



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA/ UAB  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO  
ESPECIALIZAÇÃO EM MÍDIAS NA EDUCAÇÃO**

## **O USO DA IMAGEM COMO LINGUAGEM EM SALA DE AULA**

Este artigo é apresentado ao Programa de Pós-graduação à Distância da UFSM/UAB como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Mídias na Educação.

**Terezinha Ivonice Santos de Carvalho**  
**Orientador: Prof. Dr. Carlos Gustavo Hoelzel**

Santa Maria, 19 de novembro de 2010

# O USO DA IMAGEM COMO LINGUAGEM EM SALA DE AULA

Terezinha Ivonice Santos de Carvalho

Orientador: Prof. Dr. Carlos Gustavo Hoelzel

**Resumo:** Entre os recursos midiáticos, a imagem é um dos veículos facilitadores para o ensino-aprendizagem. Todavia, o uso desta em sala de aula como ferramenta pedagógica tem sofrido grande resistência por parte dos educadores, habituada às formas tradicionais de linguagens. A imagem é uma realidade que faz parte do mundo do educando e, corroborando com sua finalidade de poder persuasivo, cada vez mais ela invade os mesmos espaços que, erroneamente, supomos ter o "controle". Essa disputa de espaço entre o espectador e a imagem, impossibilita ignorá-la, pois esta atitude nos colocaria na posição de omissos aos possíveis efeitos negativos destas sobre aqueles que não se preparam para assimilá-la com discernimento, no caso, nosso aluno e sua relação com o mundo. Visando colaborar para o início de uma difícil, porém necessária reversão desta realidade, esse trabalho tem como objetivo demonstrar, a partir de pesquisas e, por fim, de exemplos concretos, que o uso da imagem em sala de aula como linguagem, é tão ou mais produtivo do que outros métodos tradicionais.

**Palavras-chave:** imagem, publicidade e propaganda, leitura crítica.

## THE USE OF THE IMAGE AS LANGUAGE IN CLASSROOM

**Abstract:** Between the resources of the media, the image is one of the vehicles what make easy the teaching-apprenticeship. However, the use of this in classroom as pedagogic tool has been suffering great resistance for part of the educators, got used to the traditional forms of languages. The image is a reality that makes part of the world of educating and, corroborating with his finality of persuasive power, more and more it invades the same spaces that we, erroneously, suppose to have the "control". That one quarrels of space between the viewer and the image, makes impossible to ignore it, since this attitude would place us in the position when of they were omitted to the possible negative effects of this on that that are not prepared to assimilate it with discernment, in the case, our pupil and his relation with the world. Aiming to collaborate for the beginning of a difficult one, however necessary reversion of this reality, this work has the objective to demonstrate, from inquiries and, finally, of concrete examples, that the use of the image as language in classroom, is so or more productive than other traditional methods.

**Keywords:** image, publicity and propaganda, critical reading.

### Introdução

A possibilidade de exploração do uso da imagem em sala de aula como ferramenta pedagógica, parte da premissa de que a imagem faz parte do cotidiano do educador/educando sem que se apreenda a necessidade da compreensão que a ferramenta proposta possibilita. No entanto, a realidade da sala de aula demonstra que o educador prioriza a linguagem verbal em detrimento da linguagem visual.

Tendo em vista essa problemática, o trabalho ora proposto tem como objetivo demonstrar que a exploração do uso da imagem, já aplicada em experiências em sala de aula, possibilita uma releitura do termo linguagem visual, frente a quase tudo que, até então, considera-se ter aprendido. É uma reflexão acerca da inevitável presença da mídia como ferramenta didática, ou seja, a prática do professor deve utilizar recursos que vão além do livro didático.

Como ponto fundamental a ser abordado nesta discussão, destaca-se a contemporânea relação, íntima e necessária, entre as mídias e a escola. Os diferentes meios interpretativos, fruto dessas experiências, aliada à fundamentação teórica e à pesquisa feita entre educadores, permitem formar um juízo da intencionalidade e da eficácia da exploração do uso da imagem em sala de aula. Neste sentido, o que se segue corrobora com a idéia da necessidade de que os cursos de graduação façam germinar essa ferramenta pedagógica, visando sua aplicabilidade em sala de aula de forma efetiva e técnica nas diferentes disciplinas oferecidas nas bases curriculares.

## **1 – Linguagem visual**

As imagens são importantes recursos para a comunicação de ideias. No entanto, além da indescritível importância como recursos para a visualização, contribuindo para a inteligibilidade de diferentes tipos de textos, também desempenham um papel fundamental na constituição das linguagens e na sua conceituação. A escola entra nesse processo como um lugar de tematização e discussão desses conteúdos e formas midiáticas. O professor, profissional que poderia se pensar que desapareceria com o advento da internet e dos telecursos, tem o papel central nessa relação dialógica entre a oferta midiática e o contexto escolar.

Se assim for considerado, os professores terão que tematizar a mídia. Logicamente, fala-se do seu conteúdo que poderá ser trabalhado no contexto escolar. Os temas geradores de Paulo Freire são a materialização dessa posição. Porém, os temas geradores devem partir da realidade do aluno, relacionando com os conteúdos propostos pelo professor. Nesse sentido, Porto (1998) enfatiza que a partir da presença dos meios massivos e eletrônicos, surge um alerta para os

educadores no que diz respeito à transmissão/construção de conhecimentos, valores, conceitos e culturas.

Além disso, Duarte et al (2004) salientam que os estudos das relações entre mídia e crianças e adolescentes “pode ajudar a compreender o papel que as mídias desempenham no cotidiano delas(...) e em seus processos de construção de conhecimentos” (SETTON; FRANCO; et al, 2004, p. 38). Esse bombardear de informações que chegam sob diferentes apelos sensoriais, deve ser problematizado pelos professores, auxiliando-os, assim, a compreender as apropriações realizadas pelos seus alunos, a interpretação, a percepção das manifestações culturais do mundo, a partir dos valores sociais contextualizados com a cultura do aluno. Nesse particular, Porto (1998) defende que é importante que a escola defina, não de antemão, o que é significado ou não para o aluno, em função de sua cultura de origem, mas considere os diferentes seguimentos culturais presentes na escola. Com isso, os significados para os alunos surgem e são constituídos a partir das experiências deste, respeitando as iniciativas do professor.

Considerando-se que a linguagem visual se constitui em um sistema de representação simbólica, influenciada por princípios que organizam possibilidades de representação e de significação em uma dada cultura, não se problematiza só a própria linguagem visual, mas também o que está envolvido em toda a sua leitura. A linguagem visual é considerada um processo de construção de sentidos, no qual jogam a intencionalidade do autor, a materialidade do texto e as possibilidades de ressignificação do leitor, conforme salienta Orlandi (1999).

Seja do ponto de vista da semiótica, e das várias abordagens teóricas fundamentadas em códigos, seja do ponto de vista das teorias cognitivas, a imagem tem sido amplamente estudada na área da linguagem e comunicação. O uso da imagem em sala de aula é uma proposta para ir muito além da comunicação, para vencer a fragmentação e o estático, para assim, trabalhar a interpretação e a compreensão crítica, comparativa e criativa da imagem. Entre as vantagens de um texto constituído por imagens, destaca-se o fato de ele ser universal, pois vence a barreira da linguagem, podendo ser compreendido por pessoas de língua e cultura diversas, através de um entendimento imediato, além do que, permite uma leitura em menos tempo do que aquele exigido pelo texto escrito.

Aprender a interpretar um texto constituído por imagem é considerado por alguns alunos de escola pública, cuja experiência foi realizada, algo instigante, pois a tarefa exigiu um prévio conhecimento advindo de leituras interdisciplinares que, necessariamente passassem pela percepção da imagem captada pela visão e armazenada na memória. Isso nem sempre é uma tarefa fácil, visto que por muitas gerações houve a indução à leitura unilateral, onde se acostumou a lidar com um, talvez dois ou, com muito esforço três signos<sup>1</sup>, embora se saiba que sempre existiram outras possibilidades.

Conforme Aumont (2005), as imagens são feitas para serem vistas e o movimento lógico de qualquer reflexão leva a constatação de que a visão não é um instrumento neutro, que se contenta em transmitir dados tão fielmente quanto possível, mas ao contrário, um dos postos avançados do encontro do cérebro com o mundo, formando então o espectador. Esse sujeito, no entanto, não é de definição simples, e muitas determinações diferentes, até contraditórias, intervêm em sua relação com uma imagem: além da capacidade perceptiva, entra em jogo o saber, os afetos, as crenças, o agradável ou o desagradável, que muitas vezes, mesmo nas diferenças, são modulados pela vinculação a um fato e manifestados na relação com uma imagem particular.

A justificativa por parte de alguns professores entrevistados na pesquisa feita em uma escola pública de Santa Maria, a partir do questionamento “Por que você não faz uso da imagem em sala de aula como ferramenta pedagógica?” de que a predominância da imagem na civilização atual contribui para a falta de reflexão lógica dos indivíduos, esvazia-se quando, diante da experiência com alunos dessa mesma escola prova ser esse método, no mínimo, instigante diante do desafio do prévio conhecimento para uma interpretação segura da leitura da imagem proposta. Posto isso, a questão é: como refutar a presença da mídia em nossa sociedade contemporânea? Ou melhor: por que refutá-la? Rejeitar a mídia é rejeitar a técnica enquanto benefício ao ser humano.

Além do que, a presença da imagem enquanto mídia é cada vez mais forte e significativa em nossas vidas e, se não se pode ignorá-la, uma alternativa viável é

---

<sup>1</sup> O *signo* linguístico, segundo Saussure (1916), é a união do conceito com a imagem acústica, ou seja, do significado a um significante, respectivamente.

explorar o seu estudo em favor do aprendizado. Utilizar apenas o livro didático como ferramenta para auxiliar na prática pedagógica trata-se de um atentado à diversidade. E, baseando-se neste preceito, Barbero (1998, p. 216) destaca:

La actitud defensiva de la escuela y del sistema educativo desemboca en el más completo desconocimiento de que el desafío de fondo que el ecosistema comunicativo le plantea a la educación no es sólo la apropiación de un conjunto de dispositivos tecnológicos, sino la emergencia ahí de otra cultura: otros modos de ver y leer, de percibir y de representar. La actitud defensiva se limita a identificar lo mejor del modelo pedagógico tradicional – la reflexión, el análisis, la argumentación – con el libro, anatematizando el mundo imagético como mundo de la frivolidad, de la alienación y la manipulación.

Neste sentido, o propósito do trabalho é apresentar algumas evidências no tratamento interpretativo/comunicativo da imagem. Nele, a referência à imagem visual, percebida pela visão e processada, inferencialmente, para ser compreendida, numa abordagem teórico-cognitiva da comunicação. Trata-se, portanto, da imagem em sua leitura global, que carrega e comunica seus próprios significados, dependendo do contexto onde está inserida.

A partir do tema proposto, visando romper algumas barreiras em relação ao uso da imagem como texto, será realizada a fundamentação teórica e análise do uso da imagem como elemento midiático facilitador da comunicação na sua essência e, portanto, digno de maior exploração para o ensino-aprendizagem.

Abaixo são listadas possibilidades concretas do uso da imagem como uma das ferramentas na prática pedagógica e sua contribuição para o ensino-aprendizagem.

- a) O uso da imagem como leitura real e possível num mundo onde os signos cada vez mais ganham espaço, tanto no imaginário como na vida concreta, a partir do poder de raciocínio do educando com atividades orientadas;
- b) Com o desafio, o conhecimento adquirido comprometer o educando a desenvolver suas próprias estratégias para a interpretação;
- c) A aquisição do novo conhecimento para aproximar o educando da realidade que o cerca através da releitura do mundo

mediático, proporcionando a interação necessária á convivência não só com seu grupo, mas também com o mundo de resultados imediatos;

- d) A construção do senso crítico e a verdadeira inclusão a partir da autonomia;
- e) A motivação ao desafio e a capacidade para as novas descobertas;
- f) A descoberta de uma nova linguagem capacitadora, interpretativa;
- g) A descoberta do potencial de uma linguagem instigante e interativa;
- h) A potencialidade de uma linguagem analítica e crítica;
- i) A satisfação psicológica do redescobrir na imagem a leitura de mundo.

Para melhor compreensão da questão abordada, faz-se necessário definir imagem. Todavia, há várias formas para isso, dependendo do seu foco de estudo. Para Contrera e Hattori (2003, p. 26), a imagem é "um termo que comumente utilizamos para designar as representações gráficas ou verbais de algo que existe ou poderia existir". Em outras palavras, é a representação de algo pela semelhança que a imagem guarda com o objeto representado.

Trata-se da semiótica, a ciência que estuda os signos, os quais são sinais que representam algo. Os signos, em termos gerais, são entendidos como podendo ser objetos perceptíveis ou apenas imagináveis. Em outras palavras, segundo Peirce (1938), signo é tudo aquilo que representa algo para alguém. Este elo de relação pode ser por índice, ícone ou por símbolo. Assim funciona a imagem, ela pode ocupar o lugar de índice, de ícone ou de símbolo na representação de algo concreto ou abstrato.

Embora se saiba que há diversas formas de comunicação, habituou-se a achar que a língua, ou a linguagem verbal, é a única forma de linguagem, ou pelo menos, a única que merece atenção, dando maior segurança no aprendizado. Porém, sabe-se que não é o que acontece. É certo que a linguagem verbal foi, por muito tempo, a principal forma de linguagem utilizada e estudada pelo homem; contudo, hoje, com o advento de novas tecnologias de produção de textos, a

linguagem visual vem ganhando espaço cada vez maior – basta observar os gêneros eletrônicos.

Prova disso são os recursos disponibilizados nos ambientes virtuais, haja vista que propiciam novas formas de comunicação. E, ao contrário do que se possa pensar, esses recursos não estão lá à toa; eles também carregam alguns significados, basta que se preste atenção para ver que, inclusive os textos impressos também sofreram influências desses recursos visuais. Assim, a pesquisa demonstra que esses recursos também comunicam.

Existe uma relação até intercultural do homem com a imagem, em geral enquanto espectador. Para tanto, é necessário respostas para questões como: Por que se olha uma imagem?

A produção de imagens jamais é gratuita, e, desde sempre as imagens foram fabricadas para determinados usos, individuais ou coletivos, mas em todas as sociedades, a maioria das imagens foi produzida para certos fins (de propaganda, de informação religiosa, ideológica em geral). Mas aqui cabe a centralização na questão do espectador, onde uma das razões da produção da imagem é a que provém da vinculação desta, em geral com o simbólico, fazendo dela mediadora entre o espectador e a realidade.

A imagem tem por função primeira garantir, reforçar, reafirmar e explicitar nossa relação com o mundo visual: ela desempenha papel de descoberta do visual. Essa relação é essencial para nossa atividade intertextual: o papel da imagem é permitir que essa relação seja aperfeiçoada, e mais bem dominada. O reconhecimento de uma imagem aciona não só as propriedades ‘elementares’ do sistema visual, mas também capacidades de codificação já bastante abstratas: reconhecer não é constatar uma similitude ponto a ponto, é achar invariantes da visão, já estruturados, como espécie de grandes formas. Reconhecer o mundo visual em uma imagem, além de ser útil à leitura interpretativa e, conseqüentemente, crítica, proporciona também um prazer específico, o do reconhecimento.

Está fora de dúvida que uma das razões essenciais do desenvolvimento da arte representativa, naturalista ou menos naturalista, resulta da satisfação psicológica pressuposta pelo fato de ‘reencontrar’ uma experiência visual em uma imagem condensada e dominável. Desse ponto de vista, conforme Aumont (2005, p. 83), o reconhecimento não é um processo de mão única. “A arte representativa imita

a natureza, e essa imitação nos dá prazer; em contrapartida, e quase dialeticamente, ela influi na 'natureza', ou pelo menos na maneira de vê-la". A "visão" do mundo cotidiano e seus objetos passam a ser de modo diferente. O reconhecimento proporcionado pela imagem faz parte, pois, do conhecimento, mas encontra, também, as expectativas do espectador, podendo transformá-las ou suscitar outras, o reconhecimento está ligado à rememoração.

A imagem serve, portanto, inextricavelmente, a duas funções psicológicas, a de imagem e de codificação, entre outras. Além de sua relação mimética mais ou menos acentuada com o real, ela veicula, sob forma necessariamente codificada, o saber sobre o real (tomando a palavra "codificada" em um sentido muito próximo ao da semiolinguística).

Para Gombrich (1983), em seu livro cuja primeira redação data de 1956, não há olhar fortuito. Sobre a percepção visual, ele adota uma posição do tipo construtivista, onde a percepção visual é um processo quase experimental, que implica um sistema de expectativa, com base nas quais são emitidas hipóteses, que em seguida são verificadas ou anuladas. Esse sistema de perspectivas é amplamente informado pelo conhecimento prévio de mundo e das imagens: na apreensão das imagens, ocorre a antecipação, o abandono das ideias feitas sobre as percepções; logo, ver só pode ser: comparar o que se espera à mensagem que o aparelho visual recebe.

Enfim, qualquer que seja a leitura que se efetue, ela corrobora à ideia de que a imagem é sempre modelada por estruturas profundas, ligadas ao exercício de uma linguagem, assim, como à vinculação a uma organização simbólica (a uma cultura, a uma sociedade); mas a imagem é também um meio de comunicação e de representação do mundo, que tem seu lugar em todas as sociedades humanas. A imagem é universal, mas sempre particularizada.

## **2 – A imagem na sala de aula**

A imagem ocupa um espaço privilegiado na sociedade atual, o qual se amplia cada vez mais, devido às novas tecnologias, que possibilitam a criação de imagens cada vez mais elaboradas e as disseminam com muito mais rapidez. Assim, somos constantemente bombardeados por imagens de mídias diversificadas.

O texto imagético utiliza-se de meios não-verbais (textura, foco, iluminação) e, muitas vezes, verbais, produzidos para criar efeito de verdade no discurso a ser transmitido. No entanto, apesar de vivermos num contexto mundial cada vez mais visual, o público consumidor, por falta de contato ou por falta de habilidade, até de preparação, recebe essa imagem de maneira intuitiva, sem uma preparação criteriosa e reflexiva.

A partir desta perspectiva, acredita-se que o trabalho com imagens em sala de aula deva privilegiar o desenvolvimento do olhar crítico do aluno que está em constante contato com as mesmas, na sua capacidade de interpretar e compreender criticamente as imagens, e o único agente que pode proporcionar a ele essa possibilidade é o professor.

Neste sentido, a leitura dessas imagens que circulam nas mídias pode tornar-se um ponto de partida para o desenvolvimento de uma consciência crítica, trabalhada e exercitada desde a escolarização, para que os alunos, futuros cidadãos, tornem-se dominadores pela consciência de seus discursos da reflexão crítica e não meros reprodutores dos discursos alheios.

Sabendo-se que a linguagem é essencialmente simbólica e que com ela podemos falar sobre qualquer coisa sem estar presente, cogitar sobre o futuro e, até mesmo, falar sobre si ou consigo mesmo, que a imagem faz parte do cotidiano da vida das pessoas de um modo em geral, que comunica de forma direta ou não, uma questão é imperativa: como entender enorme resistência entre os professores para o uso da imagem como ferramenta pedagógica do ensino-aprendizagem?

Ao levar para a sala de aula a imagem como parte integrante da leitura real, busca-se auxiliar o desenvolvimento, não só a capacidade da análise crítica, mas também a comparativa e a criativa, além do que, colaborar para a leitura do mundo. Tendo em vista que, a leitura do mundo precede a leitura da palavra, conforme Paulo Freire (2000).

### **3 – O uso da propaganda**

O que é ler? E em que consiste ler uma imagem?

Segundo os pesquisadores do Projeto Zero de Harvard, abordados por Pillar (1993), em seu artigo *A leitura da imagem*, esta é uma atividade simbólica tão importante quanto à produção artística, porque é ela que possibilita interpretar as imagens. Baseando-se em Kant e na teoria construtivista de Piaget, o grupo concebe leitura como compreensão e interpretação, apreensão de informações, seletividade e reconstrução do objeto. Numa visão construtivista, a leitura é uma atividade complementar à produção, ou seja, para apropriar-se de um determinado objeto de conhecimento o sujeito constrói representações e as interpreta. As representações possuem algumas propriedades dos seus referentes e excluem outras. O que foi excluído, no entanto, ressurgem na interpretação, no ato de leitura. Assim, ler não é decifrar, “não equivale a reproduzir com a boca o que o olho reconhece visualmente” (FERREIRO, 1985, p.85). Isto porque a atividade de leitura supõe a compreensão do modo de construção, seja de um texto, seja de uma imagem.

Ler uma imagem seria, então, compreendê-la, interpretá-la, descrevê-la, decompô-la, para aprendê-la como objeto para conhecer (BAKHTIN, 2000), possibilitando uma infinidade de leituras devido às relações que seus elementos sugerem, por exemplo: a propaganda em embalagens.

#### **4 – Inter-gêneros no domínio da imagem**

Utilizou-se aqui o conceito de gênero textual desenvolvido a partir da perspectiva bakhtiniana. A qual postula que um gênero se define, acima de tudo, por seu propósito comunicativo. Então, cria-se uma fronteira nebulosa quando há uma fusão entre os gêneros, quando esses assumem uma configuração híbrida, ou seja, quando ele adquire a forma (o objetivo) de outro gênero textual (MARCUSCHI, 2002). Essa configuração inter-genérica irá ser observada e exemplificada nesse trabalho, através do gênero textual “imagem” quando este possibilita a fusão de outros gêneros como: propaganda e publicidade.

Os estudos sobre gêneros textuais têm percorrido um novo rumo desde a proposta de Bakhtin (2000) em considerar todos os enunciados orais e escritos que atendam a um propósito comunicativo um gênero do discurso. Assim, não só os

textos literários são agrupados em gêneros textuais, porém todo e qualquer texto que apresente uma função sócio-comunicativa dentro de uma sociedade o são.

Quando se lida com o domínio da imagem, encontra-se uma gama de gêneros textuais que atende a um propósito comunicativo que justifica sua veiculação. Porém, nem sempre a questão de identificação de um gênero textual, através de seu propósito comunicativo é simples, pois exige um prévio conhecimento de distinção, em especial neste texto, entre *propaganda* e *publicidade*.

Considerando a imagem como uma das formas de linguagem, se faz necessário à delimitação do tema a que se pretende abordar, neste caso, as imagens veiculadas nas embalagens de produtos de consumo que fazem parte do cotidiano de nossos alunos. Para tanto é necessário distinguir propaganda de publicidade; quando cada uma ocorre, que funções exercem dentro do contexto, quando há predominância de uma ou de outra num mesmo ambiente e as possibilidades de atuação isoladas das mesmas em relação ao receptor, sem prejuízo à finalidade a que se propõem.

Segundo o Dicionário Aurélio (2006) a definição de propaganda é:

1. *sf*, propagação de princípios, ideias, doutrinas, conhecimento ou teorias.
2. Forma de promover o conhecimento e a aceitação de idéias, produtos, etc..., por meio da veiculação na mídia de mensagens pagas; publicidade.
3. Arte e técnica de planejar, criar, executar e veicular mensagens de propaganda; publicidade.

A respeito da Publicidade, a mesma fonte coloca como sendo:

1. *Sf*, Qualidade do que é público ou do que é feito em público;
2. Publicação de matéria jornalística de interesse de uma, organização, empresa, indivíduo, etc;
3. Propaganda.

Para melhor ilustrar a teoria trabalhada neste artigo, é apresentado um exemplo de uma atividade efetivamente realizada em sala de aula, usando a imagem da embalagem do chiclete ADAMS, conforme imagem que segue:



Fonte: <http://marcelonada.redezero.org/artigos/images/chicletes.jpg>

Considerando-a como propaganda, foram explorados os aspectos que evidenciam as mensagens subliminares, obedecendo à função do gênero *propaganda*.

## **5 – Proposta de trabalho:**

### 5.1 Estudo de texto/análise crítica (Quanto à propaganda)

Para dar início à atividade, o professor apresentou uma nova proposta de leitura a partir da imagem, explicando de que forma o trabalho seria conduzido, definindo a metodologia a ser aplicada, visando atingir o objetivo proposto, ou seja, a leitura da imagem em todas as suas potencialidades, (análise comparativa, crítica e criativa). A princípio enquanto Língua Portuguesa, disciplina geradora da pesquisa, contudo, abrindo portas também para a interdisciplinaridade. Para tanto, foram seguidos os passos:

- ❖ No primeiro momento da aula foi apresentado ao grande grupo a embalagem do chiclete ADAMS, em tamanho ampliado, fixada ao quadro negro, como motivação;
- ❖ A distribuição da fotocópia da embalagem, em tamanho normal a pequenos grupos formados por solicitação do professor;
- ❖ Leitura silenciosa/leitura visual;
- ❖ Após a leitura o professor tece alguns comentários a respeito do chiclete, sua função, público consumidor..., e solicita a participação oral dos grupos com parecer descritivo das imagens;

- ❖ O professor relaciona no quadro negro, ao lado da imagem já fixada anteriormente, o que cada grupo evidenciou de mais relevante na imagem, (alguns grupos conseguiram identificar que houve uma inversão na palavra *chiclete*);
- ❖ O professor, de posse das anotações feitas pelos grupos, dirige-se ao quadro e propõe a discussão pelo grande grupo. Solicita que cada grupo compare suas anotações com a discussão e o surgimento de novas descobertas contidas nas mensagens subliminares da embalagem, abrindo para a discussão e a análise crítica.

Com o desenvolvimento da discussão, foram apresentadas as seguintes hipóteses:

- 1) A disposição da arte na palavra *Chiclete* que, se observada com maior atenção, revela a palavra *clichet*, com o propósito de chamar a atenção naquilo que realmente se está “lendo”.
- 2) A professora chama a atenção dos alunos para o significado de Clichet: lugar comum, conhecido (Dicionário Aurélio).
- 3) A letra “c” que inicia a palavra “clichet” possui na arte um desenho simbólico que lembra uma foice e um martelo.
- 4) Foice e martelo: símbolo do Sistema Comunista Soviético.
- 5) A palavra ADAMS indica uma indústria de origem norte-americana, fundada pelo inventor da goma de mascar, Thomas Adams, que leva o sobrenome tradicional dos Estados Unidos, este por sua vez, país símbolo do Capitalismo.

Ora, se o símbolo do chiclete (ADAMS), lembra um país capitalista, que remete ao consumo, principalmente entre os jovens, qual é a intenção da imagem da foice e do martelo reproduzida na embalagem enquanto propaganda, sendo que a mesma é símbolo do Comunismo?

Percebe-se então a presença de uma antítese para chamar a atenção de uma provável unificação de dois sistemas, até então “inimigos” e o chiclete, que já está a serviço destes, além de simbolizar o consumo e a comercialização universal, induz à ideia de que há na palavra *clichet* a denotação de algo visto como batido, velho, ultrapassado, muito usado, que está na boca de todos, assim como o chiclete, o que reforça a oposição entre os dois sistemas (Capitalista/Comunista). Além disso, a

embalagem estampa as palavras *goma de mascarar e sabor mental*, que são empregadas no sentido de reforçar a ideia de manipulação do consumidor. Pois, conforme afirma Armando Sant'Anna:

[...] com as posturas atuais em propaganda e publicidade, podemos verificar o quanto o estudo nessa área cresceu. De simples auxiliar de vendedores, tornou-se hoje, um fenômeno tanto econômico quanto social capaz de influenciar e alterar os hábitos de uma população. (SANT'ANNA, 1998).

Corroborando com essa ideia o que Castillo refere sobre a intencionalidade da mensagem publicitária:

En términos generales podemos afirmar que no hay ningún mensaje inocente, que todo son intencionales, mucho más la mercantil pues se manifiesta con toda claridad en la publicidad...la intencionalidad mercantil es dominante en la comunicación social (...) y alcanza a todas las capas sociales. (CASTILLO, 1997, p. 23).

## 5.2 Estudo de texto/análise crítica e comparativa (Quanto à publicidade):

- 1) O chiclete ADAMS inova e personifica sua embalagem com a finalidade de manter seu público fiel e conquistar novos consumidores, a partir da estética elitizada de sua embalagem (caixa).
- 2) Comprova a manutenção da qualidade do material – seu maior diferencial das demais embalagens de chiclete – e promove a sua participação em campanhas ecologicamente corretas, uma vez que suas embalagens são feitas a partir de materiais recicláveis.
- 3) Está a serviço de multinacionais, visando o consumo.
- 4) Cria a necessidade, o desejo de consumo a partir da oferta da variedade de sabores, inclusive *diet*.
- 5) Promove a difusão do produto e, conseqüentemente, obtenção do lucro.

Frente a essa análise é possível afirmar que no aluno desperta à iniciação de sua autonomia e sua verdadeira participação em aula, ampliando as possibilidades de exploração das potencialidades da imagem utilizada para a produção de texto (análise criativa), além da parte gramatical da palavra *Chiclete*, como:

- Classificação da palavra;
- Formação da palavra;
- Estrutura da palavra;
- Dígrafos;
- Número de letras;
- Número de fonemas;
- Separação e translação silábica;
- Encontro consonantal;
- Tonicidade das palavras;

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Considerando-se a importância e a função denotativa da imagem no mundo em que se está inserida, faz-se necessário que, cada vez mais surjam técnicas diferenciadas e eficazes que aproximem o leitor da visão de mundo e o remeta à assimilação e interpretação real de toda e qualquer imagem que o cerque, frente à função que esta exerce sobre o cidadão e suas possíveis consequências.

Para tanto, tem a escola o papel social de “alfabetização” consciente e responsável do cidadão que está formando e, nada mais apropriado e natural que este processo inicie na sala de aula, junto com o professor, e se faça presente na prática exercida no dia-a-dia de cada aluno, que busca na sociedade a construção de sua autonomia.

Contudo, todo o processo de inovação das práticas pedagógicas passa necessariamente pela participação do professor enquanto mediador e usuário de novas técnicas, daí considerar a importância da preparação deste frente ao desafio de trabalhar também o texto não verbal, uma vez que tanto quanto o aluno, o professor também está distante dessa realidade enquanto sala de aula, frente à cultura do uso apenas da linguagem verbal. Tal preparação implica a formação continuada dos professores, com métodos pedagógicos específicos voltados para a leitura da linguagem visual como disciplina integrante do currículo, além de uma alternativa a mais no ensino aprendizagem com objetivos definidos voltados para

leitura de forma completa, o que requer aprender a interpretar de forma técnica, dinâmica e específica. Pois, como afirma Feldman, “o estágio da interpretação é o mais difícil, o mais criativo e o mais gratificante” (FELDMAN, 1970, p.362 apud PILLAR, 1993, p. ...). Ainda, segundo a autora de *A leitura da imagem*, esse “é o estágio em que se decide a significação da imagem, em que se procura o sentido às observações visuais, o que não implica tradução verbal do que é visto” PILLAR, 1993, p. ...).

Tal estágio propicia possíveis alterações para que melhor se adapte à observação visual e, esse processo de modificação, exige ter por base as características visuais, discriminando quais são centrais e quais estão subordinadas, bem como a análise das suposições, se promissoras ou infrutíferas. Para Edmundo Feldman, interpretar é organizar as observações de modo significativo, ou seja, é conectar ideias que explicam sensações e sentimentos experimentados frente a uma imagem. (PILLAR, 1993).

Ao realizar a interpretação de uma imagem, o apreciador se vale de sua experiência e aprendizado, o que evita uma interpretação ruim que ignora ou muda os fatos presentes na imagem para que se adapte ao sentido que se quer impingir, pois quando interpreta uma imagem, o apreciador busca estabelecer sua intenção ou seu propósito, o que não quer dizer que sejam as mesmas intenções do autor, pois a base para tal não significa dizer o que os outros disseram sobre a imagem, mas aquilo que se vê e se sente, aquilo que as evidências visuais sugerem ou significam. Uma interpretação procura dar sentido às evidências visuais da imagem e estabelecer relações entre a imagem e a vida das pessoas que a apreciam. Tão importante quanto conhecer a linguagem visual é conhecer os interesses e as inquietações das pessoas que a apreciam essas imagens.

Assim, uma boa interpretação procurará persuadir as pessoas da relevância das observações e dos significados descobertos na imagem. Entretanto, tanto o tempo como os modos de sentir e de pensar mudam e, nesta ótica, uma interpretação não é a mesma em qualquer época e lugar, o que corrobora com a necessidade de constante preparação dos profissionais da educação.

Aliada à preocupação da necessária formação do professor, tem-se ainda que considerar que a leitura de uma imagem é semelhante, senão igual, a leitura de uma obra de arte, pois esta, ao contrário de um texto, propicia uma infinidade de leituras

devido às relações que seus elementos sugerem e, nesse sentido, pode-se ler a mesma imagem entre outros modos, a gestáltica (considera elementos da linguagem visual como textura, volume, cor, luz...), a leitura semiótica (signos, símbolos e sinais), a leitura iconográfica (conteúdo temático) e a leitura estética (expressividade, as características de uma época, o eterno e o transitório, a disposição e o modo como se relacionam os elementos da imagem).

Essa distinção entre os tipos de leituras, também remete a importância do poder de decisão que o professor deve ter a cerca da qualidade de uma imagem a ser trabalhada, o que conforme estabelecido por Feldman, denomina-se "juízo", dentro dos quatro grandes estágios utilizados na leitura da imagem (descrição, análise, interpretação e juízo), e é a partir dele que o professor deve estar preparado para a escolha de uma das filosofias da arte (formalista, expressivista, instrumentalista), para justificar o juízo de uma imagem conforme o objetivo do objeto do ensino aprendizagem, ou seja o uso da imagem em sala de aula. (PILLAR, 1993).

É com esse intuito que o trabalho ora apresentado faz um chamamento à adesão dos educadores e instituições formadoras para o uso da imagem em sala de aula. Porém, não só como ferramenta aleatória, mas também como técnica prioritária para a real integração dos diversos tipos de linguagens e abrangência das possibilidades de leituras que, não necessariamente, atendam tão somente a língua materna e aos alfabetizados. Uma vez que os símbolos exercem uma dos mais importantes tipos de comunicação e a excelência de uma imagem baseia-se na capacidade de mudar o comportamento humano. Como exemplo disso, tem-se as placas de sinalização de trânsito e tantas outras que estendem a leitura também aos analfabetos, sob pena de perderem-se no acompanhamento do processo evolutivo das mídias.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERREIRA, Emília. **Reflexões sobre alfabetização**. São Paulo: Cortez, 1983.

GOMBRICH, Ernst H. *L`art et l`illusion*. Trade. Fr, Gallimard, 1971. *In: L`ecologie des images*, Flammarion, 1983.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. 6. ed. Campinas: Papirus, 1996.

PILLAR, Analice D. e VIEIRA, Benivy. **O vídeo e a metodologia triangular no ensino da arte**. Porto Alegre: UFRGS/Fundação IOCHPE, 1992.

PEDROSA, Kleber F. e PEDROSA, Cleide E. F., **INTER – GÊNEROS NO DOMÍNIO JORNALÍSTICO**. (artigo). Disponível em: <http://www.filologia.org.br/viiiicnlf/anais/caderno07-06.html>, acesso em: 10/10/10.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

\_\_\_\_\_. **A teoria geral dos signos: Como a linguagem significa as coisas**, 2.ed. São Paulo: pioneira, 2000.

SILVEIRA, Jane R. C., **A imagem: interpretação e comunicação**. Revista Linguagem em (Dis)curso, volume 5, número especial. 2005.

SANFELICE, Gustavo R. e ARAÚJO, Denise C. de. **Mídia e Ação Pedagógica: Possibilidades de Encontro**. UNIrevista – vol. 1, nº 3 : julho 2006. (Porto (1998), (SETTON; FRANCO; Duarte; et al, 2004, p. 38).

## **BIBLIOGRAFIA:**

AUMONT, Jaques. **A imagem**. Trad. ABREU, Estela dos Santos e SANTORO, Cláudio C. Campinas - SP: Papyrus, 2005. 10ª Ed.

AURÉLIO, Buarque de Holanda Ferreira. **Dicionário**. 6ª Ed, janeiro de 2006.

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. 3ª ed. *In*: BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p. 277 – 326.

CONTRERA, Malena S.; HATTORI, Osvaldo T. **Publicidade e Cia**. São Paulo: Thompson, 2003.

FERREIRO, Emília. **Reflexões sobre alfabetização**. Trad. Horácio Gonzáles et.al 2 ed. São Paulo: Cortez/Autores Associados, 1985.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia**: saberes necessários para a prática educativa. 15 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

GOMBRICH, Ernst H. L'art et l'illusion. Trad. Fr., Gallimard, 1971. *In*: **L'ecologie des images**, Flammarion, 1983.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. *In*: DIONÍSIO, Ângela Paiva et. al. **Gêneros textuais e ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

ORLANDI, E. P. **Discurso e leitura**. São Paulo: Cortez, 1999.

PEIRCE, Charles S. **Collected papers**. Cambridge. Mass: Harvard University Press, 1931 – 58.

PILLAR, Analice D. A leitura da imagem. *In*: **Pesquisa em artes plásticas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/ANPAP, 1993. v 1. P. 77 – 86.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de lingüística geral.** 30. ed. São Paulo: Cultrix. 2001.