo 4 e no máximo 8 campanhas, por meio de upload no site do projeto.

5ª ETAPA (1 AULA)

O professor deverá acessar o site www.imagensquetransformam.com.br e clicar na aba "Inscrição". É necessário responder algumas perguntas e relatar como foi o desenvolvimento do trabalho com os alunos. Este relato é muito importante e é um dos critérios avaliados pela comissão julgadora. Após o preenchimento dos dados, o professor deverá enviar por escola no mínimo 6 e no máximo 10 fotos (cada campanha é composta de uma fotografia associada a uma frase de até 10 palavras) para concorrer ao Dia da Imagem. Os arquivos devem conter o nome do professor responsável (máximo de 2), dos integrantes do grupo (máximo de 4) e a **foto com resolução mínima de 300 e máxima de 600 DPI**.

Regulamento

Saiba como participar do projeto e concorrer ao Dia da Imagem na sua escola

I: APRESENTAÇÃO

1. O projeto **IMAGENS QUE TRANSFORMAM** na sua cidade tem como foco a reflexão sobre o tema água.

2. O projeto consiste em uma oficina de formação para professores de todas as escolas interessadas; estudo do tema na sala de aula, produção de campanhas de utilidade pública por grupos de alunos; preenchimento de relatório pelos professores; avaliação e seleção dos trabalhos de conclusão por comissão julgadora e votação popular. As duas escolas escolhidas em cada cidade receberão o Dia da Imagem, que consiste em um workshop de fotografia e na produção de campanhas de utilidade pública.

II: ORGANIZAÇÃO

1. O projeto **IMAGENS QUE TRANSFORMAM** é organizado pela Flamingo Comunicação, doravante denominada Organizadora.

2. Cada escola poderá ter apenas um professor responsável. O número de salas de aula que o professor responsável trabalhar é ilimitado.

III: PARTICIPANTES

1. O projeto é aberto exclusivamente a alunos e professores de escolas públicas municipais e estaduais de Ensino Fundamental II das cidades participantes.

IV: OS TRABALHOS

1. Concluída a última atividade de cada escola descrita neste caderno, o responsável pela inscrição deverá reunir no mínimo 6 e no máximo 10 fotos e frases que julgar mais pertinentes ao tema, produzidas pelos alunos. Cada campanha, contendo uma fotografia e uma frase de até 10 palavras, deve ser inscrita no site **www.imagensquetransformam.com.br**

2. As campanhas escolhidas nas votações serão usadas como inspiração para o workshop de fotografia e de campanhas de utilidade pública.

3. As campanhas devem ser acompanhadas de um relatório do professor, disponível no site do projeto, que deverá ser preenchido pelo professor responsável pela atividade na escola.

V: ENVIO DAS PRODUÇÕES

1. A participação no projeto **IMAGENS QUE TRANSFORMAM** é totalmente gratuita.

2. Ao se inscreverem, todos os alunos(as) e professores aceitam automaticamente todas as cláusulas e condições estabelecidas no presente regulamento.

3. Os autores das fotografias e frases responderão por eventuais penalidades constantes na Lei 9.610/98, que trata dos direitos autorais.

4. O professor responsável deverá enviar as fotografias e frases dos alunos e responder o relatório do professor por meio do site: **www.imagensquetransformam.com.br**

5. Os professores que não participarem da oficina de formação poderão fazer o download do guia “Arte da Fotografia” no site do projeto.

6. O prazo máximo para a inscrição das escolas no site será informado pela Organizadora por e-mail e/ou WhatsApp.

VI: ESCOLHA DAS ESCOLAS

1. Em cada cidade participante, duas escolas serão escolhidas e ganharão o Dia da Imagem. Uma será escolhida pela comissão julgadora e outra por votação popular no site.

2. Os critérios de julgamento serão: criatividade, originalidade, coerência do argumento em relação ao tema e descrição do envolvimento dos alunos, atestado pelo relatório do professor.

3. É da competência da comissão julgadora selecionar uma das escolas que ganhará o Dia da Imagem em cada cidade.

4. A decisão da comissão julgadora é soberana, não sendo admitido qualquer tipo de recurso.

5. A escolha da outra escola vencedora será por votação popular.

6. A votação popular será realizada por meio de plataforma digital. A responsabilidade da Organizadora se limita à contagem correta dos votos.

7. Todos os inscritos serão informados pela Organizadora sobre as escolas escolhidas para receber o Dia da Imagem, por e-mail, WhatsApp/e ou telefone.

VII: PREMIAÇÃO

1. As duas escolas selecionadas de cada cidade ganharão o Dia da Imagem, composto por:

– um workshop de fotografia e campanhas de utilidade pública para alunos com 20 vagas, coordenada por um especialista indicado pela Organizadora.

2. Essas atividades ocorrerão em um dia a ser definido em comum acordo com as escolas escolhidas.

3. A seleção dos 20 alunos participantes do Dia da Imagem será feita pelo professor responsável pela inscrição.

4. A participação dos alunos no Dia da Imagem só será permitida mediante autorização de uso de imagem assinada pelo pai ou responsável legal.

5. A Organizadora providenciará o material necessário para a execução de todas as atividades do workshop e dos profissionais envolvidos.

VIII: DIVULGAÇÃO DOS TRABALHOS

1. As campanhas dos alunos finalistas e as fotos das atividades realizadas no Dia da Imagem serão divulgadas no livro “Arte da Fotografia”, que será distribuído gratuitamente para todas as escolas participantes.

2. As campanhas de utilidade pública produzidas no workshop serão divulgadas em mídias de relevância local da cidade (jornal, outdoor, portal digital, ou outro meio).

IX: DISPOSIÇÕES GERAIS

1. Em momento algum poderá a Organizadora ser responsável por inscrições perdidas, atrasadas, enviadas erroneamente, incompletas, incorretas, inválidas ou imprecisas.

2. A Organizadora não se responsabiliza por quaisquer custos referentes à confecção dos trabalhos em sala de aula.

3. Todos os participantes do projeto autorizam o uso gratuito de suas obras, seu nome e sua imagem para divulgação, a ser realizada pelos patrocinadores e pela Flamingo Comunicação ou coligadas. Inclui-se nessa permissão a reprodução parcial e/ou integral das obras por tempo indeterminado. As fotografias e campanhas produzidas pelos alunos poderão ser expostas, veiculadas e reproduzidas em todas as mídias e em todos os eventos do interesse dos patrocinadores e pela Flamingo Comunicação e suas coligadas, sob qualquer forma, por meios de comunicação de todo o país, respeitando o conteúdo essencial do trabalho e garantida a citação da fonte e identificação do autor.

4. Os professores e alunos participantes do projeto renunciam desde já a receber contrapartida financeira.

5. O não cumprimento de qualquer item do regulamento implica a exclusão do professor inscrito, não tendo este lugar para recurso.

6. Quaisquer dúvidas sobre o projeto devem ser encaminhadas para o e-mail: educacao@edhorizonte.com.br

Saiba mais em:

www.imagensquetransformam.com.br

LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



Patrocínio

ÁGUAS
 **GUARIROBA**

ÁGUAS DE
 **MANAUS**

ÁGUAS DE
 **PENHA**

ÁGUAS DO
 **RIO**

ÁGUAS DE
 **SÃO FRANCISCO**

ÁGUAS DE
 **SÃO FRANCISCO DO SUL**

instituto
 **aegea**

Realização



MINISTÉRIO DA
CULTURA

