



H0585

### **A INFORMAÇÃO VERBAL E IMAGÉTICA EM SITES DE PROPAGANDA TURÍSTICA**

Raquel Guiraldelli Bonfá (Bolsista PIBIC/CNPq) e Profa. Dra. Denise Bértoli Braga (Orientadora), Instituto de Estudos da Linguagem - IEL, UNICAMP

O uso acentuado do computador no mundo atual tem promovido mudanças lingüísticas, culturais e sociais. Em relação às mudanças lingüísticas, estudos indicam um processo de “visualização da comunicação”, no qual a informação transmitida através da imagem é tão relevante quanto a veiculada pelo texto verbal. Esse processo é evidente na Rede Mundial de Computadores (a WWW). Essa pesquisa propôs analisar a informação verbal e imagética do site [www.itacare.com.br](http://www.itacare.com.br), buscando compreender a relação existente entre estes dois tipos de texto, em uma composição multimodal. A análise buscou ressaltar possíveis usos das imagens para atrair turistas em potencial e que valores e informações foram ressaltados por elas. Também foi averiguado no estudo que tipo de informação foi apresentado de forma verbal no site em questão. Considerando a análise realizada, pôde-se constatar que a imagem possui um papel de grande importância na construção de sentidos do site analisado, porém isso não ocorre de forma igual na totalidade das páginas do site [www.itacare.com.br](http://www.itacare.com.br). O texto verbal parece ter um papel secundário, de apoio ao texto visual, apresentando informações adicionais, diferentes das veiculadas pelas imagens. No entanto, isso não é uma constante. Em certas composições, o texto verbal apresenta informações mais relevantes que o texto visual, como no item “Capoeira”, porém essa página não é o principal atrativo do site da cidade.

Multimodalidade - Leitura - Propaganda