UNIVALI
UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

Centro de Educação de Ciências Humanas e da Comunicação – CEHCOM de Pós-graduação *strictu sensu*
Programa de Mestrado Acadêmico em Educação – PMAE

CLAUDIA FERREIRA PINHEIRO

LEITURA DE IMAGENS CONTEMPORÂNEAS: Uma prática necessária na Educação

Itajaí

2006

Livros Grátis

http://www.livrosgratis.com.br

Milhares de livros grátis para download.

CLAUDIA FERREIRA PINHEIRO

LEITURA DE IMAGENS CONTEMPORÂNEAS: Uma prática necessária na Educação

Dissertação apresentada à universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Educação.

Orientador:
Prof. Dr. Angel Pino Sirgado

Itajaí (SC)
2006

P655l Pinheiro, Claudia Ferreira, 1962-
Leitura das imagens contemporâneas: uma prática necessária na educação [manuscrito] / Claudia Ferreira Pinheiro. – 2006.
69 f .

Cópia de computador (Printout(s)).
Dissertação (mestrado) - Universidade do Vale do Itajaí, Centro de Ciências Humanas e da Comunicação, 2006.
"Orientador: Prof. Dr. Angel Pino".
Bibliografia.

1. Educação – imagem. 2. Leitura – imagem 3. Linguagens não- verbais. 4. Comunicação visual - educação. I. Autor. II.

Bibliotecária : Márcia Regina Coelho – CRB14/651

UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação, Extensão e Cultura - ProPPEC
Centro de Ciências Humanas e da Comunicação – CEHCOM
Curso de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Educação
Programa de Mestrado Acadêmico em Educação – PMAE

CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

CLAUDIA FERREIRA PINHEIRO

"LEITURA DAS IMAGENS CONTEMPORÂNEAS: UMA PRÁTICA NECESSÁRIA NA EDUCAÇÃO"

Dissertação avaliada e aprovada pela Comissão Examinadora e referendada pelo Colegiado do PMAE como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Educação.

Itajaí (SC), 09 de outubro de 2006.

Membros da Comissão:

Orientador: _____
Prof. Dr. Angel Pino Sirgado

Membro Externo: _____
Prof. Dr. Eduardo Ismael Murguia Marañon

Membro representante do Colegiado:_____
Prof. Dr. Rogério Christofoletti

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a minha irmã **Silvia Pinheiro Paim** (in memorian) que sempre dizia... nós nunca devemos parar de estudar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meu orientador que me deu liberdade para pesquisar. Agradeço a Profª Drª Solange Puntel Mostafa pelo incentivo.

“É chato chegar a um objetivo num instante
Eu quero viver essa metamorfose ambulante
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo”
(Raul Seixas)

RESUMO

A idéia principal desta dissertação é discutir a respeito da necessidade de uma ação educativa visando à leitura das imagens. É nesta direção que entendemos as contribuições de Roland Barthes válidas como referencial teórico para a discussão. Este autor entende a imagem como uma linguagem, descrevendo sua estrutura interna e suas relações que comportam três mensagens: mensagens icônicas denotadas e conotadas e a mensagem lingüística, desenvolvendo uma metodologia analítica para leitura de imagens. Contrapontos entre teorizações de Regis Debray e Lucia Santaella & Noth foram possíveis, como pano de fundo para afunilar a análise das imagens-objeto da dissertação referidas às campanhas publicitárias de cunho social e/ou educativo e, portanto distantes das características das imagens-enigmas de Debray (referidas às obras de arte). Com a metodologia de Roland Barthes, analisou-se três imagens publicitárias de teor educativo. A análise resultou em descrições estruturais do sistema imagético de cada imagem observada. Estas mesmas imagens, analisadas pela metodologia barthesiana, foram apresentadas para um grupo de quinze (15) professores de informática educativa em situação de formação continuada, para serem interpretadas. Os resultados das análises das imagens realizadas pela pesquisadora serviram de parâmetros para analisar os resultados da experiência empírica. Os professores perceberam a mensagem pretendida à medida em que entendiam a articulação das três mensagens da imagem publicitária, percepção relacionada ao saber cultural acumulado de cada professor, que além de reconhecer os signos denotados podem entendê-los no sintagma da imagem. Os resultados da pesquisa permitiram a compreensão de como os signos denotados direcionam o sentido da conotação e a importância da função orientadora da mensagem lingüística das imagens. Sendo observado que a mediação pedagógica com esta metodologia para leitura de imagens, pode contribuir para uma melhor compreensão das mensagens visuais.

Palavras chave: leitura de imagens; semiologia; imagens contemporâneas.

ABSTRACT

The main idea of this dissertation is to argue regarding the necessity of an educative action aiming at to the reading of the images. It is in this direction that we understand the contributions of Roland Barthes as a valid theoretical referencial for the discussion. This author understands the image as a language, describing its internal structure and its relations that hold three messages: iconic denoted messages, connoted messages and the linguistic message, developing an analytical methodology for reading of images. Conterpoints between theories of Regis Debray and Lucia Santaella & Noth had been possible, as basis to go deep the analysis of the image-object of the dissertation, the advertising campaigns of social matrix or educative e, therefore distant of the characteristics of the image-enigmas of Debray (related to the works of art). With the methodology of Roland Barthes, one analyzed three images educative-type. The analysis resulted in structural descriptions of the imagetic system of each observed image. These same images, analyzed for the barthesiana methodology, had been presented for a group of fifteen (15) teachers of educative informatics in situation of continued education, to be interpret. The results of the analyses of the images carried through for the researcher had served of parameters to analyze the results of the empirical experience with the teachers. The school teachers had perceived the message intended as they understood the articulation of the three messages of the advertising image related to accumulated cultural knowing of each teacher, who besides recognizing the denoted signs can understand them within the sintagma of the image. The results of the research had allowed the understanding how the denoted signs direct the understanding of connotation and the importance of the orienting function of the linguistic message of the images. Being observed that the pedagogical mediation with this methodology for reading of images, can contribute for one better understanding of the visual messages.

Key-words: reading of images; semiotics; images contemporaries

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO 03

2- OBJETIVO 06

3- A IMAGEM 07

3.1-.As Eras da Imagem de Debray 07
3.2- Os Paradigmas da Imagem de Santaella & Nörth 09
3.3- Debray e Santaella & Nörth 14
3.4- Imagens na Educação 17
3.5- A Imagem da Dissertação 23

4 – REFERENCIAL TEÓRICO 25

4.1- Metodologia de Roland Barthes para análise das imagens ... 26

4.1.1- Linguagem Verbal 27
4.1.2- Será a imagem uma linguagem ? 31
4.1.3- Metodologia de Barthes aplicada à publicidade 34
4.1.4- A língua da Imagem 36

5- METODOLOGIA DA PESQUISA 41

5.1- Material e Método 41
5.2- Sujeito 41
5.3- Procedimento 42

6- RESULTADOS- 43

6.1-Imagem do Greenpeace 43

6.1.1- Mensagem Denotada 44
6.1.2- Mensagem Conotada 45

6.2- Imagem do dia Internacional de combate ao fumo 46

6.2.1- Mensagem Denotada 47
6.2.2- Mensagem Conotada 48

6.3- Imagem do PETA 49

6.3.1- Mensagem Denotada 50

6.3.2- Mensagem Conotada 50

6.4- Resumo das análises da três imagens 51

6.5- O processo de leitura de imagens pelos professores 53

7- CONSIDERAÇÕES FINAIS 60

8- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 67

1 - INTRODUÇÃO

A idéia principal desta dissertação é discutir a respeito da necessidade de uma ação educativa visando à leitura das imagens. Entendemos que estamos inseridos em uma sociedade onde o universo visual predomina e a comunicação está sendo realizada em grande escala através das linguagens não-verbais.

A imagem sempre esteve presente na história da humanidade: nos primórdios da comunicação, em desenhos rupestres, como representação do mágico e do sagrado, nos tempos da escrita; como imagem figurativa imitando o real, ou como imagens artísticas na expressão do imaginário humano. As técnicas produtivas do homem auxiliaram nas criações imagéticas, possibilitando construir imagens que vão muito além de simbolizar ou representar nossa realidade, chegando a simulá-la.

No terceiro capítulo, traremos a contribuição de Régis Debray para contextualizar como a imagem vem sendo percebida pelos indivíduos historicamente constituídos. Este autor descreve os diferentes olhares dados às imagens na nossa história, permitindo-nos entender as mudanças nas suas funções. Para completar e contrapor às idéias de Debray, dialogaremos com Santaella & Nörth para entendermos as diferentes produções técnicas. Situando-se nesta perspectiva da construção da imagem, os autores enfatizam as mudanças nas representações imagéticas, relacionando-as com a forma que o homem representa o mundo real.

Para completar esta trajetória da imagem, faremos uma análise de como a imagem vem sendo estudada na educação. Quais disciplinas estão preocupadas com a imagem no processo ensino-aprendizagem e que imagens estão entrando nas preocupações acadêmicas.

A intenção de mapear a trajetória da imagem no que ela representa para o homem e como o homem a representa, é para retirar, deste panorama, nosso objeto de estudo: as imagens contemporâneas que descreveremos no item 3.5 A *imagem da dissertação.*

O que entendemos como justificativa para discutir as imagens, é a compreensão de que estamos nos comunicando cada vez mais com o uso da linguagem não-verbal. Se falarmos pelas imagens, precisamos apreender a lê-las.

É nesta direção que entendemos as contribuições de Roland Barthes válidas como referencial teórico para a discussão. Este autor entende a imagem como uma linguagem, descrevendo sua estrutura interna e suas relações. Para que possamos entender a imagem como um sistema lingüístico, faremos uma breve discussão sobre a estrutura da linguagem verbal e as contraposições dos lingüistas na compreensão da imagem-linguagem.

O relato descritivo e comparativo sobre linguagem é a base para explicar a metodologia desenvolvida por Barthes para analisar uma publicidade. Com esta mesma metodologia, analisamos três imagens publicitárias de teor educativo. Estas análises resultaram em descrições estruturais do sistema imagético de cada imagem observada.

Estas mesmas imagens, analisadas pela metodologia barthesiana, foram apresentadas para um grupo de professores em situação de formação continuada, para serem interpretadas. Os resultados das análises das imagens realizadas anteriormente, serviram de parâmetros para analisarmos os resultados da experiência empírica.

Esta experiência empírica permitiu-nos entendermos como os professores estão decodificando as imagens contemporâneas.

Entendemos que embora as imagens publicitárias portem uma mensagem pré-concebida, as diferentes constituições histórico-sociais dos indivíduos permitem diferentes significações.

Nossa preocupação nesta experiência empírica, não foi demonstrar se a mensagem está sendo entendida ou não. Tentamos perceber como o sistema simbólico da imagem pode contribuir para uma leitura da mensagem visual. Neste sentido, a dissertação aproxima-se do estruturalisno francês, uma vez que enfatiza a estrutura da obra publicitária, entendida como mensagem.

Outras aproximações foram por mim realizadas em outras oportunidades (Pinheiro, 2005) com o aporte vigotiskiano, onde notei que a Lei da Reação Estética de Vigotsky também preconiza, em seus enunciados, a análise da estrutura interna da obra (tomada como obra de arte).

Assim, não foi difícil apropriar-me de novos referenciais como o apresentado por Barthes, uma vez que este autor também reconhece o saber antropológico e o saber cultural como necessários para o processo de decodificação de imagens publicitárias.

Se naquela oportunidade, o referencial histórico cultural de Vigotsky foi-me útil para analisar o subliminar nas imagens culturais, agora, realizo o processo inverso, trazendo para a educação, um referencial praticado na área da publicidade e comunicação. Vários autores de nossa trajetória de leitura afirmam a interdisciplinaridade do campo de estudos da imagem. Entendemos que essa dissertação é um exemplo interdisciplinar no campo de estudos da imagem.

2 - OBJETIVO:

Entender a importância da imagem na nossa sociedade, sendo assim necessário que esta seja incluída no processo ensino-aprendizagem contribuindo para a formação do sujeito contemporâneo. Para isto pretendemos:

- Periodizar a trajetória da imagem enquanto transmissora de mensagem;

- Demonstrar que a imagem é uma linguagem não-verbal;

- Apresentar uma metodologia para análise da imagem;

3 - A IMAGEM

Muito se tem falado de imagem em diferentes campos; a imagem faz parte da história humana. Santaella & Nörth (2005, p, 13) colaboram com esta idéia quando dizem da natureza interdisciplinar dos estudos de imagem:

> As investigações das imagens se distribuem por várias disciplinas de pesquisa, tais como a história da arte, as teorias antropológicas, sociológicas, psicológicas da arte, a crítica de arte, os estudos das mídias, a semiótica visual, as teorias da cognição. O estudo da imagem é, assim, um empreendimento interdisciplinar.

E para realizar um estudo das imagens alguns autores estabelecem divisões. Estas divisões estão baseadas nas diferenças de como são produzidas ou nas diferenças de olhares. Desde modo há uma certa relação com períodos históricos da humanidade. Mas sem o comprometimento de uma periodização clássica da história.

Estaremos considerando as contribuições de Régis Debray (1994) e sua classificação do olhar em relação à imagem: Logosfera, Grafosfera e Videosfera. Assim como traremos as contribuições de Santaella & Nörth (2005), que classificam as imagens em relação a sua produção (ao seu processo de produção técnica) em três paradigmas: paradigma Pré-fotográfico, o Fotográfico e o Pós-fotográfico.

3.1 - As Eras da imagem de Debray

Debray (1994) entende sua divisão em eras da imagem, referindo-se à mudança de olhar com uma estreita ligação com os pensamentos e modos de vida humana. Em cada época histórico-social há um olhar diferente para as imagens. “Estas três classes de imagens não designam naturezas de objetos, mas tipos de apropriação pelo olhar”.(DEBRAY.1994.p,214)

As eras de Debray se dividem em Logosfera, Grafosfera e Videosfera. Podemos entender que: a) Logosfera => a imagem representa os ídolos e está a serviço do divino. A relação do espectador com a imagem é de respeito. O olhar irradiado pelo divino repousa sobre o homem que abaixa o seu olhar em respeito e temor. A imagem é sagrada, cultuada por ser representante de um Deus. O trabalho do artesão não é considerado diante do ídolo que é produzido. Na classificação de Pierce, para Debray (1994.p, 213), o ídolo é considerado como índice onde o objeto imagem irá portar uma relação de contigüidade. O período desta era se estende desde a invenção da escrita até o surgimento da imprensa.

A passagem desta primeira era para a da Grafosfera, vai acontecendo à medida que o mistério e a magia vão se dissipando das imagens. O homem vai colocando traços reais nas representações com a invenção da perspectiva geométrica. “As núpcias do olho com a lógica matemática tiveram como efeito abrir ao olhar a natureza física e não mais somente mitológica ou psicológica” (DEBRAY 1994.p,231) . A nova era da imagem surge com a sociedade mais laica e humanista que vai se libertando das tutelas cléricas.

b) Grafosfera => a imagem não está mais a serviço da divindade, o artista é autônomo. A imagem representa a arte que estimula o valor estético do olhar. Os mecenas que patrocinam os artistas não estão buscando a imagem divina e sim uma criação do artista. “[...] aquele que financia o quadro ou o afresco já não pretende uma Crucificação ou uma natividade, mas um Bellini ou um Rafael”. (idem.p,232). A arte representa a natureza, a imagem é um objeto de prazer do olhar. Nesta era, o homem passa a ocupar um lugar atrás do olhar. Na perspectiva pierciana, Debray considera a imagem desta era como sendo ícone pela semelhança que porta do objeto representado.

Debray considera a causa da morte da arte em seu paradoxo, a economia do mercado de artes. “Como as ocorridas para a arte, as

“mortes da arte” sucedem-se com mudanças, de um século para outro [...] Os Dadaístas, que fizeram do suicídio da arte sua especialidade artística” (idem.p,238). Embora considerando o fim da arte, o autor descreve que o mercado de artes nunca esteve tão próspero e entende que, neste paradoxo, o responsável é o dinheiro. “As funções que fazem funcionar, a todo o vapor, a máquina ”arte” são midiáticas, econômicas, fiscais [...] exceto, ou bastante acessoriamente, “artísticas” “ (idem.p,240). Com esta lógica econômica, a partir da TV à cores, entramos na era atual das imagens.

c) Videosfera => esta era da imagem Debray denomina de visual. Onde a imagem é simulação. A arte e a publicidade se fundem “[...] a promoção da obra torna-se a obra, a arte é a operação de sua publicidade.” (idem.p,242). A imagem pierciana é o símbolo, pois não tem nenhuma relação analógica com o objeto, seu valor é arbitrário. A imagem “objeto de arte” é pouco observado seu valor não é artístico e sim, monetário.

3.2 Os paradigmas da imagem de Santaella & Nörth

Cabe explicitar que Santaella & Nörth percebem a complexidade do termo paradigma. Isto é, para se considerar um paradigma faz-se necessário um compartilhamento de generalizações de valores pela comunidade científica da área em questão. Os autores utilizam a expressão paradigma de forma metafórica, por se tratar de uma produção de conhecimento e práticas que não são definidas como científicas. Ou seja, para os autores, não há uma Ciência da Imagem já definida.

Eles percebem também que há um corte reducionista, quando consideram apenas três paradigmas para enquadrar o universo das imagens desde suas origens, até os dias atuais.”[...] este trabalho tem por objetivo demarcar os traços mais absolutamente gerais caracterizadores do processo evolutivo nos modos como a imagem é

produzida[...]" (SANTAELLA & NÖRTH 2005.p,158). Ou seja, os autores estão referindo-se às transformações dos processos técnicos e instrumentais que ocorreram na produção das imagens. Estas transformações trouxeram conseqüências "[...] desde perceptivas, psicológicas, psíquicas, cognitivas, sociais, epistemológicas, pois toda mudança no modo de produzir imagens provoca inevitavelmente mudanças no modo como percebemos o mundo[...]" (idem.p,158).

Santaella & Nörth (2005) estabeleceram os três parâmetros da produção da imagem, baseados no critério de materialidade desta produção: com quais materiais são produzidas as imagens; quais instrumentos técnicos; quais mídias são transmitidas; como são armazenadas as imagens. "[...] o exame desses meios parece um ponto de partida imprescindível para a compreensão das implicações mais propriamente semióticas das imagens [...]" (idem.p,162). Desde modo, compreendendo as características de sua produção, os autores acreditam poder compreender as relações diferenciadas que as imagens têm com o mundo ao representarem objetos existentes e os tipos diferenciados de recepção que as imagens podem produzir.

No **paradigma pré-fotográfico** estariam as produções imagéticas criadas de maneira artesanal: tudo aquilo que o homem representa do mundo através de sua manipulação direta. Neste paradigma se enquadram as pinturas, desenhos, gravuras e esculturas.(figura 1)

Santaella & Nörth (2005, p.164) destacam que neste paradigma o principal instrumento é o próprio corpo do agente produtor. O agente produtor imprime em um suporte, como por exemplo em uma tela, sua criação e utiliza alguns instrumentos que prolongam seu corpo, como um pincel, no caso de uma pintura.

O resultado deste modo de produção artesanal, além da imagem em si, é "[...] um objeto único, autêntico e, por isso mesmo, solene, carregado de uma sacralidade [...]"(SANTAELLA & NÖRTH 2005.p,164).

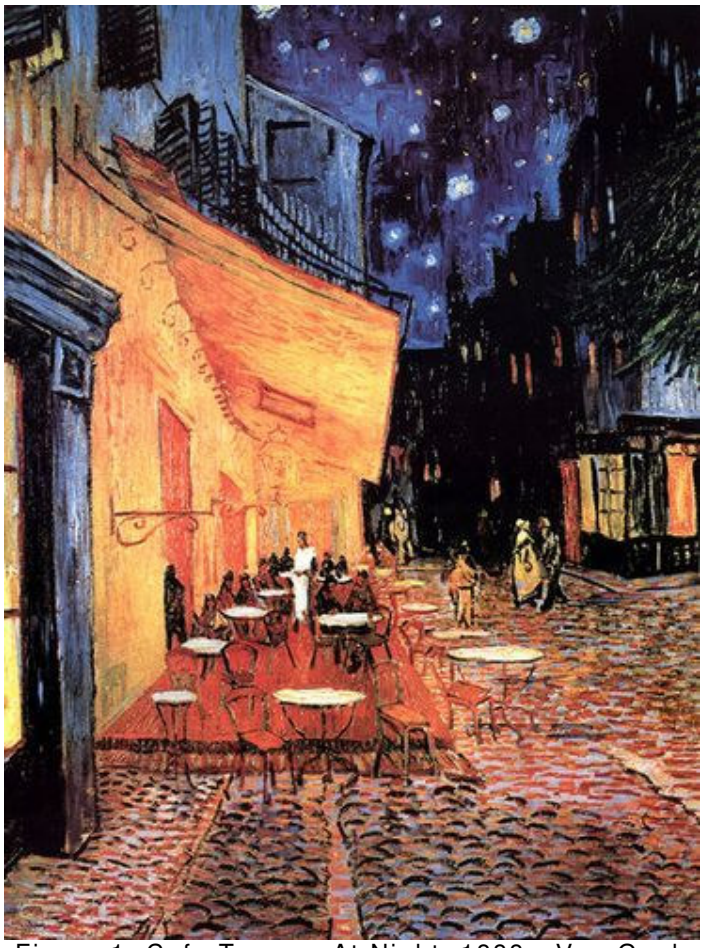


Figura 1: Cafe Terrace At Night, 1888 - Van Gogh
Fonte: http://www.art.com/asp/sp-asp/_/pd--10002059/Cafe_Terrace_at_Night.htm

No **paradigma fotográfico** estariam as imagens que dependem de um dispositivo de registro e captação de objetos do real. Neste paradigma estariam a fotografia, o cinema, vídeo, TV e a holografia.

O suporte que o agente produtor utiliza é um fenômeno químico ou eletromagnético e não um suporte passivo como no paradigma anterior. O agente produtor que maneja o instrumento técnico utiliza um prolongamento de sua visão.

Para os autores, neste paradigma, a imagem é o resultado de um recorte do real. Este recorte é congelado no tempo (figura 2) e pode ser reproduzido através do negativo, embora ele eternize um momento

que não exista mais. “[...] pedaço eternizado de um acontecimento que, ao ser fixado, indiciará sua própria morte [...]” (idem.p,165).

Figura 2 - Street Photography- Giovanni Umicini
Fonte: http://www.abc-fotografia.com/galle/2002-umicini.htm

No **paradigma pós-fotográfico** estariam as imagens sintéticas ou infográficas (figura 3). Elas são produzidas por computação e não precisam de um objeto real a ser captado como no paradigma fotográfico. Estas imagens podem ser visualizadas em uma tela de vídeo ou impressas.

No paradigma pós-fotográfico, os autores descrevem que o suporte das imagens é diferente dos anteriores que são suporte físicos; neste caso o suporte é imaterial. É uma realidade numérica resultante de programas de computador. O modelo que produz (representa) a imagem não é mais um objeto da realidade, trata-se de uma informação que é processada em operações matemáticas.

Quanto ao agente produtor das imagens sintéticas, os autores acreditam que : ”[...] o agente produtor não é mais uma artista, que deixa na superfície de um suporte a marca de sua subjetividade e de sua habilidade [...]” . É um programador que interage e completa sua

inteligência visual com os recursos da *inteligência artificial* da informática."[...]; nem é um sujeito que age sobre o real, e que pode até transmutá-lo através de uma máquina, mas se trata agora, de um programador [...]" (idem.p,166).

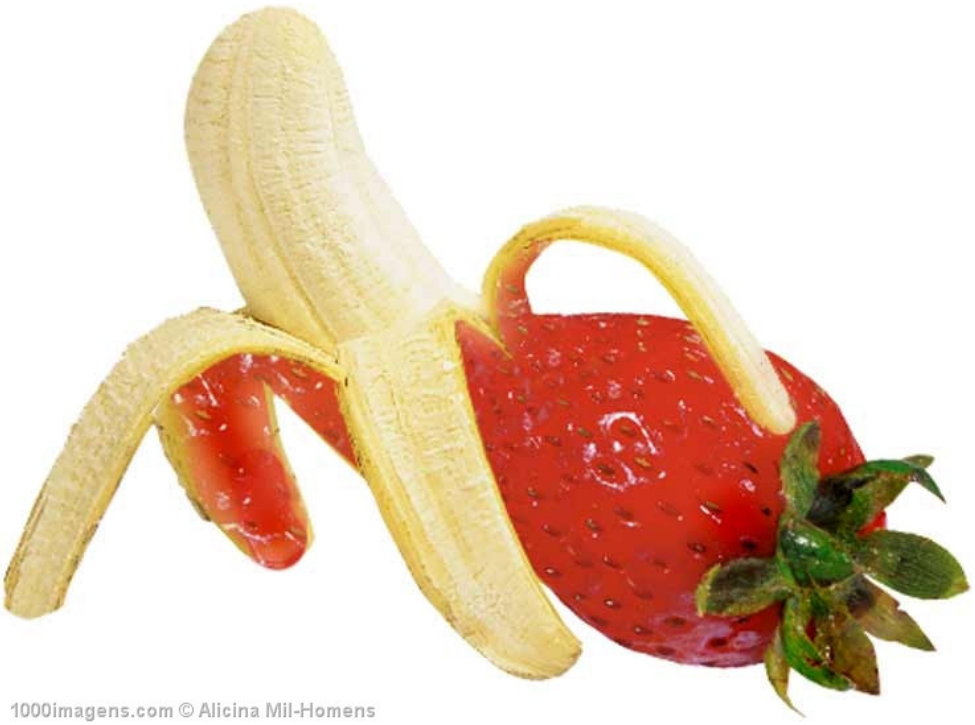


Figura 3: Bananarango - Alicina Mil-Homens
Fonte: http://www.1000imagens.com/foto.asp?idautor=1383&idfoto=33&t=&g=&p=3

É necessário enfatizar que os autores com os quais estamos dialogando, estão considerando o modo de produção das imagens e não o que elas representam para quem as observa. "Embora as imagens que a tela permite visualizar sejam altamente icônicas e sensíveis, circunvoluções de formas, fosforescências e luminescências, tudo que se passa por trás da dela é radicalmente abstrato" (idem.p,167).

3.3 - Debray e Santaella & Nöth

A contribuição de Debray e de Santaella & Nörth parece-nos pertinentes para entendermos as funções que as imagens exerceram na história da humanidade. Debray considera a imagem de arte e os outros autores referem-se à produção técnica, como são criadas as imagens. No entanto, ambos entendem que suas classificações estão relacionadas à forma como percebemos o mundo: "Cada uma dessas eras descreve um meio de vida e de pensamento, com estreitas conexões internas [...]"(DEBRAY 1994.p,206). Assim como para Santaella & Nörth (2005. p, 158): "[...] toda mudança no modo de produzir imagens provoca inevitavelmente mudanças no modo como percebemos o mundo [...]"

Entendemos então, que mesmo com aspectos diferenciados, os autores acima, nos auxiliam na mesma direção quando queremos entender como as imagens foram e estão sendo percebidas e estudadas. Debray dá um tom pessimista em relação à evolução da arte, chegando a considerar a morte da arte, na era atual, que ele denomina videosfera. Enquanto Santaella e Nörth denotam imparcialidade, procurando pontuar as diferenciações no três paradigmas; consideram todos os tipos de imagens produzidas pelo homem. Se referem às obras de arte preferivelmente, no paradigma pré-fotográfico.

Tentaremos entender os pontos mais importantes dentro das categorizações dos autores. Na teorização de Debray a linha divisória entre o inicio e o final da primeira era se relaciona com a linguagem escrita A era da logosfera inicia-se com o aparecimento da escrita até a invenção da imprensa. O que podemos entender com isso? Antes da escrita, a imagem era a forma de comunicação: sons e desenhos produziam símbolos para a comunicação humana. "O sapiens articula sons e desenha [...] Já não se trata de sinais, como se passa com o animal, mas sim signos" (DEBRAY. 1994. p, 217). E com o aparecimento da escrita, a imagem torna-se mais livre para expressar e

representar, tornando-se um canal perfeito para homenagear mortos como nas máscaras mortuárias. A imagem torna-se também uma fonte de transmissão dos ideais cristãos ao povo iletrado.

Já quando a imprensa foi inventada, pode-se disseminar ideais contra a idolatria cristã."[...] pela propagação do livro, a Reforma denuncia as perversões mágicas ou indiciais das imagens cristãs [...]" (idem. p, 226). O olhar para as imagens artísticas foi então perdendo sua conotação divina, assim como a ciência da matemática possibilitou traços mais reais através da perspectiva geométrica. Nesta nova era denominada de Grafosfera, a imagem da arte passa a ter autonomia, tanto na autoria quanto na forma, uma vez que as representações, mesmo as religiosas, poderiam ter maior criatividade sem temer o sacrilégio.

Santaella & Nörth, embora descrevam, em seu livro, as mudanças na produção técnica da imagem, focam sua teorização naa existência de um objeto real, inspirador, na representação da imagem. Sendo a recepção da imagem voltada para o culto, apreciação ou comunicação.

No primeiro paradigma pré-fotográfico, o qual contempla as obras de arte, requer-se uma exposição visual, que, tanto pode ser por idolatria como as imagens da logosfera de Debray, como para apreciação estética como as imagens da grafosfera do mesmo. No paradigma pré-fotográfico estariam enquadradas as duas primeiras eras de Debray, logosfera e grafosfera. E Santaella & Nörth entendem que neste primeiro paradigma, a recepção das imagens produzidas é reclusa. É necessário ir ao encontro da imagem para poder contemplá-la por ser ela única,indo aos museus, templos e galerias.

Já no segundo paradigma, as imagens por serem reproduzidas, são divulgadas em diferentes mídias. Elas alcançam um grande número de receptores por estarem sendo veiculadas em mídias de grande alcance visual como por exemplo nos Outdoors "[...] são imagens típicas da era

da comunicação de massa" (idem.p. 173). A partir deste paradigma, Debray considera como anti-arte (videosfera), estas imagens são produzidas com valores estéticos convencionados pelo valor especulativo. Entendo que as imagens do paradigma fotográfico ou da videosfera são imagens que veiculam mensagens; não nos compete discutir se são mensagens de conotação comercial.

Já as imagens sintéticas do terceiro paradigma de Santaella & Nörth são transmitidas como informação de massa, assim como no paradigma anterior. A diferença é que são transmitidas por contaminação de usuário para usuário. "Ao se afastar da lógica das mídias de massa, essa imagem faz sentido por contato, por contaminação, em lugar de projeção" (idem.p. 174).

Se considerarmos a imagem com uma função comunicativa, teremos uma clara compreensão de que Debray, por estar se referindo às obras de arte, não aceita as imagens como uma linguagem. A imagem artística é passível de interpretação (leitura)? É necessário decifrar uma obra de arte para apreciá-la? Acreditamos que o olhar para as imagens artísticas, ou qualquer outro tipo de imagens, é um olhar de um sujeito constituído por uma história social e cultural. Se não há uma significação interior do espectador diante de uma imagem, não há uma recepção estética, um "entendimento", uma aprovação ou um prazer.

As imagens da videosfera debrayriana não são consideradas arte (por isso o autor defende a morte da imagem), talvez por seu caráter informacional, dinâmico e rotativo.

Nas teorizações de Santaella & Nörth, o distanciamento da representação do real que as imagens sofreram, está relacionado ao ritmo acelerado da evolução das produções humanas. As imagens pós-fotográficas projetam o real ainda não realizado. Ou melhor, a realidade é inventada, sem amarras com o mundo real. Sem compromisso histórico ou lógico como suporia uma engrenagem. A

tecnologia permite esta libertação do real concreto, assim como a liberdade de uma linguagem verbal que cria realidades ficcionais, nos seus sintagmas. A imagem contemporânea está escrevendo o mundo através das decodificações mediadas pelos receptores.

Os autores, Debray e Santaella & Nörth, reconhecem que as suas classificações se entrecruzam e que uma divisão engloba a outra. O que entendemos, é que estas classificações se misturam porque são percebidas através de um sujeito que está inserido em algum lugar espaço-histórico e imerso em uma subjetivação particular. O sujeito espectador pode estar diante de uma imagem simulada ou sintética e ter um olhar de respeito, como se teria diante de um ídolo da logosfera debrayriana. A sacralidade emanada não é oriunda da imagem e sim da significação do espectador. Esta significação é percebida através dos signos da imagem e de como estes signos estão inseridos na cena imagética.

Se o olhar contemporâneo mudou, se as imagens estão escrevendo uma nova realidade, o que percebemos é um novo objeto de estudo: a imagem. Como ela é produzida e como é percebida; eis a questão.

3.4 - Imagens na Educação

As imagens entraram na escola como objeto de conhecimento através da promulgação dos Parâmetros Curriculares Nacionais, na década de 90, no Brasil.

Como os PCNs são separados por áreas de conhecimento, os de Arte trouxeram várias considerações sobre a teoria e a prática das artes nas escolas. Nos sub-itens *O conhecimento artístico como produção e fruição* e *O Conhecimento artístico como articulação de sentidos* (1998. p,30), as imagens artísticas foram teorizadas no documento oficial das políticas públicas educacionais brasileiras.

O documento oficial refere-se às linguagens artísticas como Artes Visuais, Música, Teatro e Dança. Como constatou Monteiro (2005), o predomínio das Artes Visuais, no entanto, é notável na produção científica brasileira sobre arte-educação. Do corpus selecionado por Monteiro de dissertações e teses brasileiras sobre arte-educação, a maior parte das pesquisas, no período 1995-2003 refere-se à inserção da proposta triangular do ensino de arte no currículo das escolas.

A proposta descreve três momentos da manifestação artística: o fazer artístico, a fruição ou leitura de imagens e a contextualização histórica. Os alunos são levados a produzir arte construindo algum artefato (fazer artístico); segue-se o momento da apreciação estética onde os colegas comentam as produções mutuamente (fruição)e somam-se a isto os toques contextuais de história da Arte.

Os três momentos compõem a arte educação no ensino básico. Os PCNs entendem esses três momentos como "distintos âmbitos de experiência" (BRASIL, 1998.p,36):

> • a experiência de fazer formas artísticas incluindo tudo que entra em jogo nessa ação criadora: recursos pessoais, habilidades, pesquisa de materiais e técnicas, a relação entre perceber, imaginar e realizar um trabalho de arte;
>
> • a experiência de fruir formas artísticas, utilizando informações e qualidades perceptivas e imaginativas para estabelecer um contato, uma conversa em que as formas signifiquem coisas diferentes para cada pessoa;
>
> • a experiência de investigar sobre a arte como objeto de conhecimento, no qual importam dados sobre a cultura em que o trabalho artístico foi realizado, a história da arte e os elementos e princípios formais que constituem a produção artística, tanto de artista quanto dos próprios alunos.

Um segundo momento sobre leitura de imagens na escola pode ser identificado no uso da fotografia como dispositivo de memória e de constituição de subjetividades discentes. Várias pesquisas recentes podem ser encontradas na literatura especializada dos educadores, relatando a produção e leitura de fotografias pelos alunos escolares e

por estudantes dos cursos de Pedagogia: Jobim e Souza(2002 e 2006); Lopes (2006); Souza(2006); Dietrich(2006); Bravo e Martins(2006) e Molon (2006).

As pesquisas deste segundo momento reportam às imagens do contexto escolar (Jobim e Souza, 2002); outras reportam à oficinas-passeio em jardins botânicos (Pereira e Jobim, s/d) ou a áreas de lazer (Lopes, 2006); outras são programadas incluindo visita a museus, onde a releitura é realizada pelos alunos, na apreciação das fotografias expostas por artistas (Bravo e Martins, 2006).

Em, "Fotografar e Narrar" (2002), as autoras esclarecem que os jovens são solicitados a fotografar livremente a escola e depois comentar as fotos, criando um "[...] campo dialógico que amplia o significado original da imagem fotografada, possibilitando que novos sentidos sejam negociados [...] Da imagem à palavra, e da palavra de volta à imagem, ampliam-se não só os modos de observação como as possibilidades de interpretar uma mesma imagem" (JOBIM E SOUZA; LOPES, 2002 p. 69).

Na oficina passeio relatada no texto "O uso da imagem na pesquisa em educação", as autoras trabalham com a noção da polifonia e dialogia baktiniana: "Fazer ouvir as vozes que habitam as imagens, significa ouvir não somente o apelo daquele que as produziu, mas também todos os demais sentidos colocados na imagem por aqueles que a habitam enquanto leitores e espectadores" (PEREIRA; JOBIM e SOUZA s/d).

Outras oficinas-pesquisas são programadas incluindo visita à galerias, onde a releitura é realizada na apreciação das fotografias expostas por artistas (Bravo; Martins, 2006): "A fotografia não é a realidade em si, mas um recorte, um ponto de vista a partir do olhar do observador. O focado naquele momento é efêmero [...] No entanto, fica o seu registro pela imagem fotográfica [...] comunicação sem palavras, mas repleta de

idéias e memórias traduzidas pelas imagens" (BRAVO e MARTINS, 2006 p. 278).

O foco das pesquisas identificadas com o uso da fotografia, é desenvolver nos educandos, a capacidade de se re(ver) ao ver o mundo e o outro coletivamente. São pesquisas baseadas em intervenção, que provocam o professor, ao convidá-lo, como diz Molon (2006.p,107) " [...] para viver intensamente uma ruptura com o cotididano". No texto de Zanella (2006), há também uma proposta de experimentar e desestabilizar o olhar massificado com novas estratégias de ensino. "Um dispositivo importante nesse movimento de ruptura é o *passeio*, mas não qualquer passeio, qualquer saída: refiro-me a passeios estéticos a lugares variados, fisicamente presentes ou ausentes [...]" e resultam em experiências que "[...] são fundamentais no processo de (re/des) educação do olhar e de constituição de sujeitos [...]" (ZANELLA .2006. p, 147 - grifo da autora)

Os dois momentos da história das imagens na pedagogia brasileira, o primeiro marcado pela arte-educação enfatizando principalmente a releitura de pinturas e o segundo, momento atual, com grande ênfase na produção e releitura da fotografia, são inspirados pela vertente da psicologia histórico-cultural, onde os temas da constituição do sujeito, da memória e da atividade criadora estão presentes em quase todos os textos mencionados acima.

Outra abordagem diferente da histórico cultural é explorada em análises de determinados temas educacionais retratados nas imagens fotográficas ou não. Por exemplo, as imagens de ciência nos livros didáticos (Macedo, 2004); ou imagens de escolas rurais e urbanas em determinado período (Alves e Oliveira, 2004) e ainda imagens de crianças na iconografia pedagógica dos séculos 19 e 20 (Chalmel, 2004).

Nessas pesquisas, a ênfase é voltada para a interpretação das imagens propriamente ditas como representação de realidades e não para a constituição de sujeitos. A psicologia da aprendizagem histórico cultural dos dois momentos anteriores é aqui preterida em favor de abordagens mais próximas aos estudos culturais, chegando mais perto da obra propriamente dita do que dos efeitos empíricos que ela provoca em tal ou qual classe de sujeitos.

Na apresentação do dossiê “Imagem e pesquisa em educação: currículo e cotidiano escolar” da revista Educação & Sociedade (2004), as autoras entendem que há poucas pesquisas desenvolvidas nesta área sobre imagens. Esta conseqüência é oriunda, segundo as organizadoras do dossiê, de trabalhos científicos de cunho quantitativos; assim como as fortes relações da Educação com a Psicologia e a Política “[...] nas quais as preocupações teórico-metodológicas sobre a imagem quase sempre estiveram ausentes” (MACEDO, OLIVEIRA et al.2004. p,15).

Felizmente este panorama vem se modificando e podemos perceber nas recentes publicações *Imagem: Intervenção e pesquisa*, livro resultante de grupo de estudo de Educação de Florianópolis e Rio de Janeiro; e o livro *Relações estéticas, atividades criadoras e imaginário: sujeitos e (em) experiência* também de Educação, com expressivos artigos sobre imagem. Esta dissertação que ora apresento, também pode ser mencionada, como mais um esforço para a mudança deste panorama.

Quando comparamos as áreas de conhecimento, é notório que a Educação volta-se mais para as imagens artísticas, enquanto que a Comunicação, para as imagens publicitárias ou jornalísticas.

Enigma ou mensagem?

Para Debray (1994.p, 59), assim como para outros autores que analisaram as imagens enquanto obras de arte, "[...] uma imagem é para sempre e definitivamente enigmática [...]". O visível não é legível é um subtítulo do autor, como confirma a epígrafe de Van Gogh: "E o pintor, em suma, não diz nada, cala-se; prefiro assim". do capitulo II "A transmissão simbólica", (DEBRAY,. 1994 p.45)

Vygotsky, em sua análise da tragédia skakesperiana, atribui à obra o seu caráter de enigma ou de obra enigmática durante todo o capítulo 8 "A tragédia de Hamlet, príncipe da Dinamarca" do livro "Psicologia da Arte" (2001), enigma aliás, que Vygtosky se propõe a desvendar nesta análise.

A análise de imagens traz a necessidade de especificarmos que tipo de imagens estamos considerando. Pois, é predominante entre os autores que referem-se à imagem, considerá-la como obras de arte consagradas, numa rejeição às imagens-mensagens.

Já os comunicadores desenvolveram metodologias e teorias para a compreensão das imagens publicitárias e/ou jornalísticas na sua especificidade de mensagens e como tal, com forte aproximação com as linguagens verbais.

Assim, Barthes entende que a retórica da imagem só poderá ser constituída a partir de "[...] um inventário suficientemente vasto [...]" (BARTHES.1990.p,40). Neste inventário, Barthes previa que se encontrariam algumas das figuras de linguagem já descobertas pelos Antigos e pelos Clássicos. Menciona então, como exemplo na retórica da imagem por ele analisada (a imagem das massas Panzani) as figuras metonímia e assíndeto; Barthes (p.40/41) menciona também que nesta fase da sua investigação, não era tão importante inventariar

os conotadores mas entender que eles eram signos descontínuos (voltaremos a esse ponto no item 4.1.3).

Não é difícil encontrarmos na literatura de áreas como a Comunicação ou o Design, inventários das figuras de linguagem nas imagens publicitárias, como realizado por Almeida Júnior (2005). Segundo Almeida Júnior, Jacques Durand encontrou, nas imagens publicitárias, não algumas figuras de linguagem, como previa Barthes, mas todas. Almeida Júnior, oferece, como ilustração, várias imagens publicitárias onde é possível identificar figuras como repetição, elipse, alusão, metáfora, acumulação, metonímia, eufemismo, paradoxo, etc.

Outras análises de imagens dentro da concepção imagem-mensagem são possíveis, com aportes de outras semióticas como as praticadas por Calazans (1998) onde a categoria do subliminar desponta como a mais importante nas análises da marca italiana Bennetton.

Assim, traremos a retórica da imagem de Barthes para a análise de nosso objeto de estudo, uma vez que entendemos ser necessária, a aproximação de referenciais praticados em outras áreas, como a da educação.

3.5 A imagem de nossa dissertação

Não acreditamos em que uma tentativa de periodização possa satisfazer a todas as percepções das imagens em vários momentos da história humana. Mesmo os autores acima estudados perceberam esta dificuldade em demarcar suas categorizações das imagens. Esta dificuldade se dá porque a imagem é construída pelo espectador. Por mais que a técnica de produção possa proporcionar imagens simuladas, o olhar do espectador pode ser um olhar do “passado”. Quem olha vê o que quer, o que sabe, o que lhe dá sentido. E é nesta direção que vamos seguir com nossa inquietação.

A imagem contemporânea, objeto desta dissertação são fotografias disseminadas por diversos veículos de comunicação; são produções determinadas pela tecnologia para criarem o efeito desejado; (figura 4). Não pretendemos enquadrá-las em uma categoria, como fizeram os autores acima estudados. São fotografias publicitárias que produzem um efeito estético como as obras de artes e são percebidas com muita facilidade pela familiaridade que temos com a proliferação das imagens em nossa sociedade.

Mas, o que nos interessa em trazer para esta dissertação não é determinar como são produzidas as imagens e com que finalidade. O vetor que nos interessa vai da imagem à recepção (imagem → recepção), como entender sua mensagem e como essa imagem é construída. Enfim, interessa-nos saber como ler esta imagem.

Figura 4- Vegetarians' Secret - Filipe Dias
Fonte: http://www.olhares.com/vegetarians_secret/foto713931.html

4 - REFERENCIAL TEÓRICO

A percepção dos signos da mensagem visual contidos numa imagem, não garante sua interpretação. Temos uma familiaridade com as imagens que nos acompanha desde a mais tenra idade, por isso não temos dificuldades de perceber os signos das imagens que permeiam nossa vida.

Reconhecemos estes signos porque fazem parte de nossa linguagem. Mas entendemos que as produções imagéticas contemporâneas necessitam mais do que um reconhecimento dos elementos sígnicos, elas necessitam ser analisadas, lidas e só assim entendidas.

Joly em seu livro “Introdução à análise da imagem” (2000) propõe uma análise da imagem onde fica clara a estruturação de sua produção . Joly identifica no todo, unidades isoladas para entender a função do conjunto. A autora entende que análises de imagens não impedem o prazer estético, mas sim proporcionam atitudes mais aguçadas diante da contemplação.

O que queremos destacar como objetivo de uma atitude analítica com relação às imagens, é a mediação pedagógica. E Joly define como:

> Demonstrar que a imagem é de fato uma linguagem, uma linguagem específica e heterogênea; que, nessa qualidade, distingue-se do mundo real e que, por meio de signos particulares dele, propõe uma representação escolhida e necessariamente orientada; distinguir as principais ferramentas dessa linguagem e o que sua ausência ou sua presença significam [...]”. (JOLY.2000.p.48)

Para analisar as imagens contemporâneas usaremos uma análise semiológica dos elementos sígnicos que compõem a imagem. Entenderemos a imagem como uma mensagem visual e para esta teorização analítica faremos a aproximação com o método semiológico de Roland Barthes.

4.1 - Metodologia de Roland Barthes para análise de imagens

Barthes desenvolveu uma metodologia para análise da imagem permitindo assim, identificar as mensagens que ela contém. Ou seja, a preocupação do autor era saber como a imagem produz um sentido. ”Como o sentido chega à imagem? Onde termina o sentido? E, se termina, o que existe além dele?” (BARTHES. 1990.p.27).

O autor considerou a imagem como uma linguagem não-verbal, e como linguagem, mantém relações com seus elementos internos para produzir um sentido na comunicação entre os indivíduos sociais.

Para entender este sentido produzido pela imagem, Barthes analisa uma imagem publicitária. O autor entende a imagem publicitária como sendo uma unidade narrativa onde signos imagéticos e textuais se complementam para direcionar a leitura da mensagem. Dois tipos de linguagem num mesmo sistema.

Para esta análise estrutural, ele identifica nos signos icônicos duas mensagens: mensagem icônica codificada e não codificada. E na linguagem escrita, uma outra mensagem

A distinção entre estas três mensagens permite suas descrições e justifica-se na medida em que “[...] a distinção permite descrever a estrutura da imagem de maneira coerente e simples, e a descrição assim feita prepara uma explicação do papel de imagem na sociedade[...]”(BARTHES.1990.p.31).

Para explicar a idéia de Barthes, se faz necessário explicitar a estrutura da linguagem verbal para possibilitar uma analogia com a linguagem não-verbal. Assim como traremos algumas posições discordantes em considerar a imagem como sendo uma linguagem.

4.1.1 Linguagem verbal

A semiologia é a ciência que estuda todos os sistemas de signos. Coelho Netto (2003) define alguns conceitos que podem ser extraídos de modelos lingüísticos relacionando as diferenças entre Saussure, Hjelmslev e Barthes.

Para entender aspectos sociais e individuais de uma linguagem, Coelho Netto (2003. p.18) destaca Saussure que considera a *língua* sendo domínio do social e a *fala* domínio do individual; Barthes complementa esse raciocínio saussereano, definindo a *língua* como um sistema e a *fala* como um processo que atualiza e dá existência a este sistema.

Segundo Coelho Netto (2003.p.19) para uma "[...] semiologia dos sistemas não-linguisticos [...]", os termos *esquema* e *uso* de Hjelmslev seriam mais propícios, considerando uma comparação respectiva de língua e fala.

Para resumir estes dois domínios, o autor entende que em uma linguagem natural qualquer a "[...] *língua* seria o conjunto de todos os termos constantes de um dicionário ideal, mais as normas de combinação possível entre eles". Resumindo, a fala "[...] seria uma mensagem qualquer formada a partir desse conjunto".(COELHO NETTO. 2003. p.19).

Considerando uma subdivisão da fala, Coelho Netto (2003.p.19) define como léxico a *fala de um determinado grupo*, como por exemplo um jargão médico; e idioleto como *a fala específica de um único indivíduo*.

Num sistema lingüístico, a língua é utilizada para a comunicação de indivíduos que conhecem os conjuntos de termos desta língua. Escolhendo a combinação de termos de determinada língua, um indivíduo utiliza alguns para elaborar sua mensagem; mensagem que

será entendida por outros indivíduos que também conhecem esta língua.

Os termos de uma língua são chamados de signos, pois portam uma significação. O conjunto de signos traduz-se numa mensagem, possibilitando então, uma comunicação entre os indivíduos que conhecem a significação dos signos envolvidos nesta mensagem.

Coelho Netto (2003.p.20) esclarece que na teoria saussuriana o signo pode ser analisado em duas partes: o *significante*, que é a parte física do signo, a parte visível e o *significado* que é o conceito veiculado a partir desta parte física.

A combinação de signos e das partes destes signos na teoria lingüística é que permite uma comunicação, pois os signos e seus elementos se articulam duplamente; é conhecida na lingüística, a expressão 'a dupla articulação da linguagem humana'.

A teoria lingüística, conforme esclarece Coelho Netto (2003.p.20), considera o signo como a menor unidade de primeira articulação. Isto é, o signo é a menor unidade portadora de sentido numa seqüência de signos. Numa frase temos vários signos lingüísticos e cada um tem seu significado. Se considerarmos a frase "casa de campo", temos os signos: "casa"; "de", "campo". Cada unidade tem seu significado (seu conceito) e estas unidades são definidas como *monemas*.

Há uma segunda articulação da linguagem, continuando o esclarecimento acima, onde dentro da análise da primeira articulação pode-se ainda considerar unidades menores do signo. Estas unidades não portam significação, apenas participam nesta segunda articulação em relação às suas posições dentro do signo. No exemplo acima, o signo casa é composto de unidades menores (letras) em determinadas posições e não em outras (c + a + s + a e <u>não</u> a + c + a + s). Estas

unidades dos signos são chamadas de fonemas. A parte gráfica pode ser lida, ou melhor, traduzida em forma oral. É considerada uma linguagem quando pode ser lida oralmente a escrita, e, assim acontece a dupla articulação.

Essa dupla articulação nas linguagens naturais é obrigatória. Já nas linguagens não naturais "[...] não apresentam obrigatoriamente essas duas articulações fixas".(idem. 2003. p.21).

Faz-se necessário uma distinção entre significação e significado. O significado é o conceito relacionado ao significante que o determina. E significação é a efetivação desta relação significante + significado. Ou seja, se o sujeito diante de um significante, desconhece seu significado, não implica que não haja um significado para aquele determinado significante. Quando o sujeito reconhece o significante então há uma significação. "[...] a questão do significado está no domínio da língua, e a da significação, no da fala [...] a significação de um signo é uma questão individual". (idem. 2003. p,23).

Entrando no nível da significação temos os fenômenos de conotação e denotação do signo. Sendo que, conforme Coelho Netto (2003.p.24), o signo denotativo direciona o primeiro significado da relação significante+significado. E o signo conotativo vem de um segundo significado que foi originado de uma significação primeira (significado+ significado).

Signo conotado	2º	significante		significado
Signo denotado	1º	significante	significado	

Esquema 1:Fonte modificada: Coelho Netto (2003.p, 25)

Na teoria saussuriana, linguagem é a rede de relações de elementos como os monemas e os fonemas. E nestas relações há uma relação que liga duas ordens de valores relacionadas a dois eixos.

Temos no primeiro eixo, a relação dos signos (palavras) dentro de um discurso (frase). Estas palavras se combinam umas com as outras e umas depois das outras, devido ao caráter linear dos signos lingüísticos. Este eixo é denominado *sintagma*.

Um outro eixo que é relacionado e validado pelo primeiro é o eixo paradigmático ou eixo das relações associativas. Este eixo é composto de opções sígnicas de dispomos para compor o sintagma, ”[...] para formular uma dada mensagem escolho previamente um signo dentre um repertório de outros a ele associados”. (idem. p,26-27).

Na relação paradigma/sintagma, as opções paradigmáticas “[...] não obedecem nem a uma ordem determinada, nem são em número definido [...]” enquanto que “[...] num sintagma há uma certa ordem de sucessão e um número determinado de signos [...]” (idem. 2003. p,27).

Por exemplo no sintagma (frase), “uma casa abandonada”, teríamos nas associações paradigmáticas as opções sígnicas ‘moradia’, ‘residência’, ‘lar’ para compormos a frase, ao invés do signo ‘casa’. Para o signo ‘abandonada’, poderíamos dispor das opções paradigmáticas ‘vazia’, ‘desocupada’, entre outros. Mas, quando o eixo

paradigmático é preenchido, os signos são dispostos em uma ordem no eixo sintagmático. Então teríamos “uma casa abandonada” e não “ abandonada casa uma”, por exemplo.

4.1.2 Será a imagem uma linguagem?

A imagem é ativada pelo espectador histórico-social através de significações que estão enunciadas pelos signos visuais. O maior problema é entender como esta significação, ou seja, como o sentido chega ao seu receptor. Aumont entende que “[...] o problema do sentido da imagem é pois o da relação entre imagens e palavras, entre imagem e linguagem.“ (AUMONT.2001.p,248). Nesta questão levantada pelo autor, é reconhecido que a imagem veicula informações; o que causa uma maior dificuldade é entender como esta informações são apreendidas pelo receptor. “Uma imagem é um signo que apresenta esta particularidade: pode e deve ser interpretada, mas não pode ser lida”.(DEBRAY. 1994. p.59).

Acreditamos que esta dificuldade se dê por causa da comparação inevitável de como se apreende as informações na linguagem verbal.

Podemos entender esta colocação nas palavras de Aumont trazendo Sol Worth que entende “[...] que a interpretação das imagens é diferente da interpretação das palavras, porque os aspectos sintáticos, prescritivos e verídicos da gramática verbal não se aplicam [...]” (AUMONT.2001 p, 249). Um outro aspecto que também é muito discutido em relação a considerar a imagem como sendo uma linguagem, refere-se a polissemia da mesma. “Polissemia inesgotável” (DEBRAY. 1994. p.59).

Entendemos que um texto é tão polissêmico como uma imagem. Se formos considerar os aspectos da variação de sentido que pode ter uma imagem, também devemos considerar a variação de sentido que

um texto pode levar, já que as comparações entre palavras e imagens são inevitáveis.

Se considerarmos a frase: "uma casa na beira do rio". Qual sentido se traduz neste sintagma (frase)? Entendemos que há dois níveis de conotação a partir deste sintagma. Num primeiro nível, o sentido isolado de cada signo lingüístico; e num segundo nível a conotação que o sintagma pode levar.

Para exemplificarmos este primeiro nível, analisaremos os signos "casa", "beira (do rio)" e "rio". O primeiro signo, "casa", após ser decodificado como moradia, pode ser imaginado (imagem mental) dependendo da opção paradigmática, como uma casa pequena, grande, média: de madeira, de alvenaria, de zinco, de pedra; branca, amarela, azul...., preta ; com estilo alemão; colonial; indígena; simples, pobre, luxuosa, moderna, pós- moderna, pop.

O signo "beira" (borda, proximidade, margem, vizinhança, perto de) pode ser imaginado no sintagma como uma casa ribeirinha (margem); a casa em uma encosta acima do rio (vizinhança); a casa próxima ao rio com um gramado e um píer (proximidade); uma casa perto do rio.

O signo "rio" (curso de água natural) pode ser imaginado como um rio caudaloso; com correnteza e pedras; raso e pouco profundo; poluído; largo e navegável; um pequeno curso de água.

Num segundo nível, os signos quando articulados no mesmo sintagma, direcionam o sentido conotado: a) imaginando uma casa de madeira à margem de um rio com correnteza e pedras, o significado poderá ser *local para férias e esporte radical*; b) imaginando uma casa germânica grandiosa e rica, podemos significar como *hotel germânico*; c) se imaginarmos uma casa ribeirinha, podemos significar como *moradia indígena no Amazonas.*

Quando vemos a casa da figura 5 só há o segundo nível conotativo..

Figura 5- house-river1
fonte: http://www.roineabhal.com/

Neste exemplo acima, é discutível a polissemia do texto e da imagem mesmo quando podemos decodificar os signos lingüísticos, que são passíveis de interpretação, por pertencerem a uma língua. O sentido da linguagem verbal a partir desta decodificação é polissêmico; estará relacionado diretamente com o sujeito histórico-social que decodifica a mensagem escrita. A imagem deste exemplo parece que economiza o sentido polissêmico.

Embora haja uma grande discussão teórica sobre a imagem ser ou não ser uma linguagem, entende-se que há uma produção de sentido na imagem que precisa ser compreendida. O que nos parece consensual, é a direção analítica desta investigação. Já demonstramos que a conotação é muito abrangente e dispersa, impossibilitando assim, uma investigação analítica. A análise possível seria então, da imagem e sua estrutura.

Segundo Aumont: “[...] a abordagem semiológica , com sua distinção entre diferentes níveis de decodificação da imagem, fornece uma primeira resposta a essa questão [...]” (AUMONT.2001.p,250). Percebendo os códigos e suas articulações na imagem, podemos entender os diferentes níveis conotativos que os espectadores apresentam diante de uma imagem. Ou seja, como acontece a interpretação da imagem e não o que se interpreta, uma vez que sabemos da característica polissêmica já tão descrita acima.

Uma outra abordagem possível é a iconologia estudada na história da Arte : “[...] a maioria das reflexões a esse respeito refere-se à imagem artística, considerada em geral como mais nobre, mais digna de interesse e muito mais conscientemente elaborada [...]” (idem.p,251).

Após descrevermos brevemente a estrutura da linguagem verbal e alguns contrapontos sobre a imagem ser uma linguagem não verbal, seguiremos então, nesta dissertação, a abordagem semiológica de Roland Barthes. O autor considerou a imagem como uma linguagem e desenvolveu uma teoria sobre a análise de imagens utilizando a imagem publicitária para aplicar este método.

4.1.3 Metodologia de Barthes aplicada na publicidade

Na análise da publicidade das massas Panzani (figura 6), Barthes (1991. p. 28-31) descreve as três mensagens conforme a quadro 1. A primeira é a mensagem lingüística, é necessário apenas conhecer o idioma francês para ser decodificada.

Já na segunda mensagem, mensagem icônica codificada (simbólica), é necessário um saber cultural no qual a população realiza suas próprias compras e um saber mais específico que diz respeito às cores da Itália nos produtos.

Este signo conotado formado pelas cores é ancorado pelo signo lingüístico da marca *Panzani* significando *italianidade*. Esta mensagem porta vários signos descontínuos e coerentes e exigem um *saber cultural* levando a *significados globais*.

Uma terceira mensagem é identificada por Barthes, que a descreve como uma mensagem sem código (literal) onde "Os significados dessa terceira mensagem são formados pelos objetos reais da cena, e os significantes por esses mesmos objetos fotografados[...]" este signo não requer uma interpretação porque "[...] é um saber quase antropológico. Esta mensagem corresponde, de certa forma, ao sentido da imagem [...]" (idem.1990.p.30).

figura 6 – publicidade Panzani
fonte: www.er.uqam.ca/nobel/r33554/pub.html

<table>
<tr><td>Mensagem lingüística</td><td colspan="2">Mensagem icônica não codificada – mensagem literal – mensagem denotada</td><td colspan="2">Mensagem icônica codificada – mensagem simbólica – mensagem conotada</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Legenda e etiqueta</td><td>Significantes</td><td>significado</td><td>Significantes</td><td>significado</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="4">Tomate
Pimentão
Cebola
Sacola
Massas
molho</td><td>Frescor dos produtos</td><td>Produtos em bom estado</td></tr>
<tr><td>Sacola de compras aberta</td><td>Refeição caseira</td></tr>
<tr><td>Tomate vermelho, pimentão amarelo e verde; cebola</td><td>Itália (cores)</td></tr>
<tr><td>ingredientes completos e em bom estado</td><td>Molho pronto feito de ingredientes similares</td></tr>
</table>

Quadro 1 Quadro sintético dos elementos da leitura

Esta descrição estrutural se faz necessária para entender a relação entre os elementos da imagem:

> [...] a mensagem literal aparece como *suporte* da mensagem "simbólica". Sabendo que um sistema que adota os signos de outro sistema, para deles fazer seus significantes, é um sistema de conotação; podemos desde já afirmar que a imagem literal é *denotada*, e a imagem simbólica é *conotada*."(BARTHES. 1990.p.31 – grifo do autor).

4.1.4 A língua da imagem

Barthes entende a imagem como um sistema. No sistema da língua da imagem, os signos são descontínuos, a relação entre seus elementos

não apresenta a dupla articulação entre morfemas e fonemas, como na linguagem verbal. Ou seja, neste sistema não-verbal, os signos estão no sintagma sem a linearidade apresentada no sistema verbal, mas cada signo tem seu sentido próprio e se articula neste sintagma. Neste sistema lingüístico há a primeira articulação, mas não a segunda, pois ele não é fonético e não pode ser lido como no sistema verbal.

A metodologia de análise de Barthes diferencia-se da análise estrutural da linguagem verbal. Os signos contidos na cena imagética portam um sentido, mas não há uma ordem para entendê-los. Um indivíduo que observa uma cena imagética pode inclusive ignorar algum dos signos não significativos para ele.

Barthes entendeu a imagem como linguagem e não como um conjunto de símbolos. Esta linguagem é composta por três mensagens pertencentes a um mesmo sistema: uma mensagem lingüística, uma mensagem icônica não codificada (mensagem denotada) e uma mensagem icônica codificada (mensagem conotada).

O autor entende que em toda imagem da comunicação em massa, há uma mensagem lingüística presente. E a presença do elemento textual tem funções dentro da imagem. O que queremos ressaltar é a função de fixação, que segundo Barthes (1990), refere-se à orientação da conotação diante da polissemia da imagem “[...] toda imagem é polissêmica e pressupõe, subjacentes a seus significantes, uma ”cadeia flutuante” de significados, podendo o leitor escolher alguns e ignorar outros.” (BARTHES. 1990.p.32).

Esta fixação trazida pela mensagem lingüística orienta o sentido da mensagem da imagem. O autor ressalta ainda o caráter seletivo desta mensagem lingüística “[...] a linguagem tem, evidentemente, uma função elucidativa, mas esta elucidação é seletiva; trata-se de uma metalinguagem aplicada não à totalidade da mensagem icônica, mas unicamente alguns de seus signos [...]” (BARTHES. 1990.p,33). Mesmo

tendo uma função de fixar um sentido para a mensagem conotativa, esta fixação não impede a liberdade dos significados. Mas, se retirarmos a mensagem lingüística da imagem, a liberdade dos significados pode levar à proporções interpretativas dispersivas.

As mensagens icônicas são transmitidas pela imagem literal ou imagem denotada; e pela imagem cultural ou imagem conotada "[...] o espectador da imagem recebe ao mesmo tempo a mensagem perceptiva e a cultural [...]" (idem.p,31)

A denotada ou mensagem literal é a primeira mensagem vinda da relação do significante com seu significado. Segundo Barthes, temos aí um paradoxo, pois "[...] trata-se de uma ausência de sentido que contém todos os sentidos; é também uma mensagem suficiente, pois tem, pelo menos, um sentido ao nível da identificação da cena representada [...]". Os signos desta imagem são percebidos por um saber quase antropológico. É "[...] um primeiro grau do inteligível [...]", antes deste grau teríamos apenas uma percepção de linhas e traços e além deste grau "[...] quem quer que seja, oriundo de uma sociedade real, dispõe sempre de um saber superior ao saber antropológico [...]" (idem. p.35). Os signos denotados são analógicos, e, ao serem percebidos e identificados levam a um nível de decodificação pelo valor simbólico de seu próprio signo e pelo contexto em que ele está inserido na cena visual.

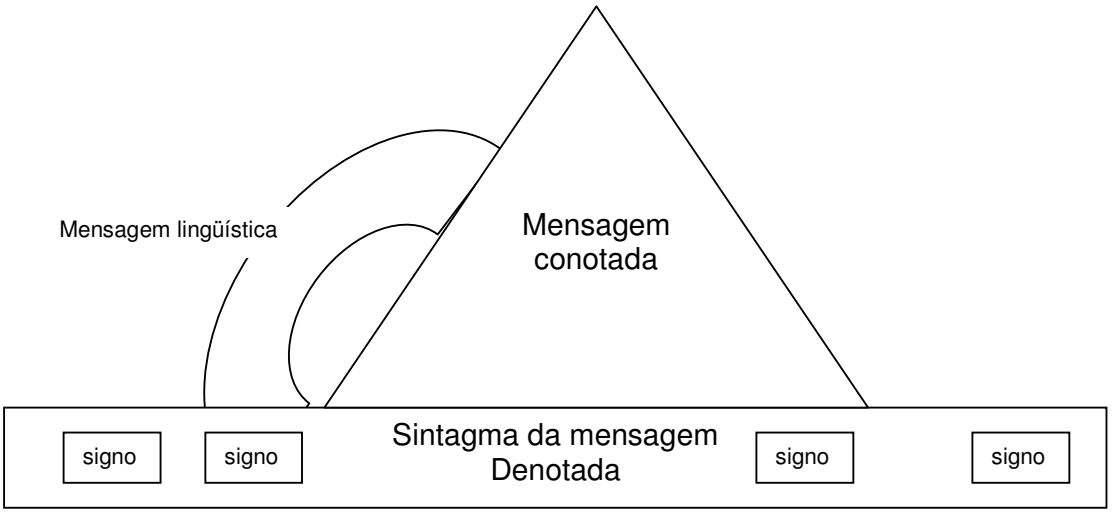
A importância de distinguir, na estrutura da imagem, esta primeira mensagem (denotada) da segunda (conotada), refere-se à dificuldade de realizar uma leitura da imagem a nível da imagem conotada. Uma primeira dificuldade seria que: "A língua de imagem não é um conjunto de palavras emitidas [...], é também o conjunto de palavras recebidas [...]". E uma outra dificuldade seria de "[...] como nomear os conotadores?" (idem. p.39)

Os signos da imagem conotada estão presos ao sintagma da imagem denotada. Por exemplo, numa imagem em que são perceptíveis os signos pão, manteiga, café e leite, a mensagem conotada 'café da manhã' ou 'lanche' só é interpretada (ou lida), porque os elementos sígnicos estão articulados no conjunto da cena visual; isoladamente seriam signos descontínuos não permitindo uma leitura da mensagem conotada 'café da manhã'.

Retomando as relações dos elementos da linguagem verbal, "[...] a conotação é apenas sistema, não se pode definir senão em termos de paradigma [...]", relações associativas possíveis vindas da mensagem conotada. E "[...] a denotação icônica é apenas sintagma, associa elementos sem sistema [...]" (idem. p.41).

A organização dos elementos da imagem denotada (signos percebidos antropologicamente) orienta a interpretação dos elementos da imagem conotada (signos culturais). Como afirma Barthes (1990. p,41- grifo do autor) "[...] *é exatamente o sintagma da mensagem denotada que "naturaliza" o sistema da mensagem conotada*."

Esquematicamente, podemos representar assim o sistema da língua da imagem.



Esquema 2: O sistema da língua da imagem

No esquema 2 vemos um retângulo representando a articulação entre os elementos perceptíveis (signos denotados) da imagem; vemos também um triângulo cuja base está apoiada no grande retângulo e um semicírculo articulando ambas as figuras.

A relação entre as figuras geométricas representa os sistemas da imagem e suas relações, onde temos: uma base (retângulo maior); seus elementos internos organizando o sentido da mensagem conotada (triângulo); a posição do triângulo indicando que o sentido desta mensagem parte ou apóia-se na relação dos elementos articulados do sintagma da mensagem denotada. A mensagem lingüística tem uma importante função no sistema por fixar (ancorar) o sentido da conotação.

Esta metodologia foi desenvolvida por Barthes na década de 60; o autor resignifica seus estudos estruturalistas de base sausseriana nos anos 70. Entendemos que a metodologia desenvolvida pelo autor preenche satisfatoriamente uma análise de imagens na época atual, pois acreditamos que sejam portadoras de mensagens. Especialmente as imagens publicitárias na medida que visam a transmissão de mensagens específicas. Não necessariamente venda de produtos comerciais; por exemplo, ONGs ou organizações da sociedade civil também utilizam-se de mensagens publicitárias para transmitir suas idéias

Diante desta explanação, voltamos ao objeto de nossa dissertação no qual a pedagogia das imagens contemporâneas faz-se necessária. E ensinando a “ler imagens” nos parece um caminho possível.

5 - METODOLOGIA DA PESQUISA

5.1 Material e método

Três fotografias foram objeto de análise através do método analítico semiológico proposto por Barthes. Para cada uma das imagens serão identificadas as mensagens lingüísticas, denotadas e conotadas em quadro compilador.

As análises serviram de parâmetro para uma investigação da reação estética dos professores de uma rede municipal em situação de formação continuada no município de Itajaí, SC, no mês de fevereiro de 2006.

Todas as imagens escolhidas são imagens publicitárias, possuem características pedagógicas ou educacionais porque veiculam uma mensagem moral ou ideológica e não simplesmente uma venda de produtos ou processos. São mensagens publicitárias de natureza advocatícia, como a defesa de uma causa social (preservação do meio ambiente e questões relacionadas à saúde).

5.2 Sujeitos

Ministrei uma Formação Continuada oferecida pelo município aos professores dos laboratórios de informática das escolas municipais. Esta formação contava com quinze professores, com os quais realizei a coleta de dados A formação destes professores é variada, desde pedagogos e licenciados diversos até professores com formação técnica em informática. Estes últimos atuam como mediadores na relação ensino-aprendizagem junto aos demais professores da escola.

Os sujeitos relacionados estavam organizados em duas turmas, uma matutina e outra vespertina com 7 e 8 membros respectivamente. O tempo destinado ao exercício da leitura das três imagens teve a duração de 40 minutos.

5.3 Procedimento

Aos sujeitos foram apresentadas as imagens em uma apresentação de PowerPoint (uma imagem em cada slide) na observação individual em tela de computadores em rede, de tal maneira que cada um podia observar a imagem individualmente em sua máquina. Os computadores estavam dispostos em bancadas em forma de U, impossibilitando a observação dos demais colegas. Havia, entretanto a possibilidade de comunicação verbal entre eles, lado a lado, embora o exercício solicitado fosse para ser realizado de forma individual.

Foi entregue a cada um dos sujeitos uma folha de papel a ser preenchida que constava um quadro com duas colunas e três linhas, conforme quadro 2.

	Imagem
Descrição da imagem	
Mensagem pretendida	
Sua opinião	

Quadro 2: modelo simplificado do instrumento de coleta da leitura de imagem dos professores

Obs: o item 'Sua opinião' não foi considerado para a análise dos dados, pois nos pareceu irrelevante na contribuição da pesquisa.

6 RESULTADOS

Mesmo entendendo que nas campanhas publicitárias, a mensagem lingüística e a mensagem icônica não-codificada tendem a criar uma mensagem a priori, acreditamos que o sentido da mensagem não é totalmente fechado. Para efeito de criar um parâmetro, estaremos considerando um sentido para cada imagem publicitária que apresentaremos nesta dissertação.

6.1 Imagem do Greenpeace

Campanha publicitária da agência Giovanni,FCB para a Organização não Governamental Greenpeace.

Figura 7 - Greenpeace
Legenda em português: “Se fosse na sua casa, você reclamaria?”
Fonte: http://www.biranet.com.br/recall/archives/2004_03.php

6.1.1 Mensagem Denotada

Fazem parte da mensagem denotada os signos perceptíveis e os procedimentos técnicos da imagem. A mensagem lingüística, por ter função denotativa, também estará enquadrada neste item.

O primeiro passo para a análise de uma imagem é a descrição dos signos da cena. O que vemos na figura 7 é uma criança de aproximadamente 8 (oito) meses: esta criança usa fralda (descartável); está em posição de engatinhar. Ela está sozinha e chorando e há uma bola.

Com relação ao entorno do signo denotado principal (criança), podemos perceber que esta criança está num ambiente externo que talvez possa ser o quintal de uma casa. Este posicionamento é percebido pela iluminação da cena que também localiza a temporalidade da imagem como sendo à noite.

O detalhe principal da cena é o líquido preto e viscoso que engloba todo o quadro da imagem, inclusive a própria criança e seu brinquedo.

Quanto à parte textual, vemos em letras pequenas no canto inferior esquerdo uma frase que diz: “Se fosse na sua casa, você reclamaria”? Há também um logotipo do Greenpeace.

Quanto aos procedimentos da imagem analisada vemos que a ausência de moldura cria uma ampliação do quadro visualizado e a cor escura acentua a noite e o líquido preto. A colocação dos objetos em cena proporciona este resultado.

Partiremos agora para a mensagem lingüística da imagem 7. Esta mensagem se encontra em uma posição que a torna secundária em todo o quadro. Embora sua função seja a de direcionar a mensagem

conotada, sua posição e tamanho dentro do texto vão proporcionar uma maior ou menor função denotativa. Neste caso parece-nos que a mensagem fica como uma legenda. O logotipo da Greenpeace também ancora a mensagem conotada, por ser ele próprio carregado de significação.

6.1.2 Mensagem conotada

A mensagem conotada, sinteticamente falando, faz referência ao derramamento de óleo nos oceanos, danificando o meio ambiente e provocando mortes de espécies marinhas. Vamos aos elementos denotados e suas possíveis conotações: o líquido preto nos remete ao óleo ou petróleo; a imensidão proporcionada pela ausência de moldura nos remete ao oceano; a criança chorando, frágil e sozinha, faz uma referência às espécies da fauna marinha que são indefesas e inocentes diante das ações poluidoras; o elemento lingüístico “Se fosse na sua casa, você reclamaria?“ traduz a mensagem e completa com uma analogia entre o planeta e o nosso lar.

6.2 Imagem do Dia internacional de combate ao fumo

Campanha publicitária da agência Elipse para o jornal O Dia - 31 maio 2004 (dia internacional de combate ao fumo)

Figura 8
legenda superior: O cigarro mata centenas de vezes mais do que o terrorismo
legenda inferior:31 de maio: dia internacional de combate ao fumo
fonte: http://www.brainstorm9.com.br/archives/2004/05/dia_internacion.html#000315

6.2.1 Mensagem denotada

Seguindo a ordem da análise da imagem anterior, faremos uma descrição dos signos da figura 8: em primeiro plano vemos 2 (dois) cigarros acesos, colocados de pé, paralelamente. O tamanho original é mantido considerando-se com a parte queimada que ainda não se desprendeu do corpo do cigarro; o fundo é preto.

Os elementos textuais completam a mensagem denotada: na parte superior central, uma frase escrita em branco com letras pequenas indicam que “O cigarro mata centenas de vezes mais do que o terrorismo”; no canto inferior direito há um logotipo do jornal “O Dia”; abaixo do logotipo há uma frase escrita em branco, com letras menores que a frase superior, que diz “31 de maio: dia internacional de combate ao fumo”.

Nesta imagem o procedimento para produzir a mensagem denotada desejada é relativamente simples, mas de fundamental importância: a disposição paralela dos cigarros; o fundo preto destacando o objeto central dá uma amplitude em relação a sua altura; o fluxo da fumaça dirige-se para o lado superior direito. Esta disposição permite a construção de um novo signo denotado que vai além do signo cigarro que é o ícone “torres gêmeas” (WTC).

A mensagem lingüística “O cigarro mata centenas de vezes mais do que o terrorismo” traduz explicitamente a mensagem da imagem. Portanto esta mensagem lingüística tem uma função de ancoragem muito importante. Já o logotipo “O Dia” não prevê nenhuma significação implícita e a mensagem verbal abaixo dele tem pouca significação em relação à forte denotação da imagem.

6.2.2 Mensagem conotada

A mensagem conotada refere-se a uma analogia entre duas causas de mortes: as mortes pela destruição das torres do World Trade Center e as mortes pelo consumo de cigarro. O que remete a esta conotação é a disposição do signo principal. Este procedimento técnico da imagem é essencial para a analogia com as torres gêmeas: o paralelo, a altura e a direção da fumaça.

A mensagem conotada é ancorada pela mensagem lingüística e leva o espectador a entender o motivo da mensagem visual: uma campanha publicitária realizada para um jornal sobre o combate ao mesmo veiculada no dia internacional de combate ao fumo. Já a analogia entre o combate ao fumo e a mensagem icônica denotada (a disposição dos cigarros fazendo a analogia com a destruição das torres gêmeas), permite uma liberdade polissêmica da imagem.

O espectador tem uma conotação mais livre: o atentado matou rapidamente, mas o fumo embora mate lentamente abrange um maior número de vítimas. O terrorismo é uma ação mundial assim como o o fumo ; o atentado nos chamou atenção, mas o que mata mais não nos chama tanto .

6.3 Imagem PETA

Campanha publicitária da Organização não Governamental – PETA (People for the Ethical Treatment of Animals)

Figura 9: legenda traduzida: Aqui está o resto do seu casaco de pele
Fonte: http://www.zoldmagazin.com/belso/hirek0211.html

6.3.1 Mensagem denotada

Na figura 9, podemos descrever a seguinte cena: uma mulher branca, vestida de preto, aparentando ser de uma classe social elevada pelos indicadores do traje e da maquiagem; esta mulher segura um animal escalpelado (sem pele); há um logotipo escrito “PETA”; uma frase em inglês no canto inferior esquerdo escrita em branco com letras visíveis; o fundo é preto (estamos ignorando a URL em vermelho por acharmos desnecessária para nossa análise).

Com relação aos procedimentos técnicos da produção da imagem, podemos observar: o fundo preto e o vestido preto, para talvez destacar o animal; a posição que a mulher segura o animal permite uma total visualização do corpo do animal; a seriedade da mulher também colabora para a denotação da mensagem.

A mensagem denotada é constituída pelo a) modelo com uma expressão séria expondo um animal escalpelado; e b) pela mensagem lingüística que direciona a mensagem conotada; o logo PETA tem uma significação para espectadores que conheçam esta ONG. Entendemos que esta ONG, que não é brasileira, não tem grande expressão internacional como a Greenpeace.

A mensagem lingüística tem uma posição mais destacada do que as analisadas anteriormente. Sendo assim, ela tem uma função denotativa de maior destaque. Mas, é necessário ser conhecedor do idioma inglês para que a função de fixação da mensagem conotada se estabeleça.

6.3.2 Mensagem conotada

A mensagem conotada é significada pelo sintagma da mensagem denotada, e, também, pelo forte apelo que a mensagem denotada

provoca. Luxúria X crueldade poderia ser uma tradução adequada para essa mensagem visual.

6.4 Resumo das análises das três imagens

Vejamos um quadro-resumo das análises realizadas até aqui.

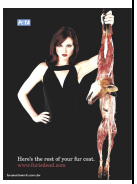
Imagens	**Mensagem lingüística**	**Mensagem denotada**		**Mensagem conotada**	
		Significante	**significado**	**Significante**	**significado**
Figura 7	Se fosse na sua casa*, você reclamaria? Logo :Greenpeace	Criança engatinhando; com fraldas e chorando; coberta com substância preta.		Criança de +ou - oito meses desprotegida, suja de óleo.	Aves marinhas cobertas de óleo e indefesas.
		Liquido preto e viscoso, espalhado.		Óleo ou petróleo espalhado.	Oceano poluído pelo derramamento de óleo.
		Quintal de casa*		Casa	Planeta
Figura 8	O cigarro mata centenas de vezes mais do que o terrorismo. 31 de maio: dia internacional de combate ao fumo. Logo: O Dia	Cigarros paralelos e acesos com a fumaça para a direita.		Torres gêmeas e atentado terrorista de 11 de set.	O cigarro mata centenas de vezes mais do que o terrorismo
Figura 9 	Aqui está o resto do seu casaco de pele. Logo: PETA	Mulher com animal escalpelado. .		Mulher com uma raposa escalpelada.	Extração cruel da pele da raposa para virar adorno.

Tabela 1 : resumo das análises

As 3 (três) figuras analisadas acima, pareceram ser exemplos importantes de imagens contemporâneas. Elas são fotografias que utilizam recursos tecnológicos na sua produção. Podem então criar realidades novas (uma criança suja de óleo?) permitindo assim uma produção de uma mensagem visual em uma única cena. Cena esta, coberta de significações culturais dadas pelo espectador.

Na tabela 1 podemos ver como os significantes + significados das mensagens denotadas originam os significantes da mensagem conotada. O sintagma da mensagem denotada direciona a mensagem conotada.

O sintagma dos signos foi possível pela produção técnica na montagem das imagens. Assim sendo, na figura 7, por exemplo, no sintagma "criança + óleo + mar" foram adicionados alguns procedimentos técnicos na imagem, o que permitiu cobrir toda a cena de óleo. E foi através desse recurso que pôde-se criar a imagem denotada

Na tabela 1 separamos os signos denotados da figura 7, para enfatizar que a percepção dos signos neste primeiro nível de mensagem determina a direção do sentido a ser construído para entender a mensagem. Neste exemplo, acreditamos que sem perceber o sintagma, ou seja, o conjunto dos três signos, não haverá um sistema articulado com a mensagem lingüística para direcionar a mensagem visual desejada pela campanha publicitária.

A conotação estará relacionada diretamente com o espectador. Se na figura 7 o espectador não conhece a ONG Greenpeace, é possível que ele não entenda a cena da imagem por não encontrar uma associação com sua lexia.

A mensagem lingüística não poderá orientar a mensagem conotada sem o conhecimento da "marca" Greenpeace". Esta organização tem ações

globalizadas e se o espectador é uma pessoa de um nível informativo médio, já poderia entender esta mensagem. Percebe-se, neste exemplo, o quanto a mediação pedagógica de uma imagem pode ser educativa.

Na figura 8 a analogia com as torres gêmeas parece-nos bem fácil de ser identificada, devido ao excesso de exposição espetacularizada da imagem do atentado de 11 de setembro. O que poderia ser questionado numa análise desta imagem com uma função pedagógica seria: porque este signo (11 set) foi associado a esta publicidade?

Em relação à figura 9, como já foi discutido anteriormente, o tom impactante da mensagem denotada determina a mensagem conotada.

6.5 O processo da leitura da imagem pelos professores

Após tabulação dos dados oriundos do questionamento, teremos os seguintes resultados inseridos em 3 (três) tabelas que serão descritas abaixo. As tabelas foram distribuídas para descrição da imagem observada e interpretação da mensagem transmitida pela mesma. Os dados foram colocados em números e percentuais.

Na descrição, a orientação dada foi para que o professor descrevesse o que ele estava identificando na cena, sem se preocupar em entendê-la. Tendo o professor a liberdade de descrever o que estava vendo, mesmo não identificando o objeto da cena.

Já na mensagem pretendida, a orientação dada foi para escrever qual a mensagem visual pretendida pela publicidade. Foi ressaltado que não haveria uma resposta certa, e que cada professor poderia ter uma interpretação diferenciada.

Nenhuma informação explicativa sobre as imagens foi fornecida. Apenas houve uma orientação de que se tratava de uma publicidade

As análises anteriores das imagens foram consideradas como um parâmetro para avaliarmos como se realiza o processo de leitura de imagens pelos professores. Entendemos que a imagem é polissêmica e que a mensagem conotada depende da constituição do sujeito. Mas para efeito desta pesquisa foi necessário considerar que a produção destas imagens pretendem uma determinada mensagem.

Descrição da imagem	**nº**	**%**	**Mensagem pretendida**	**nº**	**%**
Criança com óleo / petróleo	8	53%	Analogia com o meio ambiente	2	13%
Criança: sujeira / lama	5	33%	Não entendeu	7	47%
Não identificou	2	13%	Analogia com problemas sociais humanos	6	40%

Tabela 2: tabulação do resultado das leituras

Vejamos a tabela 2, analisando os dados da descrição da imagem, como os professores perceberam os signos da imagem denotada: pudemos considerar que a maioria (53% dos professores conseguindo descrever a criança, a bola e o líquido como óleo ou petróleo) percebeu os signos; mas quando analisamos os dados da mensagem pretendida, pudemos observar que houve um reconhecimento dos signos descontínuos, sem a articulação destes signos na cena, ou seja, o sintagma só foi percebido por 02 professores (13%), que descreveram uma mensagem conotada direcionada ao meio ambiente.

O reconhecimento dos elementos sígnicos está associado ao sistema de referência sócio-histórico do espectador. Ao reconhecermos uma criança desprotegida, somos levados a entendê-la em um quadro social deficiente. Isto nos remete ao descaso, pobreza, abandono, condições

sub-humanas de sobrevivência, entre outros. Partindo deste sistema de referência, o líquido escuro nos remete à lama e à sujeira, sendo óleo ou petróleo improvável e por isto não reconhecido na cena (como aconteceu com 33% dos professores).

Isto nos faz refletir sobre a importância da mensagem denotada para uma compreensão da mensagem, bem como do espectador e sua constituição histórico-social. Se o espectador não encontra uma significação na imagem denotada, a mensagem lingüística pode ser compreendida por si só.

Vejamos alguns relatos dos professores quando questionados sobre qual foi a mensagem pretendida:

- "preocupação com a vida humana, a infância está pagando pelos erros dos homens" (sujeito a[1]);

- "mostrar o grande número da desigualdade social" (sujeito b);

- "mostrar a negligência das pessoas deixando as crianças em perigo e sozinhas" (sujeito c);

Na imagem investigada, o que nos parece ser de importância é o conhecimento prévio de um signo lingüístico, ter um saber prévio do logotipo da ONG Greenpeace. Este conhecimento permite à mensagem lingüística o direcionamento da mensagem conotada. Sem este pré-requisito, não há como decodificar esta mensagem visual. E a ausência deste pré-requisito foi o que levou os 87% dos professores a não entenderem esta mensagem.

[1] A distinção em letras dos sujeitos (sujeito a, sujeito b , etc.) foi colocada apenas para demonstrar que são sujeitos diferenciados; a mesma simbologia não significa o mesmo sujeito.

Embora a ONG *Greenpeace* tenha ações também no Brasil (figura 10) muitos professores não são suficientemente informados por falta de hábito de leitura ou de informações de cunho ambiental além de outras tantas possibilidades investigativas que não cabem nesta pesquisa.

Figura 10: Greenpeace RJ
Fonte: www.168horas.com.ar/060321/infogral.htm

Descrição da imagem	nº	%	Mensagem pretendida	nº	%
Cigarros sem analogias	10	67%	Combate ao fumo	3	20%
Cigarros com analogias ao WTC	3	20%	Direcionado pela mensagem lingüística	5	33%
Cigarros com outras analogias	2	13%	Analogia as torres e entendendo o paralelo	7	47%

Tabela 3: tabulação do resultado das leituras

Conforme podemos perceber na tabela 05, na descrição da imagem 20% dos professores ao perceberem os signos já os significaram como as torres e não como cigarros. Isto demonstra uma significação clara do segundo signo denotativo (posição dos cigarros/WTC). Podemos entender que este signo denotado é visível como o objeto cigarro, ou talvez, possamos arriscar, mais perceptível do que o cigarro.

Os 13% que tiveram outras percepções em relação ao signo denotado, não consideraram a analogia que a produção da imagem tentou orientar. Vejamos o que estes sujeitos descreveram:

- ”cigarro queimando, incentivando o uso do mesmo [...] faz com que muitos procurem o vício do cigarro” (sujeito a);

- “são dois cigarros acesos, que estão poluindo o meio ambiente” (sujeito b)

Analisando a tabulação da mensagem pretendida pudemos considerar alguns pontos: do total de professores questionados, 20% perceberam os signos descontínuos e não num sintagma ao direcionarem suas conotações para o vício do cigarro sem mencionar as torres, atentados terroristas ou qualquer analogia ao “11 de set”; 33% perceberam os

signos denotados cigarro e torres mas, talvez não puderam relacionar toda a imagem como um sistema único, isto pode ser percebido pela descrição baseada na mensagem lingüística da imagem.

Vejamos alguns relatos para exemplificar esta amarração:

- “conscientizar as pessoas que o cigarro mata mais que o terrorismo” (sujeito a);

- “[...] a mensagem é que o cigarro mata mais que o terrorismo” (sujeito b);

- “hoje em dia o cigarro mata mais pessoas do que no atentado as torres gêmeas” (sujeito c);

- “o cigarro mata mais que o terrorismo, ou seja, muito mais que atentados terroristas” (sujeito d).

Entendemos que 47% dos professores perceberam o sintagma da linguagem da imagem e puderam expressar-se sobre a mensagem pretendida sem fazer da mensagem lingüística uma legenda.

Descrição da imagem	**nº**	**%**	**Mensagem pretendida**	**nº**	**%**
Mulher com animal sem pele ou couro	13	87%	Analogia morte e vaidade	15	100%
Mulher usuária	2	13%			

Tabela 4: tabulação do resultado das leituras

Na tabela 4, o que nos chama a atenção é o inverso da tabela 2, ou seja, a mensagem pretendida pela campanha publicitária foi alcançada.

Todos os professores direcionaram suas interpretações para o mesmo sentido.

Para exemplificar esta colocação, vejamos alguns relatos ao preencherem o quadro sobre a mensagem pretendida:

- “mostrar que milhares de animais morrem, somente para fazer roupas que serão usadas apenas por alguns já que são caras”;

- “Choca! Por resgatar e mostrar a origem e as conseqüências da extração de peles dos animais”;

- “A imagem está mostrando que vários animais morrem para que seja satisfeito o nosso luxo”.

7 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Trouxemos para esta discussão, autores que classificam as imagens em diferentes categorias. Estas classificações estão baseadas nas mudanças evolutivas do homem e em sua relação com o mundo. A mudança do humano para o mundo e para si prórpio, refletindo em suas criações técnicas.

Neste momento de nossa reflexão, podemos abrir uma nova discussão e imagina uma possível classificação para entendermos as imagens dentro do processo evolutivo do homem ocidental. Esta nova classificação das imagens que proponho, poderia estar relacionada com a forma de comunicação entre os homens e suas linguagens.

Deixaremos algumas considerações sobre como seriam estas divisões, para possibilitar outros estudos relacionados com as imagens. Entendemos que possa ser uma atitude ousada, preferimos considerar o seu caráter provocativo, esperado em uma discussão acadêmica.

Um primeiro momento, que não poderíamos chamar nem de “Era”, muito menos de “Paradigma”, poderíamos denominar de **momento comunicativo simbólico.**

Neste primeiro momento englobaríamos a época que precede a primeira Era de Debray (logosfera). Este período de comunicação englobaria a pré-história , onde, a comunicação presumivelmente era por desenhos nas cavernas e *proferições verbais:* uma comunicação totalmente simbólica que não corresponderia a uma linguagem verbal.

Nesta fase expressavam-se idéias em desenhos pictográficos, provavelmente ligados a magias e rituais. Estes desenhos

pictograficos[2] são a base das escritas cuneiformes e dos hieróglifos. Estas primeiras escritas eram apenas gráficas e não transcrições fonéticas.

Um segundo momento poderia ser daí derivado como **momento comunicativo escrito**. Como poderíamos entender a comunicação em relação à imagem neste período? É razoável supor que as imagens passariam por funções narrativas quanto à predominância da sociedade para a comunicação oral.

Com a evolução da escrita como sistema lingüístico, integrando as expressões verbal e escrita, a imagem perde sua função narrativa, como visto na teorização de Debray, o que se dá na fronteira entre logosfera e grafosfera. Sua função passa a ser simbólica

Esta função simbólica é classificada de sistema não-fonológico (formas independentes da expressão oral), ou seja, a imagem não é considerada uma linguagem e sim uma escrita, a exemplo das imagens pictográficas das placas de sinalização de trânsito (signos plenos: indiciais, icônicos e simbólicos na teoria pierciana). Fora essa escrita, as demais imagens não são consideradas forma de comunicação são as imagens artísticas.

Seguindo nossas considerações sobre uma nova classificação das imagens, chegaríamos ao momento atual. O momento em que vivemos é talvez aquele em que devemos refletir mais profundamente.

Isto porque estamos no "olho do furacão", ou melhor, no meio do processo. O momento atual, poderíamos chamá-lo de **momento comunicativo virtual.** A abundância das imagens circulantes em nossa

[2] Um pictograma (do latim *pictu* - pintado + grego *γράμμα* - caracter, letra) é um símbolo que representa um objeto ou conceito por meio de ilustrações.

sociedade, oriundas das produções tecnológicas humanas, provocaram um novo momento comunicacional.

O momento comunicativo virtual segue no ritmo e na velocidade da videosfera de Debray (1994, p. 275): “[...] fluxus é o nome de nossa era [...] estamos no visual”; com isso ele quer dizer que vivemos numa espécie de ambiente permanentemente sonorizado; A imagem é anterior à palavra, mas o som, diz Debray, existe ainda antes da imagem.

Como afirma Santaella (2006 p. 12) em seu livro “O que é semiótica”, as imagens nos chegam em casa ao simples ligar a TV, da mesma maneira que nos chegam água, gás ou luz.

Neste momento acreditamos que nada mudou na comunicação entre os homens. O que podemos perceber é uma maior predominância de sistemas não-fonéticos. Os ícones da informática “descrevem uma ação” e são acessíveis com um clique; os emoticons descrevem uma emoção (carinhas: feliz, triste, chorando... muito usadas nos chats). Os sistemas lingüísticos verbais, estão sendo preteridos pelas linguagens não verbais. A comunicação por linguagem não verbal é mais abrangente e inclui todos as pessoas que não têm acesso à linguagem escrita. Essas pessoas formam um contingente importante se considerarmos os índices de alfabetização funcional.

A transmissão eletrônica de informações em imagem-som, segundo Almeida (1994 p.16) propõe uma noção diferente de inteligibilidade que não passa necessariamente pelo conhecimento fonético-silábico das nossas línguas, mas pelas imagens-sons. É a esse deslocamento que o autor chama ‘a nova cultura oral’ .

E as imagens contemporâneas estão inseridas neste atual momento, não como escrita não-fonética mas como linguagem não-verbal. Não se

“lê” a imagem como a lógica silábica da linguagem escrita, mas se decodifica seus signos e suas articulações; já não se trata mais de uma sociedade de linguagem verbal apenas, outras linguagens vieram compor o mosaico comunicacional atual. E por isso, um novo processo de leitura passa a ser necessário, não para voltar à racionalidade e reflexividade praticadas na modernidade, mas para lidar com os novos modos de aprender e ensinar da pós-modernidade.

O que entendemos como questão fundamental em nossa discussão, é a centralidade da imagem em um tipo de comunicação que, cada vez com mais intensidade, faz-se através da linguagem não-verbal. E, como em toda forma de comunicação é necessário que entendamos a língua materna, para que haja uma interação entre emissor e receptor; é nesta linha de raciocínio que entendemos a importância de ensinar a ler uma imagem, ou seja, ensinar a língua da imagem.

Através de uma análise dos sistemas sígnicos da imagem, poderemos contribuir para um hábito de leitura visual que facilitará a produção do sentido presente no universo social em que vivemos.

Entendendo a lógica das produções imagéticas, podemos adquirir um novo olhar sobre as mensagens visuais e sobre a produção de novas imagens. Os espaços escolares são ambientes propícios para criar este hábito de leitura de imagem. Não só para aprender a ler imagens, mas também para aprender a ler o mundo através das imagens. Pois a sociedade moderna, como coloca Almeida (1994, p. 27) é, ao contrário do que muitos pensam, uma sociedade oral, onde o lugar da escrita e da leitura é mais operativo e funcional (lembramos dos cliques nos ícones da informática) e não é objetivamente para reflexão e criação.

Segundo Almeida, “[...] a maioria lê pouco, ouve, vê e fala muito [...]” é o que explica o autor da nova cultura oral: “[...] sons da fala ou do mundo e imagens fundem-se na construção mimética da subjetividade do homem urbano[...]” (ALMEIDA.1994.p. 27)

Sendo assim, é qual o papel reservado à educação na nova cultura oral, se para a maioria das pessoas desta nova cultura, pensar é algo superficial levando a uma visão sempre prática da realidade? Recentemente analisei o filme *Meu tio matou um cara* (PINHEIRO. 2006) como um exemplo da nova cultura oral de que fala Almeida.

O filme apresenta um formato com características fragmentárias, simuladas, a-históricas, auto-referentes e fulgazes. Estas características são determinantes da sociedade pós-moderna. Já na abertura do filme, durante a apresentação, os cenários são computadorizados como um videogame; apresentações de atores, produtores, e demais técnicos são apresentados em forma de menu clicáveis, mudando as telas e tendo o cursor como guia das cenas, da mesma forma que os videogames são apresentados em suas interfaces.

Os diálogos no filme são construídos fragmentariamente como peças de um quebra-cabeça, dando-nos a sensação de estarem experimentando o encaixe correto da peça (informação) para a construção de sentido. Numa velocidade de ação e não de reflexão; talvez seja a isso que Almeida se refere quando menciona a nova cultura oral e a nova reflexividade desta cultura de massa pós-moderna.

Durante o filme, as diversas observações do personagem principal, Duca, são armazenadas como fotografias e como pistas nos possibilitando entender a construção de sentido que o personagem vai tendo. Essas “pistas” ficam em forma de ícones expostas verticalmente no lado direito da tela como para possibilitar o avanço de uma etapa de um jogo. Duca, ao obter informações dos colegas sobre as suas rotinas

cotidianas, apóia-se constantemente na Internet para completar o sentido checando algumas informações e obtendo outras; é como se o pensamento dele buscasse um banco de dados pela Internet ao invés de lembranças e associações mentais de sua memória.

Quando é necessário um armazenamento de uma informação sem um suporte técnico ou associativo há uma grande dificuldade por parte dos personagens. Temos um exemplo na cena onde Duca precisa memorizar um endereço (nome de rua com número e bloco de apartamento); percebemos aí sua dificuldade ao repetir oral e mentalmente, várias vezes o endereço, e mesmo assim, esquece o número do edifício ao tentar resgatar a lembrança.

O filme conta com diversas narrativas do personagem principal que têm um suporte visual como apoio, como se não fosse possível elaborar idéias sem a imagem delas. Esses exemplos reforçam a sociedade imagética da pós-modernidade onde uma narrativa oral perde seu valor ou tem o seu valor hiperrealizado através do suporte imagético. A narrativa tem um papel secundário como se fosse uma legenda de um filme.

Embora este filme seja um produto midiático para ser consumido, como tudo na contemporaneidade, ele torna-se interessante porque tem a mesma linguagem da vida real pós-moderna (como um personagem sem maquiagem). Esta linguagem é apresentada como se descrevesse a forma como está sendo apresentado o mundo contemporâneo:

- Com excesso de imagens ou tendo-as como elemento complementar de uma narrativa. Narrativa esta que existe e é realizada através da mediação tecnológica, comum na cultura contemporânea.

- Como uma realidade simulada ou como uma realidade hiperreal. Não que haja falta de realidade, ela está sendo produzida pela lógica

dos meios que a transmitem; com isto a maneira de perceber o real segue a mesma lógica midiatizada.

- Com uma falta de história ou elementos mneumônicos tradicionalmente armazenados; as histórias estão presentes nas narrativas pós-modernas em forma de flashes e recortes. Como fotografias e imagens que são resgatadas para o entendimento de uma nova informação.

- A informação é auto-referente porque é completa no momento em que é transmitida; é para ser entendida superficialmente. A informação é volátil, veloz e fugaz, e, será assim toda a nova informação de tal maneira que só é possível adquirir fragmentos; não é para armazenar ou memorizar toda a informação, o que, aliás, seria impossível dada o excesso de informações.

A pesquisa que realizo nessa dissertação sobre imagens em registro semiológico é mais uma tentativa de abordarmos a questão fundamental em nossa discussão que é a centralidade da imagem na sociedade atual, em um tipo de comunicação predominante não-verbal.

8 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA JR, L. N.. Apresentação de trabalho 2005. **Seminário: Retórica e imagem publicitária** . Departamento de Artes e Design do programa de pós-graduação em Design. < http://wwwusers.rdc.puc-rio.br/imago/site/narrativa/producao/licinio.pdf> acesso em: 12 ago 2006.

ALMEIDA, M . J. **Imagens e sons**. A nova cultura oral. São Paulo: Cortez, 1994 (coleção questões da nossa época, v.32)

ALVES, N.; OLIVEIRA, I. B. Imagens de escolas: espaços tempos de diferenças no cotidiano. **Educação e Sociedade**; **Revista de Ciência da Educação**. São Paulo: Cortez, 2004 25(86):17-36.

AUMONT, J. **A imagem**. Campinas,SP: Papirus, 2001.

BARTHES, R. **O óbvio e o obtuso**: ensaios críticos III. Rio de Janeiro, Nova Fronteira,1990.

BRASIL, Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais : arte**. Secretaria de Educação Fundamental. Brasília : MEC /SEF, 1998.

BRAVO, T. I.; MARTINS, s. M. Grafismos, sons, ornamentos, pintura, fotografia ... marcas de uma cultura no processo pedagógico. In: LENZI, L. H. C. et all (Orgs). **Imagem: intervenção e pesquisa**. Florianópolis, NUP/CEDE/UFSC, 2006 p: 275-286

CALAZANS, F. M. A. (Org.) **Benetton: o vírus da nova era**. Santos, M. S. Okida ed. 1998.

CHALMEL, L. Imagens de crianças e crianças nas imagens: representações da infância na iconografia pedagógica nos séculos XIX E XX. **Educação e Sociedade**; **Revista de Ciência da Educação**. São Paulo: Cortez, 2004 25(86):57-74

DA ROS, S. Z.; MAHEIRIE, K; ZANELLA, A. V. (Orgs.) **Relações estéticas, atividade criadora e imaginação: sujeitos e (em) experiência.** Florianópolis, NUP/CEDE/UFSC, 2006.

JOLY,M. **Introdução à análise da imagem**..3.ed. Campinas,SP:Papirus, 2000.

LOPES, A. E. Ato fotográfico e processos de inclusão: análise dos resultados de uma pesquisa-intervenção. In: LENZI, L. H. C. et all (Orgs). **Imagem: intervenção e pesquisa**. Florianópolis, NUP/CEDE/UFSC, 2006 p: 221-240

LYOTARD, J-F. **O pós moderno**. 3. ed. Rio de Janeiro: J.Olympio,. 1988

MACEDO, E. A imagem da ciência: folheando um livro didático. **Educação e Sociedade**; **Revista de Ciência da Educação**. São Paulo: Cortez, 2004 25(86):103-129

MACEDO,E. ; OLIVEIRA, I.B. et al .Apresentação. **Educação e Sociedade**; **Revista de Ciência da Educação**. São Paulo: Cortez, 2004 25(86):15-16.

MOLON, S. I. Subjetividade, sujeito e atividade criadora: questões para a formação continuada de educadores (as) na abordagem sócio-histórica**.** In**:** DA ROS, S. Z.; MAHEIRIE, K; ZANELLA, A. V. (Orgs.) **Relações estéticas, atividade criadora e imaginação: sujeitos e (em) experiência.** Florianópolis, NUP/CEDE/UFSC, 2006. p: 95-114

MONTEIRO, M. C. **Tendências da produção científica em arte-educação e a proposta curricular.** Itajaí, 2005. Dissertação (Mestrado em educação) Centro de Ciências Humanas e da Comunicação - Universidade do vale do Itajaí .

PEREIRA , R. M. R.; JOBIM e SOUZA S. O uso da imagem na pesquisa em educação: desafios contemporâneos .In: **ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM EDUCAÇÃO –ANPED, 23, 2000, Caxambu.** Anais eletrônicos. Disponível em < http://168.96.200.17/ar/libros/anped/1601T.PDF > Acesso em: 21 jan. 2004.

PINHEIRO, C F . As imagens culturais na perspectiva vygotiskiana. **Contrapontos**, Itajaí, v.5, n.2, mai/ago ,p.305-313, 2005.

PINHEIRO, C F. As características da pós- modernidade no filme “Meu tio matou um cara”. In: MOSTAFA, S.P; CHRISTOFOLETTI, R. (Orgs). **Percursos transversais de mídia e conhecimento**. 2006 (Coleção Plurais Educacionais) - Prelo

SANTAELLA, L. & NÖTH, W. **Imagem**. Cognição, semiótica, mídia. São Paulo: iluminaras, 2005.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2006 (Coleção primeiros passos; 103).

SOUZA, S. J.; LOPES, A. E. Fotografar e narrar: a produção do conhecimento no contexto da escola. **Caderno de Pesquisa**, São Paulo, n. 116, 2002. <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742002000200004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 16 ago 2006.

VYGOTSKY, L. **Psicologia da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2001

ZANELLA, A. V. Sobre olhos, olhares e seu processo de re(produção).In LENZI, L. H. C. et al (Orgs). **Imagem: intervenção e pesquisa**. Florianópolis, NUP/CEDE/UFSC, 2006 p: 139-150

Livros Grátis

(http://www.livrosgratis.com.br)

Milhares de Livros para Download:

Baixar livros de Administração
Baixar livros de Agronomia
Baixar livros de Arquitetura
Baixar livros de Artes
Baixar livros de Astronomia
Baixar livros de Biologia Geral
Baixar livros de Ciência da Computação
Baixar livros de Ciência da Informação
Baixar livros de Ciência Política
Baixar livros de Ciências da Saúde
Baixar livros de Comunicação
Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE
Baixar livros de Defesa civil
Baixar livros de Direito
Baixar livros de Direitos humanos
Baixar livros de Economia
Baixar livros de Economia Doméstica
Baixar livros de Educação
Baixar livros de Educação - Trânsito
Baixar livros de Educação Física
Baixar livros de Engenharia Aeroespacial
Baixar livros de Farmácia
Baixar livros de Filosofia
Baixar livros de Física
Baixar livros de Geociências
Baixar livros de Geografia
Baixar livros de História
Baixar livros de Línguas

Baixar livros de Literatura
Baixar livros de Literatura de Cordel
Baixar livros de Literatura Infantil
Baixar livros de Matemática
Baixar livros de Medicina
Baixar livros de Medicina Veterinária
Baixar livros de Meio Ambiente
Baixar livros de Meteorologia
Baixar Monografias e TCC
Baixar livros Multidisciplinar
Baixar livros de Música
Baixar livros de Psicologia
Baixar livros de Química
Baixar livros de Saúde Coletiva
Baixar livros de Serviço Social
Baixar livros de Sociologia
Baixar livros de Teologia
Baixar livros de Trabalho
Baixar livros de Turismo