

A concepção de texto e discurso para semiótica social e o desdobramento de uma leitura multimodal

Záira Bomfante dos Santos¹

RESUMO: Este trabalho tem o objetivo refletir sobre a noção de *texto* e *discurso* a partir das considerações de Kress e van Leeuwen (2006). A paisagem semiótica da comunicação tem passado por efetivas transformações. Com a ampla utilização de diversos modos semióticos a linguagem verbal ficou abalada. Assim, refletir sobre os diversos modos semióticos que configuram os textos é compreender o texto como um processo multimodal.

PALAVRAS-CHAVE: Texto; Discurso; Modos semióticos; Multimodalidade; Semiótica social.

ABSTRACT: This paper aims to reflect about the notion of *text* and *discourse* from Kress and van Leeuwen perspective. The semiotic landscape of communication has changed. With a wide and massive use of several semiotic modes, the dominance of verbal language was shaken. Thus, thinking about the different semiotic modes, is to understand both text and reading process as multimodal.

KEYWORDS: Text, Discourse, Semiotic modes, Multimodality, Social semiotic

Considerações iniciais

Nas sociedades pós-modernas, a maioria das pessoas passa seu tempo vendo textos pela TV, nas telas de computadores, gráficos digitais, ilustrações presentes na mídia impressa, livros didáticos e outros tipos de apresentações visuais. Conseqüentemente, muitos apontam a necessidade de um sistema educacional com mais ênfase na modalidade visual, mais focada no letramento visual. As teorias que serão abordadas neste trabalho – a Semiótica Social e a Multimodalidade – propiciam elementos teóricos para que tal tipo de letramento se torne possível.

¹ Doutoranda em Estudos Lingüísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Bolsista pela FAPEMIG e participante do grupo de pesquisa em Análise do Discurso - Nad - e-mail: zaira-santos@hotmail.com

Segundo Kress e van Leeuwen (2006), a paisagem semiótica da comunicação visual tem passado por efetivas transformações. Essas mudanças têm produzido efeitos na forma e nas características dessa nova escrita dos textos, que estão se tornando cada vez mais multimodais, textos nos quais coexistem mais de um modo semiótico (visual, sonoro, gestual, etc.). Devido a esse fator, é impossível interpretar textos focalizando exclusivamente a linguagem escrita, visto que esta consiste em apenas um dos modos dos elementos representativos de um texto, que por sua vez, é sempre multimodal e, por isso, deve ser lido a partir da conjunção de todos os modos semióticos nele configurados. Como toda imagem possui um significado, já não basta apenas identificá-la, mas ler e interpretá-la para compreender as implicações discursivas.

1.0- A Semiótica Social

Tem-se a Semiótica Social como a ciência que se encarrega da análise dos signos na sociedade, com a função principal de estudar as trocas das mensagens. Nessa perspectiva, a escolha dos signos e a construção dos discursos são movidas por interesses específicos, que representam um significado escolhido através de uma análise lógica relacionada a um contexto social. Segundo Kress e van Leeuwen (2006), os signos são motivados em uma conjunção de significantes e significados não arbitrária, sendo o processo de criação da mensagem complexo e oriundo da história psicológica, social e cultural de seu autor, focado a partir de um contexto específico. Ao elaborar uma mensagem, o emissor faz uma representação de algo a partir do seu interesse no objeto. Esse interesse é a fonte da seleção dos critérios a partir dos quais o objeto é percebido, sendo esses aspectos os considerados como adequados para sua representação em um dado contexto. Por sua vez, o sujeito-receptor também seleciona os aspectos da mensagem que serão interpretados. Ele sai, então, de uma posição apenas receptiva para ser um reproduzidor social do discurso, o que também está diretamente relacionado à sua vivência e a sua experiência social.

Hodge e Kress (1988) definem a semiótica como

(...) o estudo geral da semiose, isto é, dos processos da produção e reprodução, recepção e circulação dos significados em todas as suas formas, utilizadas por todos os tipos de agentes de comunicação (...). A semiótica social focaliza a semiose humana, compreendendo-a como um fenômeno inerentemente social em suas origens, funções, contextos e efeitos (...). Os significados sociais são construídos por meio de uma série de formas, textos e práticas semióticas de todos os períodos da história da sociedade humana. (HODGE E KRESS, 1988, p. 261).

Ao explanar o conceito de semiótica e sua função, Pimenta (2001) pontua que a função principal da semiótica é dar conta de troca de mensagens, quaisquer que sejam essas mensagens, ou seja, a comunicação. Uma mensagem pode ser um signo, ou uma cadeia de signos transmitidos por um produtor para um receptor de signos ou destinatário cujo cérebro produz transformações mentais a partir de experiências corporais e as codifica em forma de signos. Na comunicação através de signos, o ser humano se distingue das outras espécies, dada sua característica única de possuir dois tipos de repertórios separados de signos à sua disposição: o *verbal* e o *não verbal*. (PIMENTA, 2001, p.186)

A escolha dos signos em qualquer representação é, então, socialmente motivada e tem significados políticos e sociais, o que está intrinsecamente ligado ao poder e aos mecanismos de controle dos grupos dominantes presentes nos atos semióticos, em uma articulação dos diferentes significados sociais e culturais de cada elemento representado. Para elaborar uma mensagem, os recursos semióticos não estão restritos à escrita, à fala e à imagem, pois podem incluir tudo o que pode ser feito em diferentes formas, permitindo a articulação de diferentes significados sociais e culturais. Assim, *paisagem semiótica* passa a ser a denominação dada as diversas formas ou modos que ambientam o processo comunicacional. Os modos semióticos, tanto os verbais quanto os não verbais, são as diversas formas de representação utilizadas para compor um texto – questão trabalhada pela abordagem da Multimodalidade.

2.0- A Abordagem Multimodal

As diversas formas de representação são denominadas *modos semióticos* para a Semiótica Social. A abordagem multimodal busca compreender a articulação dos diversos modos semióticos utilizados em contextos sociais concretos, ou seja, nas práticas sociais com o objetivo de se comunicar. Na Multimodalidade, a maioria dos textos envolve um complexo jogo entre textos escritos, cores, imagens, elementos gráficos e sonoros, enquadramento, perspectiva da imagem, espaços entre imagem e texto verbal, escolhas lexicais, com predominância de um ou de outro modo, de acordo com a finalidade da comunicação, sendo, portanto, recursos semióticos importantes na construção de diferentes discursos. O termo *discurso* é compreendido, segundo as considerações dos autores, “como conhecimentos socialmente construídos de algum aspecto da realidade” (KRESS E VAN LEEUWEN, 2001, p.24).

Qualquer discurso pode ser construído de maneiras diferentes dependendo das combinações dos diferentes modos semióticos em forma de texto. Para Kress (1995, p.7.11), amplia-se, portanto, a noção de *texto*

Um ‘tecer’ junto, um objeto fabricado que é formado por fios ‘tecidos juntos’ – fios constituídos de modos semióticos. Esses modos podem ser entendidos como formas sistemáticas e convencionais de comunicação. Um texto pode ser formado por vários modos semióticos (palavras e imagens por exemplo) e portanto, podemos chegar à noção de multimodalidade. Com o advento de materiais computadorizados, multimídia e interacional, esta forma de conceituar a semiose se torna cada vez mais pertinente.

Nos vários discursos a multimodalidade oferece aos produtores e leitores dos textos o potencial de significação dos modos ou meios semióticos.

Na Semiótica Social, a construção dos discursos e a escolha dos signos estão relacionadas ao contexto social, a partir do qual o sujeito, movido por seus interesses, seleciona significados. Os tipos de discurso relacionam-se às estruturas e instituições sociais, bem como aos papéis sociais que o indivíduo desempenha. Esse processo de produção de signos é um processo de transformação da subjetividade do indivíduo e das fontes de representação das quais ele lança mão, num movimento simultâneo e reflexivo. Assim, de acordo com Kress e van Leeuwen (2006), a elaboração e a transformação dos signos são, ao mesmo tempo, a transformação da subjetividade do seu criador. Dessa forma, o indivíduo influencia o ambiente externo (contexto) e também é influenciado por este, num movimento reflexivo, que, segundo Giddens (2002), se torna cada vez mais frequente na sociedade pós-moderna – na qual o “eu” se torna um projeto reflexivo, com uma narrativa de identidade passível de revisões.

Segundo Kress e van Leeuwen (2001, p.4) “os textos multimodais são vistos como produção de significado em múltiplas articulações”. Nesse viés, devido à multiplicidade de conhecimentos constituídos em uma estrutura social, os autores apontam três domínios nos quais o significado é organizado - numa referência a Linguística Sistêmico-Funcional: *o design, a produção e distribuição*.

O termo *design* designa os próprios recursos semióticos ou o uso desses recursos. É a combinação de todos os modos semióticos utilizados, ou seja, a organização do que será articulado. Os autores afirmam que no *design* incluem-se o hábito, a convenção, a tradição e a inovação, pois, o discurso é realizado num contexto de uma dada situação de comunicação, o *design* é criado a partir dessas convenções e desses conhecimentos socialmente constituídos, que somente poderão ser alterados numa interação social.

A *produção* é o uso comunicativo do meio e dos recursos materiais. É o trabalho físico seja por humano ou máquinas, um trabalho físico de articular texto. Segundo os autores, é a organização da expressão ou do meio de execução do que foi elaborado no design. O meio de produção está intimamente associado com os diferentes canais sensoriais, porque cada meio está caracterizado por uma configuração particular de qualidade material, e cada uma destas qualidades materiais está ligada por um conjunto particular de órgãos sensoriais.

A *distribuição* é a forma como é veiculado o produto para o mercado. É a distribuição desse produto em um dado suporte como, por exemplo, revistas, jornais, televisão entre outras muitas formas de veiculação. Esse processo, segundo os autores, possui diversas ‘camadas’ na estrutura de participação e no formato de produção. As camadas do formato de produção correspondem aos estratos linguísticos da semântica e a estrutura de participação define os papéis recipientes em termos dos diferentes modos de participação no evento comunicativo.

3.0 - A Gramática do Design Visual

Com o objetivo de desenvolver uma metodologia adequada para a análise dos textos multimodais, os autores propõem a “*Gramática do Design Visual*” (doravante GDV) voltada para o estudo da comunicação visual das culturas ocidentais. A GDV busca fornecer inventários das estruturas composicionais que têm se transformado em convenções na Semiótica Social do visual, investigando como tais estruturas são utilizadas por produtores contemporâneos de imagem para produzir significados.

Destarte, a GDV se opõe à gramática tradicional no que diz respeito ao estudo das formas de maneira isolada, desvinculadas dos seus possíveis significados. Ao contrário, os significantes são compreendidos como recursos cuja função é codificar interpretações da experiência e formas de interação social. Assim, um potencial semiótico é definido pelos recursos disponíveis para um determinado indivíduo em um contexto social específico, pois de acordo com Halliday (2004) a linguagem é controlada pela estrutura social que, por sua vez, é mantida através da linguagem.

Tanto a Semiótica Social quanto a abordagem da Multimodalidade baseiam-se na Gramática Sistêmico-Funcional para aprimorar e fundamentar as análises dos textos. Assim, a gramática estabelece três metafunções: *ideacional*, *interpessoal* e *textual* para fazer correlações ricas entre forma e significado dentro de um contexto global do discurso.

Na metafunção *ideacional*, o usuário da língua constrói a realidade em torno de si, ou seja, organiza e incorpora, na língua, sua experiência dos fenômenos do mundo real. Na interpessoal, um usuário da língua interage com os outros usuários, fazendo escolhas relativas a modalidade, a linguagem e a elementos constitutivos do evento da fala, expressando julgamentos e atitudes. Essa metafunção organiza e expressa o mundo interno e externo dos indivíduos. Sobre a textual, pode-se dizer que ela tem como função principal organizar a linguagem como mensagem.

Baseados na Gramática Sistêmico-Funcional, os autores propõem que o visual também se organiza em três metafunções, porém os elementos que materializam essas funções são visuais. Os processos da metafunção ideacional no visual se dividem em duas estruturas representacionais: Narrativa e Conceitual (a Conceitual se divide em Classificacional, Analítica e Simbólica). A primeira apresenta ações e eventos, enquanto a segunda representa participantes em termos de sua essência: de sua classe, estrutura ou significado.

O que caracteriza uma proposição narrativa visual é a presença de um vetor, de um traço que indique direcionalidade. De acordo com o tipo de vetor e com o número de participantes envolvidos no evento, é possível distinguir seis tipos de processos narrativos: os processos de ação, os processos reacionais, os processos de fala e mental, os processos de conversão e o simbolismo geométrico.

As estruturas conceituais, que representam os participantes em termos de sua 'essência', podem ser construídas por meio de três tipos de processos: os processos classificacionais, os processos analíticos e os processos simbólicos.

Os autores pontuam que devemos levar em conta algumas dimensões da metafunção interpessoal, que diz respeito à interação – significados interativos (dentro de qualquer ato semiótico) entre falantes da língua: Participantes Representados (doravante PR) e Interactantes (doravante PI) e as modalizações existentes em um evento comunicativo. A primeira dimensão é o olhar, que marca uma maior ou menor interação com o leitor, pode-se classificar como demanda – o PR olha diretamente para o leitor (PI) - e oferta – o PR olha para o leitor de maneira indireta.

A segunda dimensão refere-se à distância entre os participantes interativos e os participantes representados, que pode codificar numa relação imaginária de maior ou menor distância social. Kress e van Leeuwen (2006) distinguem, assim, vários tipos de enquadramento, dos quais, para fins da análise aqui proposta, são utilizados apenas três: plano fechado, plano médio e plano aberto. Tais enquadramentos realizam um contínuo e, conforme

a escolha mais próxima de um ou de outro, eles representam os participantes como mais íntimos de quem os observa, ou como mais distantes ou estranhos.

A terceira dimensão é a perspectiva, o ângulo ou ponto de vista a partir do qual os participantes representados são retratados, indica uma atitude mais ou menos subjetiva por parte do produtor da imagem em relação àqueles. As imagens subjetivas são retratadas a partir de um ponto de vista escolhido pelo produtor e imposto tanto aos participantes representados quanto aos observadores. Já as imagens objetivas são produzidas a partir de ângulos de visão privilegiados, que neutralizam a perspectiva, as distorções resultantes de sua exploração e a atitude subjetiva que ela envolve, quais sejam, o ângulo frontal e o ângulo perpendicular superior. Esses ângulos, segundo a gramática do design visual, apresentam diferenças quanto à objetividade que codificam: enquanto o ângulo frontal denota envolvimento e relaciona-se à ação, o ângulo superior expressa poder, relacionando-se ao conhecimento. Tem-se, assim, que as imagens objetivas mostram o participante representado da forma como ele é, ao passo que as imagens subjetivas mostram-no como ele é visto a partir de um determinado ponto de vista do produtor da imagem.

Em relação à função textual, os elementos localizados à esquerda de uma página são apresentados como *Dado*, e os elementos à direita são o *Novo*. Algo é concebido como *Dado* quando apresentado como já conhecido do leitor, algo familiar e já anteriormente concordado como o ponto de partida para a leitura da mensagem. O *Novo* é o espaço destinado à apresentação da informação nova, a questão a ser discutida. Contudo, segundo os autores, o *Dado* apresenta-se como senso comum, como parte da cultura da sociedade e o *Novo* é a informação colocada em discussão. O plano superior, de uma maneira geral, é destinado a mostrar a promessa do produto, o status ou glamour que ele pode oferecer aos seus usuários. O plano inferior mostra o produto em si. O centro constituirá o núcleo da informação e os elementos que ficam às suas margens lhe dão suporte - acompanhando a informação central - sendo dispostos de uma maneira simétrica para não dar idéia das estruturas dado/novo e ideal/real.

Na perspectiva de van Leeuwen (2006), a tipografia, as cores são fontes semióticas multimodais com a função comunicativa de representar idéias, atitudes e estabelecer coerência. Assim, o significado tipográfico pode ser ideacional – sugerindo alguma idéia; interpessoal – promovendo uma interação maior, expressando atitudes como, por exemplo, divertido, sério, formal, informal; e textual – indicando ligação entre os elementos de um texto através do uso de uma mesma letra, estabelecendo harmonia, coerência entre suas partes.

Segundo Kress e van Leeuwen (2001), as cores funcionam como um dispositivo semiótico formal capaz de representar idéias, atitudes, ressaltar informações e estabelecer coerência e coesão nos textos, ou seja, carregam significados ideacionais, interpessoais e textuais. De acordo com Kandinsky (1977), a cor tem duas escalas de valores, uma de *valor direto* que é o efeito físico sobre quem olha e uma de *valor associativo* que deriva da associação que fazemos de fenômenos de alto valor simbólico culturalmente, historicamente e emotivo. Para Kress e van Leeuwen (2002), qualquer instância específica de uma cor pode ser analisada como uma combinação de valores específicos dentro de uma cadeia de escalas que vão desde os tons claros aos tons escuros, escala de saturação, modulação, diferenciação, luminosidade etc., convergindo para um complexo de composição de significados potenciais.

Para consubstanciar as funções acima, trago como exemplo de texto multimodal uma publicidade divulgada pelo ministério da saúde na luta contra a AIDS.



Figura 1 – Campanha de prevenção da AIDS²

A publicidade é composta por uma participante representada (PR) localizada no lado direito e, no lado esquerdo temos a apresentação do anúncio seguido de medicamento e o símbolo da luta contra a AIDS.

No que diz respeito aos significados representacionais, a imagem sob análise apresenta uma estrutura narrativa. Nota-se a existência de apenas uma participante, o ator, de quem parte vetores formados pela posição de seus braços. O gesto produzido pelo braço

² Propaganda da luta contra AIDS. disponibilizada no site do ministério da saúde: <<http://www.aids.gov.br>> acesso em 06 de setembro de 2010.

esquerdo da participante representada aponta para o participante interactante marcando um ato de demanda - requer atenção do leitor para o que está sendo oferecido na sua mão (preservativo). Quanto à posição braço esquerdo, ele funciona como um vetor que aponta para a mensagem da campanha “1º dezembro dia mundial de luta contra a AIDS”, estabelecendo uma conexão com os medicamentos utilizados no tratamento. É possível entender o gesto da mão da PR como uma espécie de ação em que propõe/oferece a ideia do uso do preservativo na prevenção contra a doença, para que não sejam necessárias as ações codificadas no plano dado da mensagem - o tratamento: uso de remédios para quem já está infectado pelo vírus.

Quanto aos significados interativos, temos a PR olhando diretamente para o participante interactante (PI), um olhar de demanda, e apresenta um sorriso na sua expressão facial, estabelecendo uma relação social de afinidade com o leitor. Quanto ao enquadramento, apresenta-se num plano médio, uma vez que é retratada até a região do quadril, desse modo, a atriz é representada numa distância média dos observadores, contudo, ocupando o primeiro plano da imagem, criando uma relação de proximidade com o PI. A PR é mostrada em um ângulo na linha dos olhos, estabelecendo uma relação de igualdade com o leitor. A perspectiva da imagem é bastante subjetiva podendo ser vista a partir de um ponto de vista particular, não se tem acesso ao que está atrás da participante representada, ela é retratada a partir do ângulo do produtor da imagem.

Em relação aos significados composicionais, observa-se que a PR ocupa o espaço do novo – a informação que precisa ser captada, enquanto a informação dada - de onde parte o conhecimento do texto - converge para a mensagem que destaca a necessidade de luta contra a doença. Logo, é possível perceber que a informação disposta no *plano novo* faz um contraponto de forma a complementar a ideia disposta no *plano dado*, visto que é necessário aderir à campanha através da forma de prevenção – uso de preservativo - como meio seguro para prevenção da doença.

Observa-se que as cores funcionam como um dispositivo semiótico formal que, além de estabelecer coesão e coerência no texto, veiculam idéias. A cor vermelha é usada para ressaltar – dar destaque – as informações de forma precisa, além de trazer o significado representacional de sangue – significando vida que pode estar ameaçada ao ser infectado pelo vírus HIV.

Assim, a partir dos modos semióticos utilizados para compor o anúncio, observa-se que a escolha de uma jovem como participante representada serve para reforçar a identificação com o público jovem. Os significados representacionais, marcados por uma estrutura narrativa ressaltam uma ação do PR em relação ao PI buscando uma adesão do leitor

à ideia veiculada na publicidade. Em relação aos significados interativos, observa-se o contato de demanda requerendo/suscitando uma ação do leitor e estabelecendo uma maior interatividade através de uma relação imaginária de afinidade. Há a retratação da PR em um plano médio configurando uma proximidade com o PI a partir de uma distância média. Os significados composicionais, por sua vez, contribuem para a construção e integração dos significados representacionais e interativos coerentemente. Há o predomínio de recursos visuais na disposição da estrutura *dado/novo*. Observa-se que, de modo geral, a publicidade para cumprir seu objetivo principal lança mão de todos os artifícios que os modos semióticos reunidos permitem para atrair o leitor e, assim, passar sua mensagem. A persuasão é feita com base no que parece comum à prática discursiva da sociedade, mostrar ao leitor a necessidade/importância de cuidar de si, se prevenir e manter-se consciente dos meios profiláticos contra a AIDS.

4.0 - Os textos multimodais

Na cultura ocidental e na era da tecnologia, diversos modos semióticos são usados e articulados ao mesmo tempo na elaboração dos textos conferindo-lhes significados específicos no processo de leitura e interpretação em um dado contexto.

Kress e van Leeuwen afirmam que

Na era da multimodalidade os modos semióticos além da língua são vistos como totalmente capazes de servir para representação e comunicação. Na verdade, a língua, seja falada ou escrita, pode agora com mais frequência ser vista como 'apoio' aos outros modos semióticos: ao visual, por exemplo. A língua pode agora ser 'extravisual'. (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p.46)

Devido a esse fator, os autores apontam para a impossibilidade de se interpretar textos focalizando exclusivamente a linguagem escrita, visto que esta consiste em apenas um dos modos representativos de um texto. Nesse viés, para a análise dos textos Santana (2006) pontua que deve-se levar em consideração todos os modos semióticos, sendo necessário unir a questão da imagem e do texto verbal à questão social imbricada nas relações de poder existentes.

Contudo, em passos lentos para articulação de outros modos semióticos usados na sociedade, está a escola que, ainda logocêntrica, prioriza a leitura do texto verbal em detrimento de todos os outros. O que é importante ressaltar é que o trabalho com outros modos semióticos deve ser levado em consideração no processo de leitura. A proposta não é de exclusão ou minimização do trabalho desenvolvido com textos verbais, mas o acoplamento

de outros modos semióticos para a efetivação de uma leitura crítica a respeito do que se “lê” verbalmente e imageticamente, e para que os indivíduos sejam preparados para a vivência comunicativa numa sociedade que utiliza mais de uma forma ou modos semióticos.

Na concepção Kleimam (2002), a leitura não pode ser dissociada da concepção de texto, concebido como um tecido, como um todo unificado e coerente, construído de modo que o sentido de suas partes não pode ser entendido sem que se estabeleçam relações entre todas as partes. Em qualquer texto, o significado não é autônomo, mas tem sentido na relação que mantêm entre si, entre o conjunto do texto, com o contexto que se encontra inserido. Conforme a autora, a compreensão de um texto é um processo que caracteriza a mobilização do conhecimento prévio: o leitor utiliza o conhecimento adquirido ao longo de sua vida. É mediante a interação de diversos níveis de conhecimento de mundo que constrói sentido ao texto.

Ao tratar de leitura, Leffa (1999, p.17) assevera que a “leitura pode também ser vista não apenas como uma atividade mental, usando a interação das fontes de conhecimento que temos na memória, mas como uma atividade social, com ênfase na presença do outro”. Compreender isso significa reconhecer a leitura como uma prática social que remete inevitavelmente a outros textos e a outras leituras, apontando para a interação entre os sujeitos como o princípio fundador da linguagem, pois é na relação entre os sujeitos, ou seja, na produção e interpretação que se constrói o sentido dos textos. Como afirma Bakthin (1997), o signo nasce e se desenvolve considerados os fluxos sociais, culturais e históricos, ele só pode ser pensado socialmente e contextualmente. Dessa forma, o discurso não é individual, tanto pelo fato de que ele se constrói entre, pelo menos, dois interactantes que, por sua vez, são seres sociais; como pelo fato de que ele se constrói como um diálogo entre discursos, isto é, mantém relações com outros discursos.

Considerações finais

Diante das considerações acima, percebe-se que a noção de texto e discurso se amplia e se complementa a partir da noção de multimodalidade. O discurso se materializa nos textos e vão se tecendo por diversos modos semióticos que carregam significados em três dimensões: ideacionais, interpessoais e textuais que trazem correlações ricas de significados dentro de um contexto global do discurso. Logo, nos vários discursos a multimodalidade oferece aos produtores e leitores dos textos o potencial de significação dos modos ou meios semióticos usados.

Assim, assinala-se a relevância de explorar a produção de sentidos que os modos semióticos possibilitam dentro de um contexto social, além de ampliar um pouco a leitura de textos que extrapolam o modo semiótico verbal - textos multimodais - para um reconhecimento efetivo de outros modos semióticos da mesma relevância que, quando unidos, permitem uma melhor interpretação e entendimento do texto apresentado. Afinal, dada a proeminência de recursos imagéticos nas produções midiáticas, o 'letramento visual' consiste em uma questão de cidadania, permitindo aos indivíduos se inserirem e posicionarem como cidadãos na esfera da comunicação.

Referências bibliográficas

- BAKHTIN, M. Interação verbal. *In: Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1997;
- GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- HALLIDAY, M. *An introduction to functional grammar*. 3ªed. London: Hodder Education, 2004.
- HODGE, R., KRESS, G. *Social Semiotics*. London: Polity Press, 1988.
- KANDINSKY, W. *Concerning the Spiritual in Art*. New York: Dover Publications. 1977.
- KLEIMAN, A. *Texto e Leitor: aspectos cognitivos da leitura*. 8ª ed. Campinas: Pontes, 2002.
- KRESS G. *Writing the future: English and the Making of a Culture of Innovation*. 1995.
- KRESS, G. VAN LEEUWEN, T. *Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold, 2001
- KRESS, G. VAN LEEUWEN, T *Reading images: the grammar of visual design*. London; New York: Routledge, 2006.
- KRESS, G. VAN LEEUWEN, T *Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour*. *Sage publications*, London, v.1 p.343-368. 2002.
- LEFFA, V. J. Perspectivas no estudo da leitura; Texto, leitor e interação social. *In: LEFFA, V J.; PEREIRA, Aracy, E. (Orgs). O ensino de leitura e produção textual; Alternativas de renovação*. Pelotas: Educat, p.13-37 1999.
- PIMENTA, S. M. A semiótica social e a semiótica do discurso de Kress. *In: MAGALHÃES, C. M. (org). Reflexões sobre a análise crítica do discurso*. Série Estudos Lingüísticos, v.2. Belo Horizonte: FALE: UFMG, 2001.

PIMENTA, S. M. A O signo da receptividade. Uma visão sócio-construcionista da interação.
Belo Horizonte: FALE: UFMG, 2006. 224 p.

VAN LEEUWEN, T. Towards a semiotics of typography. Information Design Journal –
Document Design, 14, 2006, p.139-145.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.