

## O GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO NO LIVRO DIDÁTICO: UMA PERSPECTIVA MULTIMODAL PARA O ENSINO DA LÍNGUA

Ana Maria Alves de Brito<sup>1</sup>

Lúcia Maria de Assis<sup>2</sup>

**RESUMO:** A era das tecnologias tem apontado para a dinamicidade de constituição semiótica dos textos, os quais requerem dos sujeitos, alfabetizados ou não, novas habilidades de leitura e escrita. Na escola, os gêneros multimodais têm colaborado para novas formas de aprendizagem da língua. Assim, objeto deste estudo é o gênero anúncio publicitário, em propostas no livro didático de LP do ensino médio, *Se liga nas linguagens* (2020), adotado na rede pública estadual do Piauí. O objetivo é analisar como o trabalho com esse gênero colabora para o desenvolvimento de novas habilidades de leitura e escrita. Para tanto, realizamos uma pesquisa descritiva com abordagem qualitativa (MINAYO, 1994), apoiando-nos em autores que versam sobre gêneros (MARCUSCHI, 2008), multimodalidade (CANI E COSCARELLI, 2016; DIONÍSIO E VASCONCELOS, 2013), entre outros. As análises revelaram que, apesar de gêneros multimodais se constituírem como objeto de estudo em propostas de atividades no livro didático, poucos comandos focalizam a multimodalidade como habilidade para o ensino da Língua.

**Palavras-chave:** Livro didático; Anúncio Publicitário; Multimodalidade.

## THE ADVERTISING GENRE IN TEXTBOOKS: A MULTIMODAL PERSPECTIVE FOR LANGUAGE TEACHING

**ABSTRACT:** The era of technology has highlighted the dynamic nature of the semiotic constitution of texts, which require new reading and writing skills from subjects, whether literate or not. In schools, multimodal genres have contributed to new ways of learning the language. Thus, the object of this study is the advertisement genre, as proposed in the high school LP textbook, *Se liga nas idiomas* (2020), adopted in the state public school system of Piauí. The objective is to analyze how working with this genre contributes to the development of new reading and writing skills. To this end, we conducted descriptive research with a qualitative approach (MINAYO, 1994), based on authors who discuss genres (MARCUSCHI, 2008), multimodality (CANI and COSCARELLI, 2016; DIONÍSIO and VASCONCELOS, 2013), among others. The analyses revealed that, although multimodal genres are an object of study in activity proposals in the textbook, few commands focus on multimodality as a skill for teaching the language.

**Keywords:** Textbook; Advertisement; Multimodality.

<sup>1</sup> Doutoranda em Linguística e Literatura pelo PPGLIT/UFNT; Mestre em Letras pela UFPI. Tutora à distância da UAB/UFPI; professora da Educação Básica na Secretária Estadual de Educação do Piauí. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7547-3863>. E-mail: [hanabritoalves@hotmail.com](mailto:hanabritoalves@hotmail.com).

<sup>2</sup> Doutora em Linguística pela FFLCH/USP; Mestre em Linguística Aplicada pela Unitau. Professora associada na UFF e membro do corpo docente permanente no PPGLIT/UFNT. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7197-381X>. E-mail: [luciaassis@id.uff.br](mailto:luciaassis@id.uff.br).

## Introdução

A proposta contida neste artigo tem como foco principal o estudo do gênero anúncio publicitário em propostas de atividades no livro didático do ensino médio *Se liga nas linguagens* (2020), volume único, adotado nas escolas públicas da rede estadual de Teresina (PI). O cerne deste estudo está voltado para a multimodalidade desse gênero, como aspecto relevante para o desenvolvimento de novas habilidades cognitivas de leitura e escrita. A justificativa da escolha se deu pelo fato de que, além do gênero textual em questão permear a vida diária dos indivíduos em todos os espaços contemporâneos de escrita (KALANTZIS, COPE e PINHEIRO, 2020), ele também é contemplado no espaço formal da escola, onde é empregado para o exercício e a prática de língua portuguesa. Assim, o objetivo deste estudo é analisar como o trabalho com o texto multimodal anúncio publicitário colabora para o desenvolvimento de novas habilidades cognitivas de leitura e escrita na sala de aula.

Na era das linguagens líquidas, as configurações dos textos mudaram e, com elas, novas estruturas de organização têm convocado para novos letramentos da leitura. Para Dionísio (2011, p.138), “todos os recursos utilizados na construção dos gêneros textuais exercem uma função retórica na construção de sentidos dos textos”, portanto, as imagens, a escrita, as cores e a disposição gráfica em um anúncio publicitário dialogam entre si, colaborando para sua intencionalidade discursiva. Outro aspecto importante a se considerar, além dos aspectos composicionais desse gênero, é a ancoragem, uma vez que um anúncio pode ser veiculado em diferentes suportes, como celulares, computadores, notebooks, outdoors, busdoors e, também, em livros didáticos.

Como se lê na BNCC (Brasil, 2018, p.70), “as práticas de linguagem contemporâneas não só envolvem novos gêneros e textos, cada vez mais multissemióticos e multimidiáticos, como também novas formas de produzir, de configurar, de disponibilizar, de replicar e de interagir”, ratificando, portanto, que a presença de gêneros multimodais em materiais didáticos é uma exigência dos documentos oficiais, os quais orientam e prescrevem a utilização desses textos com o objetivo de promover a aprendizagem por meio de diferentes recursos semióticos, a fim de desenvolver habilidades cognitivas que colaborem para o letramento da imagem, do som, do gráfico, da disposição das letras e de outras formas de constituição (ROJO e MOURA, 2019).

Com base nesse conhecimento, propomos, neste artigo, uma análise descritiva, com abordagem qualitativa (MINAYO, 2013), sobre o uso do gênero anúncio publicitário em

propostas de atividades no livro didático do ensino médio. Para a fundamentação teórica, levantamos discussões baseadas nos gêneros e tipos textuais de acordo com Marcuschi (2008); no ensino da multimodalidade, a partir de Cani e Coscarelli (2016) bem como Dionísio e Vasconcelos (2013); nos letramentos e multiletramentos, com Kalazantziz, Cope e Pinheiro (2020), Rojo e Moura (2012, 2019), Rojo e Barbosa (2015), entre outros.

Para alcançar nosso objetivo, o artigo está organizado em torno da fundamentação teórica; da metodologia adotada e dos procedimentos de análise, além desta introdução e das considerações finais.

## **1. O ensino de gêneros no livro didático de língua portuguesa**

Como disse Marcuschi (2008, p. 147), “o estudo dos gêneros não é novo, mas está na moda”. Ainda hoje, podemos concordar com essa afirmação, uma vez que continuam profícuos os estudos sobre a materialização dos gêneros nas relações sociais, o que perpassa o ambiente escolar, intensificado, cada dia mais, pelo uso crescente das tecnologias. É no ambiente tecnológico que os textos adquirem novas configurações e surgem para mediar processos interativos ao fundar novas possibilidades de comunicação. Os indivíduos necessariamente aprendem a organizar seus discursos em forma de novos gêneros, ou seja, a necessidade comunicativa força os interlocutores a se tornarem capazes de intuir e compartilhar do mesmo gênero ao ouvir o discurso do outro (BAKHTIN, 2003).

Vinculados à vida social e cultural, os gêneros “contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia a dia” (MARCUSCHI, 2010, p.19). Assim, não há quem se comunique sem ser por meio de um texto, como também não há texto que não se estruture por meio de um gênero. Se isso reflete a realidade dos meios de se comunicar na sociedade, na esfera escolar, a comunicação por gêneros existe e não pode ser desconsiderada, uma vez que, como nos demais espaços de convivência social, se ratifica por um número considerável de textos produzidos por seus agentes em particular. A partir da divulgação dos Parâmetros Curriculares Nacionais – PCN (BRASIL, 1998), propondo o texto como objeto de ensino, a escola é convocada para o trabalho com os gêneros textuais na sala de aula que, cada vez mais, tem se intensificado em diversas propostas didático-pedagógicas.

Assim, o livro didático passou a comportar uma maior diversidade de gêneros que, elevados à categoria de objeto de ensino, são colocados à disposição da aprendizagem,

engendrando processos de compreensão e interpretação da língua em atividades de leitura e escrita no espaço da sala de aula. No entanto, Schneuwly e Dolz (2004, p.61), destacam que,

na sua missão de ensinar os alunos a escrever, a ler e a falar, a escola, forçosamente, sempre trabalhou com os gêneros, pois toda forma de comunicação - portanto, também aquela centrada na aprendizagem – cristaliza-se em formas de linguagens específicas. A particularidade da situação escolar reside no seguinte fato que torna a realidade bastante complexa: há desdobramentos que se operam em que o gênero não é mais instrumento de comunicação somente, mas é, ao mesmo tempo, objeto de ensino aprendizagem.

Nesse sentido, os autores apontam alguns entraves para as propostas de atividades de ensino dos gêneros na escola ao afirmarem que, ainda que se referenciem os gêneros, na escola, como artefatos culturais e, ainda que não se perca totalmente sua configuração comunicativa, eles têm se transformando, muitas vezes, em simples objeto das atividades de metalinguagem. Ou seja, transpostos para o livro didático, os gêneros não mais evidenciam a discursividade comunicativa e passam a ser utilizados, com maior ênfase, apenas para que os alunos aprendam a identificar sua estrutura ou para que realizem ações de leitura e escrita, transformando-os em “pura forma linguística, cujo domínio é o objetivo” (SCHNEUWLY e DOLZ, 2004, p. 65).

Uma segunda problemática que pauta o lugar da comunicação viabilizada pelo ensino dos gêneros na escola é afirmar que, por meio da interação com suas propriedades culturais e situações de uso da linguagem, o aluno seria capaz, naturalmente, de dominar alguns gêneros que nascem puramente do funcionamento da comunicação no ambiente escolar, sem a necessidade de referenciamento a outros exteriores à escola. O gênero nasceria de uma situação quase automática em interação com seus pares.

Por outro lado, há o levantamento da negação da escola como lugar específico de comunicação. Nessa visão, a escola funda-se como extensão absoluta das práticas sociais, como se essa instituição fosse apenas um ambiente de reprodução das práticas que lhes são exteriores, negando a ela sua capacidade particular de criar eventos comunicativos que se traduzem em gêneros. A partir desses desdobramentos, articulam-se alguns dilemas teóricos sobre o ensino dos gêneros povoados nos livros didáticos. Pouca ou quase nenhuma vazão é dada a esses artefatos culturais surgidos naturalmente na escola, ratificando, no ambiente escolar, o estudo daquelas estruturas comunicativas já construídas socialmente como ‘ideologia’ principal para o ensino da língua e, conseqüentemente, para o processo de ensino aprendizagem.

Observa-se, também, que as propostas didático-pedagógicas se concentram no material comum a todos, o livro didático. Segundo Brito e Carvalho (2021, p. 46), esse “é o material de referência na sala de aula e, muitas vezes, é o único material que os alunos têm disponível na escola e no seu ambiente familiar para estudo”. Sendo assim, apesar de apresentar problemas como os já mencionados, o livro didático deve ser considerado um importante suporte para o trabalho dos professores de língua portuguesa na perspectiva dos gêneros.

## **2. O gênero anúncio publicitário: da esfera social para a escolar**

Com o auxílio das mídias digitais, o gênero anúncio publicitário tem agregado novos aspectos que, estruturados pelo arranjo de diversas linguagens, propõem novos modos de ler textos na era digital. Caracterizado pela multimodalidade, esse gênero é chamativo, combinando imagens, ícones, gráficos, fotos e legendas com outros elementos verbais para atingir seu propósito comunicativo. Junto a essa combinação de imagens e palavras, e ancorado nos mais diversos suportes textuais, como sites, outdoors, televisão, redes sociais, entre outros, ele atrai pelos elementos implícitos, fruto de uma linguagem publicitária dinâmica e persuasiva, que ativa a cognição dos indivíduos para o entendimento da informação instalada na mensagem. Para Dionísio e Vasconcelos (2013, p.19),

a sociedade na qual estamos inseridos se constitui como um grande ambiente multimodal, no qual palavras, imagens, sons, cores, músicas, aromas, movimentos variados, texturas, formas diversas se combinam e estruturam um grande mosaico multissemiótico. Produzimos, portanto, textos para serem lidos pelos nossos sentidos. Nossos pensamentos e nossas interações se moldam em gêneros textuais e nossa história de indivíduos letrados começa com nossa imersão no universo em que o sistema linguístico é apenas um dos modos de constituição dos textos que materializam nossas ações sociais.

Nos textos multimodais e, mais especificamente, no gênero anúncio publicitário, os recursos semióticos aliam-se aos recursos verbais para cumprir os propósitos comunicativos e persuasivos. Assim constituído, o anúncio publicitário é um texto da vida diária que, após a publicação dos PCN (BRASIL, 1998), passou a ser utilizado como objeto de ensino em propostas de atividades no livro didático de língua portuguesa, colaborando para o desenvolvimento e o refinamento de novas habilidades de leitura e escrita, de fala e de escuta dos alunos.

Reconhecidos pela BNCC (Brasil, 2018), e ampliados em seus objetivos específicos, os textos multimodais oferecem novas habilidades no que se refere à língua e “ao funcionamento

das linguagens, para interpretar e produzir criticamente discursos em textos de diversas semioses - visuais, verbais, sonoras, gestuais” (BRASIL, 2018, p.491). Nessa visada, Lorenzi e Pádua (2012, p.36) afirmam que,

é de suma importância que a escola proporcione aos alunos o contato com diferentes gêneros, suportes e mídias de textos escritos, através, por exemplo, da vivência e do conhecimento dos espaços de circulação dos textos, das formas de aquisição e acesso aos textos e dos diversos suportes de escrita.

A aprendizagem por meio de gêneros multimodais é uma das recomendações dos documentos oficiais, que indicam que interpretar textos com auxílio de material gráfico, propagandas, quadrinhos, fotos etc. é uma das competências a serem desenvolvidas pelos estudantes no ensino da Língua Portuguesa. Em vista disso, esses textos precisam ter seu uso ratificado na sala de aula, porque, além de contribuírem com o exercício da cognição dos sentidos, também colaboram para a argumentação crítica, um dos aspectos considerados importantes no desenvolvimento de habilidades de leitura e de escrita.

No texto publicitário, a estruturação já oferece uma tarefa cognitiva como campo para a interpretação e a argumentação. Segundo Koch (1987, p. 159), “a argumentação é uma atividade estruturante do discurso, pois é ela que marca as possibilidades de sua construção e lhe assegura continuidade”. Notadamente, esses textos estão a serviço da construção do pensamento crítico, abrindo possibilidades para o trabalho com a língua que, partindo de um projeto argumentativo, a partir de sua proposta de linguagem, incute sempre uma posição ideológica que dissimula a intenção e manipula o destinatário.

### **3. Novos letramentos e multimodalidade dos textos: questões para a prática pedagógica**

A partir dos estudos do Grupo de Nova Londres, em 1996, o termo letramento ganha uma nova configuração, adicionando um prefixo “multi”, que envolve um campo bem mais abrangente das práticas sociais letradas que se realizam nas esferas da sociedade e alcança a escola (ROJO e MOURA, 2012). Nesse mesmo viés, os textos verbais adquirem o arranjo de outras linguagens que se combinam para formar novos textos para serem lidos e comunicados socialmente. Segundo Rojo e Barbosa (2015, p. 108), o texto multimodal,

é aquele que recorre a mais de uma modalidade de linguagem ou a mais de um sistema de signos ou símbolos (semiose) em sua composição. Língua oral ou escrita (modalidade verbal), linguagem corporal (gestualidade, danças,

performances, vestimentas - modalidade gestual), áudio (música e outros sons não verbais – modalidade sonora) e imagens estáticas e em movimento (fotos, ilustrações, grafismos, vídeos, animações - modalidades visuais) compõem hoje os textos da contemporaneidade, tanto em veículos impressos como, principalmente, nas mídias analógicas e digitais.

Ampliados com a crescente expansão das tecnologias, os textos produzidos socialmente passam a comportar uma diversidade de linguagens, as quais exigem do leitor novas capacidades práticas de leitura e compreensão de seus arranjos para atender às demandas da sociedade, constituída por um público que, cada vez mais, adquire novos comportamentos de leitura e escrita. Sob essa perspectiva, é relevante apontar os desdobramentos para os estudos da linguística de texto, que passa a discutir a importância dos textos multimodais como práticas sociais situadas em propostas de atividades pedagógicas na sala de aula para o ensino de língua materna.

Os PCN (Brasil, 1998) parametrizaram as orientações para o ensino fundamental; a proposta para os anos subsequentes também se regulamentou pelas Orientações Curriculares Nacionais para o Ensino Médio – OCNem (BRASIL, 2006), propondo a continuidade do trabalho no ensino médio, com uma seleção de conteúdos e metodologias que atualizassem o ensino de língua materna. Assim, a expansão do trabalho com os gêneros textuais multimodais, já abordados em sala de aulas do ensino fundamental, alcançou o ensino médio, sugerindo que,

as ações realizadas na disciplina Língua Portuguesa, no contexto do ensino médio, devem propiciar ao aluno o refinamento de habilidades de leitura e de escrita, de fala e de escuta. Isso implica tanto a ampliação contínua de saberes relativos à configuração, ao funcionamento e à circulação dos textos quanto ao desenvolvimento da capacidade de reflexão sistemática sobre a língua e a linguagem (BRASIL, 2006, p.18)

Desta forma, a aprendizagem da língua, que se dá pela perspectiva dos textos com seus arranjos que circulam na vida social, ressoa na linguística de texto. Isso porque, ao se analisar as configurações dos textos, como artefatos culturais veiculados em diferentes suportes, inclusive no livro didático, analisamos também seu processo de interação e como os sujeitos, envolvidos nesse processo interativo, propagam seus discursos por meio de textos. Para Koch (2004, p.33), a produção da linguagem constitui-se como uma “atividade interativa altamente complexa de produção de sentidos, que se realiza, evidentemente, com base nos elementos linguísticos presentes na superfície textual e na sua forma de organização [...]”. Assim, além da constituição dos sentidos, os textos também promovem a interação a partir de seus processos

de constituição. Para isso, muitos deles organizam-se sob a tutela da multimodalidade. No dizer de Cunha e Silveira (2021, p. 09),

o gênero multimodal, por isso, é aquele que se constitui [...] de duas ou mais modalidades semióticas comunicativas, que se vinculam aos textos na produção de sentidos, envoltos nas mais variadas práticas sociais priorizando a obtenção de fins comunicativos específicos [...].

Cani e Coscarelli (2016) ressaltam a necessidade de se trabalhar com a exploração dos modos semióticos nas práticas escolares, que devem levar em consideração a diversidade cultural e os novos horizontes da linguagem do aluno. Segundo Dionísio (2011, p.141), “a concepção de gêneros textuais como multimodais, vai além dos aspectos visuais típicos, [...], mas também se refere à própria disposição gráfica do texto”. Assim, o anúncio publicitário congrega múltiplas linguagens, atravessa o espaço da escola como objeto de ensino permitindo ao aluno o intercâmbio de discursos entre o espaço social e formal onde se encontram, colaborando para novas formas de ler e escrever na modernidade. A partir dessas considerações, mais à frente, neste trabalho, analisamos como o livro didático trata a questão da multimodalidade no gênero anúncio publicitário. Antes, porém, ocupamo-nos da descrição dos procedimentos metodológicos adotados para esse intento.

#### **4. Procedimentos metodológicos**

O presente estudo foi realizado com o objetivo de analisar como o trabalho com o gênero anúncio publicitário pode colaborar para o desenvolvimento de novas habilidades cognitivas de leitura e escrita. Teoricamente, apoiamos-nos na leitura de autores que versam sobre a temática e nos documentos oficiais como os PCN (BRASIL,1998); OCNem (Brasil, 2006) e a BNCC (Brasil, 2018), que articulam e parametrizam o ensino de textos multimodais no livro didático de língua portuguesa *Se liga nas linguagens*, volume único, dos autores Wilton Ormundo e Cristiane Siniscalchi (2020). A obra, aprovada pelo PNLN em 2021, segue as orientações da BNCC (Brasil, 2018), tendo seu uso validado por quatro anos, portanto, até o ano corrente de 2024.

Buscamos como metodologia a pesquisa descritiva com abordagem qualitativa que, segundo Minayo (1994), se faz na descrição das características de um determinado fenômeno, ou ao se delinear aspectos da significação desse objeto em estudo. Para as análises, constituímos um corpus com três propostas de atividades ancoradas no gênero anúncio publicitário e

traçamos três questões que deveriam ser respondidas nas análises: (i) Como se dá o enfoque da multimodalidade em propostas de atividades a partir do gênero anúncio publicitário no livro didático? (ii) Como os conceitos teóricos de multimodalidade são aplicados ao ensino do texto anúncio publicitário? (iii) Quais habilidades são exigidas nos comandos das propostas de atividades com o texto anúncio publicitário?

Para tanto, achamos adequado seguir um roteiro que pudesse auxiliar nas respostas desses questionamentos:

1. Listamos a evidência do gênero multimodal anúncio publicitário em propostas de atividades no livro didático em análise;

2. Identificamos os objetivos mais relevantes das propostas de atividade com a presença do gênero em estudo.

3. Elencamos os comandos das atividades associados à multimodalidade para desenvolvimento de novas habilidades cognitivas de leitura e escrita.

4. Apontamos o contexto de cada proposta de atividade com base em seus propósitos de ensino.

A seguir, no **Quadro 1**, demonstramos os dados encontrados sobre o objeto de ensino anúncio publicitário.

**Quadro 1-** Comandos das atividades

|   |   |
|---|---|
| 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Após análise prévia do LD, encontramos apenas cinco evidências do gênero anúncio publicitário.</li> </ul>  |
| 2 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perceber expectativas em relação ao texto com base em seu gênero e contexto de circulação;</li> <li>• Identificar diferentes recursos expressivos na construção de efeitos de sentido;<br/>Analisar como a intertextualidade, a interdiscursividade, o contexto e a intencionalidade atuam na construção de sentidos do texto;</li> <li>• Analisar textos multissemióticos;</li> <li>• Leitura e análise linguística de anúncio publicitário.</li> </ul> |
| 3 | <p><b>Fig. 1</b></p> <p>1. Como os períodos “Doe leite materno. Ajude quem espera por você.” incluem o interlocutor na comunicação?</p> <p>3. Explique a construção da imagem central, relacionando-a ao texto que aparece na lupa.</p> <p>4. Essa campanha publicitária estatal associa-se a um tipo de política pública. Que expectativa de participação do cidadão ela pressupõe?</p>  |
|   | <p><b>Fig. 2</b></p> <p>1. Por que as relações de quantidade assumem, nesse anúncio, uma função persuasiva?</p>   |

|   |               |  |
|---|---------------|--|
|   |               | 2. Que recurso reforça a exploração das quantidades unitárias? Qual é o seu efeito?<br>3. A que se referem os “sorrisos” mencionados no texto?<br>4. Por que a quantidade de sorrisos não deve ser entendida literalmente?   |
|   | <b>Fig. 3</b> | 1. Analise o uso das cores no anúncio. Que cenário elas constroem? Que elemento presente na cena é fundamental para o reconhecimento desse cenário?<br>2. A que perigo se refere o texto em destaque?<br>3. Explique como a linguagem não verbal se associa ao texto verbal. |
| 4 |               | Contextos de usos do gênero anúncio publicitário:<br><b>Fig. 1:</b> Reflexão linguística e interação;<br><b>Fig. 2:</b> Reflexão linguística; percepção, compreensão e interpretação.<br><b>Fig. 3:</b> Análise do gênero, percepção, compreensão e interpretação.           |

Fonte: *Se liga nas linguagens* (2020), Vol. único/ ensino médio

## 5. Resultados e Análises

Após selecionadas as atividades e identificados os dados importantes, seguimos para o processo de análise descritiva/qualitativa, utilizando exemplares das atividades de leitura presentes no livro didático. O material propõe um estudo baseado na BNCC (2018), o que pôde ser constatado a partir dos objetivos propostos em cada unidade, os quais apontam para a necessidade de desenvolver competências que mobilizem “conhecimentos, habilidades, atitudes e valores para resolver demandas complexas da vida cotidiana, do pleno exercício da cidadania e do mundo do trabalho” (BRASIL, 2018, p. 08).

O livro didático está dividido em 32 capítulos, compreendidos em Literatura (Capítulos 01 ao 15) e Análise Linguística/ Semiótica (Capítulos 16 ao 32). Nos estudos literários, foram encontrados, como gêneros multimodais, poesias e textos literários com marcas tipográficas (DIONÍSIO, 2011), sem finalidades para o estudo da multimodalidade, apenas servindo de recurso ilustrativo para a exploração metalinguística. Nos estudos denominados Análise linguística/ Semioses, nomenclatura utilizada para o estudo da gramática e do texto, é possível destacar uma grande variedade de gêneros multimodais, como cards, webquadrinhos, webcartuns, tirinhas, propagandas, peças publicitárias, zines, cartuns, reportagens, anúncios publicitários entre outros. Seguimos então, para as análises de uma proposta de atividade, a partir da figura 1, referente ao anúncio publicitário sobre uma campanha de doação de leite materno.

**Figura 1 - Doe leite materno**

Fonte: *Se liga nas linguagens* (2020, p.181). Vol. único/ ensino médio

A figura 01 é um anúncio publicitário produzido pelo governo federal em 2020, a fim de promover uma campanha de doação de leite materno. O contexto da mensagem é produzido pela multimodalidade que se expressa pela combinação de linguagem verbal escrita e imagem, as quais juntas compõem o texto sob análise e colaboram para construção dos sentidos. Os elementos, intencionalmente utilizados, tendem a criar no interlocutor um processo de interação com o texto, influenciando para o objetivo principal da mensagem. A partir da linguagem verbal, “Doe leite materno. Ajude quem espera por você”, o interlocutor é incluído em um processo de interação (KOCH, 2004), intensificado, principalmente, pela imagem do bebê, que sugere, de forma persuasiva, a ativação da cognição para outros contextos: amparo e sobrevivência.

Porém, outros elementos imagéticos são agregados, também de forma persuasiva, para a construção dos sentidos da mensagem principal. É então necessário observar a imagem do pote de leite, a escrita verbal de um número de contato, a logomarca dos apoiadores, a imagem da bandeira do Brasil, tudo isso caracterizando o gênero anúncio. Quanto às questões propostas na atividade, pressupõe-se um leitor que tenha capacidade de proceder com a leitura multimodal do gênero, uma vez que um dos comandos é apenas que o leitor/aluno explique a associação da imagem central, o bebê, com o texto verbal. Observa-se que o enfoque dado à exploração da multimodalidade fica em segundo plano quando deveria ser considerado como leitura efetiva de seus aspectos imagéticos para a construção de habilidades cognitivas (BRASIL, 2006).

Superficialmente são exploradas, nos comandos desta atividade, as habilidades de fazer com que o aluno compreenda a importância da interdiscursividade e da intertextualidade na construção dos sentidos, bem como a função do contexto e da intencionalidade na comunicação,

que levam à percepção e ao levantamento de expectativas em relação ao texto com base em seu gênero e contexto de circulação.

Na proposta de atividade do capítulo 22, na seção “Pra começar”, a figura 2 é um anúncio publicitário que tem como objeto o texto sobre uma campanha de doação de sangue.

**Figura 2** - Doação de sangue



Fonte: *Se liga nas linguagens* (2020, p. 212), Vol. único/ ensino médio

Nessa proposta de atividade, o texto multimodal é usado como recurso para análise linguística, uma vez que o texto verbal é utilizado para a exploração do conceito de numeral, dando destaque a alguns vocábulos indicadores de números como “três” e “milhão”. São explorados, ainda, outros conceitos referentes à quantidade. Nessa proposta de atividade, não há nenhum comando que contemple a percepção referente aos aspectos visuais quanto à cor utilizada, à escrita em formato de uma bolsa coletora de sangue. Ocorre, portanto, um apagamento da existência da multimodalidade e os diferentes sentidos que essa composição poderia suscitar no leitor. Nada disso é mencionado na relação entre o anúncio e campanha para doação de sangue.

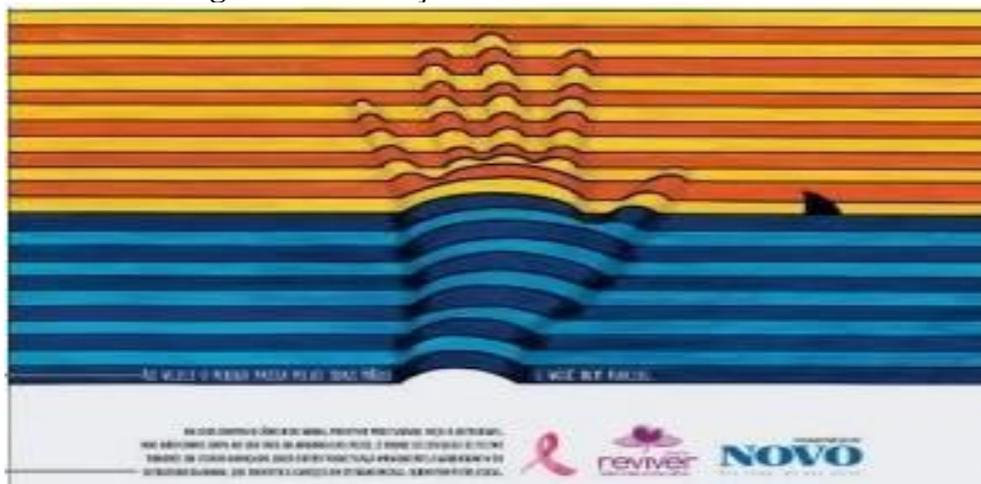
Na atividade, portanto, do texto multimodal interessa apenas a parte escrita que funciona como um mero recurso para atividades gramaticais, sem uma mínima intenção de construção dos sentidos e de uma análise cognitiva a partir da semiótica dos elementos. Os autores mantêm apenas comandos sobre o assunto numeral. Nenhum conceito sobre multimodalidade é aplicado na atividade, assim como nada é citado nos objetivos da aprendizagem. São apenas quatro comandos, atendo-se, apenas, ao ensino da gramática e de outras habilidades de interpretação do texto, sem referência aos aspectos multimodais. Em função disso, afirmamos que a multimodalidade tem pouca relevância, uma vez que não é trabalhada a percepção das estratégias de elaboração e de construção de sentidos ou recursos persuasivos existentes no texto, desconsiderando o contexto de produção e os elementos que colaboram para a

multimodalidade (ROJO e BARBOSA, 2015). Em última instância, podemos afirmar que qualquer outro texto no qual fossem encontrados numerais em sua composição poderia ser usado para a exploração almejada pelos autores.

Não estamos, com essa constatação, assumindo que o conhecimento linguístico seja menos importante, mas que a cognição para a construção dos sentidos e para a produção de discursos a partir dos conhecimentos sobre a composição de textos multimodais são igualmente relevantes para a prática da aprendizagem da leitura e da escrita e, principalmente, em relação ao ensino e à aprendizagem de textos que se compõem de múltiplas linguagens (DIONÍSIO e VASCONCELOS, 2013). E isso precisa ser efetivamente proposto nos livros didáticos e trabalhado na escola.

No último texto analisado, a figura 3 apresenta, como proposta de atividade do capítulo 26, um texto multimodal utilizado em uma campanha sobre o câncer de mama. Observemos:

**Figura 3 - Prevenção contra o câncer de mama**



Fonte: *Se liga nas linguagens* (2020, p. 250), Vol. único/ ensino médio

O anúncio publicitário faz referência aos cuidados de prevenção contra o câncer de mama. A parte principal, mais destacada no texto, traz uma mão que representa o sensorial, o exame de toque. A parte verbal destaca o risco provocado por exames menos precisos. A elaboração do texto com elementos como a mão, as cores, o dorsal de um tubarão, o laço rosa, a logomarca dos apoiadores, atentam para a construção cognitiva dos sentidos que se complementam com a linguagem verbal e juntos colaboram para a persuasão. Das propostas de atividades aqui analisadas, a apresentada na figura 3, foi a única que atendeu aos questionamentos da pesquisa. Os três comandos das questões propostas contemplaram o

enfoque da multimodalidade, a aplicação dos conceitos e a construção cognitiva dos sentidos dos discursos produzidos pelos interlocutores a partir do texto.

Como ponto de partida, os alunos são orientados a observar a imagem e a estabelecer uma relação de sentidos entre a imagem do dorso do tubarão, representação de um animal que oferece perigo, pois não se mostra totalmente, e o autoexame que, na maioria das vezes, não consegue detectar o câncer de mama. O último comando foca a cognição para a associação das linguagens que compõem o texto, propondo ao aluno o exercício da capacidade de associação e produção de seu discurso. Por essa proposta de atividade, podemos perceber que é possível o trabalho com outras linguagens, que possam fundar novos processos de comunicação na sala de aula (BAKHTIN, 2003). Ainda que o livro didático esteja muito permeado por conceitos que se voltam para o ensino dos aspectos linguísticos, o estudo da multimodalidade precisa ser uma realidade a ser vivenciada no ensino da língua.

### **Considerações finais**

No percurso deste estudo, analisamos três propostas de atividades ancoradas no gênero multimodal anúncio publicitário no LD de língua portuguesa, *Se liga nas linguagens* (2020), volume único, adotado no ensino médio das escolas da rede pública estadual do Piauí. O exercício analítico pretendeu, a partir do objetivo primário, analisar como o trabalho com o gênero anúncio publicitário pode colaborar para o desenvolvimento de novas habilidades cognitivas de leitura e escrita. Foi possível evidenciar que, embora o LD siga as diretrizes indicadas na BNCC para o ensino da língua e da utilização de textos multimodais, conforme preconiza o documento, poucos foram os comandos das atividades que exploraram com efetividade os diferentes sentidos a serem construídos a partir da observação da multimodalidade.

Na análise geral, o enfoque dado aos textos multimodais ainda destoa dos objetivos propostos nos documentos oficiais, enquanto proposta de ensino que utiliza o texto como recurso expressivo para a aprendizagem da língua. Foi evidenciada maior ênfase da análise linguística em detrimento das habilidades de cognição e compreensão leitora dos recursos semióticos para a construção dos sentidos, o que exige que os professores avaliem e redirecionem essas propostas de atividades em busca de reforçar o aprendizado de como outras linguagens, que não exclusivamente a escrita, proporcionam o desenvolvimento de novas habilidades cognitivas de percepção, interpretação e compreensão de textos.

## Referências

- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. *Estética da criação verbal*. 4. ed. São Paulo: Editora: Martins Fontes, 2003.
- BRASIL, *Base Nacional Comum Curricular (BNCC)*. Brasília: MEC; CONSED; UNDIME, 2018
- BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros Curriculares Nacionais para o Ensino Fundamental*. v. 2. Brasília: MEC/SEF, 1998.
- BRASIL. Ministério da Educação: Secretaria de Educação Básica. *Orientações Curriculares para o Ensino Médio: Linguagens, códigos e suas tecnologias*. Volume 1. Brasília, 2006.
- BRITO, Raissa Martins.; CARVALHO, Maria. Angélica Freire de. *Níveis de compreensão leitora em um livro didático de Língua Portuguesa: uma análise sobre perguntas de leitura*. Linha D'Água, v. 34, n.3, p. 45-64, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2236-4242.v34i3p45-64>. Acesso em: 02 maio 2024.
- CANI. Josiane Brunetti; COSCARELLI. Carla Viana. Textos multimodais como objeto de ensino: reflexões em propostas didáticas. In: KERSCH. D.F.; COSCARELLI. C. V.; CANI. J.B. (orgs.). *Multiletramentos e Multimodalidade: ações pedagógicas aplicadas à linguagem*. Campinas, SP :Pontes Editores, 2016. p. 15-47
- CUNHA, Andreia Honório da; SILVEIRA, Regina Célia Pagliuchi da. *Gramática do design visual e tiras: multimodalidade e produção de sentidos – Ponta Grossa - PR: Editora: Atena, 2021.*
- KALANTZIS, Mary; COPE, Bill; PINHEIRO, Petrilson. *Letramentos*. Campinas: Ed. Unicamp, 2020.
- KOCH, Ingedore Villaça. *Introdução à linguística textual*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- KOCH, Ingedore Villaça. *Argumentação e linguagem*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1987.
- LORENZI, Gislaíne Cristina Correr; PÁDUA, Tainá- Rerã Wanderley de. Blog nos anos iniciais do ensino fundamental I. A reconstrução de sentido em um clássico infantil. In: ROJO.R.; MOURA. E.(orgs). *Multiletramentos na escola*. São Paulo; Parábola Editorial, 2012. p.35-54.
- MARCUSCHI. Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In.: DIONÍSIO. A. P.; MACHADO. A. R.; BEZERRA. M. A. (Orgs). *Gêneros textuais e ensino*. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.
- MARCUSCHI. Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gênero e compreensão*. - São Paulo: Parábola Editorial, 2008. 296p.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: DESLANDES. S.F; CRUZ NETO. O.; GOMES. R. (Orgs.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 1994. p. 9-29.

ORMUNDO. Wilton.; SINISCALCHI. Cristiane. *Se liga nas linguagens: português: manual do professor / -- 1. ed. -- São Paulo: Moderna, 2020*

ROJO. Roxane; MOURA. Eduardo. *Letramentos, mídias, linguagens*. 1ed.- São Paulo: Parábola, 2019. 224p.

ROJO, Roxane.; BARBOSA, Jacqueline Peixoto. *Hipermodernidade, multiletramentos e gêneros discursivos*. São Paulo: Parábola Editorial, 2015

ROJO, Roxane. Pedagogia dos multiletramentos: diversidade cultural e de linguagens. In: ROJO. R.; MOURA. E. (orgs). *Multiletramentos na escola*. São Paulo; Parábola Editorial, 2012.

SCHNEUWLY, Bernard; DOLZ. Joaquim. Os gêneros escolares – das práticas de linguagem aos objetos de ensino. In. Tradução e organização: ROJO. R.; CORDEIRO. G. S. (orgs). *Gêneros orais e escritos na escola* - Campinas, SP: Mercado de Letras 2004. p.61-78.

**Recebido em** 10/09/2025.

**Aceito em** 15/04/2025.