



**Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE**

Unidade Acadêmica de Educação a Distância e Tecnologia

**O Ensino de Artes Visuais como Meio de  
Interpretação da Gramática Visual do Cotidiano**

**Ana Paula Coelho da Silva**

**Carpina**

**2021**

**Ana Paula Coelho da Silva**

**O Ensino de Artes Visuais como Meio de  
Interpretação da Gramática Visual do Cotidiano**

**Monografia apresentada junto à Unidade de  
Educação a Distância e Tecnologia –  
EADTec/UFRPE como requisito parcial para  
conclusão do curso de Licenciatura em  
Artes Visuais.**

**Orientador (a): Prof.<sup>a</sup> Me.<sup>a</sup> Amália Maria de  
Queiroz Rolim**

**Carpina**

**2021**

Dados Internacionais de Catalogação na  
Publicação Universidade Federal Rural de  
Pernambuco Sistema Integrado de  
Bibliotecas  
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a)  
auto

---

S586e Silva, Ana Paula Coelho da Silva  
O Ensino de Artes Visuais como meio de interpretação da gramática visual do cotidiano /  
Ana Paula Coelho da Silva Silva. - 2021.  
43 f.

Orientador: Amalia Maria de Queiroz  
Rolim. Inclui referências e  
apêndice(s).

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de  
Pernambuco, Licenciatura em Artes Visuais, Recife, 2021.

1. Ensino de Artes. 2. Cultura Visual. 3. Leitura de Imagens. 4. Logos. I. Rolim, Amalia  
Maria de Queiroz, orient. II. Título

CDD 700

---

# **FOLHA DE APROVAÇÃO**

**Ana Paula Coelho da Silva**

## **O Ensino de Artes Visuais como Meio de Interpretação da Gramática Visual do Cotidiano**

**Monografia apresentada junto à Unidade de  
Educação a Distância e Tecnologia –  
EADTec/UFRPE como requisito parcial para  
conclusão do curso de Licenciatura em  
Artes Visuais.**

**Aprovada em \_\_/\_\_/\_\_\_\_**

**Banca Examinadora:**

---

**Prof.<sup>a</sup> Me.<sup>a</sup> Amália Maria de Queiroz Rolim (UFRPE)**

**Presidente e Orientadora**

---

**Prof. Dr. Felipe de Brito Lima (UFRPE)**

**Examinador**

---

**Prof.<sup>a</sup> Me.<sup>a</sup> Marluce Vasconcelos de Carvalho (UFPE)**

**Examinadora**

Dedico a todas as pessoas que fizeram parte dessa conquista, direta ou indiretamente, a Maria de Fátima Coelho e Bianca Barbosa. A tutora do polo de Carpina Maria Betânia Barbosa Cardoso

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, pela força durante o curso e pela vitória de me formar. Às minhas irmãs Maria de Fátima, Maria José, Elisabete, Joselita, Rosane e aos meus irmãos José Carlos e João Ricardo, à minha sobrinha Bianca Barbosa. Ao meu pai, que mesmo sem formação superior já vai ter o prazer de ver se formar a quinta filha em nível superior, gratidão. Agradeço especialmente à Fátima por ter feito grandes contribuições na minha graduação e serei sempre muito grata por isso, obrigada por tudo.

À minha orientadora e Professora Amália Maria de Queiroz Rolim, pelo apoio e incentivo ao meu trabalho e pela oportunidade de poder desfrutar um pouco de seus conhecimentos. Ao Professor Felipe de Brito Lima representando todos os docentes do curso de licenciatura em Artes Visuais com Ênfase em Digitais da UFRPE do polo de Carpina

Finalmente, a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a conclusão deste curso.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a compreensão dos discentes acerca dos significados existentes nos logos da cultura de massa e sua influência na nossa percepção de mundo a partir da identificação da relação entre os símbolos imagéticos e arte, compreendendo a arte presente nos logos e pontuando as contribuições das imagens no ensino de artes. O referencial teórico contempla discussões acerca da representatividade cultural das imagens no cotidiano; A importância da leitura de Imagens no Ensino de Arte para a compreensão da linguagem visual. Os procedimentos metodológicos adotados consistem em uma pesquisa com abordagem quantitativa e qualitativa utilizando como instrumento de coleta de dados questionário. A pesquisa foi realizada em uma escola da Rede Estadual de Pernambuco, e os participantes da nossa pesquisa foram alunos do 1º ano do Ensino Médio. Os dados obtidos e as discussões propostas a partir do contribuem para pontuar a relevância da compreensão dos elementos presentes nos logos, seu significado e sua influência na nossa percepção de mundo.

**Palavras-chave: Ensino de Artes; Cultura Visual; leitura de imagens; Logos.**

## **ABSTRACT**

This work aims to analyze the understanding of students about the meanings existing in logos, mass culture, and their influence on our perception of the world from the identification of the relationship between image symbols and art, understanding the art present in logos and punctuating the contributions of images in art education. The theoretical framework includes discussions about the cultural representation of images in everyday life; The importance of reading images in art education for visual language comprehension. The methodological procedures adopted consist of a research with a quantitative and qualitative approach using a questionnaire as a data collection instrument. The research was carried out in a school in the State Network of Pernambuco, and the participants in our research were students from the 1st year of high school. It is expected that the data obtained and the discussions proposed from them will contribute to highlight the relevance of understanding the elements present in the logos, their meaning and their influence on our perception of the world.

**Keywords: Art Teaching; Visual Culture; Image Reading; Logos.**



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	10
1.1 Justificativa.....	11
1.2 Objetivos.....	12
1.2.1 Objetivo geral.....	12
1.2.2 Objetivos específicos.....	12
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	13
2.1 A representatividade cultural das imagens no cotidiano.....	13
2.1.2 O que diferencia logotipos e logomarcas? .....	15
2.2 A importância da leitura de imagens no ensino de arte para a compreensão da linguagem visual.....	15
2.2.1 Os elementos da comunicação visual e sua utilização na elaboração de uma peça de arte gráfica.....	16
2.2.2 A percepção visual no processo criativo de logos .....	20
2.2.3 A leitura da linguagem visual por meio da semiótica .....	21
2.2.4 O conceito da estética em relação a produção artística .....	22
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	24
3.1 Contexto da pesquisa .....	24
3.2 Participantes .....	24
3.3 Procedimentos .....	25
3.4 Tipo de pesquisa .....	25
3.5 Coleta de dados .....	26
3.6 Análise dos resultados .....	27
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	35
<b>5 REFERÊNCIAS</b> .....	37
<b>6 APÊNDICE</b> .....	40

## 1 INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, as imagens estão presentes de forma significativa no nosso cotidiano, nos impulsionando a busca por informações/formações que nos auxiliem a compreender seus significados. A gramática das Arte Visual, assim como a gramática verbal, precisa ser trabalhada no contexto educacional, com intuito de formar cidadãos capazes de compreender e interpretar as diversas imagens do cotidiano.

O presente trabalho tem por objetivo analisar a compreensão dos discentes acerca dos significados existentes nos logotipos/logomarcas, presentes na cultura de massa e sua influência na nossa percepção de mundo. Para tornar a leitura da pesquisa mais fluida iremos chamar logotipos/logomarcas apenas de “logos”. Portanto, dando continuidade neste trabalho, identificamos a relação entre os símbolos imagéticos e arte, com intuito de compreender a arte presente nos logos e pontuarmos as contribuições das imagens no ensino de Artes.

Nesse contexto, Dondis ressalta:

Quantos de nós vemos? Para dizê-lo de modo ostensivo, todos, menos os cegos. Como estudar o que já conhecemos: A resposta a essa pergunta encontra-se numa definição de alfabetismo visual como algo além do simples enxergar, como algo além da simples criação de mensagens visuais. O alfabetismo visual implica a compreensão e meios de ver e compartilhar o significado a um certo nível de universalidade (DONDIS, 2007, p. 227).

Portanto, a partir do objetivo exposto, espera-se contribuir com a aprendizagem dos alunos por meio da decodificação da gramática visual, analisando os significados existentes nos logos e assim facilitar a aprendizagem, por meio da compreensão dos símbolos imagéticos, nas aulas de Artes.

Após a aplicação da pesquisa, apresentaremos uma análise e discussão dos resultados, de modo a observar a eficácia da metodologia utilizada, quantificando e qualificando os dados e, por fim, apresentaremos as conclusões refletindo sobre a contribuição da pesquisa para a prática docente, para aplicações de métodos de ensino-aprendizagem na área das artes visuais, além de indicar possíveis futuras complementações no estudo.

Como alicerce para esse estudo, teremos a Fundamentação Teórica que está subdividida em duas partes na seguinte sequência:

- A representatividade cultural das Imagens no Cotidiano;
- A importância da leitura de Imagens no Ensino de Arte para a compreensão da linguagem visual.

Para o embasamento teórico utilizaremos: BARBOSA, (2014); COLL, (1999); DONDIS, (2007); FERRAZ, (2009); O'CONNELL, (2016) e PEREZ, (2008).

## 1.1 JUSTIFICATIVA

No nosso contexto atual as imagens estão ocupando cada vez mais espaço no nosso cotidiano, porém sua decodificação ainda é desconhecida pela maioria dos usuários e observamos que, diariamente, somos influenciados pelas mídias a adquirir diversos produtos da cultura de massa. Muitos dos logos desses produtos são conhecidos por muitos de nós, mas a maioria desconhece os elementos que os compõem e a simbologia existente nas imagens.

Nesta perspectiva Barbosa, (1995, apud Rossi, 2003, p. 09), diz que “a leitura de imagens na escola prepararia os alunos para a compreensão da gramática visual de qualquer imagem, artística ou não, na aula de Artes, ou no cotidiano”.

Neste sentido, verificamos a necessidade de analisarmos os significados existentes nos logos presentes na cultura de massa, e sua influência na nossa percepção de mundo, sob a ótica de estudantes do ensino médio, durante a disciplina de Artes, tendo em vista que a maioria dos logos são compostos por símbolos que nos remetem a diversos aspectos relacionados à nossa cultura, ao nosso contexto social.

Acompanhando esse pensamento sobre os símbolos existentes na sociedade, O'Connell afirma que;

Um símbolo pode ser natural ou um artefato e o simbolismo pode surgir através de ações, gestos, pensamentos ou sentimentos para representar um conceito básico. Contudo o significado de um símbolo não está intrínseco na coisa em si, mas se baseia em seu contexto cultural e histórico e pode mudar com o tempo e o espaço (O'CONNELL, 2016, p.62).

Complementando essa linha de pensamento, o alfabetismo visual nos servirá para compreendermos os elementos que compõem as imagens e a relação entre os símbolos presentes nos logos e o contexto no qual estão inseridos. Dondis, (2007, p.5), sobre alfabetismo visual, declara, ainda, que o mesmo nos permitirá “a

capacidade de ver, reconhecer e compreender, em termos visuais, as forças ambientais e emocionais”.

A partir dessas ponderações podemos afirmar que a disciplina de Arte contempla o ensino da leitura de imagens, o que as compõem e seus significados e, diante desta realidade, essa pesquisa torna-se importante no sentido de contribuir com a compreensão dos elementos presentes nos logos e seu significado, auxiliando na nossa percepção de mundo.

## **1.2 OBJETIVOS**

Com o intuito de contextualizar e completar a temática do trabalho elencamos o objetivo geral e específicos citados a seguir.

### **1.2.1 Objetivo Geral**

Analisar a compreensão dos discentes acerca dos significados existentes nos logos, da cultura de massa, e sua influência na nossa percepção de mundo.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Identificar a relação entre os símbolos imagéticos e Arte;
- Compreender a Arte presente nos logos;
- Pontuar as contribuições das imagens no Ensino de Artes.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesse tópico, elencamos uma revisão da temática com os principais autores que contribuíram como base e contextualização da pesquisa.

### 2.1 A REPRESENTATIVIDADE CULTURAL DAS IMAGENS NO COTIDIANO

Vivemos em sociedade, influenciados e somos influenciados pela mesma e, se a arte é “produto” feito pelo homem carregado de sentimento, emoção, intenção, denúncia, técnica, entre outros, podemos considerar que essa Arte é um reflexo da cultura, ou seja, a arte é a expressão cultural da sociedade por meio daqueles que as produzem. Nesta linha de pensamento podemos nos questionar: será que somos “influenciados” a ter certos hábitos, a comprar certos produtos ou a adotar certos padrões?

Neste contexto PEREZ declara que;

Uma imagem é capaz de ter a mesma eloquência que um discurso falado ou mesmo que um livro, tudo depende da ordem e da intensidade em que são organizados os elementos de sua configuração. [...]. Seja texto ou imagem, estamos lidando com discursos da comunicação, e daí devemos perseguir sempre os elementos fundamentais desses objetos de análise (PEREZ, 2008, p.66 - 67).

Sabemos que as imagens existentes no nosso cotidiano estão carregadas de significados, muitas vezes não compreendidos pelo público/usuário. A linguagem imagética, ou seja, a comunicação feita através de imagens, apesar de estar presente fortemente nos dias atuais, ainda é algo novo, onde muitos não conseguem decodificar nem compreender a simbologia, os significados que há nos elementos que compõem um logo. Diante dessa situação, consideramos fundamental trabalharmos a gramática visual no ensino de Arte, como forma de preparar o discente, ou seja, alfabetizá-lo nas competências visuais.

O'CONNELL afirma que;

A força e o significado de alguns símbolos mais antigos do mundo ainda estão disponíveis para nós atualmente. Podem ser encontrados na arte e nos artefatos remanescentes das primeiras civilizações do mundo e falam claramente das preocupações físicas, sociais e espirituais de nossos ancestrais, além de representar as ideias que permanecem fundamentalmente importantes para a humanidade moderna (O'CONNELL, 2016, p.10).

Ao estudarmos e pesquisarmos a arte rupestre, aprendemos que as pinturas eram feitas por nômades que habitavam as cavernas, e como eles tinham uma linguagem pouco desenvolvida utilizavam das pinturas para se comunicarem, desenhando nas paredes cenas de suas vidas, de rituais religiosos, animais, sementes, plantas, flechas.

Portanto, vemos que as imagens continuam cada vez mais presentes no nosso cotidiano carregando seus significados e mensagens e, faz-se necessário, ampliar nosso olhar, para compreender e interpretá-las. Assim, como futuros docentes de Artes, devemos pensar em propostas, meios e métodos que viabilizem esse aprendizado, contemplando as formas atuais de comunicação visual.

Portanto, neste estudo, particularmente, observamos que as imagens de logos, desenvolvidas geralmente com intuito de identificar uma empresa, devem ser de fácil compreensão, ter representatividade, com uma composição que valorize a ideia e imagem da empresa. Nesta perspectiva, os signos e símbolos podem ser compreendidos como consenso entre os usuários, a partir da leitura da gramática visual contemporânea.

Para PEREIRA:

O uso da simbologia é uma forma de comunicação não verbal, por exemplo: sinalização, logotipos, ícones, são símbolos gráficos constituídos basicamente de formas, cores e tipografia. Através da combinação destes elementos gráficos é possível exprimir ideias e conceitos numa linguagem figurativa ou abstrata, o grau de conhecimento de cada pessoa é que determina qual a sua capacidade de interpretação entre linguagem não verbal de uma linguagem verbalizada, fala-se do uso de símbolos (linguagem não verbal) e seus significados (linguagem verbal). As cores mais utilizadas neste processo são aquelas de maior contraste cromático, tais como: vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, branco e preto, tanto isoladamente quanto combinadas. Um exemplo é o uso do amarelo e preto para comunicações na área de segurança rodoviária (PEREIRA,2008, p.48).

Dessa forma podemos entender que todos os elementos que compõem uma logo são pensados e estudados para atingir o objetivo ao qual se pretende, não sendo algo aleatório, sem qualquer justificativa. É válido pontuar que nem sempre o observador/consumidor está preocupado com o que está vendo ou consumindo, apenas se atém ao produto, não dando tanta importância à imagem deste produto.

### **2.1.2 O que diferencia logotipos e logomarcas?**

Sabemos da responsabilidade que os designers têm ao desenvolver um logo, visto que os mesmos podem representar uma empresa/uma instituição, e que todo esse processo requer um estudo minucioso para se obter um resultado desejado. No site do Educa mais Brasil, no item “logotipo e logomarca: Existe diferença” publicada em 19 de dezembro de 2019, traz a seguinte colocação:

A identidade visual é um dos quesitos mais importantes relacionados ao Design Gráfico. Os desejos que essa identificação desperta nas pessoas que as vêem, a forma como essa representação mexe com a criatividade dos clientes. Tudo isso está relacionado com a marca de uma empresa, e a construção dessa marca é composta por suas cores, símbolo, tipografia, etc (EDUCA MAIS BRASIL, 2019).

Podemos entender que os elementos utilizados por esses profissionais são previamente estudados, com intuito de passar a mensagem a qual a empresa ou instituição deseja. Ainda no mesmo site no item, “Logotipo e logomarca: Qual a diferença?” Traz a distinção de forma clara e concisa, segundo o mesmo;

“logomarca” é um termo raramente utilizado. Para se referir a todos os elementos que identificam uma empresa, na verdade, usa-se o termo “marca”. A marca é uma representação do conceito de uma empresa, que é composto por diversos elementos, como o símbolo, as cores, slogan, entre outros. [...] O logotipo, ou apenas “logo”, é a representação da empresa feita apenas pela tipografia específica da marca. Em sua composição são utilizados tipos de letras que entram em concordância com a ideia na qual a marca quer passar (EDUCA MAIS BRASIL, 2019).

Nessa perspectiva em nosso trabalho utilizaremos tanto os logotipos como as logomarcas, com intuito de alcançarmos os objetivos propostos.

## **2.2 A IMPORTÂNCIA DA LEITURA DE IMAGENS NO ENSINO DE ARTE PARA A COMPREENSÃO DA LINGUAGEM VISUAL**

No Ensino de Arte é necessário preparar o discente para compreender e relacionar os significados das imagens ao seu contexto.

De acordo com BARBOSA:

Nosso mundo cotidiano está cada vez mais sendo dominado pela imagem. [...] Temos que alfabetizar para a leitura de imagens. [...], preparando o público para a decodificação da gramática visual, da imagem fixa e, através da leitura do cinema, da televisão [...] o prepararemos para aprender a

gramática em movimento. Essa imagem de decodificação precisa ser associada ao julgamento da qualidade do que está sendo visto aqui e agora e em relação ao passado (BARBOSA, 2014, p.36).

As imagens no mundo das artes não são elaboradas de forma aleatória, mas com propósitos bem definidos. Precisamos aprender a decodificar a gramática visual no ensino de Arte, visto que estamos vivenciando uma Era Imagética, as imagens estão cada vez mais presentes no nosso cotidiano. Ferraz, (2009, p.92), afirma que “precisamos estudar os elementos de visualidade para reconhecê-los em suas combinações compositivas e dimensões estéticas, artísticas e históricas”.

Para Ferraz, (2009, p.78), “Conhecer as imagens que nos rodeiam significa também alargar as possibilidades de contato com a realidade; significa ver mais e perceber mais”.

O logo, assim como outras especificidades da Arte, tem sua importância e não deve ser esquecido neste contexto, visto que é fundamental trabalharmos ‘o olhar’ dos alunos para a compreensão e percepção da Arte. O conhecimento estético proporcionará aos alunos apreciar as obras de artes, não apenas pelo ‘belo,’ padrão de beleza que foi e é cultuado pela sociedade, que prezam por conceitos arcaicos, mas pelo significado que ele representa no seu contexto.

FERRAZ, afirma que;

O conhecimento básico é a concepção de visualidade gerada pelo cotidiano cultural, mas sem deixar de trabalhar as noções que envolvam as habilidades de produção e análises de formas visuais a partir do ver, imaginar, descobrir, inventar. [...] é preciso desenvolver concepções a respeito de como essas formas se configuram para nós e também organizar possibilidades de reformar e transformar essas configurações, com significado cultural (FERRAZ, 2009, p.69).

Estamos na era imagética e para difundirmos esses conceitos/causas e consequências precisamos de recursos que viabilizem o trabalho em sala de aula com os diversos tipos de imagens que nos rodeiam cotidianamente, sejam elas artísticas ou não. O papel do professor de Artes na nossa atualidade é difundir o conhecimento, não desprezando os velhos conceitos, mas trazendo as novas concepções de forma a agregar, ampliar a carga de conhecimento.

### **2.2.1 Os Elementos da Comunicação Visual e sua utilização na elaboração de uma peça de arte gráfica**



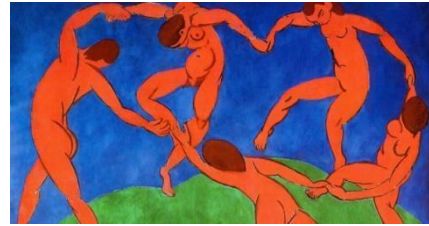
Todas as imagens, artísticas ou não, são compostas por elementos básicos que classificamos como os elementos da linguagem visual. Segundo Dondis, (2007.p.51). “Toda imagem é composta por elementos visuais, sendo eles: ponto, linha, forma, direção, tom, cor, textura, dimensão, escala e movimento”. Para entender a composição da linguagem visual é necessário analisarmos todo o contexto explorando cada um dos elementos visuais, com intuito de compreendermos a intenção na escolha de cada um.

A tabela abaixo traz o conceito dos elementos básicos da comunicação visual acompanhado de dois exemplos, aplicados em uma logo é uma obra de arte.

<p><b>PONTO</b> “O ponto é a unidade de comunicação visual mais simples e irredutivelmente mínima”. (DONDIS 2007, p.53)</p>	
 <p><b>BUSINESS</b> SLOGAN</p> <p><a href="https://www.canstockphoto.com.br/cora%C3%A7%C3%A3o-c%C3%ADrculo-ponto-coloridos-65210591.html">https://www.canstockphoto.com.br/cora%C3%A7%C3%A3o-c%C3%ADrculo-ponto-coloridos-65210591.html</a></p>	 <p><i>A árvore de pinho de Saint-Tropez - Paul Signac</i></p> <p><a href="https://www.grupoescolar.com/pesquisa/pontilhismo.html">https://www.grupoescolar.com/pesquisa/pontilhismo.html</a></p>
<p><b>LINHA</b> “Quando os pontos estão tão próximos entre si que se torna impossível identificá-los individualmente, [...], formando a linha”. (DONDIS 2007, p.55) Sendo o elemento visual básico do esboço.</p>	
 <p><b>tel</b></p> <p><a href="https://www.logaster.com.br/blog/tips/figure/create-lines-logo/">https://www.logaster.com.br/blog/tips/figure/create-lines-logo/</a></p>	 <p>Fonte: <a href="http://artesatividades.blogspot.com/2014/02/a-composicao-nas-artes-visuais.html">http://artesatividades.blogspot.com/2014/02/a-composicao-nas-artes-visuais.html</a></p>
<p><b>MOVIMENTO</b> “O movimento se encontra mais frequentemente implícito do que explícito no modo visual”. (DONDIS 2007, p.80)</p>	



<https://pt.dreamstime.com/pessoa-no-movimento-e-nos-c%C3%ADrculos-logotipo-coloridos-da-aptid%C3%A3o-sa%C3%BAde-image103549688>

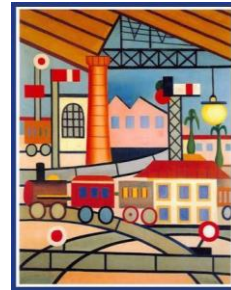


Fonte: <https://www.todamateria.com.br/movimentos-artisticos-importantes-do-seculo-xx/>

**FORMA** “Na linguagem das artes visuais, a linha articula a complexidade da forma. Existem três formas básicas: o triângulo equilátero, o círculo e o quadrado”. (DONDIS 2007, p.57)



<https://logosmarcas.net/chrome-logo/>



Fonte:  
<http://www.w21mercurion.com.br/2014/08/um-toc-um-tic-de-tarsila-4/>

**DIREÇÃO** “Cada uma das direções visuais tem um forte significado associativo e é um valioso instrumento para a criação de mensagens visuais”. (DONDIS 2007, p.59)



<https://blog.wedologos.com.br/gestalt-design/>



Fonte: <https://alfredojunior.wordpress.com/2014/10/27/9-obras-do-pintor-argentino-hector-julio-paride-carybe/>

**ESCALA** “Pode ser estabelecida não só através do tamanho relativo das pistas visuais, mas através das relações com o campo e o ambiente”. (DONDIS 2007, p.72)



<https://pt.vecteezy.com/arte-vetorial/2497129-lei-com-equilibrio-judicial-simbolo-da-justica-escala-em-uma-caneta-nib-logo-vetor-ilustracao-isolada-design>



Fonte: <https://taislc.blogspot.com/2014/06/ron-mueck-o-hiper-realista.html>

**COR** “Está, de fato, impregnada de informação, e são experiências visuais que temos todos em comum”. (DONDIS 2007, p.64)



<https://blog.wedologos.com.br/exemplos-de-logomarca>

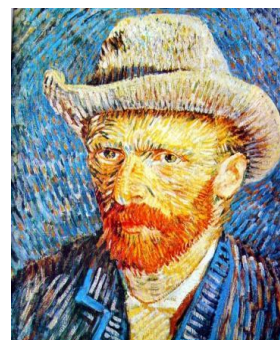


Fonte: <https://laart.art.br/blog/o-que-e-arte-abstrata/>

**TEXTURA** “É o elemento visual que com frequência serve de substituto para as qualidades de outro sentido, o tato”. (DONDIS 2007, p.70)



[https://br.freepik.com/psd-gratuitas/maquete-do-logotipo-em-textura-de-couro\\_14323599.htm](https://br.freepik.com/psd-gratuitas/maquete-do-logotipo-em-textura-de-couro_14323599.htm)



Fonte: <http://www.falandodeartes.com.br/2014/05/leitura-de-obras-elementos-tecnicos-de.html>

**TOM** “Nas obras de artes geralmente observamos a justaposição de tons, ou seja, de intensidade da obscuridade ou claridade de qualquer coisa vista”. (DONDIS 2007,

p. 60/61)



Fonte: <http://ctrlotus.com.br/Pilates>

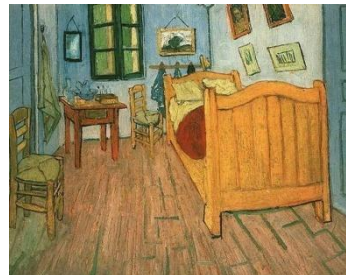


Fonte: <http://vidadeprofessor.pro.br/cor-e-arte-analise-de-pinturas-famosas-de-acordo-com-a-psicologia-das-cores/>

**DIMENSÃO** "A representação da dimensão em formatos visuais bidimensionais e/ou com ilusão tridimensional". ( DONDIS 2007, p.75)



<https://br.depositphotos.com/stock-photos/logotipo-3d.html>



Fonte: <https://www.culturagenial.com/obras-de-arte-importantes-na-historia/>

Sabemos que esses elementos estão presentes em todas as criações artísticas, dentre elas nos logos. Mas será que os discentes do Ensino Médio, ao observar uma imagem de logo, conseguem identificar esses elementos e o que ele significa, ou até mesmo qual a intenção da sua utilização? A nossa pesquisa nos será válida para buscar responder esses questionamentos.

### 2.2.2 A Percepção Visual no processo criativo do Logos

Percebemos o mundo através dos sentidos. São eles que nos permitem, em diferentes graus e proporções, identificar e compreender as infinitudes de coisas que nos rodeiam. Segundo DONDIS:

A chave da percepção encontra-se no fato de que todo o processo criativo parece inverter-se para o receptor das mensagens visuais. Inicialmente ele vê os fatos visuais, sejam eles informações extraídas do meio ambiente, que podem ser reconhecidas, ou símbolos passíveis de definição. No

segundo nível de percepção, o sujeito vê o conteúdo compositivo, os elementos básicos e as técnicas (DONDIS,2007, p.105).

Ao observarmos uma imagem nossa mente a reconhece ou não e, dependendo do nosso nível perceptível relacionado aos elementos presentes na imagem, ao reconhecer a decodifica, ao decodificar compreender sua funcionalidade. Mas decodificar uma imagem é tão fácil assim? Depende dos elementos que a compõem e de quem a observa. Compreender uma imagem fora do seu contexto ou fora da sua proposta é mais complexo, requer uma gama maior de conhecimento. Neste contexto, ROLIM, afirma que:

Quando percebemos algo, os nossos sentidos devem ser trabalhados para estarem em sintonia com determinada atividade. A fisiologia humana agregada ao sentido cognitivo nos permite compreensão e interpretação de informações visuais auditivas, táteis e olfativas. A percepção visual, por exemplo, nos auxilia nas mais diversas situações e a maneira como vemos e observamos algo está diretamente ligada à forma como fomos conduzidos para isso, no nosso contexto social (ROLIM, 2012, p. 62).

Nesta perspectiva, Joan Costa (2003, p.22), afirma que: “quanto mais icônica e figurativa é uma imagem, mas fácil e agradável é de captar, porque requer do espectador o mínimo esforço, uma quase nula capacidade de abstração”.

Ainda nesta linha de pensamento, Freire (2008, p.21) salienta que “se faz necessário entender que a percepção consiste na habilidade de registrar informações sensoriais, para uma concepção de que o processamento dessas informações implica, entre outras coisas, em memória, raciocínio e atenção”.

Será que realmente os jovens, discentes, estão preparados, ou seja, conseguem perceber as informações contidas nos logos de produtos que utilizam no seu dia a dia? A hipótese mais provável é que não, visto que estamos numa Era Imagética, no qual o excesso de imagens/informações faz com que muitas coisas passem despercebidas, ou seja, é feita apenas uma observação superficial, sem se ater aos elementos presentes e seus significados. “Conhecer as imagens que nos circundam significa, também, alargar as possibilidades de contato com a realidade; significa ver mais e perceber mais”(MUNARI,1997, p.11).

### **2.2.3 A leitura da linguagem visual por meio da Semiótica**

De acordo com Santaella (1983, p.13 Apud Pereira (2008, p.51)). “A Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, que

tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido”.

No estudo da Semiótica podemos analisar a leitura visual em diversas formas de comunicação. De acordo com Dondis (2007), as imagens são classificadas em três níveis, o representacional, o abstrato e o simbólico. O primeiro é considerado o mais eficaz, pois a comunicação é utilizada de forma direta, detalhando os aspectos do meio ambiente com precisão, a exemplo de uma fotografia; o nível abstrato, diferentemente do primeiro, se abstém do rigor da informação realista detalhada e torna o visualizador mais livre, sem as exigências da representação fidedigna de algum elemento; no nível simbólico, “a interação visual entre propósito e composição, e entre estrutura sintática e substância visual, deve ser mutuamente reforçada para que se atinja uma maior eficácia em termos visuais” (DONDIS, 2007, p.105).

Esses aspectos apresentados convergem e contribuem com a principal proposta de nosso trabalho de analisar os significados existentes nos logos, considerando que os estudos da Semiótica nos servirão para identificarmos o nível ao qual pertencem as imagens analisadas, seja ele o representacional, o abstrato ou o simbólico.

#### **2.2.4 O conceito da Estética em relação à produção artística**

A Estética na Arte é algo que inquieta o observador, o que é belo na Arte? O que pode ser considerado belo ou não na Arte e como chegarmos a uma conclusão? Existe uma forma rígida para discernirmos?

Camargo declara que:

Embora a palavra ‘estética’ e seu conceito moderno tenham sido desenvolvidos por A. Baumgarten lá no século XVIII, para denominar e definir um campo de estudos que deveria tomar a percepção e as sensações como princípios de um conhecimento sensível do mundo, Kant, Hegel e outros pensadores arrastaram de volta a estética (como filosofia da arte) ao regaço da filosofia geral. Hoje, a estética como filosofia da arte ainda se vê debatendo o principal problema da filosofia, qual seja o de definir tudo em conceitos abstratos para normalizar o mundo (CAMARGO, 2009, p. 2).

Podemos salientar que a estética grega criou um padrão de beleza até hoje cultuado por uma boa parcela da sociedade, ao representar seus deuses perfeitamente, sem defeitos, com traços tão bem definidos, que impressionam qualquer observador. Os deuses gregos até poderiam enfrentar problemas

semelhantes aos nossos, mas não esteticamente, pois suas representações eram com beleza estonteante. Se compararmos com a atualidade veremos que estes padrões não mudaram, visto que muitos jovens apresentam depressão ou com algum tipo de problema psicológico por não ter o peso, fisionomia e tipo de cabelo “ideais”, entre outros fatores que são considerados, por grande parte da sociedade, esteticamente perfeitos. Como a estética grega pregava a beleza pela exuberância do corpo dos deuses, essa característica influenciou a nossa cultura visual, que considera “belo” apenas os corpos bem definidos.

Para Rossi, (2003, p.104); “As imagens que os alunos veem no seu cotidiano, nas revistas, nos posters, na televisão, no cinema, nos quadrinhos, nas vestimentas, devem estar entre os materiais analisados na sala de aula”.

Sabemos que é necessário desmistificar alguns conceitos, o alfabetismo da gramática visual tende a contribuir para compreensão e a decodificação das imagens. Levando-os a reflexão e a criticidade.

De acordo com O'CONNELL:

Os símbolos são o coração da identidade cultural, passando informações sobre todos os aspectos da vida. São retirados de todas as fontes – animadas e inanimadas – para inspiração e aparecem em todas as formas concebíveis, tais como figuras, metáforas, sons e gestos, como personificações em mitos e lendas ou representados através de rituais e costumes (O'CONNELL,2016, p.08).

Segundo Coll, (2002, p.10), “Vivemos no mundo das imagens, com muitas informações que percebemos pela visão, e conhecê-las pode nos ajudar a compreender melhor o mundo à nossa volta”.

Diante dessas questões que envolvem a percepção estética do que nos rodeia, sobretudo a percepção dos jovens no nosso contexto atual levantamos um questionamento: será que os discentes conseguem compreender o conceito de Estética e sua aplicação na elaboração de um logo? Ao produzir uma obra/peça artística, quais são os seus critérios? É possível que alunos do Ensino Médio consigam compreender esses conceitos/elementos que compõem os logos? Ao analisarmos os dados da pesquisa, buscaremos entender de forma quantitativa e qualitativa o nível de compreensão dos discentes.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Nesta seção será apresentado o contexto da pesquisa, os participantes, os procedimentos metodológicos, as técnicas e os instrumentos de coleta de dados, que nos servirão para verificar a validação dos objetivos propostos na pesquisa.

#### **3.1 CONTEXTO DA PESQUISA**

Com intuito de atingir nosso objetivo de analisar os significados existentes nos logotipos da cultura de massa e sua influência na nossa percepção de mundo, elaboramos uma pesquisa que será realizada numa escola de Ensino Médio da Rede Estadual, situada na cidade de PAUDALHO-PE.

A instituição está situada no município de, Paudalho - PE, funcionando nos três turnos, e trabalha com duas modalidades, Ensino Médio e EJA, pela manhã com turmas do 1º ao 3º ano do Ensino Médio e à tarde com turmas de Atividades Complementares, oferecendo aulas de matemática e português, ainda no mesmo período oferece Atendimento Educacional Especializado (AEE) e no período da noite EJA- Ensino Médio. É considerada escola de referência de ensino médio e recebe alunos de classes baixa e média, onde os pais desempenham funções diversas, tais como professores, comerciantes, militares e profissionais liberais.

A escola dispõe, além das instalações de ensino, equipamentos a serem utilizados pelos professores para melhor desenvolver o planejamento das aulas e como executá-las.

Durante o período de realização desta pesquisa, os alunos estão com aulas presenciais com número de alunos e salas reduzidas, devido à pandemia da COVID-19, onde estão sendo organizados em salas com 12 alunos e com dias intercalados, com ensino remoto.

Os profissionais dessa unidade de ensino são detentores de formação acadêmica diversificada, visto que a mesma oferece duas modalidades de ensino e atendimento educacional especializado.

#### **3.2 PARTICIPANTES**

Os participantes da nossa pesquisa são alunos do 1º ano do Ensino Médio da turma onde foi realizado o estágio curricular supervisionado V em uma Escola de



Referência do Ensino Médio - EREM da Cidade de Paudalho no Estado de Pernambuco. Os mesmos são de faixa etária de quinze e dezesseis anos de idade, ambos os sexos, a maioria dos estudantes são de bairros vizinhos e da zona rural e faz o trajeto de casa para a escola a pé, de ônibus e outros são levados por familiares de carro. São alunos com um nível socioeconômico baixo e média renda como já foi mencionado acima.

### **3.3 PROCEDIMENTOS**

Com intuito de alcançar os objetivos deste trabalho foi realizada, no primeiro momento, uma revisão de literatura e, posteriormente, como instrumento de construção de dados, a aplicação de um questionário para analisar a compreensão dos significados existentes nos logos, da cultura de massa, e sua influência na nossa percepção de mundo.

Neste contexto Severino, define questionário como;

Um conjunto de questões, sistematicamente articuladas, que se destinam a levantar informações escritas por parte do sujeito pesquisado, com vista a conhecer a opinião dos mesmos sobre o assunto em estudo. As questões devem ser pertinentes ao objeto e claramente formuladas, de modo a serem compreendidas pelos sujeitos (SEVERINO,2007, p. 125).

Utilizaremos como instrumento de coleta de dados, questionário com perguntas previamente formuladas, ou seja, questionário estruturado. Xavier, (2010, p.76) explica que no Questionário Estruturado, “elabora-se uma lista de questões cujas respostas previstas podem ser fechadas (sim, não, e alternativas a assinalar) ou aberta”. Ele ainda afirma que os questionários “possibilitam a ampliação do conhecimento geral e específico sobre o sujeito e também poderão explicar suas características em face ao contexto que o envolve”.

### **3.4 TIPO DE PESQUISA**

Optamos tanto pela pesquisa quantitativa como pela qualitativa, por considerá-las coerentes com a proposta do trabalho.

Nesta perspectiva, esclarece Fonseca:

Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da

pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente (FONSECA, 2002, p. 20).

A pesquisa quantitativa nos possibilitará a análise dos dados obtidos de forma quantificada. Visto que, as informações coletadas servirão de base para a realização da análise.

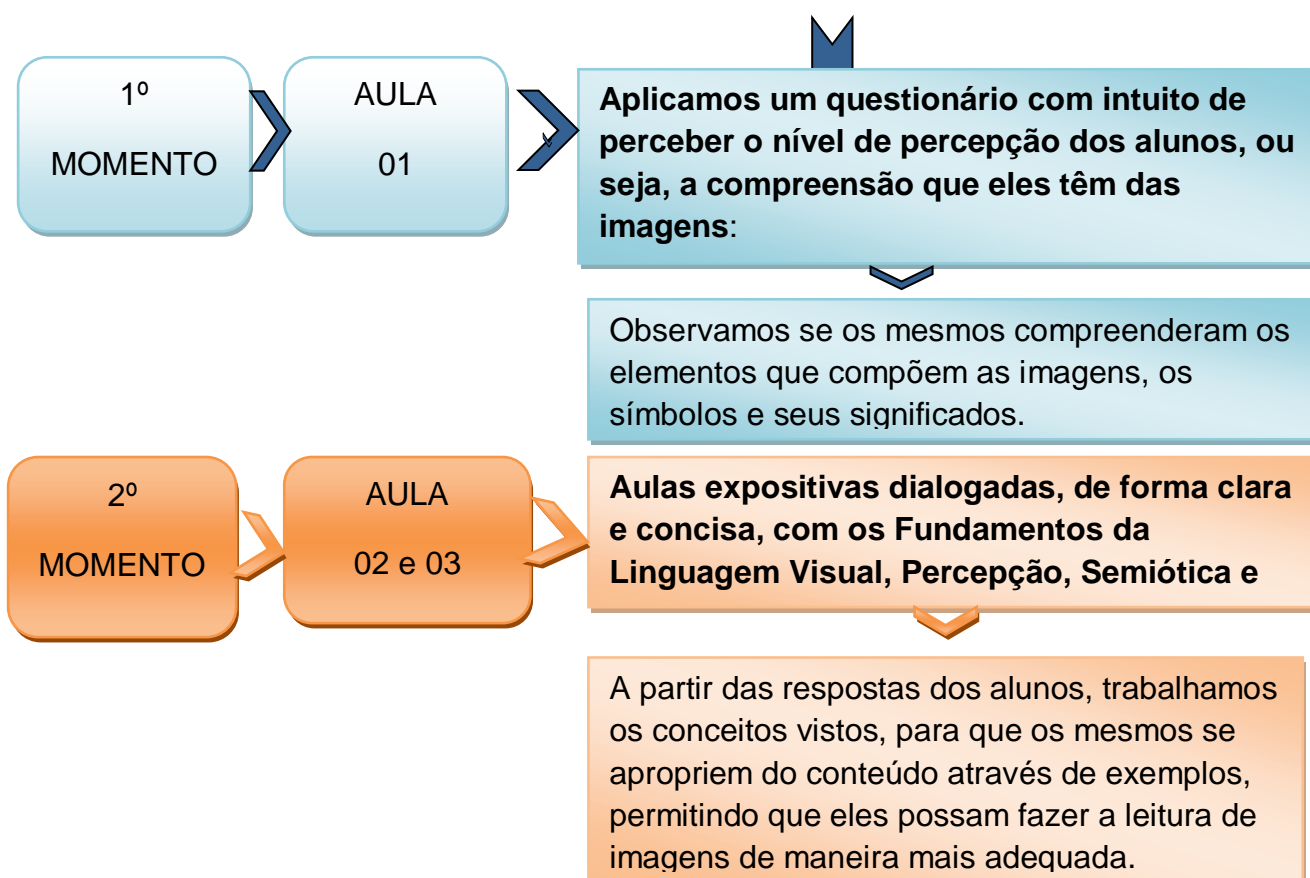
Utilizaremos também a abordagem qualitativa, nesta perspectiva, Godoy, declara;

Considerando que a abordagem qualitativa, enquanto exercício de pesquisa, não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada, ela permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques (GODOY, 1995, p.23).

Optamos por ambas por considerá-las válidas para atingir nossos objetivos. Pois contribuíram para melhor compreensão, informação e conhecimento.

### 3.5 COLETA DE DADOS

No primeiro momento, juntamente com a professora de Artes da turma, montamos um planejamento para aplicação do questionário. Utilizamos três aulas de 50 minutos, na seguinte sequência:



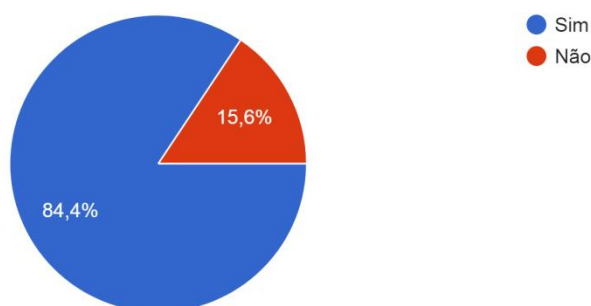
### 3.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nossa pesquisa foi realizada numa EREM localizada em Paudalho, com alunos do 1º ano do Ensino Médio. Nosso objetivo principal foi analisar a compreensão dos discentes acerca dos significados existentes nos logos, da cultura de massa, e sua influência na nossa percepção de mundo. Para isso aplicamos um questionário online, pelo aplicativo Google Forms. Os alunos foram orientados sobre do que se tratava o questionário e sua finalidade.

A primeira pergunta do questionário foi relativa ao hábito de observar os logos dos produtos que são adquiridos pelos participantes, como mostra no quadro a seguir:

Você costuma observar os logotipos dos produtos que consome/utiliza?

32 respostas



Dos discentes que participaram 84,4% responderam que sim e 15,6% que não. A resposta positiva é interessante, pois quanto mais atenção, quanto mais observamos, maior será nossa percepção e nosso grau de entendimento. A resposta negativa mostra uma realidade bastante vista nos dias atuais, pois nem todos, principalmente os jovens, têm a preocupação de observar o que se está utilizando ou consumindo, sendo algo mecânico muitas vezes influenciado pela apelação das mídias. Neste contexto podemos pontuar que o resultado saiu diferente do esperado, pois nos dias atuais há um excesso imagético significativo e os jovens, geralmente, não se preocupam em observar o que estão utilizando ou consumindo. Nesta perspectiva Camille Paglia, no artigo, Arte e percepção de mundo, publicado no site: [revistapontocom.org.br](http://revistapontocom.org.br), afirma que;

A vida moderna é um mar de imagens. Nossos olhos são inundados por figuras reluzentes e blocos de texto explodindo sobre nós por todos os lados. O cérebro, superestimulado, deve se adaptar rapidamente para conseguir processar esse rodopiante bombardeio de dados desconexos. A cultura no mundo desenvolvido é hoje definida, em ampla medida, pela onipresente mídia de massa e pelos aparelhos eletrônicos servilmente monitorados por seus proprietários (REVISTA PONTO, 2014).

Somos diariamente influenciados nas nossas escolhas do que consumir ou utilizar e nem sempre percebemos, por isso é importante estarmos mais atentos e analisarmos se a imagem daquilo que adquirimos condiz com o que queremos.

O segundo questionamento foi relacionado à percepção dos participantes sobre a aplicação das cores no logotipo do Google:



Qual sua opinião sobre o uso dessas cores nesse logotipo? 31 respostas

- Não sei
- normal
- Acho bem interessante como as cores são expostas
- São cores chamativas
- Bonita
- São cores que estamos acostumados a ver graças ao conhecimento geral por causa das várias cores
- Boa
- Acho interessante como as cores são expostas
- para você pode pesquisar algo
- Harmônico, expressa uma ideia de brincadeira, leveza.
- Boa uma cor muito criativa
- Eu acho que é interessante e chamativo
- não sei explica essa
- quebra de padrões
- A cor pode ser fundamental na venda de um produto. Os profissionais de Marketing, Publicidade e Design precisam entender qual a influência que a cor exerce no indivíduo durante o processo de decisão de compra para poder elaborar uma peça ou produto gráfico/publicitário adequado ao seu público-alvo.

- Nada contra
- Sem opinião
- Cores bem ativas a escuras
- Acho que eles tiveram criatividade, pois eles conseguiram fazer uma coisa simples mais ao mesmo tempo bonita e que chama a atenção pelas cores, a composição que essas cores criam é muito bonita.
- Poder de influenciar na decisão de compra do consumidor.
- Boas
- Acho interessante, afinal é como se com diversas cores ele expressa se várias ideias e possibilidades de coisas que existem no Google.
- Cores bem chamativas
- É bem relevante em nossas decisões, por isso, no mercado, a psicologia das cores também tem um grande impacto.
- São bem relevantes
- São legais
- São cores fortes e destaca bem esse logotipo.
- Interessante
- Destaque
- Ficou bom estas cores vermelho, amarelo, verde, azul.
- Não sei

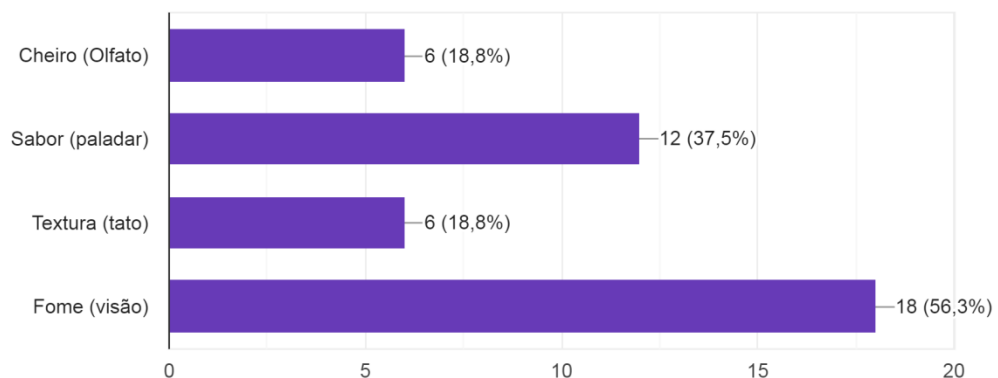
As respostas foram bastante diversas, mostrando que poucos conhecem o significado das cores e o porquê elas são utilizadas e qual a intenção do design ao elaborar um logo. A maioria dos discentes não utilizam argumentos que convençam o leitor de que sabem o significado e o porquê elas foram utilizadas, pois dizer que as cores são bonitas, legais ou chamativas, não explica seu significado, nem o propósito pelo qual foi utilizada. Segundo Ruth Kedar, a designer que criou o logo, em entrevista à Wired, a intenção era trabalhar com as cores primárias, mas depois inserir uma secundária (o verde), mostrando que o Google "não segue regras e padrões". Por Guillermo Dearo, no site [exame.com](http://exame.com), no item, O significado das cores de 10 marcas famosas, publicado em 15 de dezembro de 2015 e alterado em 13 de setembro de 2016. Um dos participantes respondeu de forma bastante assertiva em relação à intenção da designer que foi a "quebra de padrões". É fundamental pontuarmos que os significados dos elementos que compõem um logo estão atrelados a intenção, ao propósito daqueles que a compõem.

Dando sequência, à nossa terceira pergunta é relacionada às sensações que temos ao observar uma imagem, o que elas podem nos provocar? O logotipo escolhido foi o da McDonald's. Vamos observar e analisar as sensações que os discentes sentiram ao observar esta imagem:



Quais sensações você sente ao ver estas imagens?

32 respostas



Em relação a este questionamento o percentual das respostas foram significativas e dentro do esperado, pois as cores presentes neste logo despertam no observador seus sentidos, dentre eles a fome, a textura, o sabor e o cheiro. De acordo com os participantes da pesquisa 56,3% afirmam que a imagem desperta a fome.

O site <https://epocanegocios.globo.com/>, no item, Por que empresas de fast food têm logos com cores vibrantes, traz a seguinte colocação: “Você pode viajar mundo inteiro, mas ao entrar em qualquer loja de redes como McDonald’s ou Burger King, por exemplo, a aparência vai ser a mesma: logos com cores vibrantes, os quais o amarelo e o vermelho saltam aos olhos”. Esta colocação mostra o quanto a escolha da cor tem a ver com a intenção que o artista deseja transmitir ao desenvolver um logo. Neste mesmo site é pontuado o fato de que; “Tudo é muito bem pensado, como a maneira como os produtos são anunciados para estimular o apetite e fazer você salivar por um lanche da marca”. Demonstrando o poder apelativo utilizado tanto pelas empresas como pelas mídias, “a arte do

convencimento, de forma consciente ou inconsciente” levando os consumidores a consumir cada vez mais.

Ainda no mesmo site, pontua a pesquisa realizada;

Segundo um estudo do periódico Management Decision, feito em 2006, a maior parte das pessoas decide se vai comprar algo em apenas 90 segundos. Entre 62% a 90% dessas pessoas realizam essa escolha, ainda que inconscientemente, baseada nas cores que vê (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2006).

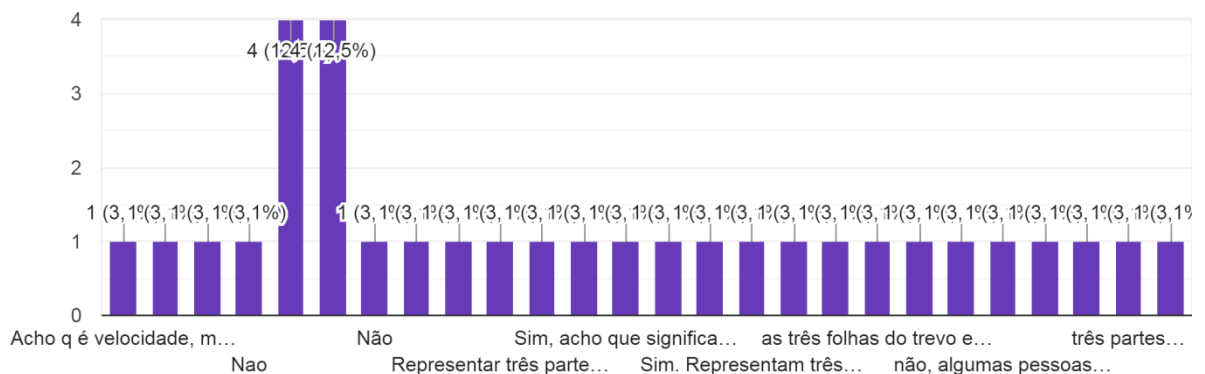
Neste contexto, a tendência é que os designs utilizem esse fato a seu favor no momento do desenvolvimento de seu trabalho. Nesta perspectiva o Alfabetismo Visual nos prepararia para compreender/entender esta intenção, nossa percepção se tornaria mais aguçada, pois se observarmos atentamente os elementos que compõem um logo deixaram de fazer escolhas inconscientes.

Dando continuidade à análise, a pergunta seguinte foi relacionada a compreensão dos discentes em relação ao significado das três folhas presentes no logotipo da Adidas.



Você conhece o significado das três folhas do logotipo da Adidas?

32 respostas



A maioria respondeu que não sabia o significado, alguns responderam o significado semelhante a intenção dos designs, pois segundo o site <https://www.logaster.com.br/>, no item História e Evolução do Logo da Adidas, traz a seguinte afirmação sobre o logotipo da Adidas: “As listras no emblema em forma de trevo simboliza o foco da empresa na variedade, enquanto as três folhas do trevo

representam três partes do mundo (América do Norte, Europa e Ásia) onde você pode comprar seus produtos”. Optamos pelo logo da Adidas por ser uma das marcas bastante utilizadas pelo público jovem com intuito de perceber se os jovens/discentes conseguiam identificar a relação entre os símbolos imagéticos e arte da logo.

O questionamento seguinte foi sobre o logotipo da Centauros, apesar da maioria dos discentes terem respondido que conhecem o significado da arte da logo da Centauro, sabemos que a mesma não é tão comum o de fácil compreensão como a da Adidas, sendo necessário compreender os significados mitológicos presente na arte.

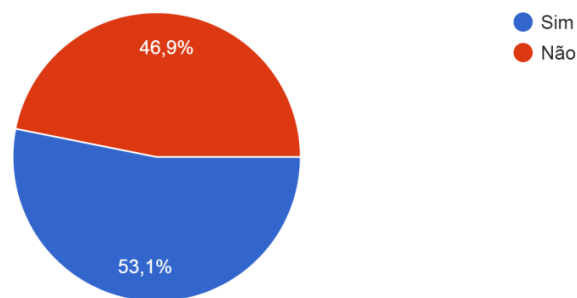


De acordo com O' CONNELL (2016, p.71) “O híbrido centauro homem-cavalo é utilizado para simbolizar o homem capturado pelos seus próprios impulsos sensuais, especialmente lascívia, (a armadilha do impulso sexual animal, luxúria) e violência”. Já o site <https://www.greenme.com.br/>, no item Quem é o Centauro, aponta duas explicações sobre este ser mitológico. O primeiro é baseado na história *As Crônicas de Nárnia*, Segundo o site “o autor C.S. Lewis, personifica os centauros como criaturas sábias e nobres, com o dom da profecia e da cura, fiéis ao Alto Rei Aslan, o leão”. E a segunda, na série Harry Potter, da autora de J.K. Rowling, explica que “os centauros são retratados como seres inteligentes e orgulhosos, que vivem na Floresta Proibida perto de Hogwarts, em sociedades chamadas rebanhos, que dominam a arte da cura, possuem o dom da profecia e praticam a astrologia”. Vale observar que o mesmo símbolo/imagem pode ter significado positivo ou não, dependendo da fonte e da intenção de quem os utiliza, por isso é necessário trabalhar o alfabetismo visual nas aulas de artes, para que os alunos agucem seu olhar e sua compreensão acerca do que estão consumindo ou utilizando.



Você consegue identificar os significados existentes no logotipo dessa marca?

32 respostas



Apesar da quantidade de respostas positivas e negativas serem aproximadas, é provável que a maioria dos alunos não tenha conhecimento pleno sobre o significado da logo, devido ao pouco acesso ao estudo sobre leitura e compreensão de imagens.

A última pergunta do questionário foi sobre se os alunos tinham interesse em compreender a arte dos logos. A maioria respondeu de forma positiva, mostrando-nos que há esta necessidade, este interesse e que devemos propor meios que viabilizem a compreensão dos alunos em relação aos logos de produtos que fazem parte de seu cotidiano.

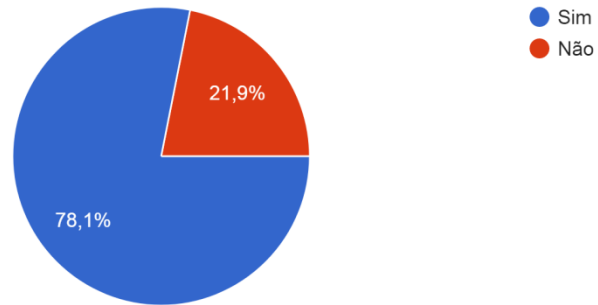
Nesta perspectiva Rossi, aponta que:

Na publicidade contemporânea, a imagem é presença obrigatória. É nesse tipo de imagem que são investidos mais dinheiro, mais talento e energia do que em qualquer outro. Na publicidade, as imagens sugerem o que devemos fazer o que devemos necessitar o que devemos valorizar ou desejar. Moldam pensamentos e comportamentos. “Por isso Kellner (1995, p.112) defende uma pedagogia crítica capaz de analisar tais imagens – textos culturais com uma riqueza de sentidos que exige um processo sofisticado de decodificação e interpretação”. A leitura dessas imagens é um meio para conscientização de que somos destinatários de mensagens que pretendem impor valores, ideias e comportamentos que não escolhemos (ROSSI,2003, p. 09).

A leitura e compreensão das imagens no ensino de Artes são fundamentais para preparar os discentes para, não apenas decodificar, mas para interpretar os recursos imagéticos que permeiam seu cotidiano.

Você tem interesse em compreender os elementos presentes na Arte de um logotipo?

32 respostas



#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve o propósito de analisar a compreensão dos discentes acerca dos significados existentes nos logos, da cultura de massa, e sua influência na nossa percepção de mundo. Os dados obtidos nos foram válidos e nos mostrou que a compreensão dos discentes acerca do tema abordado ainda é superficial, sendo necessário reforçar o conhecimento no âmbito imagético, por meio de métodos que viabilizem uma aprendizagem mais consistente e significativa, possibilitando a compreensão e interpretação dos elementos que compõem um logo.

Vimos também que os alunos tiveram mais facilidade em reconhecer os elementos dos logos que são mais divulgados ou que estão mais presentes na mídia, apesar de reconhecerem os elementos não demonstraram uma compreensão 'total' dos significados dos mesmos e da intenção do design a elaborá-los.

Dando sequência propusemos identificar a relação entre os símbolos imagéticos e Arte, e observamos que os mesmos são recursos artísticos utilizados na composição dos logos com intuito de intensificar a mensagem a qual deseja ser transmitida pela empresa/instituição que representa. De acordo com as respostas obtidas no questionário, percebemos que os alunos ainda não fazem esta relação entre os símbolos imagéticos e a arte num logo.

Propomos ainda compreender a Arte presente nos logos, percebemos que para que haja compreensão da arte presente nos logos são necessários conhecimentos que nos forneçam subsídios e que nos leve a compreender os elementos utilizados. Podemos dizer que a compreensão dos discentes acerca dos logos utilizados no questionário ainda é básica necessitando um aprofundamento maior, ou seja, requer uma alfabetização visual.

Concluimos os objetivos com a proposta de pontuar as contribuições das imagens no Ensino de Artes. Podemos afirmar que as imagens são fundamentais no processo de ensino aprendizagem em Artes, que as mesmas possibilitam a ampliação do conhecimento e o desenvolvimento das competências e habilidades dos discentes. Ainda é válido salientar que os alunos precisam ser preparados para compreender os elementos que compõem as imagens sejam elas artísticas ou não.

Espera-se que este trabalho possa contribuir para futuras pesquisas envolvendo mais alunos em diferentes contextos. Com a possibilidade também de desenvolver projetos de intervenção para ser aplicado com intuito de verificar as possibilidades ou os métodos para melhorar a compreensão dos discentes em relação a conteúdos imagéticos, como logos.

## 5 REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Ana Mae Tavares Bastos. **A imagem no ensino de arte: anos 1980 e novos tempos** / Ana Mae Barbosa. São Paulo: Perspectiva, 2014.
- CAMARGO, Marcos Henrique. **As Estéticas e suas Definições da Arte**. R.cient./FAP, Curitiba, v.4, n.1 p.1-15, jan./jun. 2009.
- COLL, César. César Coll/Ana Teberosky. **Aprendendo Arte, Conteúdos essenciais para o Ensino Fundamental**. Editora Ática,2002.
- COSTA, J. **Diseñar para los ojos**. Bolivia: Grupo Editorial Design, 2003.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**: tradução Jefferson Luiz Camargo. São Paulo, Martins Fontes, 2007.
- EDUCA MAIS BRASIL. **Logotipo e logomarca: existe diferença? 2019**. Disponível em: <<https://www.educamaisbrasil.com.br/cursos-e-faculdades/design-grafico/noticias/logotipo-e-logomarca-existe-diferenca>>. Acesso em: 15 de jul. de 2021.
- FERRAZ, Maria Heloísa Corrêa de Toledo. **Arte na educação escolar**/Maria Heloísa Corrêa de Toledo Ferraz e Maria Felisminda de Resende e Fusari. – 3. Ed. – São Paulo: Cortez, 2009.
- FREIRE, V. E. C. **A eficácia de imagens em livros didáticos infantis de língua portuguesa**: Parâmetros e recomendações para seu uso. 2008. 105f. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2008.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.
- GODOY, Arilda Schimidt. **Pesquisa Qualitativa Tipos Fundamentais**. Revista de administração de empresas, São Paulo, v.35 n.3, p. 20-29 mai\jun. 1995. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rae/v35n3/a04v35n3.pdf>> Acesso em 04 de fevereiro de 2021.

MUNARI, B. **Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

O'CONNELL, Mark. **Almanaque ilustrado símbolos: Origens, significados, utilização e revelações: Os códigos secretos dos mistérios, magia e sabedoria de todos os tempos** / Mark O' Connell e Raje Airey; [tradução Débora Ginza]. 4.ed. São Paulo: editora Escala, 2016. Título original: The complete encyclopedia of signs & Symbols.

PEREIRA, Débora Washimi; Monteiro, Diego Pereira; Lima, Juliano Miguel da Câmara **Comunicação empresarial e comunicação online**: Bracol Holding Ltda / Débora Washimi Pereira; Diego Pereira Monteiro; Juliano Miguel da Câmara Lima. -- Lins, 2008.

PEREZ, Wladmir. **Gramática visual : a linguagem do visível** / Wladmir Perez. - 2008.

ROLIM, Amália M. de Q. **Recomendações de design da informação para otimização do livro didático de geometria gráfica direcionado aos estudantes de curso de nível superior**. 2012. (Mestrado) – Curso de Design. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2012. 165 f.

ROSSI, Maria Helena Wagner. **Imagens que falam: leitura da arte na escola**/Maria Helena Wagner Rossi. –Porto Alegre: mediação, 2003.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23<sup>a</sup> Ed. Cortez, São Paulo, 2007.

XAVIER, Antônio Carlos. **Como fazer e apresentar trabalhos científicos em eventos acadêmicos** [ciências humanas e sociais aplicadas: artigo, resumo, resenha, monografia, tese, dissertação, tcc, projeto, slide] Antônio Carlos Xavier, ilustração, Karla Vidal – Recife. Editora Rêspel, 2010.

Site Época Negócios, 2006 <<<https://epocanegocios.globo.com/>>> Acesso em: 15 de jun. de 2021

<https://www.logaster.com.br><<Acesso em 16 jul. de 2021>>

<https://www.revistapontocom.org.br><< Acesso em 21 maio de 2021>>

<https://www.exame.com><< Acesso em maio de 2021>>

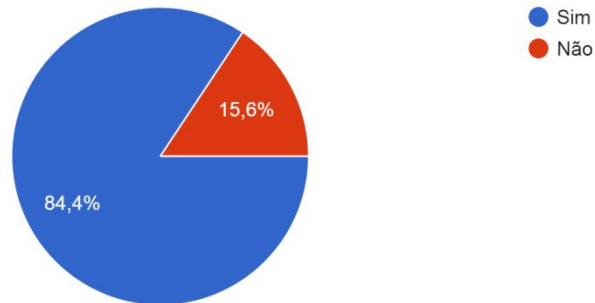
<https://www.logaster.com.br/><< Acesso em 3 jul. de 2021>>

<https://www.greenme.com.br/><<Acesso em 24 jun.de 2021>>

## 6 APÊNDICE

Você costuma observar os logotipos dos produtos que consome/utiliza?

32 respostas



Qual sua opinião sobre o uso dessas cores nesse logotipo? 31 respostas



São cores que estamos acostumados ver transformado de conhecimento geral por causa das varias cores

São cores fortes e destaca bem esse logotipo.

Interessante

Harmônico, expressa uma ideia de brincadeira, leveza.

Boa uma cor muito criativa

Boas

Acho interessante , afinal é como se com diversas cores ele expressa se várias ideias e possibilidades de coisas que existem no Google.

não sei

são legais

Bonita

Sem opinião

quebra de padrões

Destaque



para vc pode pesquisar algo

Ñ sei

A cor pode ser fundamental na venda de um produto. Os profissionais de Marketing, Publicidade e Design precisam entender qual a influência que a cor exerce no indivíduo durante o processo de decisão de compra para poder elaborar uma peça ou produto gráfico/publicitário adequado ao seu público-alvo.

Acho bem interessante como as cores são exposta

Cores bem chamativas

São bem relevantes em nossas decisões, por isso, no mercado, a psicologia das cores também tem um grande impacto

normal

Nada contra

Ficou bom estas cores vermelho, amarelo, verde, azul.

Boa

n sei explica essa n

Cores bem ativas a escuras

Eu acho que é interessante e chamativo

Acho interessante como as cores são exposta

São cores chamativas

Acho que eles tiveram criatividade, pois eles conseguiram fazer uma coisa simples mais ao mesmo tempo bonita e que chama a atenção pelas cores, a composição que essas cores criam é muito bonita.

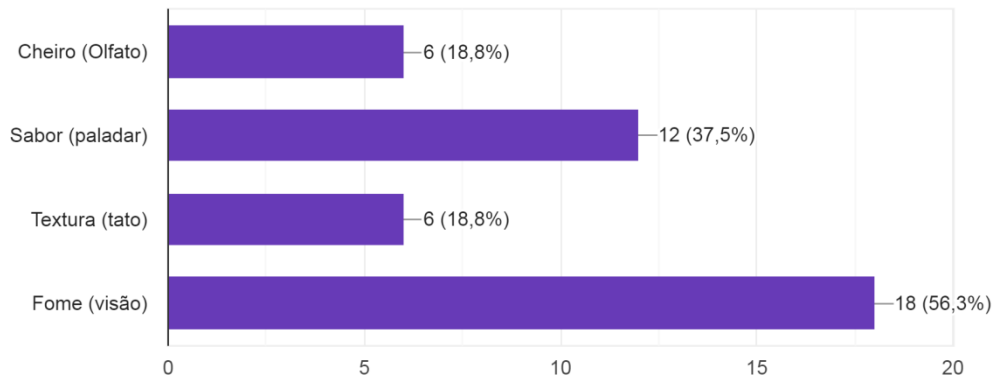
São bem relevantes

poder de influenciar na decisão de compra do consumidor.



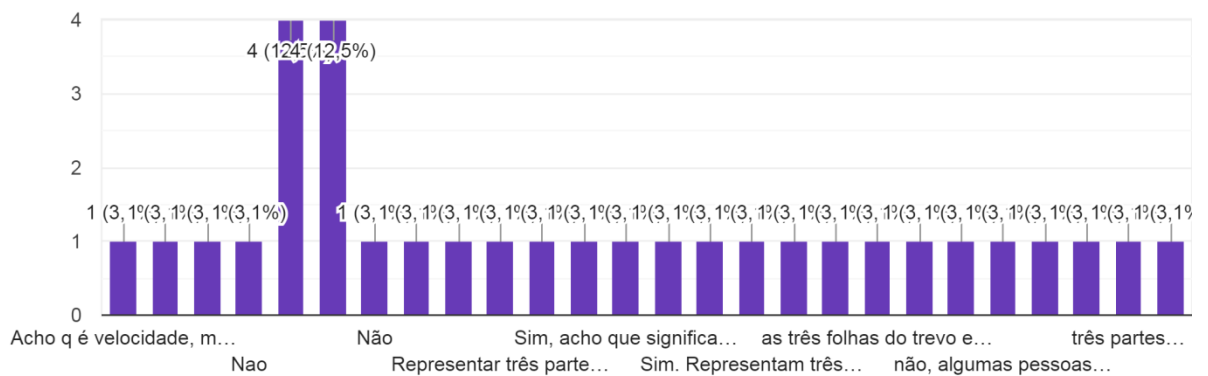
Quais sensações você sente ao ver estas imagens?

32 respostas



Você conhece o significado das três folhas do logotipo da Adidas?

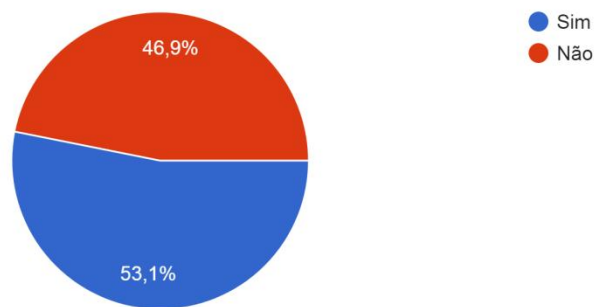
32 respostas





Você consegue identificar os significados existentes no logotipo dessa marca?

32 respostas



Você tem interesse em compreender os elementos presentes na Arte de um logotipo?

32 respostas

