



Letramento digital: práticas de leitura e escrita em textos verbo-visuais

Vinícius Samuel da Silva de Paula
viniciusp@alunos.utfpr.edu.br
Universidade Tecnológica Federal
do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil

RESUMO

As mídias têm assumido papel significativo na configuração da cultura pós-moderna e impactado as práticas sociais de leitura. Essas práticas apresentam novos desafios aos letramentos e às teorias devido à multiplicidade de linguagens, semioses e mídias envolvidas na produção de sentido. No contexto da cibercultura, a leitura e a escrita recebem configurações digitais que possibilitam novas composições e hibridizações de recursos multissemióticos, que não só congregam a linguagem escrita, a imagem, o som e o movimento, mas também favorecem interatividade e participação ativa do leitor. Considerando esses aspectos, o presente trabalho tem por objetivo analisar a multiplicidade de semioses que constitui os textos publicitários interativos e as possibilidades de produção de sentido envolvidas no uso das semioses como prática de letramento digital. Trata-se de pesquisa qualitativa, cujo arcabouço teórico-metodológico se apoia nos estudos dos Multiletramentos (STREET, 2004; COPE; KALANTZIS, 2009 e ROJO, 2014) e nos estudos do Círculo de Bakhtin, entre outros. A análise demonstrou que os processos interativos explorados nos textos publicitários interativos ampliam as possibilidades de produção de sentidos e conjugam uma multiplicidade de linguagens híbridas e hipersemitizadas.

Palavras-chave: Letramento digital. Multiletramentos. Multimodalidade.

Considerações iniciais

As Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) possibilitam a exploração de novas formas de produzir conhecimento e de utilizar a linguagem. Em contrapartida, ocorrem alterações nas formas de ler e escrever, uma vez que se empregam meios para além do impresso.

Na década de 90, Chartier já apontava que “[...] o novo suporte de texto (a tela do computador) permite usos, manuseios e intervenções do leitor infinitamente mais numerosos e mais livres do que qualquer uma das formas antigas do livro” (Chartier, 1998, p. 88-91). Com o intuito de oferecer exemplo para um desdobramento atualizado do uso das TDIC, este artigo irá explorar as multimedioses envolvidas na produção de sentido de um anúncio publicitário interativo, feito para funcionar em smartphones, que conta como importante recurso – o toque na tela integrado com a imagem em movimento.

Contexto de pesquisa

Em 1994 Cope e Kalantzis, integrantes do grupo de estudos Nova Londres, chamaram a atenção para a variedade de linguagens integradas proporcionadas pelas novas tecnologias. A multimodalidade, parte inseparável de toda produção textual, se expandia e se desdobrava em novas configurações, exigindo diferentes habilidades leitoras. Com a finalidade de compreender esses novos letramentos, nos anos posteriores Cope e Kalantzis produziram vários trabalhos voltados para a pedagogia de multiletramentos:

“[...]a tradicional ênfase no letramento alfabético (sons de letras nas palavras, nas sentenças, nas literaturas) necessitaria ser suplementada em uma pedagogia de Multiletramentos, por meio da aprendizagem da leitura e da escrita de textos multimodais que integrassem outros modos de linguagens.” (Cope & Kalantzis, ‘Multiliteracies’: New Literacies, New Learning, 2008, tradução minha).

Cope e Kalantzis (2008) se preocuparam em transpor o que era desenvolvido no suporte de papel para o computador, contudo nem sempre essa alteração trouxe em seu cerne, a compreensão dos processos e das relações sociais que foram instauradas com o advento da tecnologia. Zacharias (2016) compreende que as várias mídias já são parte integrante da vida dos sujeitos, seja para divertir, compartilhar informações, fazer pesquisas e jogar. Nesse contexto, a escola, como principal agência de letramento da sociedade, precisa explorar práticas multiletradas para que as crianças e jovens possam atuar de maneira efetiva na sociedade contemporânea da informação e da comunicação.

Objeto de análise

O objeto de análise são os textos multimodais que circulam na cibercultura. Para esta análise foi selecionado um anúncio publicitário interativo, que se constitui em um texto verbo-visual. O anúncio foi veiculado em junho de 2017, pela empresa de automóveis Renault e busca promover o modelo de carro Renault Stepway. A compreensão do anúncio implica dar significado à integração

do toque na tela com a imagem em ação. A investigação teve como objetivo analisar as múltiplas linguagens envolvidas na produção dos efeitos de sentido.

Metodologia

Trata-se de pesquisa qualitativa de cunho interpretativo, cujo arcabouço teórico-metodológico se apoia nos estudos dos Multiletramentos (STREET, 2004; COPE; KALANTZIS, 2009 e ROJO, 2014) e nos estudos do Círculo de Bakhtin, entre outros.

A análise do anúncio publicitário interativo foi realizada com base nos critérios destacados por Coscarelli (2016), acerca de duas atividades de interação no ambiente digital: navegar e ler. A textualidade verbo-visual foi analisada segundo os estudos de Van Leewen (2004).

Considerações finais

O anúncio parece favorecer o que Coscarelli (2016, p. 66) define como navegação, em oposição à leitura. Das oito habilidades destacadas pela autora referentes ao “navegar”, verifica-se o predomínio de quatro: localizar-se nas várias camadas de que se compõe um hipertexto; inferir o conteúdo do link a partir de seu nó; selecionar conteúdos pertinentes aos objetivos de leitura; relacionar o link ao conteúdo ou ao endereço ao qual leva.

Contudo, as atividades de navegar e ler acontecem de maneira entrelaçada, exigindo habilidades comuns, tais como: acesso lexical, processamento sintático, processamento semântico, análise de aspectos discursivos, elaboração de inferências, uso de diferentes tipos de conhecimento prévio, além da necessidade de conectar informação verbal e visual.

A análise evidenciou também que os processos interativos explorados nos textos digitais ampliam as possibilidades de produção de sentidos, uma vez que o emprego de linguagem híbrida e hipermidiática se incorpora à gênese do texto e potencializa os processos de produção de sentido pelo leitor-navegador que pode atuar como cocriador do texto.

Digital literacy: reading and writing practices in verbal and visual texts

ABSTRACT

The medias have assumed a significant role into the configuration of postmodern culture and have affected social reading practices. These practices present new challenges to literacy and theories due to the multiplicity of languages, semiosis and medias involved in the production of meaning. In the context of cyberculture, reading and writing receive digital configurations that enable new compositions and hybridisations of multisemiotic resources, which not only congregate written language, image, sound and movement, but also foster interactivity and active participation of the reader. Considering these aspects, the present work has the objective of analyzing the multiplicity of semiosis that constitute interactive advertising texts and the possibilities of meaning production involved in the use of semiosis as a practice of digital literacy. It is a qualitative research, whose theoretical-methodological framework is supported by the studies of the Multiliteracies (STREET, 2004, COPE, KALANTZIS, 2009 and ROJO, 2014) and in the Bakhtin Circle studies, among others. The analysis showed that the interactive processes explored in the interactive publicity texts amplify the possibilities of meaning production and conjugate a multiplicity of hybrid and hypersemiotized languages.

Keywords: Digital literacy. Multiliteracies. Multimodality.

Agradecimentos

Agradeço pela enriquecedora oportunidade concedida pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) através do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC).
Agradeço não menos à minha orientadora, Maria de Lourdes Rossi Remenche, que pacientemente tem me acompanhado durante essa trajetória.

Referências

BAKHTIN, M.; VOLOCHINOV, V. N. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 6.ed. São Paulo: Hucitec, 2006.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. Trad. Reginaldo de Moraes. São Paulo: UNESP, 1998b.

COPE, B.; KALANTZIS, M. **'Multiliteracies': New Literacies, New Learning**, 2008. Disponível em <<http://newlearningonline.com/files/2009/03/M-litsPaper13Apr08.pdf>> Acesso em 20 ago. 2017.

COSCARELLI, Carla Viana (orgs.). **Tecnologias para aprender**. 1 ed. Navegar e ler na rota do aprender – São Paulo: Parábola Editorial, 2013

ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo (orgs.). **Escola conectada: os multiletramentos e as TICs**. - São Paulo: Parábola Editorial, 2016.

STREET, B. **Academic Literacies and the 'new orders': implications for research and practice in student writing in higher education**, Learning and Teaching in the Social Sciences, 2004.

VAN LEEWEN, Theo; LEVINE, Phillip and SCOLLON Ron editors; **Discourse and technology: multimodal discourse analysis**; Ten reasons why linguists should pay attention to visual communication; Georgetown University Press, Washington, DC, 2004.

ZACHARIAS, Valéria Ribeiro de Castro; COSCARELLI, Carla Viana (orgs.). **Tecnologias para aprender**. Letramento digital: desafios e possibilidades para o ensino - São Paulo: Parábola Editorial, 2016.

Recebido: 31 ago. 2017.

Aprovado: 02 out. 2017.

Como citar:

PAULA, V. S. S. et.al. Letramento digital: práticas de leitura e escrita em textos verbo-visuais. In: SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA DA UTFPR, 22., 2017, Londrina. **Anais eletrônicos...** Londrina: UTFPR, 2017. Disponível em: <<https://eventos.utfpr.edu.br/sicite/sicite2017/index>>. Acesso em: XXX.

Correspondência:

Vinicius Samuel da Silva de Paula

Av. Sete de Setembro, 3165 - Rebouças, Curitiba, Paraná, Brasil.

Direito autoral:

Este resumo expandido está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional.



