

De acordo com Mayer (2009), a integração de informação visual e verbal potencia significativamente a compreensão e retenção do conhecimento, evidenciando o papel central da imagem nos processos de aprendizagem e tomada de decisão em contextos de saúde.

Num mundo marcado pela aceleração da informação e pela crescente predominância do visual, a imagem assume-se como uma das formas mais influentes de comunicação e construção do conhecimento. Longe de ser um mero complemento da linguagem verbal, a imagem constitui uma linguagem autónoma, capaz de estruturar perceções, orientar decisões e influenciar comportamentos. Como argumenta Mitchell (2015), as imagens devem ser compreendidas não apenas como representações passivas, mas como agentes ativos na construção da realidade, participando na forma como interpretamos o mundo e nos posicionamos nele.

Esta centralidade da imagem encontra fundamento na própria estrutura cognitiva humana. O cérebro processa estímulos visuais de forma mais rápida e eficiente do que informação textual, o que confere às imagens uma vantagem significativa na transmissão de informação. Segundo Mayer (2009), a aprendizagem é mais eficaz quando integra elementos visuais e verbais, uma vez que ativa múltiplos canais cognitivos e facilita a retenção e compreensão da informação. Esta perspetiva, amplamente reconhecida na teoria da aprendizagem multimédia, reforça a importância da imagem como ferramenta pedagógica e comunicacional.

No contexto da saúde, esta capacidade assume particular relevância. A comunicação eficaz entre profissionais e utentes depende frequentemente da clareza com que a informação é transmitida, sendo as imagens um recurso fundamental para promover a compreensão e a adesão terapêutica. Em enfermagem de reabilitação, por exemplo, a utilização de esquemas anatómicos, demonstrações visuais de exercícios e representações gráficas de progressos permite ao utente compreender melhor o seu estado e participar ativamente no processo de recuperação. A imagem, neste sentido, não apenas informa, mas capacita, promovendo autonomia e literacia em saúde.

Para além da sua dimensão cognitiva, a imagem possui uma forte componente emocional. Como demonstra Damásio (2021), a tomada de decisão humana é profundamente influenciada pelas emoções, sendo impossível dissociar razão e sentimento. As imagens têm a capacidade única de evocar respostas emocionais imediatas, funcionando como

catalisadores de atenção e ação. Esta característica é amplamente utilizada em campanhas de saúde pública, onde imagens impactantes são empregues para sensibilizar para comportamentos de risco e promover mudanças de hábitos.

No domínio científico, a imagem desempenha igualmente um papel central na produção e disseminação do conhecimento. Gráficos, diagramas e infografias não são meros elementos decorativos, mas instrumentos fundamentais para a análise e interpretação de dados. Como referem Cairo (2016) e Tufte (2001), a visualização eficaz permite revelar padrões, relações e tendências que seriam dificilmente identificáveis através de números isolados. Assim, a imagem contribui para uma ciência mais acessível, transparente e inteligível, facilitando a comunicação entre especialistas e o público em geral.

Todavia, o poder da imagem implica também responsabilidade. Num contexto marcado pela circulação massiva de conteúdos digitais, as imagens podem ser utilizadas para manipular perceções, distorcer factos e construir narrativas enviesadas. Como alerta Mirzoeff (2015), ver não é o mesmo que compreender, sendo necessário desenvolver competências de literacia visual que permitam interpretar criticamente as imagens. Esta capacidade torna-se essencial num mundo onde a informação visual é omnipresente e frequentemente utilizada como instrumento de persuasão.

Na prática clínica, a interpretação de imagens assume uma dimensão crítica. Exames imagiológicos, como radiografias, tomografias ou ressonâncias magnéticas, exigem não apenas conhecimento técnico, mas também uma integração contextual com a história clínica do utente. A imagem, neste caso, não substitui o raciocínio clínico, mas complementa-o, exigindo uma leitura informada e ética. Para além disto, a utilização de imagens na comunicação com o utente deve respeitar princípios de dignidade, sensibilidade cultural e clareza, evitando simplificações excessivas ou representações estigmatizantes.

A revolução digital veio amplificar exponencialmente o papel da imagem. Tecnologias como a inteligência artificial, a realidade aumentada e a visualização interativa estão a transformar a forma como as imagens são produzidas, analisadas e utilizadas. No campo da saúde, estas inovações permitem simulações clínicas, apoio ao diagnóstico e educação imersiva, abrindo novas possibilidades para a prática e a gestão dos cuidados. No entanto, como sublinha Topol (2019), a tecnologia deve ser orientada para a humanização dos cuidados, funcionando como complemento, e não substituto, da relação entre profissional e utente.

Neste contexto, a imagem assume também um papel estratégico na liderança e na gestão. A capacidade de representar visualmente dados, processos e objetivos permite uma comunicação mais eficaz e uma tomada de decisão mais informada. Líderes que conseguem traduzir complexidade em representações claras e significativas estão mais aptos a mobilizar equipas, promover inovação e gerir mudança. A imagem, neste sentido, torna-se uma ferramenta de visão, permitindo “ver antes de fazer” e antecipar cenários futuros.

Em síntese, a imagem deve ser compreendida como uma linguagem multifacetada que integra dimensões cognitivas, emocionais, científicas e sociais. Na saúde e na sociedade contemporânea, ela desempenha um papel central na forma como comunicamos, aprendemos, decidimos e agimos. O seu poder reside não apenas naquilo que mostra, mas naquilo que evoca e transforma. Utilizá-la de forma ética, crítica e intencional é, portanto, um desafio fundamental para profissionais e cidadãos.

Porque, no final, a imagem não é apenas aquilo que vemos, é aquilo que molda a forma como pensamos, sentimos e cuidamos.

Referências Bibliográficas

Cairo, A. (2016). *The truthful art: Data, charts, and maps for communication*. New Riders.

Damásio, A. (2021). *Feeling & knowing: Making minds conscious*. Pantheon Books.

Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning* (2nd ed.). Cambridge University Press.

Mirzoeff, N. (2015). *How to see the world*. Pelican Books.

Mitchell, W. J. T. (2015). *What do pictures want? The lives and loves of images*. University of Chicago Press.

Topol, E. (2019). *Deep medicine: How artificial intelligence can make healthcare human again*. Basic Books.

Tufte, E. R. (2001). *The visual display of quantitative information* (2nd ed.). Graphics Press.