

LETRAMENTO VISUAL: DA WEB AO CELULAR¹

Giselda dos Santos Costa²

CEFET- PI- UNED Florianópolis

Resumo: O objetivo deste trabalho é exemplificar como o professor pode analisar criticamente uma imagem multimodal digital (multiplicidade de signos) 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 artigo mostra uma análise dos processos de representação narrativa que elas podem ser de negociação ou de não-negociação, estando ou não interagindo entre si, 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 that can be negotiation or no-negotiation interacting, 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.

Keywords: Multimodal Digital Text . Visual Literacy. Visual Grammar.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Na Finlândia, onde surgiu a Nokia, empresa que lidera a venda de celulares no planeta, o futuro do aparelho já está desenhado e resumido em uma sigla: MMM, as iniciais em inglês de Modo de Mídia Móvel. Se o trio mais famoso da tecnologia até hoje era WWW, World Wide Web, a partir de agora vire-o de cabeça para baixo com a tecnologia móvel. Essas tecnologias mantêm uma relação cada vez mais próxima, cada vez mais integrada nos dias de hoje. Os computadores e celulares deixaram de ser apenas ferramentas de recepção. Hoje, são também de produção. Uma pessoa pode tirar fotos ou fazer vídeos com um celular e publicá-los na internet. Qualquer um pode editar e produzir conteúdo, principalmente o conteúdo visual, o que mais estamos vendo nesta geração digital.

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

¹ Trabalho apresentado no II Encontro Nacional sobre Hipertexto – Gêneros Digitais em Fortaleza – UFC

² Mestre em Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE . E-mail: gis6633@hotmail.com

modalidades semióticas em sua composição tomaram o lugar das tradicionais práticas da escrita, provocando efeitos nos formatos e nas características destes textos, resultando no que foi denominado multimodalidade, multiletramentos, hipermedialidade e interatividade.

Todos esses termos, de acordo com Kress e van Leuween (1996, p.183), reconhecem a multiplicidade de significados que combina vários modos (visual, textual, auditivo, movimento, etc.) como também os seus contextos sociais. Os autores acima 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, tornando-se uma pessoa letrada.

Segundo Dionísio (2006), uma pessoa letrada deve ser aquela capaz de atribuir sentidos a mensagens oriunda de múltiplas fontes de linguagem, bem como ser capaz de produzir mensagens, incorporando múltiplas fontes de linguagem.

A falta de teoria relativa a textos visuais no contexto mais amplo de multimodalidade já está sendo estudado e pesquisado no contexto australiano (por exemplo, Unsworth, 2002) no Reino Unido (por exemplo, Kress, 2000) e nos Estados Unidos (Lemke, 1998). Este último autor (1998), já apontava a importância dos textos em ambientes digitais multimodais nos letramentos contemporâneos, afirmando que

a próxima geração de ambientes de aprendizagem interativos inclui imagens visuais, som, vídeo e animação, todos práticos quando velocidade e capacidade de armazenamento permitem acomodar essas formas de significação topológicas densamente informativa (LAMKE, 1998 p.52).

Podemos, também, afirmar que há uma rápida crescente quantidade de pesquisadores preocupados com a investigação envolvendo o letramento³ das tecnologias digitais (celular, computador), que estão criando novos modos de produção/ recepção/ circulação dos textos visuais. Alguns deles: (Alvermann e Hagood, 2000,; Kist, 2000,; Pailliotet, 2000,; Schwartz, 2001).

1. MÍDIAS E GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL

Todos os textos com base numa tela de computador e numa página ou na tela de um celular são visuais e seus elementos visuais e arranjos podem ser analisados. Assim como se aprende a ler e a produzir os textos verbais, possuindo uma gramática específica para tais

³ Ressaltamos que letramento, nesse contexto, não significa apenas o reconhecimento das letras do alfabeto, ou saber escrever e ler, mas a habilidade em usar a língua com eficácia, nas funções que ela exerce na sociedade.

processos, é necessário apreender a ler os textos multimodais, determinando algumas regras e estruturas formais para formulá-los e interpretá-los. É preciso compreender que saturação de cores, planos e inclinações, sons e movimentos não são selecionados em vão, já que estes elementos trabalham para criar significado.

O trabalho de Kress e van Leeuwen (1996) e sua gramática visual é um estudo de grande utilidade na compreensão metalingüística. Com esta gramática é possível verificar os diferentes modos de representação de um texto não – verbal, cada um com uma maneira diferente de representar o mundo. Eles desenvolveram um trabalho para análise de imagens, baseado na gramática sistêmica funcional, proposta por Halliday (1994), a qual denominaram de “Gramática do Design Visual”. Segundo Halliday

Gramática vai além de regras formais de correção. Ela é um meio de representar padrões da experiência. Ela possibilita aos seres humanos construir uma imagem mental da realidade, a fim de dar sentido às experiências que acontecem ao seu redor e dentro deles (HALLIDAY, 1994 p.101).

Este modelo de gramática visual reconhece que todos os textos têm união social, cultural, e aspectos contextuais que devem ser considerados, como também em sua audiência e propósito. Kress e van Leeuwen sugerem que a imagem simultaneamente:

1. Represente ações, objetos, e situações;
2. Produz interação ou significado interpessoal entre o que vê e o que é visto pelo uso de características como cor, ângulos, distância, e tipo de mídia empregada (por exemplo, fotografias, arte, diagramas, etc.);
3. E através do layout você seleciona valores ou enfatiza um elemento particular dentro da imagem ou no enunciado verbal.

2. ANÁLISE CRÍTICA DE TEXTOS MULTIMODAIS

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.

De acordo com o modelo deste estudo, as leituras visuais podem entrar na cadeia de significantes de três modos: Representação narrativa, Interação, e Composição. Neste artigo, a ferramenta analisada com base nesta gramática serão textos digitais analisando apenas o primeiro modo – a representação narrativa.

Esta representação descreve os participantes em uma ação (dada como natural), em um processo de transformação e mudança e está dividida em duas partes: a narrativa de negociação e a narrativa de não-negociação. Categorias que serão definidas a seguir.

2.1. NARRATIVA: PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO

Como sabemos a narração é um tipo de texto marcado pela temporalidade, ou seja, como seu material é o fato e a ação que envolve personagens, a progressão temporal é essencial para seu desenrolar: as ações direcionam-se para um conflito que requer uma solução, o que nos permite concluir que chegaremos a uma situação nova. Portanto, a sucessão de acontecimentos que levam a uma transformação, a uma mudança, e à trama que se constrói com os elementos do conflito desenvolvem-se necessariamente numa linha de tempo e num determinado espaço.

Um exemplo de representação narrativa de um texto multimodal é um anúncio, encontrado na homepage do Banco Itaú, que descreve o processo de temporalidade, conflito e solução, ou seja, um processo de ação transformativa.



Figura 1 – Estrutura narrativa negociável.

Assim, aquilo que na língua é realizado por meio de palavras da categoria “verbos de ação”, em imagens é realizado por elementos como vetores ou meta. Neste anúncio, o vetor é constituído pelo pai (ator)⁴ que realiza a ação de compra) e com essa compra há uma solução transformativa.

⁴ O participante que executa a ação é chamado de Ator.

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.

Observando essa imagem, concordamos com Dionísio (2006), quando 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 próximas e integradas. No entanto, os autores (1996) enfatizam que nem todas as significações que são realizadas pela língua verbal podem ser realizadas da mesma forma pela imagem e vice-versa, os diferentes códigos semióticos possuem diferentes potencialidades, que são definidas historicamente e socialmente em contextos determinados.

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 do Itaú, os participantes representados podem ser indicados como o pai, a criança, as profissões, cursos universitários.

Neste exemplo, nota-se uma ambigüidade no participante representado. 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 Itaú protege / realiza os sonhos de seu filho” ou “O Banco Itaú 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.

O processo representado neste anúncio pode ser classificado, de acordo com a gramática visual, como um processo negociável, ou seja, algo feito por um ator a uma meta definida. Como no anúncio acima foram identificados três processos, um subordinado ao outro, 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 01- processo de negociação no anúncio do Itaú.

2.2. NARRATIVA: PROCESSO NÃO – NEGOCIAÇÃO

Dentre os processos narrativos, Kress e van Leeuwen (1996) descrevem, além de negociação, analisada acima, o processo de não - negociação. Ao contrário do negociável, esse processo só apresenta um ator e não apresenta a meta, o que poderia ser traduzido para a linguagem verbal com um verbo intransitivo, que dispensa objetos.

Podemos observar uma imagem de um artigo sobre vendas de produtos de beleza on line da empresa de cosmético AVON. 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.



Foto 2 – Estrutura narrativa não – negociável .

Outro exemplo de análise visual é o anúncio que o Banco do Brasil enviado por celular ou presente nas telas dos caixas eletrônicos, ainda cartazes espalhados por todo o banco.

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.



Foto 3- narrativa mista

Com a harmonia do enunciado verbal “para acelerar um questionar se não é um incentivo ou uma crítica um carro sendo dirigido por uma adolescente em nossa sociedade.

Analicamente pode ser descrito como:

Ator

Processo

Meta

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

Tabela 02- Processo de narração mista 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 é 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 Leuween (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 na Internet via computador ou via celular, 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

ALVERMANN, D.E.; Hagood, M. 2000. *Critical media literacy: Research, theory, and practice in new times*. Journal of Educational Research, 93(3), 193-205.

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

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

KIST, W. 2000. *Beginning to create the new literacy classroom*: What does the new literacy look like? *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 43(8), 710-718.

KRESS, G. 2000. *A curriculum for the future*. *Cambridge Journal of Education*, 30(1), 133-145.

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

LEMKE, J. 1998. Metamedia literacy: Transforming meanings and media. In D. Reinking, M.C. McKenna, L.D. Labbo,; R.D. Kieffer, R.D. (Eds.), *Handbook of literacy and technology*: Transformations in a post-typographic world. Mahwah, NJ: Erlbaum.

PAILLIOTET, A.W. 2000. *Intermediality*: Bridge to critical media literacy. *The Reading teacher*, 54(2), 208-220.

PETERMANN, J. 2005. *Textos publicitários multimodais*: Revisando a gramática do design visual. Disponível em:
<<http://repositorio.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/18202/1/R0413-1.pdf>>.
Acesso em 10/10/2007.

SCHWARTZ, G. 2001. *Literacy expanded*: The role of media literacy in teacher education. *Teacher Education Quarterly*, Spring, 111-119.

UNSWORTH, L. 2002. *Changing dimensions of school literacies*. *Australian Journal of Language and Literacy*, 25(1), 62-77.

_____. 2001. *Teaching multiliteracies across the curriculum*: Changing contexts of text and image in classroom practice. Buckingham, UK: Open University.