

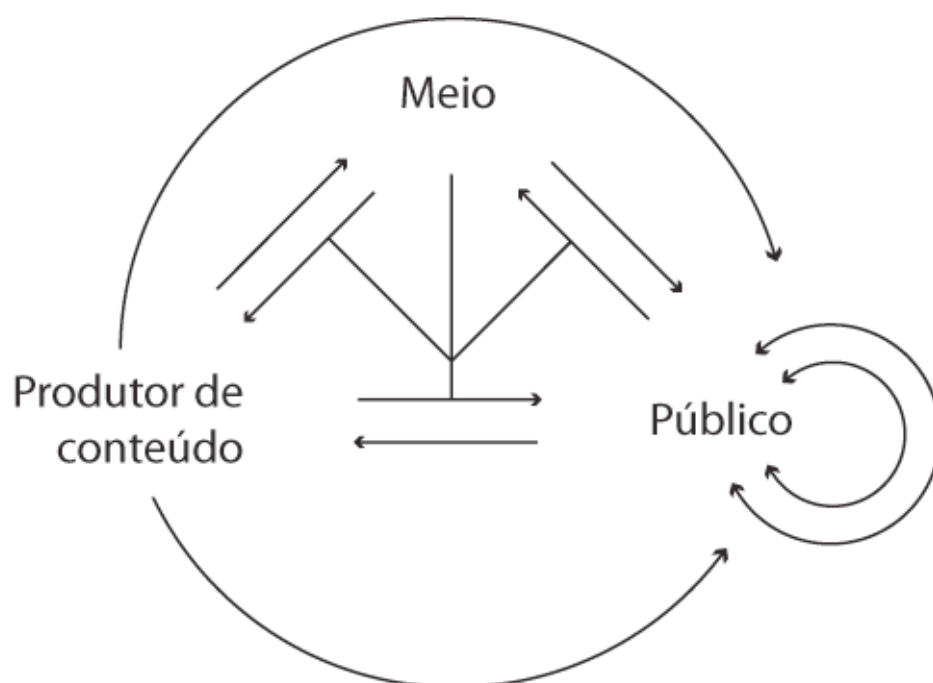
## Percepção digital e mediações

João César Lopes Toledo Filho - UNIFIEO

Paula Cristina Veneroso - UNIFIEO

Nosso foco recai sobre os métodos de elaboração e de conhecimento digital, notadamente no que concerne às mudanças que devem ser operadas na forma de construção e de expressão das informações/mensagens.

Mais do que o domínio tecnológico, o meio digital impõe ao produtor uma retomada de competências lingüísticas e cognitivas que se tornam relevantes para a atividade interativa que se manifesta. Independente dos recursos utilizados, o produtor é o agente responsável em produzir e/ou organizar o conteúdo de modo que este seja relevante para o usuário. Como produtor (ou mero organizador) dos vários conteúdos, sua capacidade de compor a narrativa maior consiste, em princípio, na sua competência comunicativa, que engloba aspectos cognitivos, lingüísticos e textuais. Isso significa, num primeiro momento, “ajustar” o conteúdo às configurações do meio digital, principalmente quanto à hipertextualidade e à multimedialidade, haja vista as relações apresentarem-se conforme o seguinte esquema:



O meio digital coloca o produtor de conteúdos frente a uma realidade hipertextual, em que aspectos como a virtualidade do texto, a não-linearidade, a não-continuidade, a não-centralidade e, claro, a possibilidade de interferência do leitor/ usuário devem ser especialmente considerados. De acordo com Johnson (2001, p. 84), “o hipertexto, de fato,

sugere toda uma nova gramática de possibilidades, uma nova maneira de escrever e narrar”.

Diferente do que muitos inferem, essa “nova” maneira de escrever não diz respeito ao estilo, mas sim à estrutura textual: a atenção recai na organização, na maneira de se compor a informação no hipertexto. Explorar as infinitas possibilidades do hipertexto significa levar em consideração, no momento da produção, além dos padrões tradicionais de construção da textualidade, aspectos que transcendem a escritura, pois dizem respeito notadamente à recepção dos textos no espaço virtual. Engloba ter em mente a não-linearidade, a volatilidade, a não-hierarquização, a fragmentação, a interatividade, em suma, tudo aquilo que será proporcionado ao leitor durante a leitura-navegação hipertextual e que fará a diferença quanto ao propósito da informação.

Escrever para a web implica ter como referência o fato de que “o hipertexto não tem um centro, ou seja, não tem um vetor que o determine. (...) Aquilo que num texto impresso pode ser tido como *digressão* se torna o *modus faciendi* e o *modus legendi* do hipertexto”. (MARCUSCHI, 2000, p.5). No entanto, apesar de serem os links os responsáveis por essa mudança no eixo hipertextual, se vistos isoladamente, não passarão de elementos que tentam conectar informações desconexas:

Como a palavra sugere, um link – um elo, ou vínculo – é uma maneira de traçar conexões entre coisas, uma maneira de forjar relações semânticas. Na terminologia da lingüística, o link desempenha um papel conjuncional, ligando idéias díspares em prosa digital. (JOHNSON, 2001, p. 84).

Para tanto, deve-se partir do pressuposto de que não são os links – enquanto itens lexicais ou expressões lingüísticas –, seja remetendo diretamente a outros textos, seja enviando por indexação a banco de dados, os responsáveis pelo processo de conexão, mas sim a finalidade, ou ainda, a intenção da construção dos links a partir do conhecimento cognitivo do produtor. Sob tal perspectiva, os links passam a ser considerados “instrumentos interpretativos e não simples instrumentos neutros e ingênuos de relações constantes e estáticas”. (MARCUSCHI, 2000, p.6).

Versar a respeito dos propósitos dos links significa, antes de qualquer coisa, ater-se à noção de coerência textual, considerando-a como princípio norteador da produção de conteúdo. Dado que a coerência é definida em função da continuidade dos sentidos, ela é subjacente ao texto:

A coerência, portanto, longe de constituir mera qualidade ou propriedade do texto, é resultado de uma construção feita pelos interlocutores, numa

situação de interação dada, pela atuação conjunta de uma série de fatores de ordem cognitiva, situacional, sociocultural e interacional. (KOCH, 1997, p. 41).

Em se tratando do ambiente digital, pode-se gerar infinitos roteiros de leitura ao permitir que o leitor acesse diferentes níveis de informação, tendo em mente que assuntos relacionados podem ser “linkados”, apontando para inúmeros prosseguimentos, dependendo do grau de expectativa que se estabelece, do ponto de vista do produtor. Ao abolir a definição de seqüência e de topicidade, permitindo a conexão entre textos (verbais e não-verbais) não necessariamente correlacionados, passa-se a exigir do leitor maior consciência quanto ao que se busca e, conseqüentemente, maior grau de conhecimentos prévios. Essas exigências, se não orientadas pelo produtor, podem sobrecarregar o leitor, ocasionando o que se pode chamar de stress cognitivo (MARCUSCHI, 1999, p. 22).

No que concerne à produção de conteúdo hipertextual, implica considerar, dentre os muitos fatores que corroboram para a construção da coerência, os principais, quais sejam: os elementos lingüísticos, o conhecimento de mundo e o conhecimento partilhado, as inferências, os fatores de contextualização, a situacionalidade, a intencionalidade e, principalmente, a informatividade, a focalização, a intertextualidade, a consistência e a relevância. Sob nosso ponto de vista, são esses os aspectos que devem ser revistos sob a ótica hipertextual na produção de conteúdo para o meio digital.

Portanto, mais do que o domínio tecnológico, o meio exige uma outra concepção de competências e saberes daquele que deve ter a capacidade de processar e de difundir mensagens que integram diversos códigos lingüísticos – textuais, sonoros, visuais – que gozem de unidade comunicativa. Talvez seja este o momento de considerar novos paradigmas para a produção de conteúdo, justamente ao se considerar um propício deslocamento do pólo de observação: se antes o foco era o produto, agora este recai para o processo e o processamento.

## Referências Bibliográficas

JOHNSON, Steven. *Cultura da interface*: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

KOCH, Ingedore G. V. *O texto e a construção dos sentidos*. São Paulo: Contexto, 1997.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. Linearização, cognição e referência: o desafio do hipertexto. In: *Línguas e Instrumentos Lingüísticos*, v. 3. Campinas, 1999. Disponível em: <[http://www.uchile.cl/faculdades/filosofia/Editorial/discurso\\_cambio/17Marcus.pdf](http://www.uchile.cl/faculdades/filosofia/Editorial/discurso_cambio/17Marcus.pdf)>. Acesso em: 25 ago. 2008.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. A coerência no hipertexto. In: *I Seminário sobre hipertexto*. Recife: UFPe, 2000. Disponível em: <<http://www.bbs.metalink.com.br/~lcoscarelli/Marcuschicoerhtx.doc>>. Acesso em: 24 ago. 2008.