



# As Imagens no Século XXI e o que as Escolas Podem Fazer Com Elas

Affonso Henriques da Silva Real Nunes  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

## Resumo

Este artigo discute a necessidade de incluir nas escolas a formação de uma mentalidade voltada para a inclusão do uso das mensagens subliminares da imagem como forma de entendimento da sociedade em que vivemos. Levanta a questão de que a experiência das crianças no período de alfabetização, restrita às letras, e pelo Ensino Fundamental se encontra deslocada das reais necessidades de aprendizagem frente a um mundo repleto de representações e de informações de todos os gêneros.

Palavras-chave: Imagem, Ensino Fundamental, Formação Visual

## Abstract

This article discusses the need to include in the school system the thinking towards the inclusion of the unaware image messages as a tool to better society understanding. It rises questions over the children experiences thought the the period that they learn read and write, only printing words, and during the basics studies, and how it is far from the really needings in a world full of representations na all sort of informations.

Keywords: Image, Basic Studies, Visual Forming



A imagem está presente nos dias de hoje em praticamente todos os momentos da vida cotidiana de adultos, jovens, crianças. Desde os primeiros momentos do dia nos deparamos em muitas situações com imagens em movimento, fotografias, desenhos, placas de trânsito, cartazes, outdoors e ilustrações das mais diversas. Ao lembrar-nos de nossos trajetos de casa ao trabalho, à escola, e todo o itinerário de cada dia, além de nossa permanência no lar e nos diversos ambientes que transitamos, nos damos conta que ninguém está imune a pelo menos alguns tipos de representação imagética. É o que Aparici chama de "iconização:"

[...] a partir dos anos 50, tem havido um predomínio dos códigos icônicos sobre outros tipos de códigos. E nos últimos dez anos esse predomínio invade praticamente todo o ambiente visual ou audiovisual de qualquer cidadão, sobretudo em contextos urbanos. Essa "iconização da realidade" é a construção de imagens que, de maneira consciente ou não, rodeiam os cidadãos (APARICI, 1999, p. 7).

24 Apesar de cercados por todos os tipos de imagens, nossa primeira formação escolar ainda se dá basicamente através das letras. Num mundo onde estamos sujeitos a mensagens de todas as espécies, principalmente visuais, podemos levantar a questão de que os métodos da alfabetização e do Ensino Fundamental estariam, no mínimo, deslocados de nosso tempo. De fato, as crianças brasileiras são alfabetizadas em escolas que lidam "[...] com códigos institucionalizados a partir da difusão da imprensa em meados do século XV, quando estas novas linguagens não estão presentes" (APARICI, 1999, p. 9).

Fica, então, a idéia de inadequação à realidade do século XXI do ensino básico que deve ser aquele que, quando acontece na época certa, proporciona elementos fundamentais para a formação do indivíduo. Por conseqüência, a alfabetização que é praticada hoje nas escolas passa a dever aos alunos ferramentas que os façam entender melhor o mundo que os cerca e os coloca longe da realidade a que se acostumaram.

Trata-se de repensar o que se deve entender por 'alfabetização' numa sociedade de massa que não passou pela alfabetização fonética na sua devida época e que, por isso também, perdeu a educação universitária na sua década gloriosa. Trata-se, em seguida, de saber o que se deve entender por "leitura" hoje (SANTIAGO, 1991, p. 149).





A leitura de sociedade do século XXI não se restringe a aquela praticada no passado. A força da imagem perpassa toda a sociedade moderna e influi de maneira decisiva no consciente e subconsciente coletivo, por isso as crianças também precisam começar a aprender esta forma de leitura. Da mesma forma que os professores submetem os alunos às normas tradicionais de alfabetização, é necessário estar atento a todo um novo aprendizado em relação ao mundo imagético que se apresenta. Dewey (2004) dizia que a escola deveria ser uma instituição social que representasse a vida presente.

O mundo hoje é cheio de imagens que “falam” ao imaginário de todos os cidadãos utilizando-se todas as formas de mensagens. Estas mensagens, levadas à escola pelos alunos, transformam a realidade escolar e acabam por obrigar o professor, mesmo que não perceba, a ter que lidar com elas. Lima (1981) relata o trabalho que Paulo Freire desenvolveu usando imagens na alfabetização. Através de elementos da cultura popular, o método fez com que os alunos visualizassem as palavras que aprendiam através de desenhos de objetos de seu cotidiano. O processo, que chamou a atenção para eficácia, demonstrava o poder da representação. Hoje estas representações se multiplicam de forma exponencial. As crianças são impregnadas por todo o tipo de representações gráficas ou audiovisuais e se acostumaram conviver com elas. Precisam agora entender como lidar com elas. A imensa quantidade de informação absorvida é uma experiência nova que não encontra paralelo em nenhuma outra época.

Um homem de boa vontade de hoje, um cidadão mesmo analfabeto, tem uma quantidade de informação que ultrapassa e muito a informação que tinha um homem de boa vontade, um cidadão, mesmo alfabetizado, há meio século (SANTIAGO, 1991, p.149).

O mundo das imagens foi incorporado pelos livros didáticos numa tentativa de sintonia com a contemporaneidade que procuram, através de fotografias e representações gráficas, não só complementar os textos, mas ajudar na transmissão de conteúdos. Porém, é preciso ressaltar que as imagens que chegam às escolas nos livros são encaradas como simples ilustrações, formas de mimetizar o mundo audiovisual a que as crianças estão acostumadas para buscar o seu interesse para os conteúdos a serem transmitidos. Os professores, por sua vez, se apressam em adotar as chamadas novas tecnologias e, na falta





de computadores ligados à Internet por meio de bandas largas que oferecem todo o tipo de informação/ilustração, apelam para o videocassete na tentativa de ilustrar suas aulas de forma a concorrer, o mais próximo possível, com a experiência dos alunos que, em casa, estão quase sempre ligados em programas de televisão e jogos em vídeo.

As imagens de todos os tipos passam a ser ferramentas essenciais para prender a tão desejada atenção dos alunos e adaptar sua aula ao dinamismo da vida cotidiana. O que falte talvez é a metodologia de como lidar com estas imagens para que se tire delas seu real sentido. A imagem em movimento – do vídeo, do cinema ou da televisão – é a que mais seduz.

A linguagem audiovisual desenvolve múltiplas atitudes perceptivas: solicita constantemente a **imaginação** e atribui à **afetividade** um papel de mediadora primordial, enquanto a linguagem escrita desenvolve mais o rigor, a organização, a abstração e a análise lógica. Observe que a organização narrativa televisiva, principalmente a visual, não se baseia somente na lógica convencional, na coerência interna, na relação causa-efeito, no princípio de não-contradição, mas sim numa lógica mais **intuitiva**, mais conectiva. Imagens, palavras e música vão se agrupando segundo critérios menos rígidos, mais livres e **subjetivos** dos produtores (TV NA ESCOLA..., 2000, p. 39, grifo nosso).

Nota-se que a ênfase no caráter subliminar está explicitada no texto como uma poderosa arma do meio audiovisual no sentido de envolver o aluno/espectador naquilo que assiste. A imagem sedutora poderia, então, fazer o professor chegar ao seu objetivo de realizar uma aula que despertasse um real interesse nos alunos. Acostumados que estão com televisões e jogos em vídeo estaríamos, assim, falando a sua linguagem, entraríamos em seu mundo e, abertos pela chave desta linguagem audiovisual, os alunos estariam aptos a melhor compreender e assimilar o que se propõe em sala de aula. Encerraria-se aí uso da imagem na escola, restrita à função de ilustrar com melhor capacidade técnica aquilo que o professor faz apenas com suas ferramentas natas: voz e carisma.

Mas os elementos imaginação, afetividade, intuição e subjetividade, destacados no texto, acima citado, mostram que a TV não apenas prende a atenção, mas faz isto através dos sentidos, fato que a torna muito mais poderosa do que se poderia imaginar. Fechar questão do uso da imagem no ambiente escolar na ilustração de uma aula é não só um desperdício das





possibilidades que se pode encontrar neste universo da representação visual, entendendo-se como representação o “processo de mediação entre conceito e percepção” (MOSCOVIC apud SODRÉ, 1984, p. 76), como também um desserviço ao aluno. Na verdade, antes de usar a imagem majoritariamente como *ferramenta técnica* seria preciso uma visão mais ampla e profunda daquilo que um mundo de imagens pode realmente representar na formação de um indivíduo. A carga de informação que as imagens nos trazem, através da televisão ou qualquer outro meio, estão carregadas de psicologismos, fato que não pode ser deixado de lado pelo educador.

[...] o problema da ‘imagem’ não se limita ao aspecto tecnológico dos *mass-media*. O conceito de imagem é também crucial na tecnologia das relações humanas implicada nos discursos ‘psi’. Com efeito, o que se espera de uma análise (psicanalítica) é que leve o sujeito a tomar consciência e se desvencilhar de ‘imagens’ (produções psíquicas) perturbadoras de sua perfeita avaliação e aceitação da realidade (SODRÉ, 2000, p. 58).

## 1. Os meios de “comunicação”

Costumamos a nos referir à televisão, ao rádio e à imprensa em geral (por consequência, à publicidade) como meios de comunicação. Se entendermos a palavra comunicação como uma forma de diálogo e troca de informações entre dois sujeitos, a palavra é, no mínimo, inadequada para os referidos meios. A televisão, por exemplo, impõe sua programação como “simulacros (logo, mensagens autônomas diante do real)” (SODRÉ, 1991, p. 222), numa situação que pouco ou nada corresponde ao diálogo. Ainda que a televisão pretenda proclamar uma interatividade com o público através da internet (diga-se, o público que tem acesso à internet), ela não ultrapassa os limites das trocas de mensagens eletrônicas entre espectadores e especialistas, ou apresentadores, sem nunca permitir a efetiva interferência na programação. O que é realmente realizado através da televisão, do rádio e da imprensa administradas pela classe dominante, é uma organização social, onde as relações de poder devem ser mantidas.

[...] são *reais* os efeitos de dominação (remanejamento das relações sociais) da tevê como espelho do modo tecnoburocrático de organização do espaço social contemporâneo. A informação dos



*mass-media* é um puro efeito de gestão. A organização penetra agora na família, graças ao seu enfraquecimento institucional, e através dos meios de informação – capitaneados pela tevê – constrói um espelho constitutivo da consciência tardo-burguesa, isto é, do sujeito-consumidor (SODRÉ, 2000, p. 65, grifo do autor).

Vivemos numa sociedade capitalista, onde o consumo é fator primordial para manutenção do sistema, movimenta a produção e a prestação de serviços, que, por sua vez, geram empregos ou renda de algum tipo, que servem para o nosso sustento. Bom ou mal, o capitalismo é o modelo que nos foi imposto e, se quisermos viver em grupo, devemos aceita-lo. Mas a aceitação de que somos indivíduos consumidores não significa dizer que devemos viver para o consumo, que a razão de nosso trabalho e o objetivo maior de nossas existências seja o acúmulo de bens materiais. Isto deveria ser apenas uma opção de vida.

Mas as imagens perpassadas por um conjunto de significações que nos chegam desde a infância, nos induzem a concluir que o “ter,” necessariamente, determina o “ser.” Esta relação, definitivamente, inexistente, já que o indivíduo que deposita a sua segurança no que possui tem poucas possibilidades de identificar o seu verdadeiro sentido de existência.

Se sou o que tenho, e se aquilo que tenho se perde, quem sou eu? Nada além de um frustrado, patética testemunha de um modo errado de viver. Já que posso perder o que tenho, por causa das circunstâncias estou constantemente preocupado de me ver privado daquilo que possuo (FROMM, 1977, p. 146, tradução nossa).

O professor, em especial aquele do Ensino Fundamental, tem nas mãos a arma de trabalhar junto com seus alunos os significados implícitos nas imagens como estes. E são justamente aqueles significados que não são revelados claramente que revelam o verdadeiro universo em que operam as imagens.

[...] a influência da televisão não provém tanto de sua incidência sobre a razão como de seu apelo à emotividade. De que não condiciona a liberdade mediante a coerção física, mas mediante a sedução. [...] Se a televisão influi no *output* das decisões e crenças é porque influi não apenas no *input* das idéias, mas também, e sobretudo, no das emoções e sentimentos (FERRÉS, 1998, p.14 e 18, grifo do autor).





A forma como são transmitidos e reforçados sublinarmente os conceitos de consumo – que, enfatizamos, é essencial ao sistema –, mas também os de divisão de classes, de raças, de religiões, os que nos dificultam a encontrar a nossa própria identidade, formando, assim, todo um acervo de idéias que organiza a sociedade, estão intimamente ligados à este poder de sedução. Estão presentes em qualquer meio de “comunicação,” liderados pela televisão que entra em casa sem pedir licença e ainda é bem recebida. “Procurando legitimar-se pela informação e pelo entretenimento, ela vai tentar apreender o indivíduo no interior de sua esfera privada, indicando-lhe papéis, comportamentos e atitudes que deverá assumir para atingir o reconhecimento social” (SODRÉ, 2000, p. 64).

Não se pretende aqui instaurar uma cruzada contra estes meios, até mesmo porque eles são úteis na educação quando encarados de forma crítica. O que desejamos é levar a idéia de que as pessoas precisam se preparar para lidar com a imagem subliminar e com a crescente quantidade de informação, direta ou indireta, que recebem diariamente.

O grave problema é saber como transformar a quantidade de informação em conhecimento, como conduzir um cidadão a incorporar-la qualitativamente para que dela se possa valer na sua compreensão da sociedade e do mundo em que vive (SANTIAGO, 1991, p. 149).

Quando se imagina levar para as escolas do Ensino Fundamental a noção de leitura das imagens, procura-se mostrar que o corpo docente poderia fazer, pouco a pouco, as crianças entenderem que aquilo à que assistem na televisão, lêem em revistas ou escutam no rádio pode, e deve, ser questionado, ser analisado e objeto de crítica. “Uma pessoa, na melhor das hipóteses, pode fazer uma síntese, um resumo, mas, em geral, tem muitos problemas para relatar quais os sentidos, fazendo uma leitura compreensiva daquilo do que acabou de ver” (APARICI, 1999, p. 8). Os seres humanos desenvolveram a possibilidade de raciocinar, mas é preciso lembrar que este raciocínio deve ser exercitado para que possa ter o melhor aproveitamento possível. Fazer as crianças raciocinarem sobre as imagens que vêm todos os dias poderia ajudar nesta tarefa.

Levar os alunos a buscar estes sentidos é faze-los aprender e, mais do que isso, encontrar a sua própria identidade numa sociedade que tende à homogeneização. As crianças crescem se orientando pelo mundo que as





cerca, buscando respostas, referências, limites, a noção de realidade delas é a realidade de seus pais e dos adultos que estão ao seu redor. O ritmo acelerado da vida moderna muitas vezes impede que a atenção da família se volte para elas na medida desejada e a televisão e o vídeo acabam como babás eletrônicas. O mundo das imagens passa a ter decisiva participação na definição dos parâmetros que as vão orientar. Pais e professores se esquecem que “a forma televisiva simula operacionalmente o mundo ou – talvez seja melhor dizer – os “modelos” atuantes no mundo. A realidade concreta perde inteiramente o seu vigor na forma reprodutiva” (SODRÉ, 1984, p. 55).

Chegamos a um momento em que se torna cada vez mais difícil definir a realidade, uma vez que vivemos cercados por todo o tipo de representação imagética que nos envolve e se transforma em parte de nosso imaginário. Os modelos ditados acabam, mesmo que não nos sirvam, por incorporar-se em nossos ideais, sem que deles consigamos nos desvencilhar. Ainda que entendamos que não passem de fórmulas preestabelecidas, o real acaba por se confundir com o representado num círculo vicioso.

A televisão não é, portanto, como se costuma afirmar, mero ‘reflexo do real’, mas antes ‘real do reflexo’. Em termos mais claros: num espaço visualizado a distância (telecomunicações), comandado a distância (telecomandos, informática), com uma produção ilimitada de simulacros (reproduções ou duplicações do real), a técnica televisiva apresenta-se com um aspecto *real* dessa ordem de reflexos ou simulacros (SODRÉ, 2000, p. 59).

## 2. O trabalho do professor

Não se pretende aqui que as crianças do Ensino Fundamental tenham uma total compreensão de tais mecanismos, mas isto não significa dizer que devam passar passivamente por tal experiência. Mas entendemos que tais idéias possam ser inseridas no ensino básico, adaptadas ao nível de compreensão dos pequenos alunos. O quadro do pintor belga René Magritte (2004) que mostra um cachimbo flutuando e, em baixo, a frase “Ceci n’est pas une pipe” (isto não é um cachimbo) confunde até alguns adultos. Mas realmente o que vemos não é um cachimbo e sim um quadro que mostra um cachimbo pintado, ou seja, uma representação da realidade. Acreditamos que não seja difícil transportar tais exercícios de identificação para a sala de





aula. O professor poderia usar outros exemplos como uma fotografia ou um vídeo em que aparecessem situações de jogos com bola, por exemplo. Ao pedir que os alunos tentassem pegar aquela bola estaria introduzindo a noção da diferença entre representação e realidade.

O tema da representação faz parte do trabalho de Aparici nas escolas públicas da Espanha.

Pode-se começar com a construção de pequenas histórias visuais e trabalhar, mais do que com imagens fixas, sobretudo com imagens mecânicas. As crianças têm dificuldades de lidar com quadros de três por quatro centímetros, mas podem fazer grandes transparências e contar uma história com cinco ou seis imagens, uma narrativa que tenha elementos mímicos de certos tipos de mensagens (APARICI, 1999, p.14).

A publicidade, tanto na televisão, quanto na mídia impressa também pode ser uma ótima ferramenta de trabalho para o professor neste campo. Fundada, basicamente, em estimular o consumo, a publicidade cria desejos que muitas vezes não se realizarão – em especial num país pobre como o Brasil – e que se apresentam como geradores de frustração. Numa constante e incisiva inversão de valores, os anúncios nos dizem que, para sermos aceitos na sociedade, é preciso possuir tal carro, se vestir de certa maneira, ser cliente especial de um banco, possuir vários cartões de crédito. Só assim, é possível atingir o sonho da felicidade, da satisfação e estar de acordo com o modelo social. A falácia, que não cumpre a promessa nem para aqueles que têm acesso a tais bens de consumo, destina aos que estão fora deste círculo de consumo – diga-se, a maioria – a falsa esperança de um dia atingir os modelos ditados pela publicidade.

Desejo [...] imagem publicitária reencontram-se na afinidade de remeterem sempre a um objeto fadado a não poder jamais satisfazer o sujeito, ou seja, a um real que não se aprovará nunca. A imagem, sob forma de simulacro, é penas um signo feérico e, como tal, deve gerar a sua própria ordem, baseada numa economia de frustração. Sua dinâmica de funcionamento consiste em não poder jamais cumprir inteiramente aquilo que promete: [...] no caso da publicidade, o objeto anunciado, que não pode ser definitivamente satisfatório, pois deve deixar uma margem ao desejo ininterrupto de consumo (SODRÉ, 2000, p. 61-62).





A publicidade dita padrões de beleza e associa produtos a tipos que dificilmente encontram pares na vida real. Propagandas de sabonete, por exemplo, são sempre feitas por estes modelos de perfeição física. Seria o caso de perguntar às crianças se pessoas sem os tais dotes não teriam direito ao consumo do produto. Ou se o sabonete é realmente o responsável pela “beleza” dos modelos.

Os anúncios publicitários também transmitem mensagens pela omissão. Segundo estudo desenvolvido pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada no final dos anos 90, os negros brasileiros somam 45% da população do País e, mesmo assim, pouco aparecem em campanhas de publicidade. O padrão é o branco europeu, ou norte-americano, que entra na mente das crianças como o tipo perfeito. A idéia subliminar, então, seria que negros, pardos ou qualquer outra raça distinta seriam os imperfeitos, ou estranhos.

O brasileiro que assiste ao filme *Diários de Motocicleta* (THE MOTORCYCLE, 2004), sobre a viagem de dez mil quilômetros que o argentino Ernesto “Che” Guevara e Alberto Granado realizaram em 1952, provavelmente não se identifica com as imagens do povo latino visto na projeção, a exemplo do menino peruano que serve de guia aos protagonistas na visita às ruínas de Machu Picchu. Geograficamente vizinhos dos países sulamericanos, nossa cultura visual está muito mais associada aos padrões europeus e norte-americanos. Assim, não se pode esperar uma confusão de identidade nas crianças, já que os tipos físicos que vêm nas ruas em geral têm pouca semelhança com as imagens publicitárias ou vistas na televisão e no cinema. O mundo de imagens que contribui para nos separar de nossos vizinhos da América do Sul e nos irmanar com povos de culturas estranhas deveria ser denunciado nas nossas escolas.

Da mesma forma, que não esperamos que o professor possa levar todas estas idéias de uma vez para a sala de aula, também seria impensado pedir que fosse um iniciado em semiótica. A filosofia das linguagens que, segundo Joly (1996, p. 29), estuda o “modo de produção de sentido” é uma disciplina que encontra todo um universo de representações num único anúncio publicitário. Seria demais esperar tal habilidade do docente. No entanto, é possível fazer as crianças aprenderem a ler as imagens ao seu redor, fazendo-as simplesmente a observar o que ainda não viram e mostrando como elas não passam de uma representação do real. Um esforço neste sentido pode levar a um aprendizado que possibilitará ao adulto do futuro uma maior





consciência do mundo repleto de representações em que vive, sejam elas em movimento ou estáticas, como na fotografia.

[...] a bidimensionalidade da maioria das imagens, a alteração das cores (ainda maior com o preto e o branco), a mudança de dimensões, a ausência de movimento, de cheiros, de temperatura etc. são igualmente diferenças, e a própria imagem é o resultado de tantas transposições que apenas um aprendizado, e precoce, permite 'reconhecer' um equivalente de realidade, integrando, por um lado, as regras de transformação, e, por outro, "esquecendo" as diferenças (JOLY, 1996, p. 43).

A pessoa que não se alfabetiza nas letras na época devida geralmente encontra dificuldades em ler e se expressar através da escrita, aquele que não aprende a entender o significado escondidos nas imagens durante a sua formação básica, da mesma forma, deverá ter poucas chances de fazê-lo na fase adulta. Segundo McLuhan (1974, p. 221), "a educação é uma defesa civil contra as cinzas radioativas dos meios de massa. Mas até hoje o homem ocidental não se educou nem se equipou para enfrentar os meios com suas próprias armas." Esta defesa poderia ser adotada em sala de aula como um passo no sentido de promover o desenvolvimento das identidades e individualidades das crianças, livres, até o ponto possível, do massacre de senso comum e de homogeneização que o mundo das imagens teima em nos fazer adotar.

33

## Referências

APARICI, Roberto. Câmaras de vídeo nas escolas públicas. *Revista Presença Pedagógica*, Belo Horizonte, v. 5, n. 25, p. 5-19, jan./fev. 1999 (Entrevista).

BRASIL. Ministério da Educação e Cultura e Secretaria de Educação a Distância, Seed. *Tv na escola e os desafios de hoje*. Brasília, 2000 (Projeto de curso de extensão para professores do ensino fundamental da rede pública, Unirede e Seed/MEC, Módulo 1).

DEWEY, John. My Pedagogic Creed. *The school journal*, v. 54, n. 3, , p. 77-80 16 de janeiro de 1897. Disponível em: <<http://www.infed.org/archives/e-texts/e-dew-pc.htm>>. Acesso em: 02 jul. 2004.

FERRÉS, Joan. *Televisão subliminar: socializando através das comunicações despercebidas*. Porto Alegre: Artmed. 1998.





- FROMM, Erich. *Avere o essere?*. Milão, Itália: Arnoldo Mondadori, 1977.
- JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Campinas: Papirus, 1996
- LIMA, Venâncio Artur de. *Comunicação e cultura: as idéias de Paulo Freire*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.
- MAGRITTE, René. *Ceci n'est pas une pipe*. 1 quadro. Disponível em: <<http://dubhe.free.fr/gpaint/magritte6.html>>. Acesso em: 02 jul. 2004.
- McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1974.
- SANTIAGO, Silvano. Alfabetização, leitura e sociedade de massa. In: NOVAES, Adauto (Org.). *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras / Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo, 1991.
- SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala; função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1984.
- \_\_\_\_\_. *Televisão e psicanálise*. São Paulo: Ática, 2000.
- \_\_\_\_\_. Álbum de família. In: NOVAES, Adauto (Org.). *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.
- 34 THE MOTORCYCLE Diaries. Direção: Walter Salles. Produção: Michael Nozik, Edgard Tenenbaum and Karen Tenkhoff. Intérpretes: Gael Garcia Bernal, Rodrigo de la Serna, Mia Maestro, Mercedes Moran, Jorge Chiarella, Gabriela Aguilera e outros. Roteiro: Jose Rivera. Los Angeles: Film Four. 2004 (128 min.), son., color., 35 mm.

---

Affonso Henriques da Silva Real Nunes  
Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Educação da  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Rua Professor Luiz Carlos Teixeira, 211 – Lagoa Nova – Natal – 59056-230  
E-mail: [affonso@pluralfilmes.com.br](mailto:affonso@pluralfilmes.com.br)

---

Recebido 04 ago. 2004  
Aceito 31 ago. 2004