



---

## **“VER” COMO GESTO POLÍTICO E EDUCACIONAL: A DINÂMICA DAS IMAGENS CONTEMPORÂNEAS**

---

### **“SEEING” AS A POLITICAL AND EDUCATIONAL GESTURE: THE DYNAMICS OF CONTEMPORARY IMAGES”**

---

### **“EL “VER” COMO GESTO POLÍTICO Y EDUCATIVO: LA DINÁMICA DE LAS IMÁGENES CONTEMPORÁNEAS”**

---

Gregorio Galvão de Albuquerque<sup>1</sup>

#### **RESUMO**

O presente texto tem como objetivo apresentar a problemática da padronização da produção e dos modos de ver as imagens na sociedade contemporânea. Como forma de demonstração dessa padronização é apresentado resultados da aplicação da “dinâmica da imagem contemporânea” na escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio da Fundação Oswaldo Cruz, uma escola pública federal de ensino médio no Estado do Rio de Janeiro. As imagens da dinâmica são divididas entre propagandas e pinturas possibilitando diversas leituras. Os resultados obtidos com a aplicação da dinâmica por parte das imagens de propaganda são significados padronizados e pela parte das pinturas um grande número de significados diversos. Esses resultados permitiram exemplificar e problematizar as leituras (padronizadas ou não) das imagens e seu papel social. Os resultados de análise dos resultados parte de uma literatura crítica e política. Os resultados comprovam que os modos de ver imagens de propagandas possuem, geralmente, seus significados previamente construídos, enquanto as pinturas, os significados são revelados no momento de ver as imagens.

**PALAVRAS-CHAVE:** Imagem. Interpretação. Propaganda. Pintura.

#### **ABSTRACT**

This text aims to present the issue of standardization of production and ways of seeing images in contemporary society. As a way of demonstrating this standardization, the results of the application of the “contemporary image dynamics” are presented at the Joaquim Venâncio Polytechnic Health School of the Oswaldo Cruz Foundation, a federal public high school in the State of Rio de Janeiro. The dynamic images are divided between advertisements and paintings, enabling different readings. The results obtained with the application of dynamics on the part of advertising images are standardized meanings and on the part of the paintings a large number of different meanings. These results allowed us to exemplify and problematize the readings (standardized or not) of the images and their social role. The results analysis references are based on a critical and political literature. The results prove that the ways of seeing images in advertisements generally have their meanings previously constructed, while the paintings, the meanings are revealed at the moment of seeing the images.

**KEYWORDS:** Image. Interpretation. Advertising. Painting.

---

**Submetido em:** 22/01/2021 – **Aceito em:** 30/06/2021 – **Publicado em:** 12/07/2021

<sup>1</sup> Professor/Pesquisador do Núcleo de Tecnologias Educacionais em Saúde e professor da disciplina de audiovisual do ensino médio da Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio (EPSJV/FIOCRUZ). Doutorando em Políticas Públicas e Formação Humana pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ)



## RESUMEN

Este texto tiene como objetivo presentar el tema de la estandarización de la producción y las formas de ver las imágenes en la sociedad contemporánea. Como forma de demostrar esta estandarización, los resultados de la aplicación de la “dinámica de la imagen contemporánea” se presentan en la Escuela Politécnica de Salud Joaquim Venâncio de la Fundación Oswaldo Cruz, una escuela secundaria pública federal en el estado de Río de Janeiro. Las imágenes dinámicas se dividen entre anuncios y pinturas, lo que permite diferentes lecturas. Los resultados obtenidos con la aplicación de la dinámica por parte de las imágenes publicitarias son significados estandarizados y por parte de las pinturas una gran cantidad de significados diferentes. Estos resultados nos permitieron ejemplificar y problematizar las lecturas (estandarizadas o no) de las imágenes y su rol social. Las referencias del análisis de resultados se basan en una literatura crítica y política. Los resultados demuestran que las formas de ver las imágenes en los anuncios generalmente tienen sus significados previamente construidos, mientras que las pinturas, los significados se revelan en el momento de ver las imágenes.

**PALABRAS CLAVE:** Imagen. Interpretación. Publicidad. Pintura

## INTRODUÇÃO

Uma criança sentada na janela olha pelo vidro um carro do outro lado da rua. Imediatamente ele posiciona as mãos e os dedos sobre o vidro para aumentar o tamanho no carro, como tivesse aumentando o zoom em seu celular, porém se frustra porque na janela o carro não aumenta. Como forma de resolver o problema, ele tira uma foto com o celular e aplica o zoom com as mãos.

A imagem sempre esteve presente na vida dos indivíduos, seja pela imagem ou pelo som. Pensamos, sonhamos, vimos o mundo e nos expressamos, na grande maioria, através dele. Na sociedade contemporânea esse lugar foi ampliado pelas tecnologias de produção, reprodução e compartilhamento de imagens. A produção de imagens jamais foi gratuita. Segundo Aumont (1993, p.78) as imagens foram produzidas sempre com uma finalidade de visibilidade de uso individual e coletivo e questiona “para que servem as imagens (para que queremos que elas sirvam?)”

Com o processo de industrialização e desenvolvimento do capitalismo, as máquinas alteram o seu papel social, político, econômico e cultural. Há um fascínio pela velocidade e pelo movimento, pelo controle do tempo, pela máquina e pelo sistema fabril, bem como pela cadeia de novas mercadorias que penetravam na vida cotidiana, provocando uma ampla gama de repostas estéticas que iam da negação à especulação sobre possibilidades utópicas, passando pela imitação.

A partir do estudo das transformações da arte no sistema capitalista é possível entender a produção subjetiva do homem diante da produção objetiva da sociedade capitalista. A representação da realidade produzida pelo artista em sua obra é modificada a partir da



transformação do trabalho, como ato de criação, para algo repetitivo e alienante. A arte no sistema capitalista passa a ter ‘valor de troca’, deixando assim de ser a somente a representação da subjetividade e das experiências humana.

A sociedade contemporânea está trocando a experiência do momento pela captação imagética, isto é, todos os momentos, os acontecimentos e os fatos precisam ser capturados e não só vividos. Há uma transposição da memória individual para a tecnologia onde o experienciado do momento só é comprovado através das fotografias e não mais através da tradição narrativa. Ocorrendo assim, um não entendimento de que a leitura do mundo precede a leitura da imagem

A interpretação da imagem assim como sua produção irá depender de uma abordagem cultural e uma leitura de mundo de acordo com sua experiência cultural, isto é, uma representação daquilo que está ausente, mas presente na imagem. O ato do fotógrafo demonstra sua consciência de classe relacionada com sua experiência em um momento histórico determinado.

A competência do autor corresponde à do leitor, porque é a competência de quem olha que fornece significados à imagem. Essa compreensão se dá a partir de regras culturais, que fornecem a garantia de que a leitura de imagem não se limite a um sujeito individual, mas que acima de tudo seja coletiva. Quando esta percepção da realidade é alcançada, a foto deixa de ser somente uma imagem, transformando o espectador em ativo, interpretativo e crítico da realidade.

## **CULTURA IMAGÉTICA E ÁRIDO MOVIE**

Os estudos da cultura nos permitem pensar sobre a contemporaneidade e sua cultura da imagem. Essa cultura surge a partir do crescente uso da imagem e o aumento de estímulos, principalmente visuais. Mas o que seria uma imagem? E por que e como olhamos uma imagem? Perguntas que pretendesse responder no texto através da problemática dos resultados de uma dinâmica de imagens aplicada em sala de aula.

Na cultura popular, São Thomé é o santo que só acredita vendo ou o famoso “ver para crer”, ou seja, a verdade é construída a partir do ver. Na Gênese 1:26-28, Deus “criou o homem à sua imagem”, “a imagem e semelhança de Deus”. Nessa perspectiva primordial, o conceito de imagem é o mesmo que semelhança, ou seja, aquilo que não é na realidade, mas é realidade na imagem. O quadro do Magritte “Ceci n'est pas une Pipe”, retrata essa semelhança quando afirma que aquela imagem não é um cachimbo e sim a imagem do cachimbo. O conceito da imagem está diretamente ligado a questão da representação, ou seja, da semelhança.

Segundo dicionário Aurélio<sup>2</sup>, imagem é a:

1. *Representação* gráfica, plástica ou fotográfica de pessoa ou de objeto.
2. Estampa que *representa* assunto ou motivo religioso. Reprodução de pessoa ou de objeto numa superfície refletora.
3. *Representação* mental de objeto, impressão, lembrança, recordação, etc.
4. *Representação* cinematográfica ou televisionada, de pessoa, animal, objeto, cena, etc.
5. Metáfora.

Em todas essas abordagens, a “representação” é uma semelhança e não a coisa em si. O autor Aumont (2003, p.160) descreve que existem tipos diferentes de imagens produzidas a partir dos nossos sentidos. (visuais, auditivas, táteis, olfativas etc.), sendo por fenômeno natural (reflexo, sombra, visão através de um corpo transparente etc.), ou por um ação humana intencional e racional, como as imagens abstratas.

Existem imagens de várias espécies, que se dirigem, notadamente, a nossos diversos sentidos (imagens visuais, auditivas, táteis, olfativas etc.), ou seja, no final das contas, que correspondem a uma certa sensação acompanhada de ideias – o que foi, por vezes, designado como “imagem mental”. A imagem pode ser produzida seja por um fenômeno natural (reflexo, sombra, visão através de um corpo transparente etc.), seja por um gesto humano intencional. Isso significa que ela tem uma existência multiforme, e que, notadamente, seu vínculo com a noção de representação, a fortiori com a de analogia, é bem variável (existem, na arte do século XX, muitas imagens não representativas: o que se chama de “pintura abstrata”). (AUMONT, 2003, p.160)

A imagem pode ser utilizada, segundo Arnheim, 1969 (apud Aumont, 1993, p.79), principalmente como **signo**, quando “um conteúdo cujos caracteres ela não reflete visualmente (exemplo: os sinais de trânsito), uma imagem reduz-se tanto mais a um signo quanto menos ela o representa”; como **representação** “quando figura coisa concretas de um nível de abstração inferior ao das próprias coisas”; nesse ponto de vista a imagem é em um só tempo, substituto analógico da realidade e forma convencional, pois a representação é um fenômeno codificado socioculturalmente;” Como **símbolo**

quando figura coisas abstratas (“de um nível de abstração mais elevado do que aquele do próprio símbolo”); ela serve, então para figurar o desconhecido, o invisível, o impossível, do mesmo modo que as abstrações metafísicas ou morais, sociais ou políticas. O valor simbólico de uma imagem é definido, pragmaticamente, pela aceitabilidade social dos símbolos representados (Aumont, 1993, p.79).

Para o Aumont (1993), os suportes técnicos da imagem se transformam assim como seus papéis sociais figurados. Novas formas de espetáculos e meios de transporte, como automóvel e bonde

<sup>2</sup> Disponível em <https://www.dicio.com.br/imagem/>. Acesso em 01 jun 2020.



despontavam quando o cinema foi criado, imprimindo velocidade ao tempo de exibição das imagens. Essas mudanças de velocidade proporcionada pelos novos meios acarretaram também transformações nas relações com a realidade visível. Segundo Aumont (1993, p.161) “A imagem cinematográfica é marcada por isso em sua relação com o tempo e sua credibilidade documentária. ”

Segundo Singer (2004) dentre as consequências deste aceleração do cotidiano, está o aumento de estímulos, principalmente visuais, no qual o urbano passa a ser uma sucessão de imagens, sensações produzidas e reproduzidas pelos indivíduos. Essa aceleração do cotidiano e também das imagens reflete diretamente na forma como vemos e interpretamos as imagens.

A forma como vemos o mundo reflete a maneira com o produzimos imagetivamente e também como realizamos a crítica sobre ele. O modo como vemos é reflexo de como consumimos a própria realidade e as imagens produzidas dele. A representação de um cachimbo é o próprio cachimbo, porém em uma leitura da semiótica a representação transforma o seu sentido, dependendo da sua contextualização social e cultural.

Essa transformação de sentido pode acontecer também quando se faz uma modificação na própria imagem, seja digitalmente ou na própria criação. Podemos ver essa discussão no filme “Árido Movie” (Lírio Ferreira, 2006) em uma cena de reflexão sobre a questão do que conseguimos ver e do que nos é permitido ver. A modificação, nesse caso, acontece a partir da própria cegueira.

Árido Movie é um filme do cinema brasileiro de 2008 que expressa a aridez no cinema contemporâneo brasileiro. O filme narra a viagem de Jonas à terra natal, uma cidade no meio do sertão, para o enterro do pai. O personagem volta às suas origens na casa da família e passa a conviver com a realidade cultural desconhecida para ele por viver na região Sudeste. Esse contraste entre modernização e atraso percebemos um sertão como um espaço híbrido que subverte a imagem do sertão difundida na tradicional imagem do sertão.

No filme também percebemos a figura mística do “meu velho” com cantos de rituais no velório, personagem que possui grande experiências e ensinamentos. Através dos seus ensinamentos, Jonas começa a ter um movimento de superação dos seus preceitos estéticos que anteriormente eram definidos e solidificados.

Em um momento de reflexão sobre o questionamento de como olhamos a realidade, sua reflexão é que vimos o que nos deixam ver e não vimos por preguiça e preconceito.



Não sei se você entende, as coisas estão aí e a gente não consegue ver, não é não consegue ver, não consegue é entender. Essa pedra mesmo, tá vendo, é a pedra do cachorro, tá vendo, é um cachorro deitado de costa pra gente. Oh a cabeça do bicho. Um cachorro descritinho, sem tirar e por. Viu né? Tava aí, sempre teve. Antes mesmo de existir o cachorro já tinha a pedra. Agora só vi o cachorro muito depois. Reparei quando falaram, olha ali é a pedra do cachorro. Eu não via porra de cachorro nenhuma. Me disseram que tava deitado. Depois disso só vi cachorro e nem sei como na consegui não ver. Tá vendo as coisas estão por aí e a gente não vê. Sabe o porquê? Preconceito. As pessoas só querem ver o que deixam. É preguiça e preconceito. Por isso gosto de Raul Seixas. Eu não gosto de ter uma opinião formada. Tá mais calmo? Pois bem. Ali é o elefante. Essa que foi foda. Mas eu não consegui ver nem por uma bexiga. Eu olhava olhava... Só se for um elefante q não existia mais. Dizia para os velhos que me amostravam. Aí um dia tinha fumado bem a erva santa. Fiquei ali.. admirando aí percebi que era um elefante afundado na água. Tá vendo. A orelha dele. A tromba saindo. Vê a orelha do bicho. Rapaz foi feito uma alucinação. Porque eu pensava assim: Se aquilo sempre teve ali e não consegui ver. Quanta coisa existe pelo mundo que tá embaixo no nariz e a gente nem vê. (Árido Movie, 2006, Lício Ferreira)



**Figura 1.** Cena do filme Árido Movie

Fonte: [Filme Árido Movie]



**Figura 2.** Cena do filme Árido Movie - Cachorro

Fonte: [Filme Árido Movie]



**Figura 3.** Cena do filme Árido Movie - Elefante

Fonte: [Filme Árido Movie]

A imagem fotográfica é uma visão de mundo segundo as relações sociais constituídas a partir de uma ideologia, de um sistema econômico, político e cultural, da tecnologia, do próprio fotógrafo e do seu leitor.

Como outras produções sociais, a fotografia é altamente ideologizada. São inerentes a ela concepções de mundo, pontos de vista de classe, grupos, famílias, indivíduos, de culturas. É inócuo tentar avaliar seu grau de objetividade ou subjetividade, salvo em função de afirmações específicas às quais a fotografia acrescenta informação. Como o olhar humano, ela é profundamente afetada pelo desejo, pelo inconsciente que direciona sem se mostrar (BENJAMIN, 1987 *apud* CIAVATTA, 2002, p.46).

O modo de ver influencia a produção imagética e, consequentemente, cada região terá sua característica. É importante perceber, que existe uma indústria cultural que influencia todas as regiões. No entanto, essa percepção não anula as características marcantes em cada cultura trazidas nas imagens e na maneira de produzir



## MODOS DE VER

A produção e experimentação de imagens é o reflexo da competência de ver. Essa definição do autor Bourdieu (2007) é construída no princípio de que as práticas culturais, como a educação, arte, mídia, música e esportes, estão submetidas a um capital acumulado e aferidos por diplomas escolares, anos de estudos ou herança familiar.

A desmistificação das afirmações do senso comum, o gosto sobre determinada coisa, é classificado e distinguido a partir da experimentação dos bens culturais. A transmissão do capital cultural pela escola e herdado pela família. Esses gostos serão reconhecidos como legítimos de uma determinada classe burguesa, média ou popular. Determinados gostos são associados a determinadas classes e vice-versa.

O esteticamente admirável e o simbolicamente vulgar permitem reconhecer signos de uma “pseudo-arte”, por meio de uma disposição estética na relação com as condições materiais transmitidas do passado para o presente, utilizando como meio as condições econômicas e sociais. A união daqueles que possuem determinadas preferências criam condições objetivas que os distingue e propagam as diferenças entre os grupos.

Cada grupo contém um mercado simbólico e cada grupo funciona como transmissor dos valores e competências da maneira de ver o mundo também simbólico. Essa transmissão de ver o mundo fortalece a intensifica a hierarquia do culturalmente aceito. Ainda, segundo Bourdieu (2007), a escolha de um cardápio, de um carro, de um apartamento encontra-se nas afinidades imediatas coordenadas pelo *habitus* que regularizam os encontros e as aquisições sociais. O *habitus* é responsável pelas práticas objetivas, e pelo intermédio do mundo social, representa e estrutura os estilos de vida do campo simbólico. Assim, o *habitus* passa a ser o detentor de um gosto pois as preferências estão associadas às condições objetivas da existência. O

gosto classifica aquele que procede a classificação: os sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre a bela e a feio, a distinto e vulgar; por seu intermédio, exprime-se ao traduz-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas. (Bourdier, 2007, p.13)

Para Bourdieu (2007) as igualdades de oportunidades não garantem a igualdade social nas apropriações culturais. Os possuidores de bens culturais dependem da dimensão do econômico, cultural e social.

Por último, uma adesão imediata, inscrita no mais profundo dos *habitus*, aos gostos e aversões, as simpatias e antipatias, as fantasias e fobias - tudo isso, mais que as



opiniões declaradas, serve de fundamento, no inconsciente, à unidade de uma classe. (Bourdier, 2007, p.75)

Consumir os mesmos estilos de vida como filmes, atividades físicas, vestuário e eletrônicos dentre outras não significa que o *habitus* seja o gerador da tendência. O autor emprega a teoria em nome da pesquisa empírica, o que possibilita o leitor compreender as interpretações e revisões das escolhas que não são frutos de ordenamentos isolados ou decorrentes do acaso. A distinção coloca em evidência a lógica intrínseca aos gostos e preferências culturais que são submetidas a lógica da mercadoria, tomando com uma relação simbólica.

Para o autor, mesmo a classe popular com maior capital cultural está submissa às normas e valores dominantes. Isto ocorre porque a

hostilidade das classes populares e das frações menos ricas em capital cultural das classes médias em relação a qualquer espécie de experimentação formal afirma-se tanto em matéria de teatro quanto em matéria de pintura ou, de modo ainda mais nítido por ser menor sua legitimidade, em matéria de fotografia ou cinema. Seja no teatro ou no cinema, a público popular diverte-se com as intrigas orientadas, do ponto de vista lógico e cronológico, para um *happy end* e "sente-se" melhor nas situações e nos personagens simplesmente desenhados que nas figuras e ações ambíguas e simbólicas ou nos problemas enigmáticos do teatro, segundo o livro *o teatro e seu duplo*, sem mesmo falar da existência inexistente dos miseráveis "heróis" a maneira de Beckett ou das conversações bizarramente banais ou imperturbavelmente absurdas a maneira de Pinter. (Bourdier, 2007, p.35)

Bourdier (2007) afirma que o diploma escolar tem um elevado poder simbólico, transformando a escola em uma instância de manutenção da ordem social. O diploma define disposições dominantes e separa os menos "competentes" em favor aos mais instruídos.

Uma leitura da teoria de Bourdier (2007), permite pensar e adaptar a competência de ver a partir da educação audiovisual. A competência de ver a partir do seu *habitus* permite pensar as interpretações que um filme pode passar para cada indivíduo, ou seja, o "ver" irá depender das suas condições materiais e do seu capital cultural.

## **"VER" COMO GESTO POLÍTICO E EDUCACIONAL**

O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa trouxe consigo o fetiche pela técnica, pela imagem em alta definição, pela forma, em detrimento do conteúdo, ratificando, assim, os discursos pertencentes àqueles que têm o poder sobre esse espaço de construção de verdades.





Assim, o cinema e a televisão são atualmente dois dos maiores responsáveis pela zona de conforto estabelecida para o olhar do espectador.

É possível identificar facilmente a construção de diversos estereótipos pelos meios de produção e reprodução de imagens. No entanto, é necessário compreender o que são esses estereótipos, esses discursos de manutenção de uma ordem já imposta, que estabelecerão também diversas relações no imaginário de um espectador menos atento, conformando e orientando a ação, sendo produtos de relações sociais e assegurando que essas relações se reproduzam.

Para não se deter apenas à questão das imagens pré-concebidas, pode-se observar também que os mais diversos meios de comunicação não se importam em obter e repassar informações sobre um acontecimento enquanto fato pertencente a um momento histórico ou conhecimento para o seu espectador. Tudo se transforma em sensações, gostos e preferências e, dessa forma, ao assistir a uma entrevista, o espectador pode entrar na conversa sem nenhuma informação sobre o assunto e sair dela da mesma forma, pois tudo se resume à esfera privada do acontecimento.

Nesse sentido, o que fazer quando os canais de informação, entretenimento e produção de conhecimento se convertem em barreiras para a formação cultural dos espectadores? Como buscar uma produção artística, para além da estetização da política, que não apare as arestas da imaginação e da criatividade? Qual o papel da escola na formação cultural, na formação do olhar dos alunos/espectadores?

Para rascunhar respostas, é necessário primeiramente compreender que, na sociedade capitalista, o sistema de ensino se torna um elemento de reprodução do pensamento hegemônico, legitimando as desigualdades sociais e congelando as relações sociais como que em um eterno presente. É também importante compreender que a indústria cultural, está presente todo o tempo em uma educação em prol do capital. Por isso é necessário uma educação que proporcione ao aluno meios de realização crítica da sua realidade. Em uma sociedade onde a imagem e os modos de ver ganharam evidência, uma das formas possíveis é pela educação na qual a escola permita essa produção e leitura imagética crítica da realidade.

Nessa perspectiva, sendo a educação um campo de disputa hegemônico, sua construção enquanto elemento social e intermediador das relações sociais se dá cada vez mais a serviço do capital, e, conseqüentemente, subordinando-se progressivamente à padronização e à alienação que a indústria cultural institui na sociedade contemporânea.



Assim, a formação escolar burguesa tem caráter unilateral, prezando apenas por um plano do desenvolvimento dos homens - o intelectual ou o manual - sendo esse desenvolvimento submetido aos processos de mudança e às necessidades do sistema capitalista. É necessário ressaltar que embora haja o desenvolvimento do plano intelectual, isso não significa que de alguma forma o projeto burguês de educação preze pela autonomia.

A partir da compreensão do quadro social e dos conceitos apresentados, é possível retomar os questionamentos propostos inicialmente. Pensar na relação entre cinema e educação é propor a afirmação da escola como um espaço de contradição, a partir do momento em que se disponibilizam os elementos teóricos e práticos para a reflexão e produção dos efeitos da imagem na formação cultural contemporânea, abre-se a perspectiva de uma ampliação da formação do olhar e da sensibilidade do aluno, o que vai de encontro com uma formação que apara as possibilidades imaginativas de se pensar e se inserir na sociedade. A imagem como *práxis* nada mais é que propor aos alunos e aos professores um espaço para a construção coletiva do conhecimento, em que as trocas, as incertezas e o estímulo à imaginação e à sensibilização sejam as únicas promessas desse momento.

Nesse sentido, o uso da imagem na educação visa à crítica da realidade e a uma experiência de formação multilateral que proporciona ao aluno elementos para a emancipação do olhar, saltando da expectativa passiva para ocupar um lugar ativo sobre sua formação. Dessa forma, deve-se compreender o cinema como uma experiência de criação e não como a transmissão vertical de conhecimentos ou de saberes audiovisuais ou artísticos.

Nessa direção, o cinema pode se estabelecer também como um gesto político ao passo que, para se propor como espaço de criação, imaginação e representação, ele demanda escolhas que estão ligadas a aspectos éticos e estéticos marcados pelos pontos de vista e pela montagem, por exemplo. Com a experiência da produção cinematográfica, o aluno pode entrar, assim, em um confronto entre imaginação, ética e recriação do real e, dessa forma, pode perceber e quebrar o paradigma da verdade absoluta proposto pelos *mass media*.

**METODOLOGIA - DINÂMICA DAS IMAGENS<sup>3</sup>****Figura 4.** Conjunto de imagens que compõe a dinâmica

Fonte: [Internet]

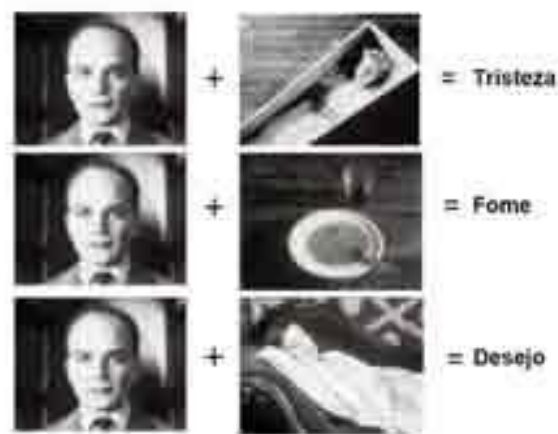
Imagens padronizados possuem sentidos padronizados e, conseqüentemente, uma produção imagética padronizada. Como forma de iniciar a problematização das imagens padronizadas e não padronizadas, são apresentadas 15 imagens aos alunos, algumas de publicidade e outras pinturas. Qual a palavra que vem a sua mente quando as vê? Quais imagens possuem os sentidos e palavras “padronizados”, não nos permitindo ir além da imagem? O que entender com o comentário “pera, não passa, ainda não consegui pensar”?

<sup>3</sup> No primeiro ano de formação, na experiência da disciplina de audiovisual da Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio (EPSJV/Fiocruz) é discutido a imagem contemporânea a partir da série Black Mirror.

Cada imagem de propaganda (1,3,5,7,9,11,12 e 14) e artística (2,4,6,8,13 e 15) possui o sentido construído e algumas naturalizadas, com mais respostas iguais, ou com respostas diversas, bem diferentes uma da outra. Criamos as mesmas percepções sobre aquela imagem, vendida e consumida em nossa sociedade, e nos tornamos reprodutores desses sentidos.

Na aplicação da dinâmica, se observa que as imagens artísticas possuem mais “expressões” em relação a imagens de propaganda. O sentido é construído quando está vendo e não previamente. Para a imagem artística o sentido é construído ao ver a imagem mesmo para aqueles que já tenham visto anteriormente.

O significado da imagem é construído a partir de uma única imagem ou um conjunto de imagens. Na história da cinematografia, os russos testaram no cinema essa construção de significados através da montagem. A principal experiência foi o efeito Kuleshov que testou através da montagem o significado que a imagem ganhava. O diretor filmou um ator e usando a mesma imagem colocou um prato de comida, dando o sentido de fome. A segunda foi um prato de comida e o seu sentido foi modificado para fome e o terceiro de uma mulher, no qual se tornou desejo. A mesma imagem com sentidos construídos a partir da montagem.



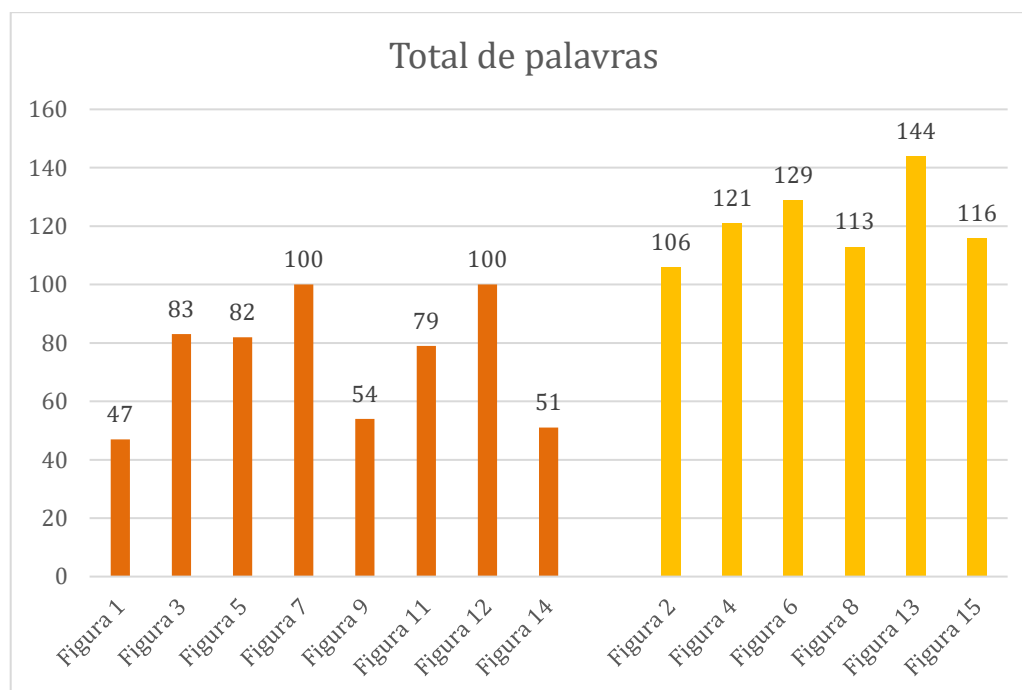
**Figura 5.** Efeito Kuleshov

Fonte: [Internet]

Cabe ressaltar que os sentidos relatados na dinâmica não estavam relacionados diretamente com outras imagens. Essa relação é estabelecida indiretamente com outras imagens já consumidas anteriormente e expostas nas palavras. O diálogo entre as imagens apresentados na montagem pelos russos, pode ser visto também nas leituras de imagens da dinâmica. O sentido construído através da sua cultura é estabelecido nessa relação. Nesse momento que é destacado a padronização do consumo da imagem. Se a relação é feita por diversos indivíduos com a mesma imagem, a diversidade dos significados será baixa em relação a imagens que não tem esse mesmo referencial. Quanto menos imagens consumidas que dialogam com as apresentadas na dinâmica, mais palavras e sentidos aparecem.

## RESULTADOS

O estudo foi realizado em turmas do ensino médio e ensino de jovens e adultos, no período de 2013 a 2019, total de 237 alunos participantes. O resultado sobre a contagem de palavras distintas a cada uma das 15 imagens é observado abaixo.



**Gráfico 1.** Resultado da dinâmica da imagem

Como pode ser visto no gráfico, o grupo da propaganda (lado esquerdo) apresenta menos variações de palavras enquanto do grupo das imagens de pintura (lado direito) apresenta mais variações de palavras e significados. As pinturas deixam as interpretações abertas enquanto as outras imagens têm seu sentido pré-construído ou padronizado. No entanto, é importante evidenciar como as pinturas ganham sentidos em diferentes contextos, ao contrário das imagens de propaganda que seus sentidos se mantêm.

Como forma de ilustrar o estudo, as duas primeiras imagens de cada grupo (propaganda e pintura) que tiveram mais palavras interpretativas são apresentadas a seguir.

### GRUPO DE PINTURAS



**Figura 6.** Quadro de Magritte, figura 6 da dinâmica

Fonte: [Internet]



**Figura 7.** Quadro de Magritte, figura 13 da dinâmica

Fonte: [Internet]

Nas imagens de pinturas a figura 6 e 13 são as que causaram mais interpretações dos alunos. A figura 6 com um total de 129 palavras distintas e a figura 13 com 144 palavras, sendo a que mais permitiu interpretações na dinâmica. No grupo da propaganda foram a imagem 7 com 100 palavras e imagem 12 com 100 palavras.



A figura 6 é uma pintura de René “A reprodução proibida” (1937). Teve um total de 129 palavras diferentes, sendo “reflexo”, “espelho” e “reflexão” as mais repetidas. Como seria o reflexo se o homem está vendo a mesma imagem? Segundo um aluno, olhando para a única parte que nunca olhamos de nós mesmo.” Esta figura é representante do movimento surrealista francês que tem como principal característica a quebra do racional através do sonho e do ID da construção da personalidade do autor Freud. Na pintura temos um espelho que reflete a nós mesmos mas não o oposto e sim iguais. Esse sentido pode ter gerado as palavras de “solidão”, “medo” e “estranho”.

Palavras como “reclusão” também aparece apenas uma vez, assim como “depressão” que mostram pré-sentimentos ao visualizar a imagem. Isto porque nenhum elemento na imagem remete a esses sentimentos, mesmo assim eles apareceram. Apareceram também nas respostas o simbolo da interrogação “?”, 5 vezes. O interessante é que esse aluno não interpretou mas ficou na dúvida e expressou ela. A dúvida também é uma leitura diferentemente da indiferença. A dúvida deixa claro que a imagem afetou de alguma ou muitas formas e não conseguiu expressar porém a indiferença não teve essa expressão.

Nessa imagem tiveram expressões como “ué! Confusão”. Essa exclamação mostra que para o aluno estava tão claro a confusão que não poderia ser outra coisa. As interpretações que apareceram uma única vez apresentam variedade nos sentidos desde “ocultações”, “insegurança”, “enganação” e “sem personalidade”.



**Infográfico 1. Resultado das palavras da figura 6**

Fonte: [respostas da dinâmica]

A figura 13 é uma pintura de Magritte chamada de Golconda (1953). Foi a figura com maior número de leituras dentro das 15 imagens apresentadas na dinâmica. Mesmo com esse número de palavras, as repetições das três primeiras foram menores que 38 vezes, ou seja, uma imagem que permitiu quase uma interpretação diferente por pessoa.

A primeira foi “chuva” com 38 repetições, o símbolo de interrogação “?” com 11 repetições e “confusão” com 7 repetições. Mesmo colocando chuva, os alunos demonstraram que não sabiam se os homens de terno estavam caindo ou subindo, “mas pela lógica seria igual a chuva.”. Outros se questionaram se era imagem daquela música “Its rain man” (Gloria Gaynor). Uma aluna para resolver a dúvida relatou que estavam parados. A imagem permitiu diversas interpretações construídas ao olhar para ela. Apesar dos homens parecerem iguais, eles são diferentes vistos de perto, assim o questionamento sobre identidade de grupo e individualidade também estava nas possibilidades.

Foram expressadas nas palavras também diversas dúvidas sobre o que era a imagem como “que?” “wtf” (What The F..k? – Que m.rda é essa?). Um aluno expressou sua palavra “simetria” demonstrando as linhas em diagonais e paralelas que a imagem formava com as gotas de homens.

A palavra “sonho” aparece uma vez e é interessante apontar porque o movimento surrealista que o pintor Magritte participava defendia a quebra da racionalidade também através dos sonhos.

**Infográfico 2.** Resultado das palavras da figura 13

Fonte: [respostas da dinâmica]

### Grupo de propaganda

**Figura 8.** Imagem retirada da internet

Fonte: [Internet]

**Figura 9.** Imagem retirada da internet

Fonte: [Internet]

Na figura 7, com 86 palavras distintas, “fome”, “força” e “raiva” são as que mais aparecem na dinâmica. “Fome” apareceu 100 vezes e a segunda com 14 vezes, a palavra “força”. A figura pertence a campanha sobre transtornos alimentares sofrido por mulheres.

“Fome” é a palavra mais repetida tendo como segundo lugar a palavra “força” e “raiva” em terceiro. Mesmo o “vermelho” da unha aparecendo em 2 das palavras, somente 1 vez apareceu palavra no sentido de mulher como “força feminina, atitude”. Todo sentido construído para “comida” (5 citações) está direcionado para o garfo e a faca da imagem que posicionados como uma cela e “cadeias” (citado uma vez). Somente duas vezes foi citado “distúrbio” e “formetranstorno”

Apesar de ser uma campanha, o que vemos é uma variação de interpretações a partir principalmente do símbolo do garfo e faca e sua posição de “irritação” e “imposição”. É interessante ressaltar que a dinâmica foi aplicada em cotidiano escolar em uma aula anterior ao horário do almoço, o que leva aos alunos a pensarem “hora do almoço”, “hora do rango”, “macarrão”, “fome” e “protesto contra a fome”. Palavras que mesclam a representação da imagem e o momento do olhar para ela.



**Infográfico 3.** Resultado das palavras da figura 7

Fonte: [respostas da dinâmica]

A imagem 12 foi retirada da internet e demonstra filhotes segurando um bebê enquanto ele deitava, como fosse cair e por isso a palavra com mais repetição foi “ajuda” com 34 repetições.







social e cultural de quem vê. Através dos resultados pode-se perceber como o modo de ver está associado diretamente a esses fatores, permitindo leituras diferentes e/ou padronizadas. A problemática consistiu em demonstrar a partir de dois blocos de imagens como essas leituras se realizam.

É preciso destacar que apesar de ser uma dinâmica, a sua realização foi no contexto de sala de aula, o que possibilita também outras formas de leituras. Os resultados seriam diferentes em outros contextos? A problemática consiste exatamente nessa forma cultural, neste caso, escolar. O aluno que tira notas boas precisa necessariamente colocar palavras bonitas no que está vendo e o aluno “descolado” colocaria interpretações mais descritivas ou fora de uma realidade poética? Possivelmente, se consideramos que o ambiente escolar proporciona esse tipo de leituras marcadas principalmente pelo “lugar” do aluno na escola. Essas leituras podem também terem sido realizadas a partir de um certo receio de uma avaliação dos seus outros amigos. “Ih bobão essa palavra”, “nossa nem sei o que é isso”, frases que permitem ou restringem a leitura das imagens. Não é possível realizar essa análise a partir dessa dinâmica nesse sentido, somente apontar a possibilidade de discussão na apresentação dos resultados.

Cabe resultar que as leituras das imagens realizadas no texto foram realizadas a partir do modo de ver do próprio autor do texto a partir de sua experiência de aplicação da dinâmica em sala de aula. O resulta das imagens de propagandas possibilita afirmar, a partir da análise das ocorrências por palavras, que os seus sentidos são pré-construídos e possuem o objetivo da venda da mercadoria. Seriam sentidos já naturalizados socialmente e as imagens de pinturas demonstram sentidos abertos, construídos a partir do “ver” naquele momento e do entendimento da imagem. Sentidos que as vezes não conseguem ser vistos e a expressão passa a ser um ponto de interrogação ou um espaço vazio.

No filme “Árido Movie” ao destacar que precisamos estarmos sempre alerta, sem preguiça e preconceito para ver as coisas que estão na nossa frente e não vemos também porque não nos deixam ver, aponta para a direção de superação dessa cegueira e padronização de leituras das imagens. Como na música de Raul Seixas (Gita, 1974) “eu sou os olhos do cego e a cegueira da visão”. Podemos ver tudo de maneira diferente e assim produzir e interpretar as imagens fora de um padrão. Quando a percepção da realidade é alcançada, a imagem deixa de ser somente uma imagem e passa a ser uma mediação, transformando o espectador em ativo, interpretativo e crítico da realidade.





## REFERÊNCIAS

ÁRIDO MOVIE, Lírio Ferreira, 2006.(filme)

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas, SP: Papirus, 1993

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário Teórico e crítico de cinema**. Campinas, SP: Papirus, 2003.

BOURDIEU, P. (2007). **A Distinção – crítica social do julgamento**. Trad. Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. Edusp, Porto Alegre, 2007.

DICIONÁRIO, Online de Português. **Imagem**. Disponível em <https://www.dicio.com.br/imagem/>. Acesso em 01 jun 2020.

SINGER, Ben. **Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular**. In. CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R.(org). Trad. Regina Thompson. 2ed. São Paulo: Cosac Naify, 2004. p.95-123.



Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob os termos da Licença Creative Commons Atribuição Não Comercial-Compartilha Igual (CC BY-NC- 4.0), que permite uso, distribuição e reprodução para fins não comerciais, com a citação dos autores e da fonte original e sob a mesma licença.