

Experiência do Espectador: O Audiovisual como Ativador de Possibilidades Experienciais

Guidelines for submitting papers to the 8th Information Design International Conference - CIDI 2017 and 8th Information Design Student Conference - CONGIC 2017

Renan P. Binda, Mestrando, UFSC, Brasil <renanbinda1@gmail.com>; Vânia R. Ulbricht, Dr^a, UFSC, Brasil <vrulbricht@gmail.com>; Luciane M. Fadel, Dr^a, UFSC, Brasil <liefadel@gmail.com>

audiovisual, experiência do simbólica, sentido e significado, educação

A partir da realidade subjetiva ao qual estamos todos sujeitos, percorremos a estrutura do produto audiovisual para compreendermos sua organização e formas de expressão. Com esse entendimento procuramos no universo da dimensão do imaginário e seu intrigante processo de construção de significado o quanto os estímulos sonoros e visuais, do produto audiovisual, podem influenciar a experiência simbólica do espectador. E, compreender como o produto audiovisual transcende sua capacidade de comunicação, sendo capaz de encantar e entreter. Adotando, de forma teórica, uma perspectiva que relaciona educação e comunicação, observamos através do contar de histórias a possibilidade de oferecer dimensões de sentido e significado com produto audiovisual, sendo este um objeto educacional com grande força de atração estética e de forte teor subjetivo. Este trabalho, portanto, busca refletir sobre possibilidades de produção de projetos audiovisuais, objetivando explorar o potencial estético e subjetivo da linguagem audiovisual e seu poder de atração e engajamento.

symbolic experience; audiovisual; sense and meaning., education

From the subjective reality to which we are all subject, we go through the structure of the audiovisual product to understand its organization and forms of expression. With this understanding, we seek in the universe of the dimension of the imaginary and its intriguing process of construction of meaning how much the sound and visual stimuli of the audiovisual product can influence the symbolic experience of the spectator. And understand how the audiovisual product transcends your ability to communicate by being able to delight and entertain. Adopting, theoretically, a perspective that relates education and communication, we observe through storytelling the possibility of offering dimensions of meaning and meaning with audiovisual product, being this an educational object with great force of aesthetic attraction and strong subjective content. This work, therefore, seeks to reflect on possibilities of production of audiovisual projects, aiming to explore the aesthetic and subjective potential that the power of attraction and engagement are possible through the audiovisual language.

1 Introdução

Atualmente encontramos no ambiente web diferentes saberes sendo relacionados e difundidos nas mais diversas mídias, e o processo de ensino aprendido tem se beneficiado disso. Em repositórios digitais são disponibilizados diversos objetos educacionais tanto para auxiliar atividades de aprendizagem quanto para oferecer oportunidades de acesso à informação. Um exemplo disso são as videoaulas oferecidas nos cursos online abertos e massivos, que através desse recurso procura transferir e difundir conhecimentos para diversos públicos.

Com a constante evolução das tecnologias da informação e comunicação (TICs) novos modelos, abordagens e estratégias tem surgido e proporcionado aos meios digitais possibilidades de expandir seus modos de aplicação. As novidades trazidas pelas TICs têm envolvido tipos específicos de percepção e de cognição para os novos aprendizes que estão cada vez mais conectados e ansiosos em acessar a crescente quantidade de conhecimento que vem sendo produzida. Com a utilização da tecnologia é possível promover a inclusão social oferecendo oportunidade de acesso a todos os interessados devido a facilidade de modificação, atualização e customização das novas mídias.

A integração da tecnologia no processo de ensino aprendido procura modificar e reconfigurar os padrões educacionais tradicionais visando acompanhar as novas demandas da sociedade do conhecimento. Mas a educação virtual, segundo BINDA, SCHIMMELPFENG, (2014) é permeada por indefinições e por uma busca de padrões e técnicas que possam efetivar o ensino virtual e a distância com o acesso e disseminação do conhecimento. Essas indefinições na educação virtual surgem quando a mesma é amparada no modelo tradicional de aprendizado, desconsiderando os novos perfis de usuários e os novos meios que auxiliam e dão suporte ao processo.

No exemplo das videoaulas utilizadas na educação virtual, vemos as mesmas serem produzidas de modo a replicar o que acontece em sala de aula presencial. Nesses moldes temos uma subutilização do potencial estético e subjetivo do produto audiovisual, a migração do professor presencial para o virtual (onde a dinâmica se passa em torno do professor sentado em uma mesa) não tem recebido o tratamento linguístico adequado ao meio. Com o devido tratamento na estrutura do produto audiovisual, as videoaulas além de informar podem entreter e encantar ao se tornar visual e sonoricamente mais interessante.

A linguagem audiovisual, possuindo uma gramática própria, combina áudio e vídeo dentro de uma temporalidade para exprimir sentido e significado. Utilizando artifícios sonoros e visuais permite compor universos simbólicos capazes de oferecer ao espectador abertura para o pensamento mágico, e estimular a imaginação. A relação entre sentido e significado está fortemente atrelada a linguagem e pensamento, onde, através da linguagem construímos pensamentos e atribuímos sentido e significado as coisas e aos fenômenos.

Linguagem e pensamento são os principais atores no processo de desenvolvimento psicológico dos indivíduos. De acordo com Vigotsky (2001), a relação entre o pensamento e a palavra na formulação de conceitos não é uma coisa, mas um processo, um movimento contínuo de vaivém entre a palavra e o pensamento. Esse vaivém diz respeito ao sistema comunicacional que resulta no indivíduo a experiência simbólica, ou seja, a articulação entre pensamento e linguagem que atribui sentido e significado aos estímulos linguísticos percebidos.

Desde criança o indivíduo é educado pela mídia, destacando-se das demais está a mídia televisiva e a internet. E, a relação com a mídia eletrônica é prazerosa – ninguém obriga – é feita através da sedução, da emoção, da exploração sensorial, da narrativa – aprendemos vendo as histórias dos outros e as histórias que os outros nos contam, (MORAN, 1999). Através da linguagem audiovisual é possível construir enredos, mundos imaginários, realidades lúdicas e sedutoras. Quando se conta uma história, começa-se a abrir espaço para o pensamento mágico, (SISTO, 2005).

Partindo do cenário exposto, as videoaulas podem possibilitar ao aprendiz imergir em dimensões lúdicas e convidativas explorando a imaginação. Devido a esse potencial o produto audiovisual excede sua capacidade de comunicação, encantando e entretendo. Por isso, neste trabalho percorremos a estrutura da linguagem audiovisual para conhecer seus elementos constitutivos e o processo de atribuição de sentido e significado na experiência simbólica do espectador. Nosso objetivo encontra-se em evidenciar o potencial da linguagem audiovisual e sua subvalorização.

2 Sentido e Significado

O professor e pesquisador russo Lev Vigotsky em busca de uma nova psicologia insere em seus estudos o papel da sociedade no processo de desenvolvimento psicológico. Para Vigotsky o conhecimento era construído socialmente e transmitido através da cultura. Partindo da afirmação vigotskyana de “o significado é apenas uma pedra no edifício do sentido”, faz desse “sentido” o responsável pela mediação do homem com o mundo. O homem, portanto, se tornava um ser social a partir de seu desenvolvimento em sociedade, atribuía sua aprendizagem por meio das relações sociais.

Estudando as funções psicológicas, Lev Vigotsky classifica-as em funções elementares e superiores. Sendo a primeira de origem biológica estão sujeitas alterações promovidas pelo ambiente externo. A última é resultado da primeira juntamente com a soma do aprendizado advindo da cultura em que o indivíduo está inserido, caracteriza-se principalmente pela capacidade de pensamento abstrato. Sobre influência do materialismo histórico dialético de Karl Marx, a psicologia de Vigotsky é construída com base no processo sócio-histórico. Nesse processo haveria a constituição das significações e materialização da linguagem.

O contato do indivíduo com o contexto social e a cultura em que está inserido ocorreria por meio dos signos. A esse relacionamento Vigotsky chamou de “mediação”, onde o indivíduo não entra em contato direto com os objetos, mas sim com o sistema simbólico daquela realidade. Sendo assim, essa comunicação mediativa ocorre de forma indireta. De acordo com Vigotsky (2001), o pensamento tem que passar primeiro pelos significados e depois pelas palavras. Com essa visão, o pensamento e a palavra tornam-se um processo vivo, fazendo do pensamento fruto das palavras, dos signos. Uma palavra vazia de pensamento é uma coisa morta, e um pensamento despidido de palavras permanece uma sombra, (VIGOTSKY, 2001).

O que faz de nós humanos, sobre a luz de Vigotsky, estaria centrado na nossa capacidade de imaginar, de pensar utilizando instrumentos simbólicos. O principal instrumento humano, ocupando papel central, está a linguagem reunindo e organizando, em estruturas complexas, signos que atuam como sistema de mediação simbólica. De acordo com Vigotsky (2001), a nossa linguagem cotidiana oscila constantemente entre os ideais da harmonia matemática e os da harmonia imaginativa.

É através da linguagem que o desenvolvimento das funções psicológicas obtém maior avanço significativo, permitindo ao indivíduo refletir sobre o mundo a sua volta, como também agir sobre ele de maneira deliberada. Todos os pensamentos tendem a relacionar determinada coisa com outra, todos os pensamentos tendem a estabelecer uma relação entre coisas, todos os pensamentos se movem, amadurecem, se desenvolvem, preenchem uma função, resolvem um problema, (VIGOTSKY, 2001).

O desenvolvimento do indivíduo, sofrendo influência de seu contexto social, ou seja, dependente das interações sociais, ocorre com a aprendizagem. O indivíduo passa a dar sentido ao mundo sobre sua perspectiva cultural, portanto, subjetiva, e ao se relacionar com os objetos, indivíduos e a cultura desse mundo mediados pela linguagem é que atribui significado as coisas.

A partir da dimensão subjetiva, ou seja, a realidade percebida, comunicada e observada pelos processos psicológicos, o indivíduo utiliza o pensamento e a linguagem como processo de constituição do sujeito. E, como elementos mediadores para atribuição de sentido e significado. O sujeito a partir dos seus sentidos transforma sua realidade social através da imaginação.

Utilizando instrumentos psicológicos, como os signos e símbolos, acessamos determinado universo psicológico de um grupo social ou de um sujeito. A cultura ao se integrar ao homem pela articulação simbólica estimulada pela interação social e mediada pela linguagem constrói o ser social. Sendo assim, o sujeito não apenas age com seu meio, mas sim, interage com ele.

Acreditando ser a palavra um microcosmo da consciência humana, Vigotsky (2001) vê o pensamento sendo gerado pela motivação, isto é, pelos nossos desejos e necessidades, os nossos interesses e emoções. E são os processos psicológicos como a percepção, atração, emoção, memória, linguagem, motivação, aprendizagem, pensamento e inteligência que o sujeito produz sua realidade subjetiva.

3 Linguagem Audiovisual

O audiovisual como uma forma de comunicação combina áudio e vídeo dentro de uma temporalidade. A linguagem audiovisual possui uma gramática elaborada capaz de organizar os elementos e estruturá-los de acordo com a ritmicidade e significância. Despertado nosso interesse pela dimensão do imaginário e seu intrigante processo de construção de significado, vemos no produto audiovisual uma grande força de atração e encantamento devido a sua estética e subjetivação.

A comunicação na estrutura audiovisual é expressada pela cena, ação, e pela personagem como eixos do plano da narrativa. A cena revela o recorte e o contexto em que se passa as sequências encadeada; a ação, o acontecimento que ocorre através de um agente que age ou reage à ação percebida; a personagem, é quem vive a ação dentro da cena, o protagonista da estória. Dentro desta estrutura encontramos seus elementos compositivos; áudio e vídeo.

3.1 Áudio

Responsável pela espacialidade, pela percepção temporal e dos movimentos, e unificação do fluxo de imagens, o áudio desempenha papel fundamental na pontuação ditando o ritmo. Para o compositor francês Michel Chion (1999) o som possui grande influência na percepção do observador. Por meio do som interpretaríamos significados na imagem não possível sem a adição de valores sonoros. Em uma sequência rápida de imagens, segundo (Chion, 1994), o que se ouve é aquilo que não se teve tempo de ver.

A estrutura sonora é composta pela palavra, segundo Chion (1999), compreendendo as vozes e ou diálogos, elemento semântico central. Pela música, expressividade composicional que envolve diálogos, efeitos fonográficos como cacofonias sonoras e ambientação; costuma construir a personalidade do produto audiovisual; ritmo musical que direciona a atenção e contribui para o processo de antecipação. E pelo ruído, uma perturbação sonora, um incômodo, um som não musical. Combinadas em tempo e espaços diferentes possibilita uma imensa gama de composições permitindo um sincronismo imagem/som extremamente precisos.

Apresentamos como principais aplicações e funções subjetivas do áudio, a partir de Chion (1994), a unificação, pontuação, antecipação, separação, percepção de imagens, e percepção temporal e dos movimentos.

- Unificação: unificador da sequência de imagens se responsabilizando por fornecer um elo temporal e espacial. Este elo transcorre quando o áudio continua por um pequeno intervalo de tempo quando há a troca de cena.
- Pontuação: dita a ritmicidade e significância na fluidez das cenas.
- Antecipação: define-se por prever um acontecimento. Este antever aciona estímulos de prazer quando exposto aos ritmos exercidos pela pontuação sonora, a mente do observador passa a querer complementar a sequência rítmica.
- Separação: refere-se ao corte seco, ou seja, separar uma cena da outra. Esta separação pode ser feita por cortes de rompimentos rápidos e instantâneos ou através do silêncio. Sua utilização é recorrente nas trocas de ambientação, a abruptalidade será mediante a intencionalidade rítmica.
- Percepção das Imagens: o som desempenha toda sua subjetividade na sensibilidade perceptiva e imagética do espectador. De certa maneira o som manipula a maneira como perscrutamos a imagem, influenciando o imaginar. As estruturas sonoras modelam a percepção visual do observador.
- Percepção Temporal e dos Movimentos: tendo a percepção captada pelos nossos ouvidos processada e sintetizada de maneira mais rápida que a realizada pela visão, a nossa percepção de tempo, acontecimentos, e de movimento pode ser alterada. Neste contexto, o som pode criar a ilusão de movimento em uma cena desprovida de agitação,

aferindo em uma cena estática induções de movimentos. Neste ponto, a utilização estratégica deste recurso é capaz de controlar a atenção do observador através das frequências e intensidades dos sons. Como exemplo clássico, citamos a cena do chuveiro no filme *Psycho* de Alfred Hitchcock.

3.2 Vídeo

Sendo uma sequência de imagens, veremos o vídeo como a “imagem em movimento”, Deleuze (1983). Segundo o filósofo Vilém Flusser (2009), imagens são superfícies que pretendem representar algo. Esta representação acontece no plano, destacadas de seu contexto e limitadas por suas dimensões. As imagens são, portanto, resultado do esforço de se abstrair duas das quatro dimensões de espaço-tempo, para que se conservem apenas as dimensões do plano, (FLUSSER, 2009). Para o filósofo, imagem significa magia, tendo a compreensão de sua informação realizada através da imaginação, ou seja, reconstruir as dimensões abstraídas no recorte feito pelo plano, decodificando e codificando o significado da imagem. De acordo com Flusser (2009), o caráter mágico das imagens é essencial para a compreensão das suas mensagens.

As imagens, como manifestação visual intencional, são resultado de artifícios simbólicos estruturados e regidos por um alfabetismo visual. E visualizar é ser capaz de formar imagens mentais. Para a designer Donis A. Dondis (1997) em seu trabalho intitulado *Sintaxe da Linguagem Visual* existem três níveis de inteligência visual: o *input* visual; o material visual representacional; e a estrutura abstrata.

- *Input* visual: neste nível encontramos os símbolos, de maneira detalhada ou abstrata representa o seu significado, podendo variar de cultura para cultura. Para Dondis (1997), os símbolos, enquanto força no âmbito do alfabetismo visual, são de importância e viabilidade enormes. Pois, neste modo visual encontra-se grande utilidade na composição da expressividade imagética.
- Material visual representacional: refere-se ao nível representacional da inteligência visual que ultrapassaria os limites perceptíveis. De acordo com Dondis (1997), ver um objeto já nos proporciona um conhecimento suficiente para que possamos avaliá-lo e compreendê-lo. O nosso modo de ver determina a nossa realidade subjetiva.
- Estrutura abstrata: compreende o nível de maior importância entre os modos visuais para o alfabetismo visual. Neste nível concentra-se “um poderoso instrumento”, um modo de ver além de todas as partes. Segundo Dondis (1997), tudo o que vemos e criamos compõe-se dos elementos visuais básicos que representam a força visual estrutural, de enorme importância para o significado e poderosa no que diz respeito à resposta.

Sabendo que para obtenção do significado da imagem é necessário um visualizar intencional, para perscrutarmos uma imagem necessitamos de certa alfabetização visual que classifica a inteligência visual em modos de ver. Estes modos de ver referem-se a classificações em três níveis de percepção de material visual, sendo a estrutura abstrata, o nível que mais nos interessa tendo-o como “um poderoso instrumento”, a imaginação. Mas não trataremos os outros níveis com menor importância.

A linguagem audiovisual, como sistema de comunicação, codifica signos para descrever e ou representar situações em cena. Essa codificação ocorre por opção estratégica das técnicas de expressividade. Algumas estratégias se organizam em figuras de linguagem que representam padrões visuais-verbais. Podemos apontar, a seguir, os principais padrões visuais-verbais, segundo o designer alemão Gui Bonsiepe (2011):

- **Metáfora:** ilustra visualmente o significado verbal;
- **Analogia:** uma comparação verbal é transferida ao campo visual por meio de sinais semânticos equivalentes.
- **Metonímia:** um significado verbal é relacionado com outro ligado por meio de uma conexão temática.

- Sinédoque: uma parte representa o todo.
- Comparação: uma comparação iniciada com sinais verbais é continuada com sinais visuais.
- Tipograma: o significado das letras tipográficas é visualizado por intermédio das próprias letras.
- Paralelismo: os significantes verbais e visuais se referem ao mesmo significado.
- Exagero: um significado visualizado de maneira que exceda o padrão normal.

O designer alemão oferece um amplo conjunto de padrões visuais-verbais que podem ser utilizados como estratégia de expressão na composição do produto audiovisual. A linguagem audiovisual tem se utilizada desses padrões para construir estratégias que explorem o potencial dos elementos sonoros e visuais da composição audiovisual. Com isso podemos alcançar resultados que reforçam o potencial estético e atrativo do produto audiovisual.

4 Experiência do Espectador

O mecanismo de escolha, como fator de decisão, através do produto audiovisual encontra-se relacionado a motivação (força de apropriação) em reter no espectador sua atenção para o objeto intencionado. Instigando o espectador a partir da relação entre as duas intencionalidades, a do emissor e a do receptor. Esse processo ocorre através da articulação simbólica para construção de sentido e significado instigando e desencadeando a experiência simbólica.

A experiência como resultado da soma de conhecimento adquirido pelos sentidos, não está relacionado com o que acontece, mas com o que nos acontece. Nesse sentido, duas pessoas por mais que enfrentem o mesmo acontecimento não são capazes de obter a mesma experiência. Isso acontece devido ao processo de articulação de pensamento e linguagem do indivíduo que considera nesse processo o seu repertório cultural e as próprias experiências anteriores.

Adotando a perspectiva da experiência do usuário em relação a produtos, a partir de Jess McMullin, a mesma está interligada a um ciclo de desejo e vontade em proveito da satisfação, Figura 1. O processo de desencadeamento da experiência parte de um desejo, uma atração, concluindo com a satisfação desse desejo.

Figura 1: Ciclo de Experiência do Usuário - McMullin (2003).



- Gatilho (trigger): quando determinada circunstancia causa desejo, uma necessidade, uma inquietação que acaba por gerar uma expectativa de ser satisfeita.
- Expectativa (expectation): como o próprio termo sugere, esperar pela atividade de acordo com as possibilidades envolvidas.
- Proximidade (proximity): diz respeito ao quão perto do sistema está as necessidades do

usuário. Aquilo que for preciso para satisfazer suas necessidades encontra-se disponível, visível, ao seu alcance.

- Consciência (awareness): refere-se à atenção direcionada do usuário, o que o atrai.
- Conexão (connection): relaciona a necessidade do usuário com a parte ofertada pelo produto. O que será oferecido como recompensa para satisfazer sua necessidade.
- Ação (action): como promover a ação, quando o ato de agir torna-se necessário, e se existe alguma restrição.
- Resposta (response): está relacionada diretamente a ação. O produto responde as ações realizadas pelo usuário. E, estas respostas vão de encontro com suas expectativas.
- Avaliação (evaluation): o usuário realiza juízos de comparação na relação que obteve com o produto, levando em consideração se seu desejo foi satisfeito.

A partir do ciclo o entendimento do processo de tomada de decisão do usuário através de um produto fica mais fácil de entender. Segundo McMullin (2003), a experiência do usuário não é uma ação simples - é um ciclo interligado de tentativas de satisfazer as esperanças, sonhos, necessidades e desejos.

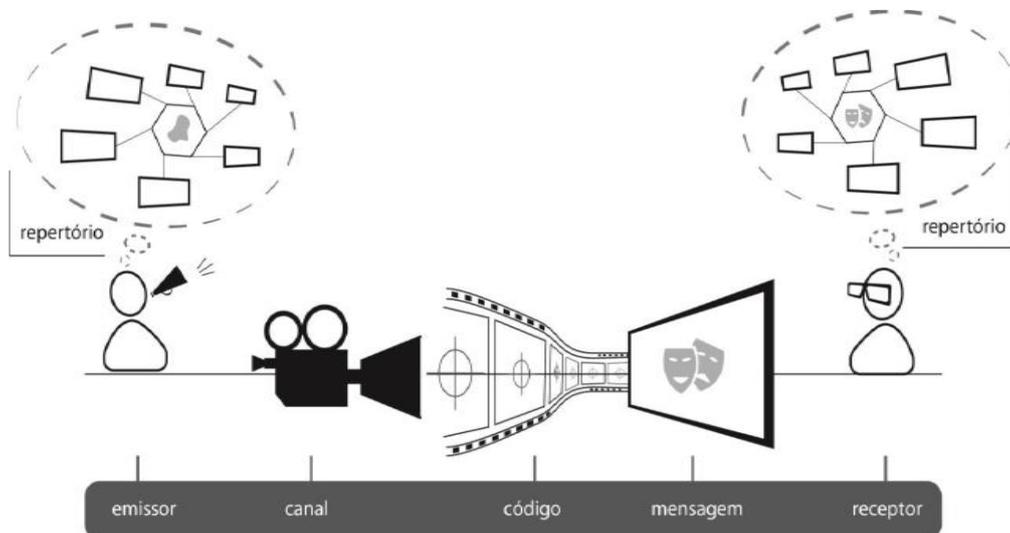
4.1 Percepção Direta de Realidades

A comunicação humana é um processo artificial. Baseiam-se em artifícios, descobertas, ferramentas e instrumentos, a saber, em símbolos organizados em códigos, (Flusser, 2007). A interação direta e sensorial através da linguagem audiovisual, entendida como um sistema estruturado de sinais, reúne um conjunto de códigos processados por meio de métodos e técnicas como iniciativa de produzir e armazenar informações.

Construindo um mundo codificado em um tecido artificial de comunicação, e estabelecendo significados por convenção, a linguagem audiovisual permite transcodificar pensamento em áudio e vídeo. Uma ideia, uma história ou um pensamento traduzido nessa linguagem terá seu significado decifrado a partir de duas intencionalidades: a do emissor e receptor. A comunicação entre emissor e receptor pode ser entendido através do modelo esquematizado por Vera Nojima (1999), que atribui a esse sistema seis fatores básicos, como: referência, emissor, mensagem, código, canal, e receptor, como exemplificado na Figura 2.

Emissor e receptor possuem papéis fundamentais para a efetivação da comunicação, alternando posições durante a interação, são os principais responsáveis pela constituição da mensagem. Cabe ao emissor a responsabilidade de escolha das estratégias para a codificação da mensagem, mas é a perspectiva sociocultural do receptor, sua referência, seu repertório cultural que deve determinar essa escolha.

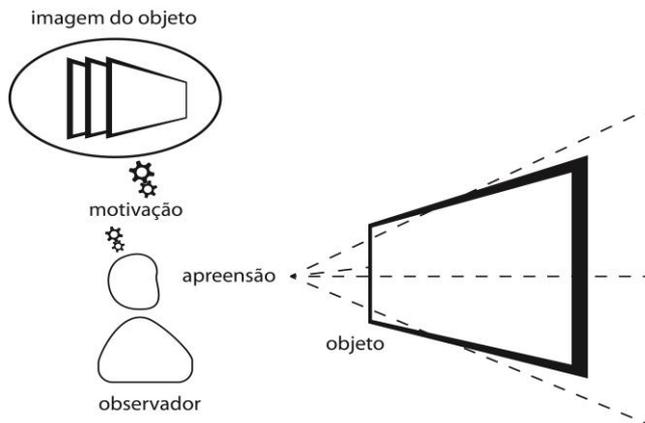
Figura 2. Comunicação entre Emissor e Receptor. Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Nojima (1999).



Em nosso contexto atribuímos à referência o repertório cultural do aprendiz; ao emissor o proponente da ideia, o detentor do saber; para a mensagem o conteúdo a ser transmitido; o código está relacionado com os sinais para estruturação da mensagem, ou seja, o áudio e vídeo; em canal temos o meio, o suporte para construção da mensagem através do código; e por fim, o receptor refere-se ao aprendiz.

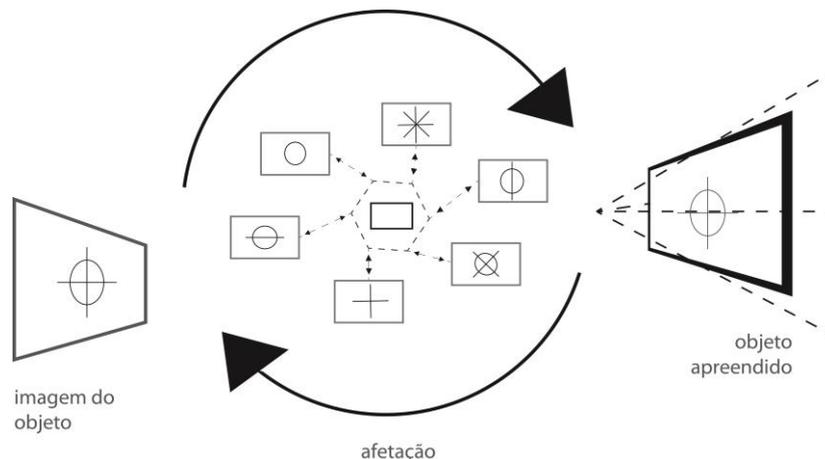
Um código sonoro e ou visual pode representar um signo e, segundo Nojima (1999), os signos podem ser entendidos como intermediários entre a nossa consciência subjetiva e o mundo dos fenômenos. A percepção e a comunicação visual têm como aparato sensorial a psicologia da Gestalt que tem contribuído, segundo Dondis (1997), com valiosos estudos e experimentos no campo da percepção, recolhendo dados, buscando conhecer a importância dos padrões visuais e descobrindo como o organismo humano vê e organiza o *input* visual e articula o *output* visual.

Figura 3. Apreensão do objeto. Fonte. Elaborado pelo autor.



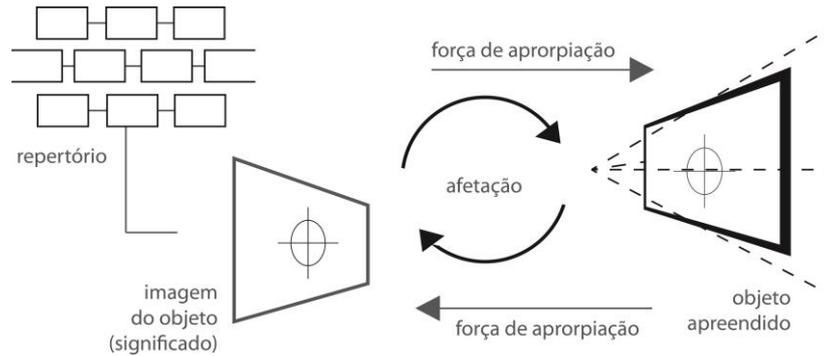
De acordo com Dondis (1997), saber como funcionam no processo da visão e de que modo são entendidos, pode contribuir enormemente para a compreensão de como podem ser aplicados à comunicação. Esta compreensão atribui-se ao alfabetismo visual que rege as manifestações visuais compostas de artifícios simbólicos. De acordo Dondis (1997), qualquer acontecimento visual é uma forma com conteúdo, mas o conteúdo é extremamente influenciado pelas partes constitutivas, como a cor, o tom, a textura, a dimensão, a proporção e suas relações compositivas com o significado, como exemplificado na Figura 3.

Figura 4. Compreensão do objeto. Fonte. Elaborado pelo autor.



Através da categorização espontânea da mente, atribuímos à imaginação a capacidade de transcender os signos que nos são apresentados por meio de conexões miméticas, (*afetação/insight*). Segundo Dondis (1997), os resultados das decisões compositivas determinam o objetivo e o significado da manifestação visual e têm fortes implicações com relação ao que é percebido pelo espectador. Percebemos que a manifestação destes elementos por “opção estratégica das técnicas”, depende da expressividade a que se deseja alcançar, o significado subjetivo, exemplificado na Figura 4.

Figura 5. Motivação (força de apropriação). Fonte. Elaborado pelo autor.



A produção de sentido ocorre quando a leitura se inicia, segundo Nojima (1999) caracterizando o *input* visual, ligada aos mecanismos primários da percepção, a imagem é percebida, representacionalmente, por seus elementos que mais suscitam a emoção. Após a leitura inicial tendo a mensagem sido percebida mesmo que de maneira abstrata, o *insight* representacional, segundo Nojima (1999), se acrescenta a observação dos componentes da imagem e suas relações. O processo de percepção se encerra com o *output* comunicacional, de acordo com Nojima (1999), quando a leitura apreende os conteúdos comunicativos, é percebida simbolicamente, predispõe-se à interpretação e pode ser inserida num contexto mais amplo de significações, como exemplificado na Figura 5.

5 Considerações Finais

Neste trabalho foi visto que com o devido tratamento na estrutura do produto audiovisual as videoaulas podem informar, entreter e encantar os aprendizes devido seu poder estético e subjetivo. Utilizando artifícios sonoros e visuais é possível compor universos simbólicos como ponte para o pensamento imagético, imaginação simbólica. A relação entre sentido e significado atrelada a linguagem e pensamento faz da linguagem uma ferramenta para atribuição de valor as coisas e aos fenômenos.

Estando a imaginação simbólica sujeita a realidade subjetiva do espectador faz da linguagem e pensamento os responsáveis pelo processo de articulação de sentido e significado. Imagem, palavra e música se integram dentro de um contexto comunicacional afetivo, de forte impacto emocional, que facilita e predispõe a aceitar mais facilmente as mensagens, (MORAN, 1999). E, isso influi em muito na experiência simbólica, principalmente no que diz respeito a engajamento.

Observamos como o produto audiovisual pode transcender sua capacidade de comunicar, e como pode influenciar o processo de articulação de pensamento e linguagem do aprendiz. O produto audiovisual com sua qualidade estética e subjetiva atrai e encanta através da narrativa. Nesse contar de estória existe a abertura para o pensamento mágico, incitando a imaginação.

Para transcender a capacidade do produto audiovisual recomendamos conhecer o universo contextual em que estará inserida a mensagem, considerando o emissor, receptor e contexto.

- para o enunciado, elaborar argumentos e estabelecer estratégias para descrever cenários, desenvolver ações, e construir personagens;
- adequar a linguagem, quanto mais conhecer o universo contextual maiores serão as possibilidades de efetivar o entendimento por parte do receptor;
- articular visando dentre as técnicas de representação aquela que melhor se adapta ao enredo da estória proposta, assim como ao orçamento.

Como um instrumento capaz de entreter e encantar, seduzindo o espectador a um universo mágico, encontramos no produto audiovisual um grande potencial como ferramenta na

atividade educadora. Com sua poderosa força de atração estética e de grande teor subjetivo, o produto audiovisual inserido no processo de ensino aprendido como objeto educacional, explora a imaginação auxiliando ao aprendiz construir novas dimensões de significado.

Com isso, vemos na linguagem audiovisual perspectivas que vão além de sua capacidade de comunicação, ela também pode atrair e encantar, além de entreter e ensinar através das videoaulas.

Referências

- ALMEIDA, L. R. da S. Pierre Bourdieu: A transformação social no contexto de “A Reprodução”. Inter-Ação: Ver. Fac. Educ. UFMG, 2005. Disponível em: <www.revistas.ufg.br/index.php/interacao/article/view/1291/1343> Acessado em 05 de junho de 2017.
- BAUMAN, Z. (1999).
- BINDA, R. P. (2014). Experiência do Usuário: O audiovisual como ativador de possibilidades experienciais. Monografia. UFSC, Florianópolis.
- BONSIEPE, G. (2011). Design, Cultura e Sociedade. São Paulo: Blucher.
- BOURDIEU, P. (1982). A reprodução: Elementos para uma teoria do sistema de ensino. Rio de Janeiro: Francisco Alves.
- CAPODAGLI, B., JACKSON, L. (2010). Nos bastidores da Pixar: lições do playground corporativo mais criativo do mundo. São Paulo.
- CHION, M. (1999). La Audiovision. Barcelona: Paidós.
- DAMÁZIO, R. A. (1996). O erro de descartes: Emoção, razão e o cérebro humano. São Paulo: Companhia das Letras.
- DELEUZE, G. (1983). Cinema 1: A imagem em movimento. Les Editions de Minuit. Tradução: Stella Senra.
- DONDIS, A. D. (1997). Sintaxe da Linguagem Visual. Tradução de Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes.
- FLUSSER, V. (2007). O Mundo Codificado. São Paulo.
- FLUSSER, V. (2009). Filosofia da Caixa Preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro.
- GARRETT, J. J. (2003). The elements of user experience: user-centered design for web. New York: New Riders.
- GONDIN, E., RODRIGUES, O. M. (2009). O transcendentalismo de Heidegger. Madrid: El Gênio Maligno.
- JUNG, C. G. (1964). O homem e seus Símbolos. Dell Publishing Co.
- LUTZ, M. Vigotsky. Disponível em: <<http://mtmmrml.pbworks.com/w/page/25823947/Vygotsky>>. Acessado em: 18 de novembro de 2015.
- MCMULIN, J. Experience Cycle. Disponível em: <<http://www.jessmcmullin.com/>> Acessado em: 7 de abril de 2017.
- MEDEIROS, T. T. Q. A fenomenologia pragmaticista de Charles S. Peirce. Periódico Prometeus; ISSN: 1807-3042; vol.3.
- MORAN, M. J. O Uso das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação na EAD – uma leitura crítica do meios. Disponível em: <portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/T6%20TextoMoran.pdf> Acessado em: 1 de maio de 2017.
- RIBAS, L. Sobre o Papel do Som no Audiovisual. Disponível em: <<http://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/64186>> Acessado em: 2 de maio de 2017.
- SALMON, W. C. (1971). Lógica. Rio de Janeiro.
- SANTAELLA, L. (2005). O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense. (Coleção primeiros passos; 103).

- SANTAELLA, L. (2001). *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal*. São Paulo: Brasiliense: Iluminarias.
- SHEDROFF, N. (2001). *Experience Design. New Riders*.
- THONPSOM, J. B. (1998). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, Rj: Vozes.
- VYGOTSKY, L. (2001). *Pensamento e Linguagem*. Edição Eletrônica: Ridendo Castigat Moraes. eBooksBrasil.com