

A FUNÇÃO DA IMAGEM VISUAL NO TEXTO MULTIMODAL PROPOSTA ENSINO/APRENDIZAGEM

Elenize Café dos Santos (UEFS)
elenize_cafe@yahoo.com.br

Profa. Dra. Lílian Miranda Pacheco (UEFS)
dlp.ba@terra.com.br

Suely dos Santos Souza (UEFS)
mission.suely@hotmail.com

1 Introdução

Este trabalho tem por meta, discutir o conceito de texto e apresentar uma proposta metodológica para a leitura da imagem visual em textos Multimodais. De acordo com a visão de Kress; van Leeuwen (2001), consideramos que na cultura ocidental, durante muito tempo, deu-se preferência a um tipo de produção discursiva monomodal, ou seja, priorizava-se a linguagem verbal, escrita e falada, em detrimento a outras formas de interação tais como imagem ou música e etc.

Contudo, estudos apontam que a modalidade verbal escrita, torna-se apenas um dos modos de representação cultural. Mas vale salientar, que mesmo ao constatar a pluralidade de linguagens, em termos de estudos lingüísticos, o que se verifica ainda é o enfoque na escrita, que não basta mais para revelar a totalidade dos usos da língua e de seus fenômenos.

Por conseguinte, nos últimos anos, na cultura ocidental, na era considerada tecnológica, diversos modos de linguagens são utilizados e articulados ao mesmo tempo na elaboração dos textos, conferindo-lhes significados específicos no processo de leitura e interpretação em um dado contexto. Como consequência direta desse fenômeno, houve mudanças significativas nas configurações dos textos.

Essas mudanças significativas com relação à linguagem em uso trazem à tona um novo tipo de texto, que se mostra bastante recorrente nas práticas sociais atualmente: o texto multimodal. Para a Teoria da Multimodalidade¹, o texto multimodal² é aquele cujo significado se realiza por mais de um modo semiótico, conforme (KRESS & VAN LEEUWEN, 1996).

¹ Multimodalidade, portanto, se refere ao uso de mais de um modo de representação num gênero discursivo. Mayer define a multimodalidade (que ele intitula multimedia) nos gêneros discursivos escritos como a apresentação de um material usando palavras e imagens. Por palavras, eu quero dizer um material que é apresentado na forma verbal, tais como textos escritos ou orais. Por imagens, eu me refiro ao material que é apresentado na forma pictórica, tais como os que fazem uso de gráficos estáticos, incluindo ilustrações, tabelas, fotos, ou mapas, ou os que usam gráficos dinâmicos, que incluem animação ou vídeo (MAYER, 2001, p.2).

Também vale considerar, que os estudos na perspectiva dos gêneros discursivos, na década de 90, romperam com a abordagem tradicional e linear de leitura e produção de texto que se limitava à narração, descrição e dissertação, enfatizando apenas os aspectos estruturais da língua. Agora, as discussões sobre a prática de leitura e escrita estão centradas numa perspectiva discursiva, em que o aluno passa a ser considerado autor do seu próprio discurso.

Portanto, tende a ser satisfatório que o ensino de Língua Portuguesa nas escolas brasileiras, possibilite ao aluno, desde cedo, o contato com diferentes gêneros discursivos que circulam socialmente. Nesse sentido, o aluno passa a não ser simplesmente preparado para as práticas lingüísticas, mas também seu conhecimento se amplia para atuar nas situações concretas de participação social como cidadão ativo.

Assim, neste artigo, apresentamos um texto multimodal lido a partir de algumas categorias analíticas da Gramática do Design Visual de Kress e van Leeuwen (1996), que objetiva trabalhar a leitura em uma perspectiva multimodal. Tomou-se como objeto de estudo, 1 anúncio, da marca Hortifruti, do período de 2011, considerado como um gênero multimodal informativo.

Em suma, diante do exposto, percebe-se que a noção de produção e leitura de texto se amplia a partir da noção de multimodalidade. Assim assinala-se a importância de verificar a produção de sentidos que as linguagens possibilitam dentro de um contexto social, além de ampliar a leitura de textos que extrapolam a linguagem verbal escrita.

2 Discussão da pesquisa

A inquietação dessa pesquisa surgiu a partir da minha experiência pessoal, enquanto professora da disciplina Redação, no Projeto Universidade Para Todos UEFS, em 2008, quando a coordenadora de área apresentou um texto para trabalhar com os alunos, constituído da linguagem verbal escrita e de uma imagem, que tinha as seguintes perguntas e imagem: O que é um texto? Uma imagem é um texto? Vejamos:

² Texto Multimodal “são um conjunto de múltiplas formas de representação ou códigos semióticos que, através de meios próprios e independentes, realizam sistemas de significados”. (KRESS & VAN LEEUWEN, 1996).



Texto 1: Retirado do livro Português Língua, Literatura e Produção de texto, 2005.

O autor desse texto ainda diz o seguinte: “se fôssemos extrair todas as informações presentes nessa imagem, poderíamos dizer que: vê-se um pouco de grama; na grama aparece um tronco, com um pequeno galho, ambos cortados; sobre o tronco está pousando um pássaro cuja cabeça também parece ter sido cortada” (livro Português Língua, Literatura e Produção de texto, 2005, p. 152).

Naquele momento percebi que nunca tinha pensado a palavra texto, numa perspectiva além do verbal escrito e falado. Assim, a partir dessa situação-problema, constatee a necessidade de um estudo mais aprofundado sobre o que é um texto, e se uma imagem é um texto, e assim, tem se constituído o meu “novo” de investigação.

Em princípio, quando iniciei o desenrolar desse novo de investigação sobre o que é um texto, me deparei com estudos e pesquisas que apontavam que a partir da década de 90, os gêneros discursivos romperam com a abordagem tradicional e linear de leitura e produção de texto, que se limitava à narração, descrição e dissertação, enfatizando apenas os aspectos estruturais da língua.

Sendo assim, no contexto de 1990, as discussões sobre a prática de leitura e escrita estavam centradas numa perspectiva discursiva, em que o sujeito passa a ser considerado autor do seu próprio discurso. Assim, tende a ser satisfatório o contato com diferentes gêneros discursivos que circulam socialmente, a partir da diversidade textual. Nesse sentido, o ato de ler não deve centra-se apenas é simplesmente nas práticas lingüísticas, mas também, deve se ampliar para atuar nas situações concretas de comunicação.

No caminhar da pesquisa, percebi que o desafio é preocupante, com relação o que é um texto, e se uma imagem é um texto, pois até recentemente, a pedagogia do letramento era um projeto restrito a forma de linguagem verbal escrita. No entanto, vivemos numa era de linguagens visuais onde temos contato com vários gêneros textuais discursivos através de vários suportes como: (TV, computadores, gráficos, entre outros), o que leva muitos autores a

advogarem a necessidade de um sistema educacional com mais ênfase no letramento visual, ou seja, na comunicação e na recepção de mensagens visuais.

No Brasil, quanto a estrutura básica da Língua Portuguesa, temos algumas gramáticas, que dão “suporte” ao aluno, ler o texto verbal escrito, como por exemplo: a gramática Gerativa, Descritiva, Normativa Prescritiva e outras.

Com relação à imagem visual, temos atualmente a Gramática do Design Visual, elaborada pelos professores Kress e van Leeuwen, (1996), que pode ser uma ferramenta aplicada para a leitura e produção de textos Multimodais verbais e não verbais, que podem ser utilizada, para produzir e compreender significados dos textos. Os autores dessa Gramática, apontam para a importância de um “letramento visual”, para dá suporte ao leitor verificar a produção de sentidos nos gêneros discursivos, dentro de um contexto social, além de ampliar a noção de texto e leitura.

3 Algumas considerações sobre a Gramática do Design Visual (1996)

A gramática do Design Visual foi elaborada em 1996 pelos professores Gunther Kress do Departamento de Aprendizagem, Currículo e Comunicação da Universidade de Londres, Inglaterra, e Theo van Leeuwen, decano da faculdade de Humanidades e Ciências Sociais, da Universidade de Tecnologia, em Sydney, na Austrália. Essa gramática surge no contexto de investigação linguística com o intuito de suplantar algumas das dificuldades em se analisar sistematicamente estruturas visuais e outros códigos semióticos do gênero, dado que, até então, os paradigmas de investigação de estruturas visuais enfocavam exclusivamente o “léxico” das imagens, ou seja, não iam além da camada denotativa, conotativa e/ ou iconográfica de seus níveis de significação (KRESS E VAN LEEUWEN, 1996).

Os elaboradores da Gramática do Design Visual, Kress e van Leeuwen (1996), partiram do pressuposto de que os elementos internos das imagens são combinados entre si para comunicar um “todo coerente” e, dessa forma, expressa significados distintos. Portanto, advogam que existem estruturas gramaticas em imagens, no momento que estas codificam interpretações da realidade e relações sociointeracionais.

Em princípio, a iniciativa em construir a Gramática do Design, surgiu em perceber a demanda de instrumentos empregados para se “ler” e interpretar imagens no campo da Semiótica Visual. Com isso surgiu a necessidade de se propor uma ferramenta crítico-analítica para a investigação de estruturas visuais. Também vale salientar, que a necessidade em ler imagem aponta para a questão da influência da cultura global de mídia, a qual tem

exercido um caráter mais “normatizador” do que “normativo” para a leitura e produção de imagens.

Vale considerar, que historicamente outras escolas além da Linguística se propuseram a trazer conceitos linguísticos para o âmbito das imagens. A exemplo temos: Escola de Praga, dos anos 1930 a 1940, desenvolvida a *foreground* partir do Formalismo Russo, a qual transferiu o conceito linguísticos para as imagens; A Escola de Paris, dos anos 1960 e 1970, responsável por trazer ao âmbito das imagens ideias de Saussure, entre outros linguísticas, a qual foi fortemente influenciada por profissionais de diversas áreas: Barthes e a moda, Mertz e o cinema e outros. Também a tradição Sociosemiótica, desenvolvida a partir de 1990, influenciada por nomes como Halliday e sua linguística Sistêmico-Funcional, Ootole, Kress e van Leeuwen e sua Sermiótica Visual, dentre outros.

Em suma, o que Kress e van Leeuwen (1996, p. 3) advogam é que as imagens são “códigos de significados imbuídos de estruturas sintáticas próprias e dotadas de significado potencial, e não como veículos neutros desprovidos de seu contexto social, político e cultural”. Sendo assim, os autores propõem uma leitura crítica de imagens nos gêneros discursivos, correlacionada a área da ADC, até então veiculada exclusivamente à análise de textos verbais escritos.

4 Características do Texto Multimodal

O texto multimodal na cultura ocidental e na era da tecnologia, pode ser caracterizado como o uso de mais de um modo de representação da linguagem num gênero discursivo, utilizado e articulado pelo produtor na construção do texto, conferindo-lhe significado específico no processo de leitura e interpretação em um dado contexto.

Segundo Kress e van Leeuwen (1996, p. 374), o texto Multimodal “são um conjunto de múltiplas formas de representação ou códigos semióticos que, através de meios próprios e independentes, realizam sistemas de significados”. Sendo assim, os autores advogam que o texto Multimodal, pode ser pensado tanto na perspectiva de conjunção de várias linguagens, ou seja, de um todo, como na perspectiva de uma única linguagem, ou seja, de uma parte, para construção de sentido.

O Texto Multimodal, na perspectiva denominada como um **todo** ver-se conjugadas as diversas linguagens: a imagem visual, a verbal escrita e falada, a gráfica, a sonora, a dança, a gestual, a palativa, a olfativa e outras, que num determinado contexto se conjugam e produzem os sentidos, pretendidos pelo produtor, pois é quem escolhe a distribuição e seleção

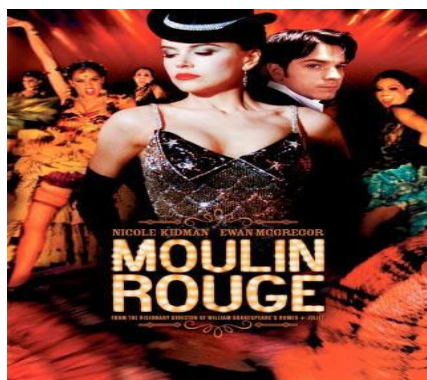
dos elementos e das linguagens utilizadas no texto. Também, a multimodalidade da linguagem como um **todo**, se expressa, com a participação da intertextualidade, ou seja, uma linguagem conjugando com outra do mesmo contexto, ou fazendo referência à outra linguagem extra-contexto, para completar, ou reforçar o sentido do texto.

O Texto Multimodal, na perspectiva denominada como uma **parte**, se confaz com a participação de uma única imagem no texto, mas considerando os seguintes elementos: cor, tom, linha, textura, simetria, saliência, enquadramento, perspectiva e outros elementos.

Em suma, o Texto Multimodal na perspectiva denominada como **um Todo**, tanto pode ser considerado como multi com relação às linguagens que se conjugam num mesmo espaço, ou extra-espaço, quanto com relação aos elementos que compõem cada imagem no texto. E com relação, **a parte**, o texto Multimodal pode ser considerado monomodal com relação à imagem que o produtor escolheu para representar uma determinada realidade, e multimodal, com relação à escolha e distribuição dos elementos que o compõem.

5 Texto Multimodal Analisado

Esta parte do artigo constitui o cerne da análise. Para atingir o objetivo proposto no artigo, de verificar a função da imagem visual, vejamos abaixo à apresentação do texto multimodal selecionado, e as categorias de análises baseadas na Gramática do design Visual, propostas por Kress e Van Leeuwen (1996), para responder a questão proposta.



Texto 1



Texto 2

O gênero textual selecionado para essa análise é um anúncio, intitulado Melão Rouge!, criado para fazer a propaganda dos produtos da empresa Hortifruti, que é considerada a maior rede varejista de hortifrutigranjeiros do Brasil. A Hortifruti, está presente nos estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo com 24 lojas, por onde circulam mais de 1,6 milhão de clientes e são comercializadas 15 mil toneladas de frutas, legumes e verduras mensalmente.

Em duas décadas de vida a Hortifruti, criou um novo segmento e revolucionou a maneira de cariocas e capixabas fazerem suas compras. Se antigamente ia-se à feira, à quitanda, ou ao mercadinho, hoje os clientes vão à Hortifruti.

Analisando os textos 1 e 2 com algumas categorias analíticas de acordo com a Gramática do Design Visual de Kress e van Leeuwen (1996), inicialmente apontamos o seguinte: o posicionamento de um elemento nos eixos horizontal ou vertical de um texto multimodal pode dar pistas claras ao leitor em relação ao seu valor informativo. No entanto, o valor informativo da posição de cada elemento pode variar dependendo da cultura onde o sujeito está inserido. Sendo assim, culturas que tenham direcionamentos de leitura diferentes podem atribuir valores diferentes às mesmas posições de um elemento num mesmo texto multimodal.

Considerando a categoria **valor da informação**, no texto 2, a qual se refere à posição dos elementos que confere valores específicos de informação ligados a várias zonas das imagens, nesse texto, é perceptível que a imagem visual foi estruturada na dimensão do centro, onde vemos um melão com um chapéu na cabeça, que está localizado em primeiro plano, entre cortinas vermelhas, representando e fazendo uma analogia a atriz principal do filme *Moulin Rouge* do texto 1, ou seja, agora chegou a vez da empresa Hortifruti entrar em cena, pois é a líder no mercado brasileiro em produtos hortifrutigranjeiros. Segundo Kress e van Leeuwen (1996), se um elemento é posicionado no centro, ele é considerado o núcleo da informação, ao qual os outros elementos serão, em maior ou menor grau, subservientes.

Vale salientar, que no texto 2, o produtor colocou a imagem visual no centro em destaque, representada através do **melão**, em primeiro plano e enquadrada pelas linhas divisórias, ou seja, uma cortina da cor vermelha. A cor vermelha no filme **Moulin Rouge**, representa a paixão e o amor, temas centrais do filme. Sendo assim, possivelmente no anúncio a cor vermelha representa o amor entre o melão e o cliente. A imagem do melão se destaca também pelo seu tamanho, afinal ele representa uma estrela, uma celebridade da Hortifruti.

Também, no texto 2 com relação a imagem visual, localizada no centro, é perceptível a multimodalidade da linguagem se expressando, com a participação da intertextualidade, ou seja, uma linguagem conjugando com outra extra-contexto, para completar, ou reforçar o sentido do texto. Constatamos no anúncio *Melão Rouge*, a intertextualidade representada através da celebridade (atriz do filme) e da fruta no centro do texto, funcionando como o **núcleo da informação**.

No texto 2, o produtor colocou a esquerda, a imagem verbal escrita, representada através das seguintes palavras: **Melão rouge!**. Segundo Kress e van Leurren o lado esquerdo,

seria o lado do ‘dado’, da informação de que se espera que o leitor já tenha conhecimento, ou seja, as ideias prévias sobre a temática abordada no texto, sendo assim, o explícito, já conhecido, ou seja, o melão, que é a celebridade (a estrela) da Hortifruti. Portanto, o leitor que assistiu o filme Moulin Rouge compreende com mais facilidade o sentido desse texto.

A análise aponta que o produtor do texto 2, colocou à direita a linguagem verbal escrita caracterizada pela seguinte frase: **COMO RESISTIR A BELEZA - DESTA GRANDE ESTRELA - DA HORTIFRUTI?** É perceptível mais uma vez a intertextualidade da linguagem, nesse texto, pois o produtor do texto relaciona o anúncio da Hortifruti a grande estrela do filme Moulin Rouge. Sendo assim, o produtor do texto 2, para persuadir o leitor em comprar os seus produtos, leva-o a refletir sobre a seguinte questão: se a Hortifruti é a líder no mercado brasileiro, em hortifrutigranjeiros, como resistir a sua beleza e a qualidade dos seus produtos? Segundo Kress e Van Leeuwen (1996, p.186), lado direito da página é o lado da mensagem subliminar, do ‘novo’, da informação nova, à qual o leitor deve prestar atenção, pois é onde está o implícito do texto.

No texto 2, com relação ao lado direito, também, podemos apontar aspectos com relação a saturação da cor amarela do melão, destacando-o dos outros elementos que compõem o texto pela intensidade da cor. Nesse lado do texto, podemos apontar também o tom pastel que é marcado contrastando com a vivacidade do vermelho, pois o tom pastel representa melancolia, tristeza, que pode ser entendida aqui, como sentimentos que a Hortifruti terá caso o cliente não atenda a sua “chamada”, ou seja, a compra do produto.

A margem inferior, do texto multimodal é vista como o local do ‘real’, em outras palavras, informação mais concreta, específica ou prática. No texto 2, o produtor colocou na margem inferior a imagem verbal escrita com a seguinte frase: **Aqui a natureza é a nossa estrela**, e também colocou o símbolo da Hortifruti um melão na cor vermelha. Ou seja, o produtor do texto 2, reforça mais uma vez a ideia de qualidade dos produtos da Hortifruti, dizendo que a empresa só trabalha com produtos de ponta, sem agrotóxicos, altamente naturais, de primeiríssima qualidade. Sendo assim, fica perceptível que mais uma vez utiliza as estratégias de persuasão para e convencer o leitor do anúncio a comprar os produtos da Hortifruti.

Considerações Finais

A análise revelou que textos que envolvem as modalidades imagem verbal escrita e imagem visual, podem ser lidos a partir de uma leitura não-linear, que se caracteriza por ser

determinado pelo produtor e leitor, o qual pode iniciar a leitura e construção da esquerda para a direita, de cima para baixo, centro e outros.

Com base nas teorias apresentadas, acredita-se ser substancial a contribuição da Teoria da Multimodalidade na leitura dos significados no texto Multimodal. A vertente embasada na Gramática do Design Visual de Kress e Van Leeuwen (1996) demonstrou ser uma importante ferramenta na leitura da linguagem não-verbal com relação à imagem visual.

Observa-se também, que o conceito de texto na cultura ocidental e na era da tecnologia, pode ser compreendido como o uso de mais de um modo de representação da linguagem num gênero discursivo, utilizado e articulado pelo produtor, construídos pela intenção entre produtor e receptor.

REFERÊNCIAS

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Reading images: the grammar of visual design**. 2 ed. London: Routledge, 1996.

KRESS, G., LEITE-GARCÍA, R. & van LEEUWEN, T. **Semiótica Discursiva**. In: El Discurso como Estructura y Proceso. Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria. (vol.1). Barcelona, Gedisa editorial, 2000.

KRESS, G. R. e van LEEUWEN, T. **Multimodal Discourse: the modes and media of contemporary communication**. London: Arnold, 2001.
1995.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. In Dionísio, A. P.; MACHADO, a.r; bezerra, M.A. (Orgs). Gêneros Textuais e Ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002, p. 19-36.