

12

**O cartaz no contexto escolar: a
"educação do olhar" em foco**

**Autora: Rita Miranda Rosa
Orientadora: Profa. Dra. Luciana
Coutinho Pagliarini de Souza**

**Linha de pesquisa: Análise de
Processos e Produtos Midiáticos**



Resumo: Esta dissertação tem como contexto a interface entre Comunicação e Educação. Da Comunicação vem o objeto de estudo – o cartaz de publicidade – que adentra o meio educacional via livros didáticos de Arte/Educação, mais especificamente o material didático do 2º ano do Ensino Médio, componente do Currículo Oficial do Estado de São Paulo. Partindo da ideia que os meios de comunicação constituem um novo espaço do saber e que a escola os vem incorporando no material didático, interessa-nos compreender o cartaz enquanto meio de comunicação e componente estético do cotidiano, além de explorar o uso do potencial de sentidos do cartaz no contexto escolar. Na esteira desse objetivo maior, seguem os específicos: mostrar como se dá a apropriação do cartaz no contexto da educação; tratar de aspectos da semiótica peirceana, bem como identificar a metodologia para análise de representações visuais que advém dessa semiótica para, finalmente, explicitar como pode se dar a “educação do olhar” para representações visuais. Para tais propósitos, nos apoiamos na metodologia erigida por Santaella (2001, 2012), a partir das ideias de Peirce, que institui o trajeto interpretativo dirigido por três olhares – o que captura qualidades (contemplativo); o que discrimina, apreende existentes (observacional), o que generaliza e, efetivamente, interpreta (interpretativo). Para uma abordagem sobre o papel do cartaz na paisagem urbana como um componente estético do cotidiano, apoiamo-nos em Moles (1987). Um breve panorama sobre momentos da história do cartaz em seu diálogo com os movimentos artísticos dos séculos XIX e XX tem sustentação no trabalho de Meggs e Purvis (2009). Para tratarmos da interface entre Comunicação e Educação, lançamos mão de Baccega (2011) e Freire (1983) e para conhecermos o contexto em que o cartaz se apresenta em sala de aula, buscamos apoio nos Parâmetros Curriculares Nacionais de Artes e no Currículo Oficial do Estado de São Paulo. A imagem como representação visual terá o amparo teórico de Dondis (1999), bem como de Santaella e Nöth (1997). A relevância do trabalho está na possibilidade de aplicar uma metodologia que contribua para a educação do olhar do leitor/aprendiz ao permitir o deslindar das camadas de sentido do signo/cartaz, o que propiciaria uma leitura de imagens artísticas mais especializada e, por isso, mais significativa. Acreditamos também que o cartaz pode aproximar o leitor/receptor da arte.

Palavras-chave: Comunicação. Educação. Cartaz publicitário. Educação do olhar