

O IMAGÉTICO, A MULTIMODALIDADE E OS HIPERTEXTOS: NOVAS INTERFACES DA COMUNICAÇÃO NO FACEBOOK

Antenor Rita Gomes (UNEB)
dr.antenor@hotmail.com

Núbia Oliveira da Silva (UNEB)
nubahia@hotmail

RESUMO: O presente trabalho discute sobre como as imagens vêm sendo incorporadas na comunicação das redes sociais e como estas produzem um sentido que ultrapassa os limites da própria rede como numa espécie de hipertexto. Analisa o fenômeno a partir da participação popular no Facebook considerando a dinâmica do meio e da linguagem multimodal.

PALAVRAS-CHAVE: Imagem. Hipertextos. Multimodalidade.

ABSTRACT: *This paper discusses how the images are being incorporated into the communication of social networks and how they produce a sense beyond the limits of the network as a hypertext. It analyzes the phenomenon from the people's participation in Facebook considering the dynamics of the environment and multimodal language.*

KEYWORDS: Image. Hypertext. Multimodality.

0. Introdução

Vivemos na era da informação, das conexões e das transversalidades. Isso no âmbito das interações humanas foi dando lugar a uma nova perspectiva: o caráter multimodal da comunicação. Nesse contexto, testemunhamos a tônica do imagético, que embora tenha acompanhado a história da humanidade desde seus primórdios, com a chegada e proliferação dos novos meios de comunicação, em especial, as novas tecnologias de informação,

ganhou destaque e, com isso, passamos a vivenciar a disseminação das imagens em grande escala nos mais diversos campos da atividade humana.

As tecnologias da informação têm desenhado novos cenários para a comunicação e para interação humana, ensaiando e instituindo novas formas de representação da linguagem. São essas reflexões que nos direcionam para análise do uso emergente do imagético nos comentários postados no *Facebook*, os quais vêm substituindo, no ambiente virtual, a escrita e os antigos *emoticons*. Grosso modo, a mobilidade dos dispositivos com acesso à *web* e a popularidade da rede contribuíram significativamente para criação de novas formas discursivas, novas linguagens, novas interações, agora mais abertas e planejadas com a conectividade e como mundo social. Desse modo, a linguagem visual tem possibilitado velocidade e dinamismo à comunicação em rede, atendendo à versatilidade do ambiente virtual sem, contudo, deixar de elaborar um posicionamento crítico, visto que esse recurso hospeda em si uma abrangência maior de interatividade, de conteúdo e dos discursos socialmente produzidos.

Nosso objetivo, portanto, com esse trabalho é compreender a participação do imagético na comunicação em rede e traçar algumas reflexões conceituais sobre a mobilidade e os cruzamentos no processo de produção desses sentidos.

1. A recorrência do visual e a questão da multimodalidade na rede

Não é nenhuma novidade que, com os recursos da mídia e das tecnologias, a produção cultural humana na contemporaneidade

está impregnada pelo visual. Em muitos casos, é a imagem que norteia a negociação dos significados ou mesmo se constitui como o principal mecanismo de produção de sentido e das posições discursivas assumidas pelos interactantes nos mais variados contextos.

A cultura visual vem, assim, assumindo um novo pensar sobre o mundo e sobre os sujeitos, que é determinado pela forma como o modo de ver e perceber-se constrói um sentido e um posicionamento cultural, ideológico, social e político, conseqüentemente, possibilita certa articulação entre compreender o mundo e atuar nele.

Isso abre um leque para acrescentarmos que, com a crescente pulverização dos artefatos da cultura visual nos processos comunicativos, faz-se emergente ao indivíduo do século XXI o domínio de leituras outras além do verbal. Fato é atestado pelos fenômenos de todo o ecossistema comunicativo da contemporaneidade, que se apresenta impregnado pelas descentralizações, pelo hibridismo e pela mestiçagem discursiva conforme nos avisa Martín-Barbero (1999). As visualidades digitais se tornaram, na compreensão do autor, citando A. Renaud, parte da visibilidade cultural. Elas falam ideologicamente, abrindo novos espaços, novas interconexões de maneira mais descentralizada, produzindo novos regimes do sentir e do saber.

Esse hibridismo nos remete, necessariamente, a pensar a linguagem pelo viés da multimodalidade. Concepção que atenta para, conforme Dionísio (2012), a variedade de recursos tecnológicos a serviço da comunicação humana, que contribui não só para uma rápida propagação da informação como para novas formas de apresentação da linguagem.

Kress e Bezemer (2010) apresentam o conceito da comunicação multimodal e alertam sobre a necessidade de se analisar a representação como um exercício formal, fornecendo meios para descrever e compreender o que está sendo usado e como está sendo usado. Para os autores, um modo comunicativo é um recurso social e culturalmente produzido para fazer sentido: imagem, escrita, *layout*, fala, imagem em movimento. Os significados, nessa perspectiva, são feitos em uma variedade de modos e geralmente com mais do que um modo. Modos têm diferentes recursos modais.

Na reflexão de Kress e Bezemer (2010), a imagem como modo comunicativo, é uma composição de recursos como: posição de elementos de um espaço enquadrado, tamanho, cor, forma, ícones de vários tipos de linhas, círculos, bem como recursos como relação espacial. Estas diferenças nos recursos significam que os modos podem ser usados para fazer diferentes tipos de trabalho semiótico ou para fazer o trabalho semiótico muito semelhante, com diferentes recursos de diferentes maneiras.

Essa característica das imagens e essa compreensão da comunicação como fenômeno multimodal permitem que os interactantes na rede produzam e recebam diferentes mecanismos discursivos em relação aos seus interesses e as suas intenções. Essa produção perpassa também por conexões múltiplas para melhor atender aos sentidos políticos e às necessidades de um público cada vez mais interativo, dinâmico e “atenado” com o mundo virtual-real. Um público que recorre ao mecanismo da imagem para elaborar uma nova articulação entre o pensamento, a linguagem, a comunicação, a informação, a análise crítica e a diversão.

Castells (2001), citado por Teixeira e Moura (2012) nos avisa que a comunicação na internet tem lógica e linguagem próprias. Está agregada ao domínio da representação e do imaginário. Faz-se aberta, livre em todas as suas formas e revertida ao gosto individual. É, assim, uma comunicação transmitida de forma descentralizada e, portanto, repensar a comunicação, nesse contexto, deve-se levar em consideração a interatividade e a expressão multidimensional.

O imagético já fazia parte da linguagem em rede com os *emoticons*. Todavia, uma modalidade meio tímida e sua função, grosso modo, era a complementaridade visual da linguagem escrita. Pouco sentido se confluía para o uso do artefato porque basicamente os recursos expressavam emoções comuns e não garantiam as interconexões com os assuntos do meio social.

Com a nova modalidade de se incorporar outras figuras aos comentários, os usuários da rede passaram a usar outros tipos de imagens mais carregadas ideologicamente, abertas aos assuntos sociais, com personagens públicos e anônimos, carregadas de elementos linguísticos e extralinguísticos. Nesse novo cenário, as imagens foram evidenciadas, trazendo às páginas da *web* uma nova paisagem interativa, movimentada pelos discursos multimodais e conectados com o mundo de forma mais dinâmica e propícia aos hipertextos.

2. A comunicação na *web*: os hipertextos e os sentidos do imagético

Comunicar é produzir discurso e significado. É ação e interação. Ninguém se comunica sozinho ou num vazio social. Envolve a produção, a transmissão e a recepção. Trata-se de um

processo que se efetiva não só imbricado pelos meios ou pelo conteúdo, mas e, sobretudo, pelos modos da linguagem e como estes afetam a produção e a recepção das mensagens. A comunicação acontece inserida em um contexto multiplamente determinado, que lhe implica sentido e significado.

São, nesse dizer, os vários recursos da linguagem que manifestam de diversos modos a circulação e a transmissão do saber que se constitui no ato comunicativo. A exemplo disso, se abirmos as páginas da rede *Facebook*, nos depararemos com esses elementos, acendendo para uma ruptura nesse campo da linguagem. Deparamos-nos com uma paisagem comunicativa essencialmente visual em que seus sentidos não se limitam a comunicar e a informar. Participam do movimento de transformação e de descentralização das audiências, da receptividade, da produção e dos lugares (in)visíveis. Isso porque habitam, nos sentidos do imagético, um pensamento a ser construído uma vez que estes não se limitam à fixidez de uma imagem produzida. São ilimitados, transgressores e transversais. Agem dinamizando e estabelecendo movimentos complexos, em redes e interconectados por uma exterioridade maior. Fato que nos permite dialogar com Lévy (1996) sobre sua compreensão dos nós e das redes que agregam os processos de produção, circulação e recepção das mensagens. Os hipertextos são, assim, matrizes de textos potenciais, que se realizam sob o efeito das interações entre os usuários.

Seguindo nosso exemplo, nos atentamos para os textos-imagens seguintes que foram postados na rede *Facebook*. Foram selecionados, para este trabalho porque remetem a uma melhor compreensão das nossas discussões e conceitos estudados. Para selecioná-los, foi feita uma “garimpagem” na rede porque também foi

encontrada essa mesma categoria de texto de forma mais transgressora, com elevada crítica social e política, que foge dos nossos interesses nesta análise.

A primeira postagem analisada tratava-se de uma ironia referente ao tempo decorrido para contar os votos das eleições e o tempo de espera para o resultado dos exames médicos na rede pública¹.

Dentre os comentários, nos deparamos com as três postagens seguintes.



¹Disponível em:

<https://www.facebook.com/tvrevolta/photos/a.192749844121804.49307.169983389731783/772729072790542/?type=1&theater>.

Acesso em 01 de junho de 2014. Nessa postagem havia a foto do personagem Filomena, interpretado pela atriz comediante Gorete Milagres, a mesma que criou o famoso chavão "Ô, Coitado!" Na postagem fora feita uma montagem com a imagem do personagem Filomena e a seguinte frase: "vivemos em um país onde os resultados das eleições saem na hora e os resultados dos exames em vinte dias".

A primeira traz uma montagem com a figura da presidenta Dilma Roussef comemorando algo relacionado ao futebol (a camisa da seleção, a forma descontraída com que se apresenta num espaço público denunciam isto) acrescentada da frase: *isso é Brasil*. Nessa leitura, podemos recorrer a vários elementos externos, fazendo conexões, amarrando e desamarrando ao mesmo tempo. Podemos “ler”, através de elementos hipertextuais, que *estamos no país do futebol, sede da Copa do Mundo, mas que não consegue sanar problemas básicos da população*. E, em seguida, a postagem traz um trocadilho feito entre o verbo ‘concorda’ e as pessoas com a corda na mão, enfileiradas, ampliando as conexões tanto para o contexto quanto para os comentários que seguem. Já no comentário seguinte, aparece a estátua do Cristo Redentor, um dos maiores símbolos do país, se despedindo, como em protesto à situação descrita.

É interessante que, nesses exemplos, a linguagem está totalmente articulada entre o imagético e o verbal para atender à necessidade do contexto, mas é o elemento visual que prende a atenção dos leitores porque articula outros elementos e possibilita outras leituras. É nessa compreensão que podemos falar do hipertexto em forma de um emaranhado de nós. Todos interconectados por multilinhas de informações, que mapeiam as possibilidades para a produção de sentidos da comunicação instalada na rede, mas que se exterioriza para uma bacia semântica maior.

Para Albuquerque e Sá (2000), o hipertexto pode organizar conhecimentos ou dados, a aquisição de informações e a comunicação. Além disso, se apega a imagens, gráficos e sequências sonoras, combinados e disponibilizados como imensa

rede acessível em tempo real. Assim, os autores concordam com a perspectiva de Lévy (1996) e caracterizam os princípios de funcionamento do hipertexto: a metamorfose da rede hipertextual, a heterogeneidade dos nós e das conexões, os princípios de multiplicidade e de encaixe das escalas e de mobilidade de centros – que combinados, garantem a flexibilidade desta nova forma de comunicação reproduzindo a forma como o pensamento pensa, pulando de um lado para outro através de uma rede complexa de associações (ALBUQUERQUE E SÁ, 2000).

Essa mobilidade de sentido e do pensamento nos conduz a outra postagem analisada, que trazia uma música circulada no canal *youtube*, fazendo uma crítica aos Ministérios e ao cenário da política brasileira²: A postagem foi seguida e compartilhada por muitos internautas dos quais conseguimos levantar as seguintes manifestações postadas entre os dias quatro de abril a dezesseis de maio:



² Disponível in:

<https://www.facebook.com/photo.php?v=711591932237590>.

Acesso em 25 de maio de 2014. No vídeo aparece um jovem pedreiro conhecido como Peteleco da Viola expondo a sua indignação com o governo através de sua musicalidade. A música é intitulada "Fala Sério", "Fala sério, que eu não sou menino/Não sou Severino/E nem recebo propina mensal/Fala sério, lá o tempo está feio/E a bomba do correio explodiu no planalto central" (...)



Nessa sequência, nos chama a atenção a quantidade de pessoas públicas inseridas nas montagens para produção do texto-imagem com enunciados e contextos diferentes. No primeiro, a figura do apresentador de TV Sílvio Santos “anunciando” que aquilo foi bem bolado. Em seguida outra montagem com a imagem da presidenta, a qual remete sarcasticamente à uma crítica ao Marco Civil, Lei que estabelece diretrizes e regulamentações para o uso das redes na *web*. Na próxima imagem, aparece a figura de Obama “ordenando que se dê um oscar ao intérprete da música”, e aqui abrimos um parêntese para esta montagem a qual, até a data da seleção dos dados para este estudo, mais de mil e seiscentas pessoas já haviam curtido. Seguindo nossa análise, o próximo internauta faz uso da imagem e de uma frase propagadas nos discursos do ex-jogador Pelé com sua preocupação sobre a Copa do Mundo, sem considerar todas as questões demandadas pela população.

Para essa articulação e para a compreensão desse diálogo, é preciso que se tenha um ampliado nível de informação e que

conexões sejam feitas a partir de cada detalhe tanto do aspecto verbal quanto visual. Após essa, entra também no diálogo a figura de um anônimo, à qual foi acrescentada a frase “*falou tudo e mais um pouco*”. Em seguida, foi postada uma imagem de uma mulher acionando um canhão de “curtidas” direcionado agora a toda postagem.

Em todos esses casos, as montagens feitas se caracterizam como um texto multimodal, em que o texto verbal é colocado sobre o visual, que mesmo tendo origens distintas, se conjugam por conexões, por hipertextos e produzem um sentido que foge aos limites da própria intenção do produtor.

O diálogo na rede prossegue e novas imagens são acrescentadas à postagem,



Agora, com uma imagem sem acréscimo de texto verbal, apenas a figura do jogador Oscar, cujo nome, por ser homógrafo da premiação anteriormente já mencionada na montagem feita com a figura de Obama, referencia também a entrega de um oscar ao intérprete da música. Em seguida, aparece a imagem de um objeto, remetendo tanto ao registro na rede como ao comentário anterior considerando a figura de Oscar, mas a usuária faz uso apenas de

uma imagem de um registro de água. A interação na rede foi sequenciada com muitas outras participações.

O fato é que, para fazer uma leitura dessa nova maneira de dialogar na rede, é preciso levar em consideração as representações, os símbolos, os artefatos de todo o contexto e toda a carga ideológica, discursiva e cultural tanto das palavras como das imagens. Além disso, esse novo modo vem extrapolando as dicotomias verbal-imagético, real-virtual, leitor-autor porque todos podem tecer o texto e produzir novos textos, criando, recriando, ressignificando. Sá e Albuquerque (2000) já traziam, com base em Aarseth, essa visão acerca da comunicação em rede como um *cibertexto*, a que o usuário não apenas lê, mas explora ativamente, simultaneamente como leitor e autor. Nesse sentido, o *cibertexto* não compreende uma categoria “nova” ou “revolucionária” de textos que teria surgido a partir das novas tecnologias da informática, mas de uma outra perspectiva acerca da textualidade (ALBUQUERQUE E SÁ, 2000).

Com esse efeito, Lévy (1996) aponta para os artifícios de leitura levados adiante pelos hipertextos, pelas hipermídias ou multimídias. Para o autor, os dispositivos hipertextuais constituem uma espécie de objetivação, de exteriorização e de virtualização dos processos de leitura, posto que ler consiste em selecionar, esquematizar, construir uma rede de remissões internas ao texto, associar a outros dados e integrar as palavras e as imagens a uma memória pessoal em reconstrução permanente (LÉVY, 1996). Castells (2001, apud Teixeira e Moura 2012) por sua vez, afirma que o hipertexto é múltiplo e individual, feito de expressões culturais, multimodais, recombinações em novas formas e novos significados.

Em todos esses casos, é preciso que “o leitor” e o “produtor” dessas comunicações acionem, façam *hiperlinks*, outros elementos extravirtuais para compreender a natureza desses diálogos, porque, além do contexto cultural e social no qual são produzidas, encontram-se atravessadas por outro elemento que é determinante e carregado por uma linguagem própria e desapropriada: a imagem. Desapropriada no sentido de que ela não é uma propriedade. É um dizer sem dono, visto que seus sentidos, nas palavras de Gomes (2004), são híbridos, abertos e moventes. Dessa maneira, a imagem está na rede, mas seus sentidos a ultrapassam; forjam novas redes, novas interconexões, afetam a vários espectadores de modos diferentes.

Em nota, já dizíamos que

(...) ao se colocar diante de uma imagem, o interactante também se coloca com seus sentidos e idiosincrasias, posto que está diante de uma realidade que possui uma materialidade a mais que a do símbolo: o sujeito se porta diante de uma representação que retrata materialmente aquilo que as palavras só representam no plano mental. Desse modo, a imagem possui uma dupla representação, uma vez que a criação/reprodução dessa materialidade plástica contém em si uma interpretação da realidade. Outra questão importante neste sentido é que a racionalidade requerida para “ler” a imagem, parece estar atrelada à sensibilidade que a imagem desperta no sujeito, portanto, além de saber o que a imagem significa culturalmente naquele contexto, os interactantes costumam “sentir” a imagem. Isto faz com que o processo de produção de sentido seja localizado, complexo, híbrido e favorável às abordagens transversais, uma vez que o paradigma que dá sustentação a este processo não é aquele da fragmentação ou mapeamento dos territórios do conhecimento, mas sim, o paradigma rizomático, deleuziano (GOMES e SILVA, 2013, p. 457).

Daí que entender esse movimento da comunicação em rede(s) demanda os enunciados da multimodalidade do discurso,

dos hipertextos e do conhecimento em rede, posto que não se trata apenas de um artefato cultural ou um modismo de uma geração, mas de um fenômeno linguístico. Ainda nas palavras de Gomes,

a imagem como signo linguístico, uma representação socialmente partilhada se presta a diversos fins e intenções. Além de transmitir mensagens e informações, ela cria uma rede de significados sub-reptícios que permeia e afeta o movimento dinâmico da sociedade. Seus sentidos escapam a mera tradução verbal. Ela cria espaço próprio do dizer, faz transgressões e transmutações. Forja sentidos insuspeitados relacionados ao inconsciente e ao enigmático. Uma cadeia flutuante de significados que atravessa e vai além do sentido conotativo e denotativo, simplesmente (GOMES, 2004, p. 61).

Portanto, a comunicação e a produção de sentido nos discursos analisados estão fortemente articuladas por essa rede de significados que as imagens produzem e são produzidas e, por isso, não podem ser tratadas como processos lineares. Além disso, demandam um constante revezamento entre os processos de produção e recepção do diálogo entre os sujeitos com ambiente tanto real como virtual, com os elementos tanto visuais como verbais e com as subjetividades e a racionalidade habitadas em todos esses elementos.

3. Considerações Finais

Compreendemos, portanto, a imagem como uma ferramenta comunicativa, que suscita ao sujeito maior participação com o fenômeno representado e com o diálogo produzido a partir dela. Trata-se, pois, de uma representação e/ou de uma simulação da realidade, que se desvela numa meta narrativa e remete,

necessariamente, à leitura do contexto social, ideológico e cultural da produção.

Nessa reflexão, entendemos que essa comunicação na rede acontece por redes, por conexões e por intermédio da forma com que os usuários veem e compreendem o mundo, e como essa compreensão incide na elaboração de imagens que se efetivam nos diálogos, nas interações e na linguagem. É fato que a imagem sempre esteve a favor da comunicação. Configurada por estruturas profundas (cultura, sociedade, linguagem, simbologia, ideologia), é, notadamente, um meio de representar e compreender o mundo. É religante, desprendida dos estatutos da lógica e aberta à criação de novos olhares, novas percepções e novos significados, por isto se presta inteiramente aos hipertextos, à linguagem virtual e à comunicação em rede, a qual inclui cada vez mais as massas.

4. Referências Bibliográficas

- ALBUQUERQUE, A. E SÁ S. P. **Hipertextos, jogos de computador e comunicação**. Revista FAMECOS Porto Alegre nº 13 dezembro 2000.
- DIONÍSIO, A. P. **Gêneros multimodais e multiletramento**. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Orgs.). *Gêneros textuais: reflexões e ensino*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2011.
- GOMES, A. R. **Falando em imagens! O processo de produção de sentido sócio-pedagógico no uso do texto imagético-verbal em atividades do ensino da língua portuguesa**. Tese (Doutorado em Educação). Faculdade de Educação. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2004
- GOMES, A. R. & SILVA, N. O. **Imagem e conhecimento: sentidos moventes, emergências e aprendizagem**. REU, Sorocaba, SP, v. 39, n. 2, p. 451-461, dez. 2013. Disponível in <http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php?journal=reu&page=article&op=view&path%5B%5D=1717&path%5B%5D=1605>
- KRESS, G. E BEZEMER J. **Writing in Multimodal Texts : A Social Semiotic Account of Designs for Learning**. DOI: 10.1177/0741088307313177. 2010. Disponível in: <http://wcx.sagepub.com/content/25/2/166>

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**. Tradução de Paulo Neves. São Paulo. Ed. 34. 1996.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Novos regimes de visualidade e descentralizações culturais**. In. Mediamente! Televisão, cultura e educação. Secretaria de Educação a Distancia. Brasília. Ministério da Educação, 1999.

TEIXEIRA, D. O E MOURA, E. **Chapeuzinho vermelho da cibercultura: por uma educação linguística com multiletramento**. In: ROJO, R. MOURA, E. Multiletramento na escola. São Paulo: Parábola, 2012.