

MULTILETRAMENTO VISUAL NA WEB

Giselda dos Santos Costa
giseldacostas@hotmail.com
CEFET- PI- UNED Floriano

RESUMO: *O objetivo deste artigo é exemplificar como o professor pode analisar criticamente uma imagem multimodal digital (multiplicidade de signos) nos cursos de tecnologia em informática, baseado na gramática visual de Kress e van Leeuwen (1996) que analisa as maneiras como as imagens representam as relações entre as pessoas, os lugares e os objetos que nelas estão retratados. Este trabalho mostra uma análise dos processos de representação narrativa, além de sugerir que o professor precisa desenvolver habilidades pedagógicas no ambiente escolar sobre letramento crítico visual.*

PALAVRAS-CHAVE: Texto Multimodal Digitais. Letramento Visual. Gramática Visual.

ABSTRACT: *The aim of this work is to exemplify as the teacher can analyze an image digital multimodal critically (the multiplicity of meaning-making modes) based on the visual grammar by Kress and van Leeuwen (1996) that analyzes the ways as the images represent the relationships among the people, the places and the objects inside that. This article shows the representation narrative process, besides that, suggests that teachers need understand the visual designs digital as well as the ability to incorporate appropriate pedagogical practices into the classroom environment.*

KEY WORDS: Multimodal Digital Text . Visual Literacy. Visual Grammar.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Há milênios o homem vem funcionando como uma criatura que vê e, assim, abarcando vastidões. Só recentemente, porém (..) ele foi capaz de passar da rudeza da fala (..) enquanto meio de expressão, (..) para os poderes infinitos da expressão visual, capacitando-se assim a compartilhar, com todos os seus semelhantes e com enorme rapidez, imensos conjuntos dinâmicos (Dondis, 2000).

A grande quantidade de imagens que hoje aparecem nas diferentes práticas de escrita digital colocou a linguagem visual em evidência. Textos que apresentam duas ou mais modalidades semióticas em sua composição tomaram o lugar das tradicionais práticas da escrita, provocando efeitos nos formatos e nas características desses textos, resultando no que foi denominado multiletramentos ou multimodalidades.

O termo multiletramento foi nomeado em 1996 com a publicação de um artigo intitulado “*A Pedagogy of Multiliteracies: Designing Social Futures*”, na revista *Harvard Educational Review*, por um grupo de dez acadêmicos formados por americanos, ingleses e australianos e chamado “The New London Group”. O argumento usado pelo grupo é o de que nossa vida pessoal, pública e profissional vem mudando consideravelmente e que essas mudanças, conseqüentemente, transformam nossa cultura e o nosso modo de comunicação. Então, o modo de entender e explicar letramento também deve mudar e sofrer alterações.

Segundo Cope e Kalantzis (2001)- precursores, dentre outros, deste grupo – o termo *multiletramento* enfatiza duas mudanças importantes e correlacionadas. A primeira é o crescimento da importância dada à diversidade lingüística e cultural; isto é, em um mundo globalizado, precisamos negociar diferenças todos os dias. A segunda é a influência da linguagem das novas tecnologias. O significado emerge de modos variados (multimodais) – escrita, imagens, movimento, áudio, o que requer

um conceito de letramento novo e multimodal, principalmente no letramento visual, em que a importância social da imagem tem aumentado de forma considerável.

Todos esses termos, de acordo com Kress e van Leeuwen (1996, p.183), reconhecem a multiplicidade de significados que combinam vários modos (visual, textual, auditivo, movimento, etc.) como também os seus contextos sociais. Tais autores defendem uma pedagogia que reconhece a natureza dinâmica da comunicação, a importância de entender e experimentar textos pertinentes culturalmente e de projetar novos textos, e a necessidade para questionar, interpretar e criticar o que é visto e experimentado.

Assim, eles defendem a visão semiótica-discursiva da linguagem preocupada em caracterizar o discurso como prática social, pois na semiótica social a língua é entendida como parte de um contexto sócio-cultural, no qual cultura em si é entendida como produto de um processo de construção social e os elementos visuais existem dentro de sistemas de representações moldados pela cultura e pela história e que a informação visual é sempre carregada de um conteúdo ideológico (Macken-Horarik, 2004).

2. A GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL

A proposta de uma gramática visual de Kress e van Leeuwen (1996), surge como um instrumento para a análise de textos visuais, que pode ser útil tanto para a prática, ou seja, para a construção desses textos, quanto para a análise crítica, em uma verificação dos significados que estão amarrados aos elementos visuais e que devem ser interpretados.

Argumentando que recursos semióticos visuais, assim com os verbais, servem a propósitos comunicacionais e representacionais, Kress e van Leeuwen (1996) adaptam as metafunções de Halliday (1989) para a análise de imagens e composições visuais, baseando-se no modelo inicial de semiótica social de Hodge e Kress (1988). Assim, sua estrutura básica pode ser definida como:

<p>Metafunção ideacional:</p> <p>Representação das experiências de mundo por meio da linguagem</p>	<p style="text-align: center;">Representação</p> <p>Estrutura narrativa (Ação transacional, Ação não-transacional, Reação transacional, Reação não-transacional, Processo mental, Processo verbal)</p> <p>Estrutura conceitual (Processo classificacional, Processo Analítico, Processo simbólico)</p>
<p>Metafunção interpessoal:</p> <p>Estratégias de Aproximação / afastamento para com o leitor</p>	<p style="text-align: center;">Interação</p> <p>Contato (Pedido – Interpelação ou Oferta)</p> <p>Distância Social (social, pessoal, íntimo)</p> <p>Atitude (objetividade ou subjetividade)</p> <p>Modalidade (valor de verdade)</p>
<p>Metafunção textual:</p> <p>Modos de organização do texto</p>	<p style="text-align: center;">Composição</p> <p>Valor de Informação (Ideal – Real, Dado – Novo)</p> <p>Saliência (elementos mais salientes que definem o caminho de leitura)</p> <p>Moldura (o modo como os elementos estão conectados na Imagem).</p>

Tabela 1 – Estrutura básica da gramática do design visual

Ao adaptarem as metafunções para a análise do modo semiótico visual, Kress e van Leeuwen (1996) passam a falar de estruturas representacionais, de significados interativos e de composição.

Neste artigo, a ferramenta analisada com base nesta gramática serão textos encontrados em ambientes digitais analisando apenas o primeiro modo – a estrutura narrativa. Esta estrutura descreve os participantes em uma ação (dada como natural), em um processo de transformação e mudança e está dividida em: Ação transacional, Ação não-transacional, Reação transacional, Reação não-transacional, Processo mental, Processo verbal. Categorias que serão definidas a seguir.

3. ANÁLISE CRÍTICA DE TEXTOS MULTIMODAIS

3.1. AÇÃO TRANSACIONAL

A narrativa inclui história e discurso: a mesma história pode ser contada em discursos diferentes (Chatman 1978). Uma história é uma cadeia de eventos, em uma relação de causa-efeito, organizado numa linha de tempo e num determinado espaço. Os agentes de causa-efeito são características de metas, crenças e emoções (Bordwell & Thompson 1997).

Baseado no conceito enunciado analisaremos a primeira imagem desse trabalho. É um anúncio de caráter multimodal, encontrado na *homepage* de um banco, que descreve o processo de temporalidade, conflito e solução, ou seja, um processo de ação transformativa.

Neste anúncio, o vetor¹ é constituído pelo pai (ator)² que realiza a ação de compra (meta) e com essa compra há uma solução transformativa ou transacional.



¹ Para Kress e van Leeuwen (1996), o que distingue uma proposição visual narrativa é a presença de um vetor, de um traço que indique direcionalidade.

² O participante que executa a ação é chamado de Ator



Figura 1 – Ação transacional

A imagem que estamos analisando tem uma característica multimodal (combina imagem, movimento, palavras e som). Quando a pessoa passa o cursor do computador na palavra “passe o lápis” rapidamente começa a ação de colorir e transformar os personagens de criança ao profissional liberal.

Outro conceito definido por Kress e van Leeuwen (1996), que são úteis, são os de participantes interativos e participantes representados. Participantes interativos são aqueles que produzem e consomem a mensagem, no caso específico deste exemplo são o anunciante e o consumidor (o banco e o chefe de família). Já os Participantes representados são aqueles que podem ser chamados de personagens ou sujeitos: são as pessoas, lugares e coisas das quais se falam. No caso do anúncio enunciado, os participantes representados podem ser indicados como o pai, a criança, as profissões, cursos universitários.

Neste exemplo, o participante representa ora o papel de Ator, ora o papel de Meta. O que chamamos de bidirecionalidade, e o participante é chamado de Inter-Ator. O papel do ‘pai’ pode ser tanto como anunciante quanto consumidor. Ele que realiza a ação do primeiro processo (realizar sonhos) pode ser rapidamente identificado como uma representação do banco (o anunciante), mais claramente dizendo: “O Banco protege / realiza os sonhos de seu filho” ou “O Banco paga os estudos do seu filho até a universidade”. Em outros termos, é possível inferir que o participante representado pode ser o consumidor, aquele que compra o seguro, e a filha como representante daquele que consome o produto, será beneficiada diretamente.

analiticamente pode ser descrito como:

	Ator	Processo	Meta
1. Processo	Ele (banco)	pagar	os estudos
2. Processo	Ele (pai)	comprar	o seguro
3. Processo	Ela (filha)	entrar (estudar)	na universidade

Tabela 02- Processo de negociação no anúncio do Itaú

3.2. AÇÃO NÃO – TRANSACIONAL

Quando há apenas um participante em uma proposição narrativa visual, de modo que a ação não é direcionada a nada ou ninguém, tem-se uma estrutura não-transacional.



Vendas de produtos de beleza via Internet aumentaram muito nos últimos anos

Foto 2: Ação não transacional

Podemos observar uma imagem de um artigo sobre vendas de produtos de beleza on line de uma empresa de cosméticos (foto 2). Nesta imagem, o consumidor (ou o participante interativo) pode identificar-se como o ator (participante representado). Nada mais adequado do que um processo não negociável para traduzir o sentimento de liberdade que se pretende transmitir com o anúncio: não há meta definida, há apenas o processo de compra. No texto verbal isso também fica explícito: Pode ser um batom, um lápis de olho, sombra, blush, escova para cabelos ou limpeza de pele. A imagem idealizada concretiza a idéia de plano e de sonho que se pretende vender com o anúncio, deixando o objeto de consumo indefinido e trazendo conotação de beleza estética feminina.

3.3. REAÇÃO TRANSACIONAL E REAÇÃO NÃO-TRANSACIONAL

Nos casos em que um vetor é formado pela direção do olhar de participantes representados, tem-se um processo reacional e, nesse caso, tal participante é chamado de Reator, o qual precisa necessariamente possuir traços humanos. As reações também podem ser transacionais ou não-transacionais. As primeiras se dão quando é possível visualizar o alvo do olhar, e, nesse caso, tem-se um segundo participante, que é chamado de Fenômeno (e não de Meta). Este pode tanto ser outro participante quanto uma proposição visual. Pode, entretanto, não haver Fenômeno, como nos casos em que não é possível identificar o alvo do olhar do Reator. Neste caso, temos uma reação não-transacional.

Tais processos, formados por vetores que se formam em linhas de olhar, podem ser identificados nos anúncios abaixo retirados da página eletrônica de uma empresa de telefonia.



Foto 3: Reação transacional



Foto 4: Reação não- transacional

Na foto 3, a jovem é identificada como reator e o celular, como fenômeno, pois é possível visualizar o alvo do olhar, tendo assim, um processo reacional transacional. Já na foto 4, o vetor que se forma na linha do olho do participante representado, a mulher (reator), não aponta para nenhum outro participante, olha para algo que está fora da moldura da imagem, constituindo, assim, um processo reacional não-transacional.

3.4. PROCESSO MENTAL E PROCESSO VERBAL

Outros dois processos são destacados por Kress e van Leeuwen (1996) e são, frequentemente, utilizados nas imagens: o processo mental e o processo verbal. O processo mental é caracterizado por uma representação de “balão de pensamento”, que conecta dois participantes, aquele que sente/experienciador (no qual o vetor emana) e o fenômeno (verbal ou não verbal, que se localiza no interior do balão). Já o processo verbal é caracterizado por uma representação de “balão de diálogo”, esse processo conecta dois participantes (um falante e uma elocução, localizada no interior do balão).



Foto 5: Processo verbal



Foto 6: Processo mental

Este anúncio de uma promoção de telefone é um processo verbal que se configura, e o falante é o participante representado como uma figura humana feminina, e a elocução é o texto verbal: “Passa a Vodafone”. Já no anúncio de número 6, publicado em uma das revistas da editora Abril, configura-se um processo mental, caracterizado pelo balão de pensamento, em que aquele que sente ou o experienciador, é a revista e o fenômeno é o texto verbal “Promoção: A Abril banca seu sonho”.

Tais processos, mentais e verbais, na linguagem verbal, são expressos, respectivamente, pelo uso de verbos relacionados a processos perceptivos, cognitivos e emotivos, como por exemplo, pensar, gostar, sentir; e por verbos que designam os processos de fala, como, por exemplo, falar, gritar, discutir, informar e perguntar.

4. HARMONIA ENTRE O VERBAL E O VISUAL

Segundo Martinec e Salway (2005), com os avanços da tecnologia, os recursos que se apresentam para a mídia são inúmeros e, por conseguinte, exigem certa aprendizagem multimodal, ou seja, o leitor precisa aprender a ler palavras e imagens ao mesmo tempo.

Para o dialogismo de Bakhtin (2000), a construção dos novos sentidos é feita a partir das diferentes mesclagens entre vozes - a polifonia, ou seja, há um “trançar de fios” de diferentes cores para formar um tecido com uma “nova cor”

O anúncio abaixo (foto 7), é uma exemplo de uma análise que não podemos fazer só com ajuda da gramática do design visual. Pois para termos uma melhor análise da imagem precisamos ler o verbal também. Corroboramos com a idéia de Dionísio (2006), quando esta afirma que a apresentação visual de uma página ou uma tela de computador dá ao leitor um sentido imediato do gênero textual ali apresentado e que a imagem e as palavras mantêm uma relação cada vez mais próxima e integrada.



Foto 7: verbal e visual

Esse processo apresenta o ‘ator’ e a ‘meta’, mas não apresenta o consumidor, ou seja, quem compra o carro. Podendo ser o pai, a mãe, a tia, ou qualquer pessoa. O participante interativo (o anunciante), não está sendo representado como consumidor. Como já vimos na primeira narrativa, o banco está sendo um participante representado pela jovem (a ação de entregar a chave do carro) no sentido de entregar o carro.

Com a harmonia do enunciado verbal “para acelerar um sonho...” podemos até questionar se não é uma crítica um carro sendo dirigido por uma adolescente em nossa sociedade, um sonho antecipado ou várias outras interpretações. Logo, não podemos esquecer que uma imagem tem um caráter de uma mensagem aberta. O texto não-verbal é uma experiência cotidiana, a leitura não-verbal é uma inferência sobre essa experiência, e cada um de nós temos experiências diferentes (Burgin, 2005).

Analicamente pode ser descrito como:

	Ator	Processo	Meta
1. Processo	Ela (banco)	entregar	Chave – carro
2. Processo	Ela (sonho)	dirigir	Carro – novo
3. Processo	-	comprar	Carro (novo ou velho)

Tabela 02- Processo de análise no anúncio do Banco do Brasil

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As cores, os ambientes, os enunciados das falas, os textos, os sons presentes nas imagens digitais, simbolizam significados que serão administrados pelas leituras daqueles que as fazem e daqueles que as assistem. Como já foi citado, tanto quem vê quanto quem produz as representações estão sujeitos a leituras sociais reais.

Interpretar uma imagem é um processo complexo que envolve o verbal e os aspectos mais diversos do mundo social e cultural. Apesar de fazer parte do cotidiano e merecer atenção, os textos multimodais ainda são pouco explorados durante a vida escolar: não somos “alfabetizados” para ler imagens, via de regra não há nenhum tipo de ensinamento ou treinamento formal para interpretar qualquer imagem. O conhecimento escolar é preponderantemente verbal, que acaba produzindo, de acordo com Kress e van Leeuwen (1996), iletrados visuais.

O letramento visual é um processo árduo, que exige prática e sólidas bases teóricas. A gramática visual motivou a produção deste trabalho, fornecendo um aparato teórico que possibilitou a análise quanto à produção e interpretação de textos multimodais, com ênfase nas estruturas narrativas. A experiência descrita neste artigo configura-se como um ponto de partida para o processo pedagógico. É importante o professor conhecer as linguagens da mídia, dominar a dinâmica dos textos digitais, com seus links para outros textos. A escola não pode esquecer que o digital entrou em cena e já faz parte de quase tudo em nosso cotidiano.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M.M. 2000. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins fontes.

BORDWELL, David.; THOMPSON, Kristin. 1997. **Film art: An Introduction**, 5th edition. McGraw-Hill.

COPE, B.; KALANTZIS, M (eds). 2001. **Multiliteracies: literacy learning and the design of social futures**. Routledge, London.

CHATMAN, Seymour .1978. **Story and Discourse: Narrative structure in fiction and film**, Cornell University Press.

DIONISIO, A. P. 2006. Gêneros multimodais e multiletramento. In: KARWOSDKI, Acir. M.at all.(Orgs.).**Gêneros textuais: reflexões e ensino**.Rio de janeiro: Lucena Editora.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2ª edição, 1997. 236

HODGE, R.; G. KRESS. 1988. **Social Semiotics**. Ithaca, New York: Cornell University Press.

HALLIDAY, M.A.K. 1994. **An introduction to functional grammar**. 2. ed.. London: Edward Arnold.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. 1996. **Reading images: a grammar of visual design**. London: Routledge

KRESS, G *at al.* 2001. Multimodal teaching and learning. London: Continuum. Cap.1, **Rhetorics of the science classroom: a multimodal approach**, p.10- 1.

MACKEN-HORARIK, M. 2004. **Interacting with the multimodal text: reflections on image and verbiage in ArtExpress**. Visual Communication, vol. 3(1): 5-26

MARTINEC, R.; SALWAY, A. .2005. **A system for image-text relations in new (and old) media**. Visual Communication, 4(3), 337-371.

NEW LONDON GROUP .1996. **A pedagogy of multiliteracies designing social futures** . Harvard Educational Review, 66(1), 60-92.