

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM EDUCAÇÃO: MÉTODOS E TÉCNICAS DE ENSINO**

ELISANGELA FURLAN

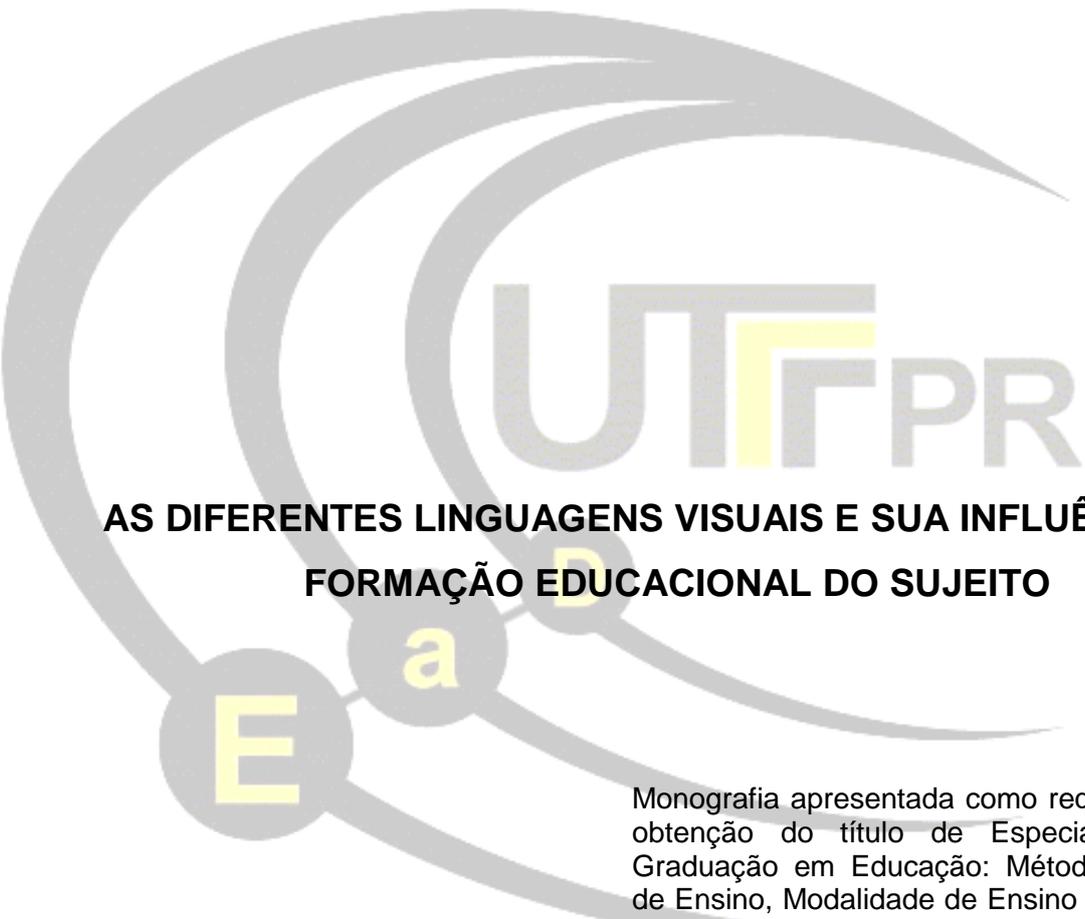
**AS DIFERENTES LINGUAGENS VISUAIS E SUA INFLUÊNCIA NA
FORMAÇÃO EDUCACIONAL DO SUJEITO**

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

MEDIANEIRA

2013

ELISANGELA FURLAN



**AS DIFERENTES LINGUAGENS VISUAIS E SUA INFLUÊNCIA NA
FORMAÇÃO EDUCACIONAL DO SUJEITO**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Especialista na Pós Graduação em Educação: Métodos e Técnicas de Ensino, Modalidade de Ensino a Distância, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR – Câmpus Medianeira.

EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA
Orientador(a): Professora MSc. Maria Fatima Menegazzo Nicodem.

MEDIANEIRA

2013



TERMO DE APROVAÇÃO

As diferentes linguagens visuais e sua influência na formação educacional do sujeito

Por

Elisangela Furlan

Esta monografia foi apresentada às 19:20 h do dia 09 **de Abril de 2013** como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista no Curso de Especialização em Educação: Métodos e Técnicas de Ensino, Modalidade de Ensino a Distância, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Medianeira. A aluna foi avaliada pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho Aprovada.

Prof^a. MSc Dayse Grassi Bernardon
UTFPR – Câmpus Medianeira

Prof. MSc Diego U. Thomas
UTFPR – Câmpus Medianeira

Prof^a. Flóida Moura Batista
UTFPR – Câmpus Medianeira

Dedico esse trabalho de pesquisa ao meu filho, pois a cada passo em direção ao futuro é sempre bem pensado em busca de alcançar o melhor para eles. E também aos meus pais e irmãos, pela motivação, apoio e carinho, sendo meu porto segura a todo o momento.

AGRADECIMENTOS

A Deus pelo dom da vida, pela fé e perseverança para vencer os obstáculos.

Aos meus pais, pela orientação, dedicação e incentivo nessa fase do curso de pós-graduação e durante toda minha vida.

À minha orientadora professora MSc Maria Fatima Menegazzo Nicodem, que me orientou, pela sua disponibilidade, interesse e receptividade com que me recebeu e pela prestabilidade com que me ajudou.

Agradeço aos pesquisadores e professores do curso de Especialização em Educação: Métodos e Técnicas de Ensino, professores da UTFPR, Câmpus Medianeira.

Agradeço aos tutores presenciais e a distância que nos auxiliaram no decorrer da pós-graduação.

Enfim, sou grata a todos que contribuíram de forma direta ou indireta para realização desta monografia.

“Acredita-se que para alcançar aceitação social, temos que agir igual aos outros. Todos, então, se tornam parecidos e desejam as mesmas coisas. As singularidades de cada um desaparecem, chegando a um ponto em que não dá mais para saber o que realmente se deseja ou o que se aprendeu a desejar”.

(Regina Navarro – Escritora)

RESUMO

FURLAN, Elisângela. As diferentes linguagens visuais e sua influência na formação educacional do sujeito. 2012. 33 de folhas. Monografia de Especialização em Educação: Métodos e Técnicas de Ensino. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Medianeira, 2012.

Este trabalho tem como temática a importância do ensino da arte dentro dos parâmetros das linguagens visuais, mais especificamente na interpretação das imagens que os alunos têm contato no dia a dia e sua aplicação na relação com o consumismo. É também necessário trabalhar as linguagens da arte nos períodos artísticos, a evolução das linguagens visuais e como elas se apresentam no Brasil, pois a partir disso que desenvolvemos o potencial criativo e a capacidade interpretativa dos alunos e a capacidade interpretativa das mesmas. De acordo com a proposta disciplinar, os conteúdos da arte devem ser aplicados de forma conjunta, para que haja uma compreensão maior no contexto histórico ao qual está inserida e assim contribuir com a formação de um ser humano mais crítico, criativo e consciente de sua existência individual e coletiva.

Palavras-chave: Arte; Linguagens visuais; Interpretação; Influência na formação do sujeito.

ABSTRACT

FURLAN, Elisangela. The different visual languages and their influence on educational background of the subject. 2012. 33 folhas. Monografia of Especialização em Educação: Métodos e Técnicas de Ensino. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Medianeira, 2012.

This work has as its theme the importance of art education within the parameters of visual languages, most specifically in the interpretation of the images that students have contact on a daily and its application in relation to consumerism. It is also necessary to work with the languages of art in artistic periods, the evolution of visual languages and how they present themselves in Brazil, because it is from there that we develop the creative potential of students and interpretative ability and ability of the same interpretative. According to the proposed discipline, the contents of art should be applied jointly, so there is a greater understanding of the historical context in which it is inserted, and so contribute to the formation of a human being more critical, creative and conscious of their individual and collective existence.

Keywords: Art, visual languages; Interpretation; influence in shaping the subject.

LISTA APÊNDICE

QUESTIONÁRIO INVESTIGATIVO	09
----------------------------------	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1 A EVOLUÇÃO DAS LINGUAGENS VISUAIS NO BRASIL	12
2.2 DIFERENTES FORMAS DE LINGUAGENS NA ATUALIDADE.....	15
2.3 A LINGUAGEM MUDIÁTICA NA ATUALIDADE E O PAPEL NA FORMAÇÃO DO SUJEITO	19
2.4 DIFERENTES LINGUAGENS NO UNIVERSO DA ARTE.....	24
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA.....	28
3.1 LOCAL DA PESQUISA	28
3.2 TIPO DE PESQUISA.....	28
3.3 COLETA DOS DADOS.....	28
3.4 ANÁLISE DE DADOS.....	29
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	30
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
REFERÊNCIAS.....	32

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, as diferentes linguagens veiculadas pela mídia exercem uma função persuasiva na formação do sujeito. Para tanto, se faz necessário um estudo que trata da importância do ensino da arte, a qual, o aluno tem contato no dia a dia, e sua aplicação na relação com o seu modo de vida (atitudes, consumismo). Diante de tal realidade é necessário elaborar um trabalho que aborde a relação da imagem com a vida do aluno, bem como, entender as linguagens da arte nos períodos artísticos, a evolução das linguagens visuais e da família no Brasil, possibilitando assim identificar as diferentes linguagens na atualidade e seu poder persuasivo ao interpretá-las. Evidenciando como a arte possibilita experimentação das linguagens que contribuem com a formação de um ser humano mais crítico, criativo e consciente de sua existência individual e coletiva.

Tem como objetivo identificar as diferentes linguagens visuais e suas formas de expressão, bem como seu poder persuasivo. Evidenciando uma arte experimental das linguagens que possibilite o desenvolvimento de um sujeito crítico e consciente das influências que sofre em sua formação como sujeito. Abordando as linguagens visuais e sua influência na formação educacional do sujeito frente à descoberta das linguagens visuais que demonstra um grande avanço nos meios e formas do homem passar informações e intenções.

Dando ênfase no processo evolutivo das linguagens visuais no Brasil, identificando as diferentes linguagens na atualidade, interpretando as imagens que estão ao alcance do olhar, além de conhecer as diferentes linguagens presentes no universo da arte, refletindo a respeito das influências que sofremos com as imagens apelativas em nosso cotidiano.

Para tanto, essa pesquisa se justifica pela busca de informações a respeito da linguagem visual que é um meio de comunicação capaz de criar efeitos. No campo da arte, a noção de imagens vincula-se essencialmente à representação visual de expressões artísticas. Compreendidas em variadas categorias de expressão das linguagens visuais, com emprego de conhecimentos e técnicas específicas de cada uma. Para identificá-las é preciso o conhecimento das linguagens visuais que assume fundamental importância quando se reconhece que vivemos numa sociedade que sofre influências das imagens.

Enfim busca-se por identificar as diferentes linguagens visuais e suas formas de expressão, bem como seu poder persuasivo. Evidenciando uma arte experimental das linguagens que possibilite o desenvolvimento de um sujeito crítico e consciente da influencias que sofre em sua formação educacional. Conhecendo como ocorreu o processo evolutivo das linguagens visuais no Brasil e as diferentes linguagens na atualidade. Interpretando as imagens que estão ao alcance do olhar, tomando conhecimentos das diferentes linguagens presentes no universo da arte e levando a reflexão a cerca das influencias que sofremos com as imagens apelativas em nosso cotidiano.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A linguagem visual compreende várias categorias de expressão, onde a construção de qualquer uma delas implica em conhecimento e na leitura de elementos visuais como a forma, a cor, o espaço (bidimensional e tridimensional), o equilíbrio, a relação entre luz e sombra, plano e superfície, além de outros (DONDIS, 1991, p. 90). O conhecimento da linguagem visual assume fundamental importância quando se reconhece que vivemos numa nova civilização, chamada de civilização da imagem. Sendo necessário para a formação integral das pessoas e sua socialização em forma de inclusão do cidadão.

Em todas as formas de expressão artística do homem estão presentes o conhecimento e a leitura dos elementos visuais, a organização e a ordenação do pensamento, a significação, ou seja, a representação, o significado gerado pelo interpretante na construção da imagem, a expressão da história pessoal e social do sujeito. Portanto, o ensino de arte é resultado da articulação entre o fazer, o conhecer, o exprimir e o criar. Expressão do sujeito em sua unicidade, inserido num pluralismo cultural, suas experiências individuais que os diferem possibilitando uma construção ímpar das expressões visuais (DONDIS, 1991, p.92).

Essa pesquisa busca embasamento teórico em pensadores como Rossi que trata a imagem que nos cercam diariamente como meio de leitura da arte, fonte comercial e entretenimento. E também Luckesi (1994) que trata métodos de ensino como meio de privilegiar a aquisição do saber e de um saber vinculado às realidades sociais, reconhecendo nos conteúdos o auxílio para a compreensão da realidade.

2.1 A EVOLUÇÃO DAS LINGUAGENS VISUAIS NO BRASIL

Desde os primórdios o homem se comunica visualmente, transmitindo mensagens ou registrando fatos de seu cotidiano. Deixava gravado nas paredes das cavernas cenas de caças ou de atividades comuns de sua vida.

Nas linguagens visuais a comunicação ocorre através de símbolos visuais. Podemos dizer que quase tudo do pouco que conhecemos ou temos contato, em

relação ao conhecimento produzido, nos chega pelos meios de informação e comunicação. Estes, por sua vez, também constroem imagens do mundo. Imagens para deleitar, entreter, vender, com mensagens sobre o que devemos vestir, comer, aparentar, pensar.

Em nossa sociedade contemporânea discute-se a necessidade de uma alfabetização visual que se expressa em várias designações como: leitura de imagens e compreensão crítica da cultura visual. Frequentes mudanças de expressões e conceitos dificultam o entendimento dessas propostas para o currículo escolar, as definições do docente responsável por tal conhecimento e o referencial teórico do mesmo fundamentam as propostas da leitura de imagens e cultura visual, sinalizando suas proximidades e distâncias. Para Rossi (2009), contrastam alguns referenciais teóricos da antropologia, arte, educação, história, sociologia, e sugere linhas de trabalho em ambientes de aprendizagem com o intuito de refletir uma inconstante busca pela revelação do poder visual implícita nas imagens.

O ensino de arte vem passando por transformações radicais, as quais têm origem nas mudanças ocorridas no processo da educação em geral, nas mudanças próprias do mundo da arte, bem como nas da sociedade em sua totalidade, ocorridas durante o século XX. Portanto, há muitas inter-relações que engendram as transformações, pretende-se enfatizar as questões relativas à presença (ou não) da imagem na sala de aula. (ROSSI, 2009, p. 14)

No entanto não foi sempre assim, na atualidade a imagem exerce um poder grandioso sobre as pessoas, pelas mensagens implícitas nas imagens que nos cerca em nosso cotidiano.

Até meados do século XIX, acreditava-se que a aprendizagem em arte se dava pela imitação, pelas percepções e idéias que o aprendiz captava do seu meio. A educação se realizaria pela instrução. Ao nascer, o ser humano seria como uma folha em branco, onde as informações, e a própria cultura, seriam inscritas, seguindo os pressupostos do empirismo. Por isso, não havia preconceito algum em usar imagens como modelo para produção da arte. Tanto no campo da educação quanto no da produção artística, a influência das imagens não era questionada. Pelo contrário, desde o Renascimento, acreditava-se que, juntamente com outros fatores indispensáveis à criação artística, dever-se-ia “possuir um amplo conhecimento dos temas da arte, das iconografias, dos assuntos e dos temas dos símbolos e alegorias da arte” (Wilson, 1989, p. 52). A produção necessitava do contato com obras de arte, o que obrigava o artista a estudar o seu campo de conhecimento e a manter-se conectado com o mundo da arte. (ROSSI, 2009, p. 14)

Dessa forma, foi banido o uso das imagens no ensino de arte, dando ênfase nas imagens produzidas pelos alunos, de acordo com Rossi (2009, p. 14), aquela, que supostamente, viria “de dentro”, carregada de subjetividade, fazendo com que o aluno liberasse suas sensibilidades individuais e subjetivas por meio da livre expressão. O ensino de arte seguiu dessa forma por todo o tempo em que o tecnicismo perdurou no Brasil.

Somente na década de 80 o papel da arte ganha nova dimensão em uma educação que se pretendia democrática e democratizante, visando à transformação da sociedade. Através da ampliação das discussões sobre as relações entre arte, educação e sociedade.

Na década de 90 um novo paradigma no ensino da arte, do qual objetiva a formação estética do aluno. Numa formação que abrangente, que culmina o desenvolvimento da criatividade, da percepção visual e coordenação motora, mas também a alfabetização visual, através das leituras e interpretações de imagens. Partindo do conhecimento cotidiano modificando-o de acordo com o contexto, pelo fazer e ver dessa arte presente no dia a dia (LIMA, 2008, p. 12).

Na década de 90 a arte é, muitas vezes, considerada como linguagem, mas, se enfatizada apenas como linguagem verbal ou, ainda, apenas como uma alfabetização estética, pode tornar-se reducionista das inventividades às quais nos referimos aqui. Vários teóricos da arte, não somente aqueles preocupados com a educação escolar, valem-se ainda desses termos. No Brasil, inclusive, muitos professores tratam a arte como linguagem, mas, se considerada somente como possuidora de um código e de uma “decodificação específica” a ser decifrada, a arte fica numa instância quase “codificista”, deixando escapar as relações entre a expressão e os conteúdos nelas inscritos. Essa posição conceitual, se não for aprofundada, pode criar um sistema de “em formação”, remetendo a “fôrmas” e não a formas, como propõem os artistas e suas criações. A ênfase, para pensarmos neste artigo, é na leitura da imagem que parta dela mesma e das conexões por ela propostas, as quais serão aprofundadas na construção de percursos geradores de sentidos para a significação. Para isso, é necessária uma formação continuada que se estabeleça na construção de relações concomitantes e intrínsecas entre o plano da expressão e o plano do conteúdo. Os estudos partem sempre da imagem (conforme afirmações anteriores) (FRANGE, 2005, p. 109).

Portanto, os estudos com imagens devem partir da própria imagem para uma análise abrangente. Promovendo uma reflexão acerca das experiências dos alunos, como meio de aquisição de conhecimento e não um apenas olhar e absorver o que já está posto, mas sim contrapor ao que já se sabe. Assim deve decorrer as aulas de arte.

No entanto, muitos anos se passaram para que a imagem ocupasse um lugar de importância no ensino das artes visuais. Com a aprovação da Lei de Diretrizes e Bases nº 9394/96 e com a divulgação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) em artes, os professores depararam-se com um enfoque coincidente com as discussões atuais. Hoje, essa disciplina é considerada como um conhecimento que envolve: "a experiência de fazer de formas artísticas, (...) a experiência de fruir formas artísticas e (...) a experiência de refletir sobre arte como objeto do conhecimento" (PCN, 1997, p. 43). Em outras palavras, a apreciação estética é constitutiva da disciplina arte. Em síntese, a imagem esteve presente na educação tradicional; posteriormente, durante a Modernidade, foi abolida para não contaminar o aluno em sua livre-expressão e, agora, está voltando com novos objetivos. Se nesse novo contexto – que, segundo Avancini (1995, p. 23), "veio para ficar por um bom tempo" – admite-se que a imagem não é prejudicial à educação estética (ao contrário, é benéfica e indispensável), é certo que a sua leitura terá um lugar privilegiado. Isso requer que estejamos preparados para propor abordagens e ações que promovam a educação estética em todos os níveis e contextos da educação (ROSSI, 2009, p. 16).

A leitura de imagem envolve a obra, o contexto e o espectador. Elevando a uma abstração a cerca das imagens, numa abordagem estética analisando o contexto envolvido na relação aluno e imagem. Propiciando um diálogo entre as partes, efetivando assim, o entendimento sobre o poder da imagem.

O termo leitura começou a ser usado no final dos anos 80, quando foi divulgada a Proposta Triangular, referindo-se a um dos vértices dessa abordagem que propõe a inter-relação entre a produção, a contextualização e a leitura da imagem no ensino da arte. Apesar de o termo apreciação também ter sido divulgado pela Proposta Triangular, esse não é o termo corriqueiramente usado pelos professores. A prioridade é para o uso do termo leitura. (ROSSI, 2009, p. 17)

O espectador/observador frente a obra, está diante de uma porta aberta, por onde ele entra pra viver a obra, onde lê a leitura e para a ser co-autor da obra ao vê-la e interpretá-la de acordo com suas experiências proporcionadas pelo contexto histórico.

2.2 DIFERENTES FORMAS DE LINGUAGENS NA ATUALIDADE

A linguagem é um recurso de comunicação próprio do homem, que evoluiu decorrente das necessidades do mesmo. Essas linguagens são utilizadas como decodificador de códigos presente nas mensagens utilizadas nas diferentes

linguagens da atualidade. Ocorre que os meios de comunicação retratam o mundo, as indiferentes culturas, direcionando as mensagens que desviam os olhos dos espectadores para outro foco, persuadindo aquele que a recebe. Essa política de comunicação precisa ser compreendida, portanto é preciso que o aluno desenvolva sua capacidade interpretativa frente a esses meios de comunicação que interferem na formação do cidadão pela sua influencia exercida na tomada de decisões. Passando a ter habilidade critica da leitura desses meios, fortalecendo a capacidade analítica do receptor.

Para tanto, o texto de Fernando Carvalho convida o leitor a um passeio pelo trajeto cotidiano de ir ao cinema. Levando-se a uma análise de como as imagens estão presentes nesse trajeto, e como elas transmitem informações sem mesmo que seja perceptível ao sujeito que as recebe.

18:16 h. Coloco uma blusa branca, calças jeans, tênis. Pego minhas chaves, meu relógio (graças ao qual pude ver que estava atrasado...). Saio de casa. - "Tchau!" Toco o botão do elevador que responde tocando vermelho; em um pequeno painel acima da porta os números decrescem até que param no sexto andar, penso: "Mais dois e chegou". Entro e aperto o botão do andar térreo, identificado pela inicial T. Tenho nas mãos o jornal onde, na sessão de entretenimento vejo a hora e o local do filme.

Deixo o prédio, estou na rua. Ando o mais depressa que posso e em 8 minutos e 55 segundos estou no ponto. Várias pessoas esperam embaixo da placa azul com um pequeno desenho de um ônibus. Algumas têm no rosto o mesmo olhar que eu, nervoso, sombrancelhas curvadas, testas contraídas; outras, leem livros, conversam, não devem estar com hora marcada.

A cada momento que passa fico mais tenso e me pergunto: "Quando verei os três números que preciso? Aqueles do veículo que me levará ao cinema?" 584, aí está! Faço sinal, os freios dão um grito impossível de ser representado em letras. Coloco a mão no bolso e puxo duas notinhas verdes de um real cada uma. Entrego para um sujeito meio taciturno de blusa azul e calças pretas sentado em frente a uma roleta rubra. Ele me devolve uma moeda de 50 centavos. Sento. Tento me acalmar.

Na janela, um festival de cores e texturas me deixa embrulhado (este motorista era daqueles que brincam de piloto de Fórmula 1). A uns cem metros vejo um outdoor com uma imensa torta de chocolate e me lembro: "Esqueci de lanchar antes de sair!" Bem, agora já era. Nos muros, diversos grafittis denunciam a vida urbana. Começo a divagar sobre existencialismo e filosofia barata. Também, não é pra menos, estou indo ver um filme do Godard...

As placas com os nomes das ruas indicam que estou chegando. O relógio marca 18:51 h. Passamos pela Padaria Real. No próximo ponto vou descer. Puxo a cordinha e uma luz no painel do motorista acende. O ônibus pára, desço voando. Corro feito um louco pelas calçadas de pedra portuguesa. Luz vermelha. 30 segundos.

Uma silhueta de um bonequinho andando acende em verde. Saio correndo de novo. Um, dois, três, sete quarteirões. - "Ufa!" Cheguei.

Subo as escadas rolantes do cinema. Sala 1, à esquerda; sala 2, ao centro; sala 3 à direita. É essa! Me aproximo da bilheteria, vou percorrendo o aposento com os olhos em busca do cartaz, do nome do filme, de imagens em tamanho real dos protagonistas estampadas em papelão, mas não acho nada!? Pego o jornal, revejo o cartaz impresso do filme e busco sua versão colorida em tamanho ampliado nas paredes do salão. Novamente nada... Meu coração que bombardeava meu peito vai se cansando e o suor na minha testa pinga em minha blusa. Sou quase um espantalho no meio do caminho, parado em um silêncio congelado.

Um arrepio sobe pela coluna, vértebra a vértebra e, de súbito vejo novamente o jornal. No cabeçalho, em letras miúdas e insensíveis à minha pressa, repousa a data de impressão, de quatro semanas passadas... (CARVALHO, 2005, p.1)

O texto de Fernando Carvalho mostra os aspectos da predominância das informações visuais presente em nosso cotidiano. Destaca como o protagonista recebe inúmeras mensagens, no percurso de casa ao cinema. Essas informações que trazem cores, formas e texturas, números, palavras gestos e expressões faciais, devem ser lidas e interpretadas.

Descreve as imagens que normalmente nos cercam, que de forma geral é a preferência da sociedade pela informação visual. Essas informações comunicam fatores do modo de vida, da cultura, dos hábitos e das pessoas que compõem o coletivo de uma sociedade.

Diante dos órgãos dos sentidos, a visão é sem dúvida, o mais especializado o que obtém informações mais complexas. De acordo com Dondis (1991, p. 6), usamos a visão com tanta naturalidade, ela ainda não produziu sua civilização.

A visão é veloz, de grande alcance, simultaneamente analítica e sintética. "Requer tão pouca energia para funcionar, como funciona, à velocidade da luz, que nos permite receber e conservar um número infinito de unidades de informação numa fração de segundos."

A experiência visual humana é fundamental no aprendizado para que possamos compreender o meio ambiente e reagir a ele; a informação visual é o mais antigo registro da história humana. As pinturas das cavernas representam o relato mais antigo que se preservou sobre o mundo tal como ele podia ser visto há cerca de trinta mil anos. Ambos os fatos demonstram a necessidade de um novo enfoque da função não somente do processo, como também daquele que visualiza a sociedade. O maior dos obstáculos com que se depara esse esforço é a classificação das artes visuais nas polaridades belas-artes e artes aplicadas. Em qualquer momento da história, a definição se desloca e modifica, embora os mais constantes fatores de diferenciação costumem ser a utilidade e a estética. (DONDIS, 1991, p.6, 7)

Através da visão podemos identificar tudo o que nos rodeia, das coisas mais simples as mais complexas superando os outros sentidos, nos permite um conhecimento direto, imediato do objeto contemplado.

A visão juntamente com a capacidade de produzir e interpretar informações visuais possibilitou o homem contemporâneo a decifrar códigos implícitos nas imagens e nas manifestações culturais desde os primórdios.

O desenvolvimento de novos meios tecnológicos de representação potencializou as possibilidades de veiculação das mensagens visuais. Obviamente as conquistas tecnológicas e o avanço nos campos da produção, reprodução e veiculação de imagens acabam por conferir grande destaque àquelas mídias que proporcionam uma experiência visual inovadora, mais dinâmica. Como a indústria gráfica, por exemplo, ampliando as possibilidades imagéticas, servindo como ferramentas para vestir o mundo com imagens que ganha papel de destaque na atualidade pelo seu potencial comunicativo, com potencial significativo mais universal do que a língua escrita, como podemos perceber na história cotidiana descrita por Fernando Carvalho.

Dessa forma, de casa ao trabalho, no bairro ou no centro das grandes e pequenas cidades, no Brasil ou na China, mundo está sempre nos bombardeando com informações visuais, com as quais precisamos interagir para agir, para nos posicionarmos frente aos fatos. Pois, nesses ambientes carregados de imagens ocorrem as relações interpessoais e desses indivíduos com o entorno da cultura imagética.

2.3 A LINGUAGEM MIDIÁTICA NA ATUALIDADE E O PAPEL NA FORMAÇÃO DO SUJEITO

A linguagem é carregada de conteúdos simbólicos, no qual nos deparamos cotidianamente, nas relações com os outros sujeitos, com os nossos sentidos e o contexto histórico contribuindo, com os nossos pensamentos as transformando em significados, no qual pode se diferenciar de pessoa para pessoa, onde esses estão situados em diferentes lugares e diferentes culturas.

[...] quando paramos pra pensar e constatamos que a experiência da beleza se acha presente em nossa vida diária. Ao adquirirmos, por exemplo, um objeto utilitário qualquer (um automóvel, uma caneta, um cachimbo, uma roupa), além de sua eficiência na função a que ele se presta, preocupamos também com sua aparência, com sua “estética”. (DUARTE JUNIOR, 2003, p. 11)

É natural do ser humana que busque pela compreensão dos dados presentes mensagens em seus níveis diferenciados e não apenas a absorva como únicas e verdadeiras.

O modo visual constitui todo um corpo de dados que, como a linguagem, podem ser usados para compor e compreender mensagens em diversos níveis de utilidade, desde o puramente funcional até os mais elevados domínios da expressão artística. É um corpo de dados constituído de partes, um grupo de unidades determinadas por outras unidades, cujo significado, em conjunto, é uma função do significado das partes. (DONDIS, 1991, p. 04)

O mundo não atingiu um alto grau de alfabetismo verbal com rapidez ou facilidade. O alfabetismo visual implica compreensão e meios de ver e compartilhar o significado a certo nível de universalidade. A realização disso exige que se ultrapassem os poderes visuais inatos do organismo humano, além das capacidades intuitivas em nos programadas para a tomada de decisões visuais numa base mais ou menos comum, e das preferências, subjetivas do indivíduo que cabe a cada um seu modo de ver as coisas dependendo da sua cultura, ou seja, o lugar onde esta inserido, ora, porém esta habituado como aquilo que os norteia, sem ter uma visão mais ampla, mais contemporânea, fora da atualidade. Segundo Dondis (1991, p. 6), ainda enfatiza a importância dessa questão quando afirma que “A visão é natural; criar e compreender mensagens visuais são natural até certo ponto, mas a eficácia, em ambos os níveis, só pode ser alcançada através do estudo”.

Na linguagem visual, como vemos os elementos não podem ser manipulados como seriam as palavras de uma frase em linguagem verbal. Ao contrário das palavras, os elementos visuais não possuem significados preestabelecidos só passam a determinar alguma coisa se relacionados a um contexto formal. Assim, os significados dos elementos visuais ficam em aberto, pois dependem exclusivamente do contexto em que estão inseridos e mesmo assim, com grande variedade de interpretações, dependendo dos repertórios disponíveis. Eis aí a grande dificuldade do trabalho de alfabetização visual, pois é necessário um grande repertório de contextos para possuir a capacidade de interpretar diferentes signos visuais e, principalmente, ter uma boa noção do repertório comum à maioria das pessoas em uma determinada cultura, a fim de obter sucesso na comunicação. Para se aculturar visualmente, é necessário, antes de qualquer coisa, cultivar o hábito de ver e apreciar tudo o que nos rodeia.

Nunca antes na história da humanidade, fomos submetidos a tanta carga visual como agora. Os meios são cada vez mais poderosos e não param de se multiplicar.

Hoje é possível de se obter informações visuais produzidas pelo homem em quase qualquer lugar do planeta. Mas nem por isso a comunicação visual tornou-se mais madura ou fácil. A relação continua mal resolvida e cada vez mais incompreendida, especialmente para profissionais confrontados com uma linguagem com a qual não possuem qualquer familiaridade.

A imagem trata-se de uma linguagem não verbal onde essa não se utiliza de vocabulário, das palavras para se comunicar, onde seu objetivo não é de expor verbalmente o que se quer dizer, ou o que está pensando, utilizando então outras formas de comunicação, sendo elas placas, figuras, gestos, objetos, cores, ou seja, dos signos visuais, é onde entra a imagem que é trabalhada para dialogar, convencer, despertar, atrair entre outros, tudo aquilo que se quer atingir, a imagem é trabalhada com esses objetivos que levam direta ou indiretamente ao mal do mundo contemporâneo, o consumismo. O mundo contemporâneo revela os valores e tendências de uma sociedade consumista e, muitas vezes, imediatista cada vez mais, novos produtos são inventados e lançados no mercado, sendo caracterizados como necessidades.

Pensando nisso, faz-se necessário refletir como se apresenta “o poder da linguagem no discurso midiático”, como os argumentos implícitos nas imagens que invadem o imaginário coletivo, persuadindo o indivíduo da necessidade de adquirir determinado produto como a linguagem da mídia naturaliza, legitima padrões e comportamentos a partir dos produtos que lança, promovendo de certa forma uma alienação a todos os padrões impostos pela sociedade, onde se o indivíduo não o tem esta fora dos padrões. Separando as classes sociais, de acordo com o seu poder econômico, por isso procura-se adquirir os produtos lançados no mercado a qualquer custo para conseguir se inserir nos meios sociais mais elevados.

As novas formas de sociabilidade apartam decisivamente os homens em classes econômicas e em grupos culturais e políticos; a vida pública tem um estatuto radicalmente diverso do da vida privada: o trajeto de cada ser humano é vivido como um caso singular, alheio ao destino dos seus semelhantes. (BOSI, 2004, p. 46)

Fazendo com que o individualismo esteja cada vez mais presente no homem contemporâneo, onde o que importa é obter cada vez mais status social, visando os interesses de cada um, interesses esses promovidos pelo que a mídia veicula como informações persuasivas do mercado consumista.

Assim percebemos que de certa forma as pessoas ainda não aprenderam a lidar com esse turbilhão de informações de imagens que nos cerca. Por isso, se faz necessário que linguagem seja estudada em toda a variedade de suas funções. Isto quer dizer que, a linguagem verbal não é a única que serve para comunicar. A linguagem visual também transmite informações e idéias. Na verdade, a linguagem visual é a primeira que os indivíduos aprendem a ler. Ainda crianças, na escola aprendem-se a identificar figuras e só depois que é incorporada a linguagem verbal, onde além de figuras e desenhos, os indivíduos passam a ler textos escritos, já que, as crianças aprendem antes a ler as imagens, por associação a produtos consumíveis, do que o a leitura propriamente dita, que só acontece com a alfabetização escolar.

Mediante isso chegamos a algumas conclusões sobre o porquê das imagens terem tanto poder na mente dos indivíduos, que trabalham sua imagem de acordo com o que a mídia impõe “a primeira imagem é a que fica”, com isso o consumo cada vez maior de produtos milagrosos, intervenções cirúrgicas, roupas, acessórios, enfim tudo o que constrói a imagem de uma pessoa, que será sustentado através do consumimos para que se alcance os resultados esperados. Dessa forma, entramos na questão do belo e perfeito, podendo assim, utilizar-se do termo grego “kalokagatia”, que é a busca ideal da forma, entre o público feminino e também o masculino, invadem os anúncios e as capas de revistas. O corpo, considerado como texto, apresenta uma série de significações e pode representar a cultura dos grupos, reconhecida a partir das características desses corpos. E a partir da alteração das relações sociais e culturais, os corpos também são alterados, refletindo esses momentos.

A excessiva preocupação com o corpo se intensificou, principalmente, a partir da década de 80. E a procura por um corpo perfeito iniciou-se com preocupação em manter rituais saudáveis como a boa alimentação, a prática de exercícios, uma vez que o corpo não mais foi visto, simplesmente, sob a perspectiva da Biologia, das Ciências Naturais, ou seja, um organismo que cumpre uma série de funções orgânicas. O surpreendente é que a atenção maior, muitas vezes, é dada à

possibilidade do corpo servir como precioso veículo para a manifestação de uma série de preocupações e características e reflexos sociais das épocas.

Vivemos numa civilização funcionalismo, de experiências práticas visando o estético, elevando até mesmo o próprio corpo a categoria de objeto, e legamos cada vez menos espaço às manifestações do sentimento.

Nossa civilização é cada vez mais funcionalista, ou seja, define a identidade das coisas e pessoas por meio da função que elas exercem. Você já notou que, ao nos perguntarem quem somos, respondemos logo com a nossa profissão, ou atividade? “Sou médico”, “advogado”, “professor”: somos aquilo que fazemos em termos de produção lucrativa. Nunca ouvi ninguém responder: sou alguém que têm dois filhos, gosta de cuidar do jardim, ler poesia e ouvir música e, para ganhar dinheiro, exerce a profissão de contador. (DUARTE JUNIOR, 2003, p. 39 e 41)

É atribuída função a tudo, inclusive para o ser humano como algo que pode ser “consumido”, por isso precisa estar dentro dos padrões aceitáveis pelos possíveis “consumistas”. O que se percebe, atualmente, é que a reprodução dos padrões que são sugeridos às mulheres como em comportamento, sensualidade e principalmente, a forma que o corpo feminino deve ter.

A propagação destes padrões desejados e sugeridos pelos grupos sociais, atualmente, em sua maioria é realizado, pela publicidade, que se coloca como um canal poderoso que chega aos grupos de maneira muito eficiente, gerando, algumas vezes, mudanças de comportamento. Um forte exemplo de mídia são as novelas, as capas de revistas, entre outros, que geram uma alienação as pessoas que se não tiverem perto do esperado, se consideram fora dos padrões atuais do estereótipo da moda, barriga de fora, seios na medida certa, o bumbum arredondado, ou seja, a imagem da mulher brasileira, estampadas em todos os anúncios que se refere à imagem ideal. Sendo assim, a figuração do corpo humano como dispositivo de produção de sentido, seja na mídia ou fora dela.

O interessante é que isso não é algo isolado nem no tempo nem no espaço e, mas esse produto cultural é fruto do tempo das mídias, esse fenômeno está sujeito às forças dos processos sócio-históricos que constroem a cultura ditando regras de comportamento.

[...] a beleza é uma maneira de nos relacionarmos com o mundo. Não tem a ver com formas, medidas, proporções, tonalidades e arranjos pretensamente ideais que definem algo como belo. Acabou-se o tempo em que os estudos estéticos ditavam regra de beleza: um objeto podia ser considerado belo

apenas e tão-somente se se conformasse com os parâmetros traçados pela corrente estética em voga na época.

Beleza não diz respeito às qualidades dos objetos, mensuráveis, quantificáveis e normatizáveis. Diz respeito a forma como nos relacionamos com eles. Beleza é relação (entre sujeito e objeto) (DUARTE JUNIOR, 2003, p. 13,14).

Portanto, a experiência prática com o mundo da função as coisas e a experiência estética da forma sua aparência, afirma Duarte Junior (2003, p.13). Dessa forma o autor discorda do ponto de vista grego que dita formas ideais de beleza, mas sim essa relação acontece conforme as experiências do sujeito, sua visão de mundo.

2.4 DIFERENTES LINGUAGENS NO UNIVERSO DA ARTE

As linguagens visuais têm o seu poder de influência que é trazida ao público de forma persuasiva, de modo que eleva o poder de mercado (consumo), podendo a imagem ser percebida em sua trajetória histórica, e sua evolução que ocorreu à passos largos visando passar suas mensagens, sejam elas a imagem por si só ou com mensagens escritas que as complementam.

A linguagem visual é um meio perfeito de comunicação capaz de criar efeitos. Ela é constituída por diversas imagens, de diversos motivos. No campo da arte, a noção de imagem vincula-se essencialmente à representação visual: pinturas, ilustrações decorativas, desenho, filmes, vídeo e fotografia. Compreende também, várias categorias de expressão, onde a construção de qualquer uma delas implica um conhecimento e a leitura de elementos visuais como a forma, a cor, o espaço (bidimensional e tridimensional), o equilíbrio, a relação entre luz e sombra, plano e superfície, além de outros. O conhecimento da linguagem visual assume fundamental importância quando se reconhece que vivemos numa civilização que respira imagem.

Em todas as formas de expressão artística do homem estão presentes o conhecimento e a leitura dos elementos visuais, a organização e a ordenação do pensamento, a significação, ou seja, a representação, o significado gerado pelo interpretante na construção da imagem, a expressão da história pessoal e social do

sujeito. Portanto, o ensino de arte é resultado da articulação entre o fazer, o conhecer, o exprimir e o criar. Expressão do sujeito em sua unicidade, inserido num pluralismo cultural, suas experiências individuais que os diferem possibilitando uma construção ímpar das expressões visuais.

A informação imagética pode ser visto como instrumento de comunicação de ideias e sentimentos, da mesma forma que linguagem visual nada mais é do que um conjunto de símbolos e informações que combinados resultam na mensagem, uma expressão com significado.

As ruas estão sobrecarregadas de informação visuais que compõem o cenário urbano. As informações estão presentes em placas, cartazes, outdoors, letreiros, painéis animados, televisões, desenhos nas paredes e sinais luminosos, muitos com mensagens imperativas exercem sua influencia e seu poder comunicativo.

Na atualidade a informação se configura como principal agente de troca entre diferentes culturas e organizações sociais, informações essas que circulam pelos meios de comunicação de massa. Sendo assim, a urgência pela alfabetização social se torna evidente, na busca por inserir o homem numa tríade homem-espaço-tempo, já que, o alfabetismo visual se configura como o conjunto de interpretações da linguagem, identificando símbolos dos meios de comunicação.

Em termos linguísticos, sintaxe significa disposição ordenada das palavras segundo uma forma e uma ordenação adequadas. As regras são definidas: tudo o que se tem de fazer é aprendê-las e usá-las inteligentemente. Mas, no contexto do alfabetismo visual, a sintaxe só pode significar a disposição ordenada de partes, deixando-nos com o problema de como abordar o processo de composição com inteligência e conhecimento de como as decisões compositivas irão afetar o resultado final. Não há regras absolutas: o que existe é um alto grau de compreensão do que vai acontecer em termos de significado, se fizermos determinadas ordenações das partes que nos permitam organizar e orquestrar os meios visuais. Muitos dos critérios para o entendimento do significado na forma visual, o potencial sintático da estrutura no alfabetismo visual, decorrem da investigação do processo da percepção humana. (DONDIS, 1991, p. 17)

Para tanto, a escola como ambiente que promove o desenvolvimento e a difusão deste saber visual, utilizando-se de imagens como instrumento de trabalho aproximando o conhecimento imagético do meio educacional.

No processo pedagógico, o alfabetismo visual deverá ser adaptado a realidade dos grupos sociais inseridos no ambiente escolar de acordo com suas particularidades (DUARTE JUNIOR, 2003, p. 22).

Buscando de forma homogenia que as pessoas em geral consigam interpretar uma imagem independente de modismos e influências externas.

Dentro de uma cultura capitalista, a publicidade é o espetáculo inevitável que nos surpreende em qualquer canto que se apresente, representando um mundo de prazeres, por meio de sucessivas imagens agradáveis.

A cultura visual que compõe o ambiente urbano utiliza-se de todo tipo de suporte aplicando mensagens com forte apelo visual. É difícil de ser mensurar o grau de impacto sobre o indivíduo, ao qual está exposto em meio a tantas informações visuais.

O que podemos identificar que há um crescente poder midiático e com isso a publicidade ganha forças mercadologias causando mudanças no comportamento dos indivíduos da sociedade em geral. Pois, podemos considerar a imagem um veículo dominante na comunicação de massa do mundo contemporâneo, onde a imagem, geralmente, tem um apelo inigualável, com objetivo de convencer alguém a adquirir alguma coisa. Exercendo um papel importantíssimo na sociedade do consumo.

Ocorre que os meios de comunicação oficiais retratam o mundo, indiferentes às culturas locais. Direccionam mensagens que desviam os olhos dos espectadores para outras paisagens e personagens. Essa política de comunicação social precisa ser compreendida. A lógica usada pelos que se julgam proprietários dos sistemas de meios de comunicação necessita ser conhecida pelos seus usuários, e a escola pode ser um local de reflexão sobre a relação comunicação/educação. Nesse sentido, vários países de todo mundo vêm desenvolvendo, já há várias décadas, diversos programas. Um deles, chamado de leitura crítica dos meios, que objetiva fortalecer a capacidade analítica de jovens receptores. Um outro, denominado como produção de meios, defende que eles – os meios – são instrumentos valiosos, através dos quais as pessoas podem comunicar sua própria cultura. (LIMA, 2006, p. 3)

Na realidade, a estrutura da publicidade consiste em criar necessidades, descontentamentos e despertar desejos, direccionando as vontades das pessoas para o consumo. Para tanto, cria-se um mundo de fantasias materiais, totalmente fora da realidade, substituindo a realidade objetiva, representando uma nova

existência livre de sofrimento, preconceitos elevando o consumismo como critério de igualdade social por aquisição de marcas ou consumo de certos produtos.

A publicidade trata todas as pessoas como se fossem iguais, com a mesma capacidade de consumir, levando as pessoas a consumirem sem poder. Frente a tal situação, a escola deve exercer a sua função de conscientização social, preparando os alunos para que possam interpretar as imagens propostas como recurso das linguagens visuais para despertar o desejo consumista.

A aprendizagem é uma proposição de percursos, é um estado de aproximações e de acolhimento à leitura de imagens enquanto sujeito de valor – valor da arte na escola e na vida das pessoas – professores, alunos e comunidade escolar. É, ao mesmo tempo, um enfrentamento das resistências de ler imagens enquanto possibilidade de uma certa “não aceitação”, para um momento posterior, um corpo-a-corpo com o sensível e o inteligível. Instala-se, assim, um tempo para o pertencimento, valor a ser agregado na familiaridade com a arte e sua compreensão. O conhecer é tanto uma construção pessoal quanto uma construção coletiva. A leitura de imagens, feita em situação e em ato, instaura, portanto, atos de ir e vir: o professor se apropria, constrói as aulas, cria um clima de cumplicidade com seus alunos e discute essas aulas novamente com os colegas-professores, para que sejam ampliadas mais ainda, tanto as leituras de imagens da arte quanto as que encontramos no mundo. As aulas não são rotinas, um planejamento anterior que o professor “cumpre” e “aplica” a seus alunos, não são textos e textualizações anteriores, mas interações-em-curso, práticas sociais, culturais, estéticas, éticas e políticas. (FRANGE, 2005, p. 112 e 113)

Portanto, a escola tem seu papel de mediador do conhecimento, de esclarecedor dos recursos midiáticos e imagéticos, promovendo análises de tais imagens e suas proposições, por ela sugerida.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada de forma exploratória, com abordagem teórica de autores que falam sobre o tema, além de coleta de dados e entrevistas dos indivíduos pesquisados, os alunos do ensino regular de 6º a 9º ano da Escola Estadual Jorge Nacli – Ensino Fundamental, levantando dados, quanto: a classe social que pertencem e a influência da mídia na relação sujeito/consumo e a que isso implica na sua formação como sujeito quanto a informações veiculadas pela mídia, ditas como verdadeiras e absorvidas por eles como tal. Além do grau de capacidade interpretativa dos mesmos. Descrevendo assim, acontecimentos e fatos relevantes a pesquisa.

3.1 LOCAL DA PESQUISA

A pesquisa ocorreu na Escola Estadual Jorge Nacli – Ensino Fundamental Séries Finais. A mesma fica localizada à Rua São Jorge, 376, Centro de Nova Aurora – PR. A referida escola por ser o único local na cidade que oferece ensino de séries finais do Ensino Fundamental e Médio recebe a maioria dos seus cidadãos (exceto os que se dirigem à cidade vizinha), os quais possuem perfil de trabalhadores da camada sócio-econômica média e baixa. A maior parte é proveniente da zona urbana, contudo, grande parte da população trabalha na área diversificada da agropecuária, como diarista ou então nas pequenas e médias empresas do município. A formação étnica é oriunda de vários estados brasileiros e países europeus, predominando os europeus e sulistas.

3.2 TIPO DE PESQUISA

Exploratória com levantamento bibliográfico, fazendo pesquisa de campo, sendo necessário um estudo de caso por meio de questionamento (entrevista) com os alunos do ensino regular de 6º a 9º ano da Escola Estadual Jorge Nacli – Ensino

Fundamental, podendo assim, conseguir informações relevantes para a pesquisa em questão.

3.3 COLETA DOS DADOS

Por meio de estudos bibliográficos de autores que abordam o assunto, além de uma pesquisa com os alunos do ensino regular de 6º a 9º ano da Escola Estadual Jorge Nacli – Ensino Fundamental, de diferentes níveis sociais, para uma compreensão mais abrangente.

Os alunos que participarão dessa atividade de pesquisa pertencem a variadas camadas da sociedade, bem como, de níveis socioeconômicos e culturais opostos. Para atingir níveis esperados de informações é necessário compreender como o poder da mídia influência nos diferentes campos sociais, por isso, justifica-se uma pesquisa com diferentes níveis sociais, para que a compreensão seja mais ampla.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

Os dados foram analisados por pesquisa exploratória com alguns alunos dentre os que estudam no ensino regular de 6º a 9º ano da Escola Estadual Jorge Nacli – Ensino Fundamental. Os entrevistados foram escolhidos aleatoriamente, dos quais foram questionados. Sendo um total de 50 alunos, entre 10 a 17 anos de idade.

Sobre que, responderam a um questionamento fechado, sobre quais produtos consome, o porquê consomem, e qual a influência desses produtos em sua vida social. Chegando a tal resultado: 91% disseram consumir o produto pela marca; 80% afirma que adquirem calçados, roupas e alimentos de marcas mais famosas; 60% disseram consumir produtos por status, enquanto 40% pela qualidade do produto; 80% disseram ter a consciência da influência das propagandas veiculadas pelos meios de comunicação; 92% acreditam ser mais bem aceitos nos grupos sociais por estarem usando produtos de marca famosa; e 88% disseram apenas

enxergar as imagens do mercado em contraponto a 12% que dizem fazer análise da mesma.

Diante dessa realidade, é perceptível a influência da mídia, das marcas e das imagens que os rodeiam, principalmente nessa faixa etária, de adolescência em transição para fase adulta. Para tanto, é preciso trabalhar esse tema nas aulas de arte, fazendo com que os alunos estejam mais atentos ao jogo de marketing nas propagandas que leva o sujeito ao consumo excessivo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Diante das informações coletadas, perfaz-se a possibilidade de uma educação para o consumismo, mas que essa educação seja voltada para o bem, o consumo consciente. Para que possa preparar os alunos reflexivos diante de várias questões que envolvem o uso de produtos e serviços, que além de garantir o bem estar de todos, ainda assegure a preservação do ambiente.

É preciso que esses alunos compreendam a importância da conscientização do que é realmente útil, necessário e benéfico ao ser humano em contraponto ao que é supérfluo e abusivo, bem como, o que se apresenta como coercivo. Muitos desses fatores ferem os direitos do cidadão.

O uso de mercadorias e serviços para satisfação das necessidades e desejos do homem denomina-se consumo, e o consumismo é a forma exagerada e irresponsável de usufruir mercadorias e serviços. Por outro lado, o consumo de bens e serviços realizado com respeito ao meio ambiente e que atenda as necessidades das presentes e futuras gerações sem prejuízo para as mesmas é chamado de consumo sustentável.

A educação para o consumo é a forma de conscientizar e desenvolver desde muito cedo nos cidadãos a capacidade de análise crítica e responsável, bem como atitudes de autonomia, tolerância, cooperação e solidariedade com a compreensão do que é necessário, útil e satisfatório ao que é prejudicial nas relações de consumo.

Baseado no estudo de caso onde foram entrevistados os alunos da Escola Estadual Jorge Nacli – Ensino Fundamental pode perceber que os alunos têm superficialmente uma leve noção sobre a questão que envolve o consumismo.

É preciso que aconteça a inserção deste tema dentro do ambiente escolar, do qual se encaixa nos chamados temas transversais, ou no currículo escolar, para um aprendizado consciente no processo de desenvolvimento e formação do aluno como cidadão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E SUGESTÃO

As diferentes linguagens visuais presente no campo das artes estão estreitamente vinculadas ao conceito de sociedade. Sendo a história do homem relacionada diretamente com o uso das linguagens visuais, já que, as linguagens visuais foram utilizadas desde os primórdios pelos homens das cavernas. Passando de uma imagem pictórica, representando à escrita para posteriormente utilizar-se dela. Portanto, a imagem precedeu a escrita de forma que a imagem tem o seu poder interpretativo muito anterior ao qual imaginamos.

A arte, como uma linguagem representacional dos sentidos, transmite significados que não pode ser transmitidos através de nenhum outro tipo de linguagem, tendo a imagem como matéria prima do ensino de artes. Diariamente, somos cercados por inúmeras imagens, que vêm de diversas fontes, principalmente fontes comerciais. Carregadas de mensagens que podem influenciar mais do que aquelas contidas em textos verbais. Elas dizem como devemos nos vestir, como devemos nos comportar e o que devemos comer. Essas imagens influenciam de forma geral, embora os adultos sejam levados, na maioria das vezes, conscientemente, mas o que as crianças e os jovens pensam diante de tais informações?

A imagem faz parte da cultura atual, apreciando e absorvendo sua mensagem implícita. Transmitindo ideias como a escrita que podem comunicar mensagens, sendo ambas formas de signos representacionais próprios da cultura humana.

Dessa forma, se faz necessário que os alunos tomem conhecimento interpretativo da leitura de imagem possibilitando ao mesmo que seja preparado para uma formação integral do sujeito consciente da realidade e de como pode sofrer com a influência do consumismo por meio da persuasão visual.

REFERÊNCIAS

BOSI, Alfredo. **Reflexões sobre a Arte**. São Paulo: Ática, 2006;

CARVALHO, Fernando. **O mundo e as imagens – um ensaio sobre a cultura e a experiência visual**. Disponível em: http://www.dad.puc-rio.br/dad11/arquivos_downloads/25.PDF;

DONDIS, D. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991;

DUARTE JUNIOR, João-Francisco. **O que é beleza**. São Paulo: Brasiliense, 2003 (Coleção primeiros passos);

DUARTE JUNIOR, João Francisco. **O que é beleza**. Editora Brasiliense, 2003;

FRANGE, Lucimar Bello Pereira. **Arte e leitura de imagens – Considerações**. Publicações: Revista Univille v. 10, nº 01, Junho 2005;

LIMA, Grácia Lopes. **Comunicação/Educação: a atualidade do tema**. 2008. Disponível em: www.portalgens.com.br;

LUCKESI, Cipriano Carlos. **Filosofia da Educação**. São Paulo: Cortez, 1994 – Coleção Magistério 2º Grau. Série Formação do Professor;

NUNES, Benedito. **Introdução à filosofia da arte**. São Paulo: Ática, 2006;

PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Departamento de Educação Básica. **Diretrizes Curriculares da Educação Básica**. Artes. Curitiba: SEED/DEB, 2009;

RIGOLIN, Daniele Cristina. **A linguagem visual nos artigos da revista superinteressante: O que mudou e como os leitores reagem a essas mudanças**. Disponível em <http://ead1.unicamp.br/e-lang/publicacoes/down/08/08.pdf>;

ROSSI, Maria Helena Wagner. **Imagens que falam: leitura da arte na escola**. Porto Alegre: Mediação, 2009 Coleção Educação e Arte.

SANTA ROSA

APÊNDICE



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal Do Paraná
Câmpus Medianeira



Questionário:

Você consome produtos pela marca?

- Sim
- Não

Quais produtos, de marcas famosas no mercado, que mais você consome?

- Calçados
- Roupas
- Alimentos

O que o leva a consumir tais produtos?

- Status
- Qualidade do produto

Você se sente influenciado, pelas propagandas e marketing, a consumir produtos de determinadas marcas?

- Sim
- Não

Você acredita ser mais bem aceito nos grupos social quando usa um produto de marca mais famosa, ou seja, de custo mais elevado?

- Sim
- Não

Ao se deparar com uma imagem qual sua posição?

- Analisa a imagem
- Apenas a enxerga, sem nenhuma reflexão