ISSN: 2358-8829

A MULTIMODALIDADE COMO PROCESSO DE LEITURA E CONSTRUÇÃO TEXTUAL

Milenia da Silva Santos [1]

INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, a multiplicidade de linguagens se manifesta de formas diversificadas em consonância com a situação de comunicação pretendida, tornando-se, assim, importante discutir práticas pedagógicas que inserem os mais diferentes textos multimodais no contexto da sala de aula, considerando o processo de ensino-aprendizagem.

São muitas as publicações que apontam a necessidade de repensar o ensino que leva em conta somente o texto verbal, pois é preciso inserir a cultura da tela juntamente com as tecnologias tipográficas e digitais para a leitura e a produção de texto no contexto da atualidade. A partir disso, o ensino de língua portuguesa surge com uma nova roupagem, pois tem como desafio uma educação linguística voltada, também, para os textos verbais e não verbais publicados nos mais diferentes suportes.

Os textos hoje articulam imagens estáticas e em movimento, com áudio, cores, *links*, entre outros, nos ambientes da mídia impressa ou digital. Nesse sentido, na escola, esses textos passaram a requerer novas habilidades de leitura e escrita para ampliar a noção de letramento para múltiplos letramentos e dar conta das diferentes semioses veiculadas nos textos das mídias: “visual (uso das imagens), sonoro (uso de sons), verbal (uso das línguas), para citar os mais recorrentes” (DIAS *et al*, 2012, p. 76).

Há uma preocupação entre os professores para aprimorar as práticas de linguagens para inserir o ensino às modificações sociais vigentes após a evolução vertiginosa da tecnologia. Também, os documentos oficias, desde a publicação dos PCNs, em 1998, vêm dando grande destaque para a inserção do

[1] Graduando do Curso de Letras da Universidade Federal da Paraíba - UFPB, mileniadasilva@gmail.com;

aluno nas habilidades demandadas pelas novas tecnologias e pelos textos que articulam diferentes linguagens:

> Cada vez mais a linguagem cultural inclui o uso de diversos recursos tecnológicos para produzir processos comunicativos, utilizando-se diferentes códigos de significação (novas maneiras de se expressar e de se relacionar). Além dos meios gráficos, inúmeros meios audiovisuais e multimídia disponibilizam dados e informações, permitindo novas formas de comunicação (BRASIL, 1998, p. 135).

Nesse viés, a pesquisa pretende discutir acerca da multimodalidade vinculada ao contexto de ensino-aprendizagem de língua portuguesa. Pressupomos que a multiplicidade de textos de diferentes linguagens requer novas práticas de ensino que viabilizem novas habilidades para dar conta dos textos que fazem parte do cotidiano do aluno.

Para tal intento, apresentamos um texto multimodal, um anúncio publicitário do Boticário, como contributo para análise e sugestão de uma prática para a sala de aula, tendo em vista os aportes teóricos da Linguística Textual, com objetivo de promover habilidades de leitura e escrita em textos multimodais para alunos da educação básica.

Seguimos pela vertente da abordagem qualitativa, pesquisa bibliográfica de natureza básica, concomitantemente, com uma revisão teórica da literatura específica, na qual selecionamos autores que tratam de assuntos de multiletramento e de linguística de texto em análise de textos.

O trabalho está estruturado da seguinte forma: primeiramente uma seção intitulada *Do letramento ao multiletramento*, nela abordamos o surgimento do letramento e sua ampliação para o multiletramento. Na sequência, fazemos um levantamento dos estudos com Multiletramento nos documentos oficiais (PCN e BNCC). Em seguida: *A multimodalidade para a aquisição da leitura e escrita* tem por finalidade explanar sobre como a multimodalidade pode contribuir para a formação do leitor/produtor desses textos. Fazemos, também, uma breve análise do anúncio publicitário de O boticário, pelo viés da Linguística Textual. Depois, traçamos uma proposta de atividades com anúncio publicitário. Por fim, apresentamos a metodologia e a discussão dos procedimentos metodológicos.

ISSN: 2358-8829

A pesquisa se justifica pela importância da leitura e da escrita de textos diversos, entre eles os multimodais, para que os alunos se tornem indivíduos críticos e preparados para a comunicação contemporânea, considerando essa perspectiva como enriquecedora para a formação do aluno/leitor/produtor de textos.

METODOLOGIA

A pesquisa inicia-se com a revisão bibliográfica acerca dos estudos com textos publicados nas esferas digitais. Nesta pesquisa, buscamos compreender as diversas faces que encadeiam as áreas de estudo. Seguindo nesta linha metodológica, iniciamos o trabalho a partir dos estudos acerca do letramento e multiletramento, além de fazer uma breve reflexão sobre a alfabetização, área que dialoga com o letramento. Nessa linha, utilizamos as pesquisas de Soares (2004, 2009), Rojo (2009, 2012, 2013), entre outros. Também, a pesquisa engloba a Linguística de Texto, com trabalhos realizados por Koch (1998) e Dionísio (2014). Tivemos, também, embasamento dos documentos oficiais, que trouxeram importantes abordagens sobre o que norteia o ensino de língua portuguesa.

Trazemos como exemplo de texto multimodal uma peça publicitária, analisamos o anúncio a fim de demonstrar na prática a teoria estudada e como ela pode subsidiar na formação do sujeito aluno/leitor. Por fim, apresentamos uma proposta didática de análise de texto para alunos do 9º ano do Ensino Fundamental.

Podemos caracterizar este trabalho como uma pesquisa qualitativa, e de natureza básica, pois é constituída de estudos já desenvolvidos por muitos estudiosos de ambas as áreas. Através da leitura de livros, artigos e trabalhos, buscamos trazer um novo olhar para os fenômenos da língua, a fim de que gerasse novos conhecimentos para o professor de Língua Portuguesa.

ISSN: 2358-8829

REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Do letramento ao multiletramento

Para compreendermos o conceito de letramento e multiletramento, é preciso apresentar brevemente o percurso dessas linhas de pesquisa e o que está subordinado a esses estudos. O letramento surgiu, inicialmente, atrelado à alfabetização, apesar de eles apresentarem processos distintos, por vezes são confundíveis. Vejamos o que diz Magda Soares:

> não são processos independentes, mas interdependentes, e indissociáveis: a alfabetização desenvolve-se no contexto de e por meio de práticas sociais de leitura e de escrita, isto é, através de atividades de letramento, e este, por sua vez, só se pode desenvolver no contexto e por meio da aprendizagem (SOARES, 2004, p.14).

A alfabetização forma a capacidade do indivíduo dominar os códigos de habilidades para o uso da leitura e escrita. Com a chegada de novos fatos e ideias veio a necessidade de um novo estudo e deu-se origem a uma outra linha de pesquisa “O letramento”, que trouxe uma nova maneira de compreender a presença da escrita nos mais diversos contextos sociais. A palavra letramento é a tradução para o português da palavra *literacy* da versão da Língua Inglesa. Segundo Magda Soares: “sentido que tem letramento, palavra que criamos traduzindo "ao pé da letra" o inglês *literacy*. tetre-, do latim *littera* e o sufixo -mento, que denota o resultado de uma ação (como, por exemplo, em ferimento, resultado da ação de ferir)” (SOARES, 2009, p. 28).

São muitos os estudos que discutem sobre a importância do letramento e multiletramento para o ensino e aprendizagem do aluno. O indivíduo que desenvolveu a capacidade do letramento consegue dominar a língua no dia a dia e nos mais diversos contextos sociais através da leitura e escrita. O sujeito letrado sai da simples habilidade de unicamente ler e escrever como hábito do seu cotidiano, e adentra-se a um estado mais avançado do letramento, que se trata do processo de organizar discursos, interpretar, compreender e refletir textos, dominando a leitura e escrita de acordo com as demandas sociais. Magda Soares reitera:

ISSN: 2358-8829

> Letramento é, pois, o resultado da ação de ensinar ou de aprender a ler e escrever: o estado ou a condição que adquire um grupo social ou um indivíduo como consequência de ter-se apropriado da escrita (SOARES, p. 18, 2009).

Com a linha de pesquisa do letramento aprovado, o multiletramento denota às múltiplas faces de linguagens, e surgiu para ampliar às experiências positivas alcançadas pelos estudos do letramento. Este novo estudo foi criado por um grupo de professores e pesquisadores do Grupo de Nova Londres para discutir o estado da pedagogia dos letramentos, devido aos resultados educacionais que não estavam melhorando nos Estados Unidos, Austrália e Reino Unido. Foram levantadas as seguintes questões:

> As áreas principais de preocupação, comum ou complementar incluíam a tensão pedagógica entre a imersão e os modelos explícitos de ensino; o desafio das diversidades cultural e lingüística; os novos e proeminentes modos das tecnologias da informação; e as mudanças no uso dos textos nos ambientes de trabalho reestruturados (NLG, 1996, p. 62).

Dessa forma, o multiletramento, segundo uma releitura de Rojo (2012; 2013) é o desdobramento do letramento em múltiplos níveis linguísticos e culturais; uma vez que a produção de gêneros multimodais está vinculada à multiplicidade de linguagens, formatos, mídias, semioses, contextos diferentes, tais como, o letramento digital, literário, científico, visual, sonoro e etc. Contrariando às práticas pedagógicas tradicionais, o multiletramento vai além das simples abordagens comuns da leitura e escrita.

1.2 Multiletramento nos documentos oficiais (PCN e BNCC)

O ensino de língua portuguesa surge com novas propostas de atividades sócio-discursivas que propicia aos alunos capacidade crítica e reflexiva por meio das mais diversas experiências, em gêneros de diferentes formatos e suportes, nos diversos campos sociais. Também, o trabalho com a multimodalidade e a multiplicidade de linguagens é importante para o desenvolvimento cognitivo dos alunos. Sobre isso, Dionísio explica:

> Multiletrar é, portanto, buscar desenvolver cognitivamente nossos alunos, uma vez que a nossa competência genérica se constrói e se atualiza através das linguagens que permeiam nossas formas de produzir textos. Assim, as práticas de multiletramentos devem ser entendidas como processos sociais que se interpõem em nossas rotinas diárias. Multiletrar é preciso! Multiletrar deve ocorrer, no processo de aprendizagem dos conteúdos de qualquer disciplina, através de atividades que permitam a compreensão de um simples fato (DIONÍSIO, 2014, p. 41).

Esses conteúdos são defendidos nos documentos oficiais, como nos Parâmetros Curriculares Nacionais (1998) e também na Base Nacional Comum (2018). Nesses documentos, reforça-se a importância das práticas metodológicas contempladas pelos multiletramentos, através da cultura digital, a qual, faz parte da vida cotidiana do aluno. Vejamos:

> O componente Língua Portuguesa da BNCC dialoga com documentos e orientações curriculares produzidos nas últimas décadas, buscando atualizá-los em relação às pesquisas recentes da área e às transformações das práticas de linguagem ocorridas neste século, devidas em grande parte ao desenvolvimento das tecnologias digitais da informação e comunicação (TDIC). Assume-se aqui a perspectiva enunciativo-discursiva de linguagem, já assumida em outros documentos, como os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), para os quais a linguagem é “uma forma de ação interindividual orientada para uma finalidade específica; um processo de interlocução que se realiza nas práticas sociais existentes numa sociedade, nos distintos momentos de sua história” (BRASIL, 1998, p. 20, *ibid* BRASIL, 2018, p. 67).

A partir disso, podemos perceber que a BNCC busca contemplar os estudos com multiletramentos, visto que há uma necessidade de inovação das práticas educativas referente ao uso da língua. Tendo como unidade de estudo, os textos, os quais abrangem conteúdos enunciativos, a BNCC tem por objetivo abarcar atividades que levem em consideração a multiplicidade de linguagens, ampliando o acesso aos mais diversos gêneros textuais e discursivos, de forma que a aula não seja limitada aos conteúdos dos livros didáticos, pois a partir do avanço da tecnologia, há inúmeras possibilidades de ferramentas digitais para práticas educativas e avanços da leitura e escrita, como por exemplo, anúncios publicitários, memes, vídeos, propagandas e etc.

ISSN: 2358-8829

A BNCC propõe que sejam realizadas análises com esses gêneros multimodais, adequando de forma organizada cada possibilidade de uso de acordo com o contexto social do aluno. As práticas com a multiplicidades de linguagens, bem elaboradas, fazem com que os alunos leiam e compreendam melhor hipertextos e conteúdos midiáticos. Essas práticas além de ajudarem na oralidade e escrita, facilitam a comunicação dos alunos com os suportes em que estes textos são inseridos. A partir disso, a BNCC tem o intuito de fazer com que os estudos da Língua Portuguesa se ajustem aos conteúdos enunciativos discursivos da linguagem, tendo o texto como unidade de estudo e a oralidade/escuta, leitura, escrita e análise linguística/semiótica como eixo de ensino.

1.3 A multimodalidade para a aquisição da leitura e escrita.

Atualmente, os meios tecnológicos nos apresentam formas de linguagens com diferentes sentidos e interpretações. A essa diversidade de textos representantes da linguagem, publicados nos meios digitais, damos o nome de multimodalidade, como já explicitado anteriormente. A multimodalidade possui duas ou mais formas de representações, ela surge como um mais novo fenômeno para o trabalho e prática com a leitura e escrita.

O ensino de língua portuguesa com textos escritos, orais, visuais, entre outros modelos amplia o trabalho com a linguagem. Com o avanço da tecnologia, obteve-se também, a evolução na elaboração de novos modelos textuais, e de forma concomitante, surgiram textos audiovisuais, sonoros, ilustrações, infográficos, fotografias, tudo isto por meio de plataformas como por exemplo: podcasts, Youtube, Instagram, Twitter, entre outros, plataformas essas que são disponibilizadas pelos meios digitais. A partir disso, podemos observar a importância e relevância desses avanços tecnológicos, pois é a partir deles que a multimodalidade se firma como elemento importante para a aquisição da leitura e da escrita, expandindo a capacidade crítica do aluno frente a esses novos objetos, como ratifica Rojo:

> É preciso que a instituição escolar prepare a população para um funcionamento da sociedade cada vez mais digital e também para buscar no ciberespaço um lugar para se encontrar, de maneira crítica, com diferenças e identidades múltiplas (ROJO, 2013, p. 7).

É comum os alunos terem contato com essa diversidade de gêneros via plataformas digitais, portanto é fundamental levar para sala de aula os estudos com esses gêneros, pois os alunos já dialogam com os mesmos cotidianamente, conforme Dionísio:

> Trazer para o espaço escolar uma diversidade de gêneros textuais em que ocorra uma combinação de recursos semióticos, significa promover o desenvolvimento cognitivo de nossos aprendizes. (Significa também um enorme desafio, quando levamos em consideração a nossa formação docente, a rapidez dos avanços tecnológicos e a familiaridade dos nossos alunos com as mídias digitais em seu cotidiano fora da escola) (DIONÍSIO, 2014, p. 41).

Para essa autora, o que faz um texto ser multimodal são as várias formas, diversos modos de comunicações linguísticas e combinações de sentidos que se intercalam entre a oralidade e a escrita, nas formas visuais entre traços e imagens. Dionísio reitera:

> Portanto, é no texto, materialidade dos gêneros, onde os modos (imagem, escrita, som, música, linhas, cores, tamanho, ângulos, entonação, ritmos, efeitos visuais, melodia etc.) são realizados. O que faz com que um modo seja multimodal são as combinações com outros modos para criar sentidos. Ou seja, o que faz com que um signo seja multimodal são as escolhas e as possibilidades de arranjos estabelecidas com outros signos que fazemos para criar sentidos, com os mesmos, quais as articulações criadas por eles em suas produções textuais. (DIONÍSIO, 2014, p. 42).

É exatamente essa multiplicidade de sentidos expressos nos textos multimodais que despertam o interesse pelo seu conteúdo, e abre espaço para a reflexão, pois é algo que está presente no dia a dia do aluno, e a utilização desta linguagem multimodal vem crescendo devido ao grande desenvolvimento tecnológico. Segundo a BNCC:

ISSN: 2358-8829

> A contemporaneidade é fortemente marcada pelo desenvolvimento tecnológico. Tanto a computação quanto as tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC) estão cada vez mais presentes na vida de todos, não somente nos escritórios ou nas escolas, mas nos nossos bolsos, nas cozinhas, nos automóveis, nas roupas etc. (BRASIL, 2018, p. 473).

Assim, cabe às escolas proporcionarem a seus alunos condições para se tornarem leitores dessas linguagens para que deem conta “das demandas da vida, da cidadania e do trabalho numa sociedade globalizada e de alta circulação de comunicação e informação, sem perda da ética plural e democrática” (ROJO, 2009, p. 90). Familiarizar-se com textos com diferentes linguagens que circulam em campos sociais diversos – jornalístico, artístico, judiciário, científico, didático pedagógico, cotidiano, midiático, literário, publicitário, bem como a leitura de imagens, fotos, cartazes, propagandas, fílmicas, imagens digitais e virtuais, como propõe a BNCC - propicia “o desenvolvimento de uma atitude crítica que leva o aluno perceber o sujeito presente nos textos e, ainda, tomar uma atitude responsiva diante deles” (FRANCISCO; SCOPARO, 2021, p. 99).

Nesse sentido, para se efetivar a leitura desses textos, é importante saber o que ele diz, como manifesta suas ideias, como ele significa. Para isso, a Linguística do Texto é uma ferramenta de muita valia aos professores de Língua Portuguesa, pois
as teorias

> sócio-interacionais reconhecem a existência de um sujeito planejador/organizador que, em sua inter-relação com outros sujeitos, vai construir um texto, sob a influência de uma complexa rede de fatores, entre os quais a especificidade da situação, o jogo de imagens recíprocas, as crenças, convicções, atitudes dos interactantes, os conhecimentos (supostamente) partilhados, as expectativas, mútuas, as normas e convenções sócio-culturais. Isto significa que a construção do texto exige a realização de uma série de atividades cognitivo-discursivas que vão dotá-lo de certos elementos, propriedades ou marcas os quais, em seu inter-relacionamento, serão responsáveis pela produção de sentidos (KOCH, 1998, p. 7).

Nesse sentido, para analisar algumas de tais atividades discursivas e de suas marcas no texto escolhemos um texto publicitário para exemplificar o trabalho com uma prática de texto multimodal. O que veremos a seguir.

1.4 Análise de um anúncio publicitário pelo viés da Linguística Textual

Como já enunciado, na contemporaneidade, o mundo é movido através das tecnologias digitais, a veiculação de informações e produções textuais com linguagens múltiplas. A partir disso, percebemos o quanto é relevante trabalhá-los na sala de aula, a fim de aprimorar as práticas docentes, pois são gêneros que fazem parte do cotidiano dos jovens. O interesse pelo estudo com textos multimodais vai além das análises linguísticas gramaticais, pois acreditamos que a multimodalidade tem mais a oferecer, bem como formar esses alunos leitores para atuar criticamente dentro da sociedade a qual eles estão inseridos e que se encontra em constantes mudanças. Além disso, como ratifica a BNCC:

> Grande parte das informações produzidas pela humanidade está armazenada digitalmente. Isso denota o quanto o mundo produtivo e o cotidiano estão sendo movidos por tecnologias digitais, situação que tende a se acentuar fortemente no futuro (BRASIL, 2018, p. 473).

A multimodalidade se alinha ao universo digital, incorporando novas ideias e técnicas para práticas da leitura e escrita. Nesse universo, insere-se o anúncio publicitário, um texto multimodal que tem o intuito de divulgar produtos através das mais diversas plataformas, entre elas as digitais, como por exemplo, em revistas e jornais com textos verbais, em textos orais transmitidos via rádios ou em imagens por meio da internet ou televisão. Nesse cenário, o texto aparece repleto de significados e cabe ao sujeito leitor/consumidor interpretar os discursos presentes. Geralmente, o produtor do texto ao construir um anúncio busca utilizar recursos gráficos atrativos, como fontes destacadas, cores, formas e imagens, que chamam atenção do leitor e intensificam o poder de convencê-lo a consumir o produto. Além disso, o produtor se encarrega, também, de abordar algum tema atual discutido na sociedade para reforçar a persuasão.

ISSN: 2358-8829

Apresentamos abaixo uma análise de um anúncio publicitário do Boticário. Além da análise contextual, buscaremos analisar, também, aspectos linguístico-enunciativos presentes no anúncio:

De antemão, o anúncio busca proporcionar o posicionamento crítico do sujeito leitor para o empoderamento feminino. Firmaremos esta análise pelo viés da Linguística do Texto, trabalhando alguns elementos que dão conta da sequenciação do texto, a coesão e a coerência; ao modo como determinado texto depende do conhecimento que se tenha de outros textos com os quais ele, de alguma forma, se relaciona, a intertextualidade; e ao propósito dos produtores de textos em atingir seus objetivos, a intencionalidade (KOCH, 1998).



Figura 1: Anúncio publicitário da empresa O Boticário.
Fonte: (Adaptado de FUZA; STRIQUER, 2018)

O anúncio foi lançado pelo Boticário, em 2005. Era uma campanha que compunha quatro anúncios que retomavam personagens femininas de contos de fadas infantis e foi publicado em diversos suportes, outdoors, revistas, jornais e plataformas digitais. Para este trabalho escolhemos um deles para a análise.

O produtor do anúncio é a agência publicitária AlmapBBDO para a empresa O boticário**.** Para início de análise, podemos discutir sobre o contexto de produção que se observa entre autor, texto e leitor. O anúncio tem como prováveis destinatários os consumidores dos produtos de O boticário, mas especificamente o público adulto e mulher. O maior objetivo da empresa é persuadir destinatários a consumir o produto, bem como fazer com que as mulheres confiem nas consultoras de O boticário porque elas são as verdadeiras fadas do mundo moderno. Desse modo, o contexto sócio-histórico-ideológico do anúncio é o diálogo com os contos de fadas, abordando uma intertextualidade

com o conto de Branca de Neve. Nesse viés, conforme Barthes, o texto redistribui a língua:

> Uma das vias dessa reconstrução é a de permutar textos, fragmentos de textos, que existiram ou existem ao redor do texto considerado, e, por fim, dentro dele mesmo; todo texto é um intertexto; outros textos estão presentes nele, em níveis variáveis. Sob formas mais ou menos reconhecíveis (BARTHES, 1974, p. *apud* KOCH, 1998, p. 46).

Assim, segundo Koch (1998), o texto é um objeto heterogêneo, intertextual, que depende de conhecimento que se tenha de outros textos com os quais se relaciona. Desse modo, para convencer os leitores, os anunciantes usaram como estratégia a intertextualidade, a imagem de uma mulher, bem maquiada, com batom vermelho e cores vibrantes que despertam a sensualidade da mulher, assemelhando-se à personagem Branca de Neve, revelando uma relação de seu interior com o texto que lhe deu origem, dialogando e retomando.

O anúncio tem como tema principal o empoderamento feminino, pois as mulheres tornam-se “empoderadas” ao consumir os diversos produtos de O boticário. A cor vermelha presente na imagem, em especial na maçã, representa os desejos da mulher adulta; a conquista, que seduz, encoraja, provoca. Ao colocar essa cor em destaque, o produtor remete a mulher ao universo da sensualidade e a desperta para o consumo do produto. É uma estratégia argumentativa com o intuito de convencimento, a linguagem como forma de “**ação sobre o mundo dotada de intencionalidade**, veiculadora de ideologia, caracterizando-se, portanto, pela argumentatividade, conforme Koch (1993, p. 17 – grifo da autora). O texto organiza-se na articulação entre o verbal e o não verbal – cor, traço, escrita - imbricando o todo significativo para a produção de sentido e manipulando o leitor para o desejo do consumo, ou seja, o discurso foi orientação no sentido de determinadas conclusões, não é neutro e subjaz uma ideologia, uma intenção.

Sobre as marcas linguísticas-enunciativas, temos a presença do uso de um conectivo, como a conjunção adversativa “mas” com sentido de oposição e dando coesão ao texto escrito. A coesão, segundo Koch (1998, p. 35), “diz

respeito ao modo como os elementos linguísticos presentes na superfície textual se encontram interligados, por meio de recursos também linguísticos, formando sequências veiculadoras de sentidos". Assim, quando o produtor diz "Conto de fadas moderno não tem fadas, mas consultoras do Boticário" está trazendo o leitor para o universo da mulher contemporânea, independente, que faz suas escolhas, e, ao mesmo tempo, remetendo às consultoras como seres encantadores, que estão a serviço da conquista, oferecendo produtos que sensualizam ainda mais essas mulheres.

Nessa construção, na organização das linguagens multissemióticas[2], criou-se na mente dos leitores uma configuração de sentidos bem articulados, coerentes e produziu o sentido pretendido. A coerência de um 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, 1998, p. 41). Assim, os elementos verbais (coesivos) e imagéticos (mulher, cor, maçã) estabeleceram relações adequadas concomitantes ao conhecimento sociocultural partilhado entre os interlocutores para o sentido global do anúncio.

1.5 Proposta de atividade com gênero anúncio publicitário para ser trabalhado na sala

A seguir apresentamos uma proposta para turma de 9° ano do Ensino Fundamental. Para a prática de análise linguística/semiótica, metodologicamente, objetivamos inserir o aluno em, conforme a BNCC (2018):

Quadro 1: Prática, objetos e habilidades

Prática de linguagem	**Objetos do conhecimento**
Análise linguística/semiótica	Recursos linguísticos que operam nos textos pertencentes ao gênero jornalístico "anúncio publicitário"
	Efeitos de sentidos provocados pelos usos de recursos linguísticos e

[2] Textos compostos de muitas linguagens ou semioses e que exigem capacidades e práticas de compreensão e produção de sentidos de cada uma delas para fazer significar (ROJO, 2012, p. 19).

	semióticos (especificamente, conjunção adversativa e a articulação entre as várias semioses que compõe o texto)

Habilidades da BNCC (EF67LP28)	Ler, de forma autônoma, e compreender – selecionando procedimentos e estratégias de leitura adequados a diferentes objetivos e levando em conta características dos gêneros e suportes (169)
Habilidades da BNCC (EF07LP10)	Utilizar [...] conhecimentos linguísticos e gramaticais: conjunções (p. 173).
Habilidades da BNCC (EF69LP02)	Analisar e comparar peças publicitárias variadas (cartazes, folhetos, outdoor, anúncios e propagandas em diferentes mídias, spots, jingle, vídeos etc.), de forma a perceber a articulação entre elas em campanhas, as especificidades das várias semioses e mídias, a adequação dessas peças ao público-alvo, aos objetivos do anunciante e/ou da campanha [...] como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros (p. 141).

Fonte (adaptada) BNCC (BRASIL, 2018)

O professor pode também, conforme o objetivo da aula, utilizar a Matriz de Referência de Língua Portuguesa do SAEB: Tópicos e seus Descritores – 9º ano do Ensino Fundamental.

Quadro 2. Matriz de Referência

IV. Coerência e coesão no processamento do texto	D15 Estabelecer relações lógico-discursivas presentes no texto, marcadas por conjunções, advérbios etc
V. Relações entre recursos expressivos e efeitos de sentido	D18 Reconhecer o efeito de sentido decorrente da escolha de uma determinada palavra ou expressão (ou entre as várias semioses).

Fonte: Elaborado pela Daeb/Inep a partir do Saeb/Inep (2002), com adaptação para este trabalho

A proposta apresenta uma peça publicitária, na qual o produtor do texto lança mão de recursos linguísticos e semióticos para produzir possíveis sentidos textuais/discursivos que precisam ser construídos pelo leitor/estudante, com base em suas experiências e conhecimentos prévios. Espera-se que, nas atividades de compreensão e análise linguística/semiótica, o aluno perceba a importância do uso da conjunção adversativa, da intencionalidade do produtor, da relação com outros textos e das várias semioses na organização da sequência textual, instigue a reflexão desses usos e discuta possíveis estratégias discursivas para a produção de sentido. Segue a proposta:

Quadro 2: Proposta didática com anúncio publicitário



Imagem para análise

Proposta didática
Público-alvo: 9º ano do Ensino Fundamental.
Conteúdo: Coesão, coerência, intencionalidade, intertextualidade e articulação entre semioses.
Habilidades (BNCC): (EF67LP28); (EF07LP10); (EF69LP02)
Descritores (SAEB): D15 e D18
Duração: 5 aulas

	Objetivo: Instigar a reflexão e análise das conjunções existentes na língua, assim como as semioses que compõe o anúncio publicitário, a intenção do produtor do texto, a relação com outos textos a fim de promover um ensino interacionista, reflexivo e crítico.
	Recursos: Cópias do anúncio do Boticário, lápis, caneta, internet, celular, computador.
	Metodologia: Distribuição dos compêndios de atividades e leitura do conteúdo da peça publicitária. • De início, apresentar uma sequência de anúncios publicitários, para discutir a função dos anúncios, suas esferas de circulação e qual objetivo dos anúncios. Em seguida, em equipe analisar e discutir em uma roda de conversa quais as propostas dos anúncios apresentados, a temática principal e o que o produtor quis revelar nas entrelinhas. • Em seguida, distribuir o anúncio publicitário do Boticário para que os alunos possam fazer um levantamento do contexto sócio-histórico da peça. Partindo do seguinte questionamento: Por que é possível afirmar que o anúncio publicitário traz uma perspectiva sócio-histórico do cotidiano? É através do uso da linguagem que o produtor convence os consumidores a adquirirem o produto, bem como é as influências dos conteúdos que abordam o contexto social e propicia, ao sujeito leitor, um conhecimento *histórico.* • Depois, levantar aspectos textuais, linguísticos / discursivos / semióticos (coesão, coerência, intencionalidade, intertextualidade, semioses) presentes no anúncio e seus efeitos de sentido para a produção de sentido global do texto, esta resposta parte do seguinte questionamento: Como analisar esses anúncios publicitários a partir da Linguística Textual? • Como atividade extra classe, os alunos poderão fazer uma pesquisa nas plataformas digitais ou em outdoors, afim de encontrar um anúncio publicitário criado por alguém da sua cidade. Deverá

	apresentá-lo na sala de aula e fazer a análise dos aspectos textuais e semióticos. • Na sequência, os alunos deverão, individualmente, produzir um anúncio publicitário, por meios tecnológicos específicos (Power Point; Picasa; Corel Draw, etc.) Nesses anúncios, deverá conter recursos das várias linguagens, tendo como público os próprios alunos do 9º ano. Todos seguindo a mesma temática: Preservação do Meio Ambiente. A partir desta atividade, os alunos poderão se conscientizar sobre a importância de preservar o Meio Ambiente para os seres vivos e para a habitação terrestre, além de auxiliar a escrita e o desenvolvimento linguístico textual, proporcionando de maneira dinâmica a aprendizagem dos alunos. Esses anúncios serão divulgados nas redes sociais dos alunos, e repostados no perfil da escola, para que todos tenham acesso. • A avaliação será formativa e contínua a partir das atividades entregues em coerência às propostas de cada turno.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este trabalho teve o intuito de apresentar a importância dos textos multimodais para leitura, escrita e formação do estudante em sujeito crítico dos textos que circulam na esfera jornalística. Para tanto, além da revisão bibliográfica, realizamos uma análise de um texto multimodal para edificar os conhecimentos adquiridos com as teorias escolhidas para esse fim. Pudemos entender que práticas que versam sobre a multimodalidade promovem o entendimento das diferentes linguagens e mídias que as compõem.

Percebemos, também, que o diálogo intertextual entre o texto do anúncio e o conto de fadas permitiu inferir a temática da mulher contemporânea, possibilitando uma discussão do empoderamento feminino e da sensualidade que permeia peças publicitárias com a finalidade de persuadir o leitor/consumidor/mulher a comprar determinado produto.

ISSN: 2358-8829

Na análise linguística/semiótica do anúncio, pudemos ter consciência quanto ao “modus operandi” da língua na organização que se insere o anúncio. As linguagens multissemióticas utilizadas também foram uma forma de ação perante o público visado com a intenção de convencer e veicular uma ideologia. Isso pode ser demonstrado na sala de aula, com práticas didáticas, para que os alunos percebam a manipulação que esse tipo de texto cria em suas mensagens. Possibilita, dessa forma, o aluno desenvolver a capacidade de refletir, de maneira crítica, sobre o mundo, a sociedade, a comunidade em que vive, assim como também sobre a língua como instrumento de interação social, tornando-os aptos a compreender, interpretar e produzir textos verbais e não verbais, os multimodais/multissemióticos.

Desse modo, a partir das análises, concluímos que de fato a multimodalidade é um instrumento relevante para as aulas de língua portuguesa, pois se alinha ao cotidiano dos alunos e percebemos que é um encaminhamento que flexibiliza as práticas de ensino e o trabalho do professor, e que fazem parte das exigências tecnológicas da contemporaneidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao término desta pesquisa, concluímos que a prática com textos multimodais é eficaz para as aulas de língua portuguesa, pois expande a capacidade do uso da linguagem e da construção textual, além de ampliar a capacidade de análise crítica, provocando o interesse do aluno em atividades que se inserem em seu cotidiano.

É necessário desenvolver, nas práticas docentes, o conhecimento sobre os gêneros multimodais, para que o educando aprenda a analisar e interpretar textos verbal e não verbal, além de refletir sobre os recursos linguísticos/semióticos utilizados. Sendo assim, é necessário mudar o ensino puramente tradicional, dando ênfase a um ensino mais inovador e que aguce a capacidade interpretativa do sujeito leitor, a fim de provocá-lo a se tornar um sujeito mais crítico diante a realidade que o circunda.

Enfim, é preciso ampliar os horizontes sobre as práticas educacionais e propiciar novos estudos nas mais variadas vertentes que o texto multimodal e suas linguagens permitem.

Palavras-chave: Letramento; Multiletramento; Linguística Textual; Ensino.

REFERÊNCIAS

BARTHES, R. (1974). *Verbete "Texte".* Encyclopaedia Universalis.

BRASIL. Secretaria da Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais**: terceiro e quarto ciclos do Ensino Fundamental – Língua Portuguesa. Brasília: MEC/SEF, 1998.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**: educação é a base. Brasília: Ministério da Educação, 2018. Disponível em: http://basenacional comum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_versãofinal_site.pdf. Acesso em 09 set. 2022.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). **Matrizes de referência de língua portuguesa e matemática do SAEB**: documento de referência do ano de 2001. Brasília, DF: INEP, 2020.

DIAS, A. V. Martins; *et al.* Minicontos multimodais. In: ROJO, R. H. R.; MOURA, E. (Orgs.). **Multiletramentos na escola**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

DIONISIO, A. P.; VASCONCELOS, L. J.; SOUZA, M. M. **Multimodalidades e Leituras: funcionamento cognitivo, recursos semióticos, convenções visuais.**
Recife: Pipa Comunicação, 2014. Disponível em: http://goo.gl/Bgzvgx. Acesso em: 18/07/2022 às 20h30

FRANCISCO, E. C.; SCOPARO, T. R. M. T. **Os signos educativos em *Felicidade por um fio:* uma abordagem às relações étnico-raciais.** São Carlos: Pedro & João Editores, 2021.

FUZA, Â. F.; STRIQUER, M. S. D.; OHUSCHI, M. C. G. **A valoração temática em um anúncio publicitário da empresa O Boticário.** Paraná: UENP, 2018.

KOCH, I. V. **O texto e a construção dos sentidos.** 2 ed. São Paulo: Contexto, 1998.

NEW LONDON GROUP. **A Pedagogy of Multiliteracies Designing Social Futures.** Harvard Educational Review, 66 (1), 60-92, 1996.

ROJO, R. (Org.). **Letramentos múltiplos, escola e inclusão social**. São Paulo: Parábola Editorias, 2009.

ROJO, R; MOURA, E. (Orgs.). **Multiletramentos na escola.** São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

ROJO, R. (Org.). **Escol@ conectada: os multiletramentos e as TICs**. 1. Ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2013.

SOARES, M. **Letramento: um tema em três gêneros.** 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

SOARES, M. **Letramento: um tema em três gêneros.** 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004.