



ANALISE DOS RECURSOS MULTIMODAIS: explorando o gênero anúncio publicitário

ANALYSIS OF MULTIMODAL RESOURCES: exploring the advertising genre

ANÁLISIS DE RECURSOS MULTIMODALES: explorando el género publicitario

 Neide Araújo Castilho TENO¹

 Elza Sabino da Silva BUENO²

1. Doutora em Educação. Docente Sênior do Programa de Mestrado Profissional em Letras–PROFLETRAS, e do Programa de Mestrado Acadêmico em Letras da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - UEMS/Dourados/Campo Grande. E-mail: cteno@uol.com.br
2. Doutora em Letras pela Universidade Estadual Paulista - FCL- UNESP. Docente da Graduação e Pós-Graduação da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - UEMS/Dourados. Coordenadora-Adjunta do Profletras-UEMS/Dourados. E-mail: elza@uems.br

RESUMO: O presente texto tem relação com um projeto de pesquisa sob o Título “(Multi) Letramentos e os Gêneros Textuais e ou Discursivos: contribuições para o ensino e aprendizagem de línguas em tempos digitais”, envolvendo gêneros textuais do meio digital, o ensino de línguas e a presença da multimodalidade enquanto recursos disponíveis na cultura digital. O recorte que realizamos para esta escrita envolve uma propaganda vinculada em meio digital que além da presença da linguagem escrita apresenta múltiplas semioses exigindo um outro olhar para a leitura dos recursos linguísticos, contextuais, imagéticos e digitais. Assim, a finalidade deste artigo é explorar aspectos da multimodalidade na leitura de textos do meio digital. Sob o olhar da visão interacional da linguagem, os fundamentos para as análises do texto vinculou se em Monte Mór (2017) , e nas teorias dos na teoria da multimodalidade de Kress e Van Leeuwen (2006[1996]), Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), Marcuschi, (2004) que ensinam sobre os gêneros textuais e sua funcionalidade entre outros. Trata-se, portanto, de um estudo qualitativo-interpretativista pois analisamos e interpretamos enunciados, assim como analisamos a ligação do conteúdo e o verbo-visual dos enunciados em textos multimodais.

Palavras-chave: Multimodalidade. Construção de sentido. Gêneros Textual propaganda.

ABSTRACT: This text is related to a research project entitled “(Multi) Literacies and Textual and/or Discursive Genres: contributions to language teaching and learning in digital times”, involving textual genres from the digital environment, language teaching and the presence of multimodality as resources available in the digital culture. The cut we made for this writing involves advertising linked in digital media that, in addition to the presence of written language, presents multiple semioses, demanding a different look at the reading of linguistic, contextual, imagery and digital resources. Thus, the purpose of this article is to explore aspects of multimodality in the reading of texts in the digital environment. From the perspective of the interactional view of language, the foundations for the analysis of the text were linked in Monte Mór (2017) , and in the theories of the multimodality theory of Kress and Van Leeuwen (2006[1996]), Kalantzis, Cope and Pinheiro (2020), Marcuschi, (2004) that teach about textual genres and their functionality, among others. It is, therefore, a qualitative-interpretative study as we analyze and interpret utterances as well as analyze the link between the content and the visual-verb of utterances in multimodal texts.

Keywords: Multimodality. Construction of meaning. Genres Textual advertisement.

RESUMEN: Este texto se relaciona con un proyecto de investigación titulado “(Multi) Alfabetizaciones y Géneros Textuales y/o Discursivos: aportes a la enseñanza y aprendizaje de lenguas en tiempos digitales”, que involucra géneros textuales del entorno digital, la enseñanza de lenguas y la presencia de la multimodalidad como recursos disponibles en la cultura digital. El corte que realizamos para este escrito involucra publicidad ligada en medios digitales que, además de la presencia del lenguaje escrito, presenta múltiples semiosis, exigiendo una mirada diferente a la lectura de los recursos lingüísticos, contextuales, imaginarios y digitales. Así, el propósito de este artículo es explorar aspectos de la multimodalidad en la lectura de textos en el entorno digital. Desde la perspectiva de la mirada interaccional del lenguaje, los fundamentos para el análisis del texto se vincularon en Monte Mór (2017), y en las teorías de la teoría de la multimodalidad de Kress y Van Leeuwen (2006[1996]), Kalantzis, Cope y Pinheiro (2020), Marcuschi, (2004) que enseñan sobre los géneros textuales y su funcionalidad, entre otros. Se trata, por tanto, de un estudio cualitativo-interpretativo ya que analizamos e interpretamos enunciados, así como analizamos el vínculo entre el contenido y el visual-verbo de enunciados en textos multimodales.

Palabras clave: Multimodalidad. Construcción de significado. Géneros Anuncio textual.

Recebido em: 10/03/2023
Aprovado em: 17/04/2023



Todo o conteúdo deste periódico está licenciado com uma licença Creative Commons (CC BY-NC-ND 4.0 Internacional), exceto onde está indicado o contrário.

Introdução

Este As inovações tecnológicas chegaram e a sociedade vivencia modos diferentes de lidar com a escrita, com o pensamento, com a maneira de relacionar com as práticas de linguagem e com os suportes tecnológicos. Igualmente, fomos instigados a conhecer novos recursos, tais como a imagem digital, celulares com diferentes informações de maneira digital. Com as tecnologias presenciamos maior integração entre linguagem verbal e não verbal em suportes de leitura.

O artigo que ora apresentamos está relacionado com um projeto de Pesquisa que discute o ensino de línguas e as tecnologias, a multimodalidade e os gêneros textuais. Esta escrita, em particular apresenta a análise realizada em um corpus de propaganda vinculada em meio digital que apresenta a linguagem escrita entre outros recursos linguísticos, contextuais, imagéticos e digitais. Assim, a finalidade deste artigo é explorar aspectos da multimodalidade na leitura de textos do meio digital.

Integrar a compreensão de texto, a leitura a produção textual tem sido uma prática em sala de aula na contemporaneidade dada os avanços dos usos das tecnologias e as práticas do multiletramentos. Admitimos que os impactos da multiplicidade de linguagens nos gêneros textuais tem sido relevante para lidar com o ensino da língua portuguesa e os efeitos que essa multiseimose tem causado nos diferentes contextos.

O artigo retoma brevemente temas ligados as especificidades da sociedade digital, na sequência discute acerca da Pedagogia dos multiletramentos e o ambiente digital no ensino de línguas e por fim apresenta uma análise de propaganda e leitura do gênero multimodal anúncio publicitário do meio digital.

Pressupostos teóricos

O processo de produção de sentidos no decorrer da história apresenta movimentos diferentes no modo de compreender a comunicação e a socialização, o que podemos denominar de transições temporais ao longo da história. A obra “Letramento” de Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), ao discutir acerca dos Letramentos em uma escala humana trazem essas mudanças como globalizações provocadas pela sociedade e registram três momentos distintos.

O primeiro momento, denominado de primeira globalização reservaram para o surgimento das primeiras línguas e já anunciava modos diversos de representação multimodal com registros dos povos indígenas com desenhos e rabiscos gráficos. Assim, desde as primeiras línguas, aquelas utilizadas antes da escrita, já se falava na criação de símbolos abrindo caminhos para as representações das múltiplas semioses “como uma maneira sofisticadas, gráficas e multimodais de representar significados” (KALANTZIS *et al.*, 2020, p. 40).

O segundo momento atribuíra a invenção da escrita e o surgimento da imprensa, que de certo modo impactaram os modos como os seres humanos se comunicavam. Em consequência “[...] a leitura e a escrita alfabéticas se tornavam uma forma de registrar e ordenar o mundo [...]” (KALANTZIS *et al.*, 2020, p. 44), período do nacionalismo, e das culturas letradas como uma maneira de separar os modos de significação.

E o terceiro momento, denominado de terceira geração qualificou pelo avanço das novas tecnologias, e com o apogeu dos novos letramentos, a escrita perde seu status de privilégio em detrimento do aparecimento de outros modos de comunicação como os orais, sonoros, gestuais e visuais. Foi nesse contexto de mudanças, a partir do terceiro momento final do século XX, início do século XXI que os impactos das tecnologias ocasionaram valorização da multimodalidade e da pluralidade social, linguística e cultural.

Importante essa contextualização para compreender a evolução da construção de significados ao longo da história humana na relação entre escrita e outros modos de construção de significados. Rojo e Moura (2019), corrobora com princípio da sociedade digital e os novos modos de leitura convocando para uma maneira revigorada de abordar a linguagem. Amparados pelos ensinamentos do Grupo de Nova Londres (1996), os estudiosos colocam em evidenciar a diversidade de práticas e conhecimento com um sentido novo de (multi/novos) letramentos, pois com os novos letramentos vivenciamos momentos que “inauguram uma cultura do remix e da hibridação” (ROJO; MOURA 2019, p. 26).

E preciso estar atento para esse momento da hibridização que vivenciamos com os avanços tecnológicos e o uso da linguagem, bem como os reflexos dessa sociedade digital para a educação linguística. Os textos estão fortemente acompanhados de imagens (multiletramentos e ou multisemioses) que rodeiam no meio social expondo o sujeito a compreender práticas da escrita digital e visual diversificadas e tornado evidente a necessidade de outros conhecimentos e habilidades para a aprendizagem da língua.

A primeira utilização do termo multiletramento veio a partir dos estudiosos australianos, americanos e ingleses pela The New London Group (NLP) (2006 [2000/1996]) com a publicação do artigo *A Pedagogy of Multiliteracies: Designing Social Futures*. Rojo faz referência ao termo *multiliteracies* em 1996 sob os argumentos acerca das mudanças sociais e culturais e o modo que interagimos com as novas tecnologias que afetavam a comunicação e as práticas escolares.

Rojo e Moura (2012) tributam a favor do termo distinguindo dois tipos de multiplicidade, a multiplicidade cultural e a multiplicidade semiótica dos textos. Concentrando para o cultural uma gama de textos acima da relação culto/inculto, popular/erudito, dando lugar oferecendo espaço para os textos hibridismo dos fronteiros. E reunindo para os semióticos aqueles textos que trazem em sua composição, traços, imagens, cores, movimentos, entre outros modos. De acordo com os estudiosos os multiletramentos

pautam-se em algumas características fundamentais: “a) são interativos (colaborativos); b) fraturam e transgridem as relações de poder estabelecidas; e c) são híbridos, fronteiriços, mestiços (de linguagens, modos, mídias e culturas)” (ROJO, 2012, p. 23).

É consensual entre os estudiosos que o fazer pedagógico precisa ser revisto de forma a tornar a leitura um meio adequado em levar o indivíduo a ampliar seu próprio conhecimento e desempenhar seu papel com mais consciência cidadã. Estudos e pesquisas têm sido realizados no sentido de procurar e encontrar respostas para os processos responsáveis pela ampliação da leitura e pelo melhoramento de sua eficácia no ensino.

As tecnologias vêm influenciando os modos como as pessoas têm interagido com o mundo que as rodeiam, pois, avanços tecnológicos vêm tornando as formas de comunicação mais aceleradas e multimodais, sendo que essas características produzem efeitos nos textos, que se tornaram cada vez mais multissemióticos, ou seja, formados, por sons, cores, símbolos, imagens e palavras que se integram na construção do sentido, pois como afirmam Barboza e Teno (2016).

A sociedade contemporânea, particularmente os professores e os alunos, estão vivenciando, na atualidade, momentos de muitas transformações sociais, e cada vez mais estão expostos a suportes de leituras, que envolvem escrita, imagens, cores, som, layout, imagens, e objetos 3D, decorrentes do surgimento das tecnologias, da globalização e da comunicação da informação (BARBOZA; TENO, 2016, n. p).

A partir do pensamento das autoras, é possível afirmar que se a composição do texto mudou, a nossa atitude de ler necessita também ser revista. O processo de leitura não pode mais ser pautado exclusivamente nos fatores verbais, pois as mudanças ocorridas nos textos suscitaram a necessidade da prática de novos estudos acerca dos elementos multissemióticos que estão estabelecendo a comunicação na sociedade atual.

Os avanços tecnológicos trouxeram transformações importantes para repensar os modos de comunicação e a forma como lidamos com o processo de ensino aprendizagem de leitura e escrita, dando destaque para a terceira geração muito bem explicitada pelos estudiosos Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020). Uma geração chamada de sociedade do conhecimento e dos dispositivos digitais aspectos fundantes para compreender as exigências dos “letramentos multimodais que moldam quase todos os aspectos da produção de bens e serviço atualmente” (KALANTZIS *et al.* 2020, p. 54).

As estudiosas Teno e Webber (2020), nessa mesma linha de raciocínio, considera o crescente desenvolvimento tecnológico como o responsável para as mudanças provocadas no comportamento social do sujeito, bem como ao ensino de língua portuguesa, no cotidiano das escolas. É imprescindível que o contexto de sala de aula enquanto instancia social comunicativa “pondere a multiplicidade de linguagem

presentes nos meios comunicativos possibilitando um diálogo com as transformações sociais”(TENO; WEBBER, 2020, p. 28) para uma efetiva aprendizagem.

Um dos efeitos dessa expansão da comunicação por meio dos avanços da tecnologia, são os surgimentos dos novos modos de circulação dos textos. As novas configurações dos textos transcendem as palavras, e as imagens que antes funcionavam como suporte do texto escrito, hoje assumem um papel diferente, como novas formas de construção textual multimodal, ou seja, aquele que adiciona modos semióticos na concepção do texto e na produção do sentido. Com a presença dos recursos multimodais na construção textual as produções adquirem potencialidades e se materializam por elementos tanto verbais como visuais, o que torna o texto multimodal ou multisemiótico.

Nesse sentido, ganha notoriedade os estudos de Van Leeuwen (2011, p. 668), quando explica que o termo Multimodalidade e hipertexto ganham importância quando considerados ao “uso integrado de diferentes recursos comunicativos, tais como a linguagem, imagem, sons e música em textos multimodais e eventos comunicativos”. Ademais, chamam atenção para o saber fazer com os avanços tecnológicos, pois a disponibilidade das tecnologias por si só, no contexto educacional, não afiança nem facilita a aprendizagem.

Os eventos comunicativos e a ligação com a multimodalidade, são também temas de pesquisa de Rojo e Barbosa (2017), tanto que consideram que a prática multiletrada na hipermodernidade se encontra situada em gêneros. É preciso reconhecer que, nessas práticas multiletradas encontramos diferentes linguagens no processo de comunicação, por isso a linguagem verbal, escrita e oral, não é, tão-somente, responsável pela construção de sentidos nas interações humanas. Ademais, posiciona os estudiosos que em qualquer contexto, na escola ou fora dela, os sujeitos estão expostos as práticas letradas, todavia é na esfera educacional, que se expande esses conhecimentos acerca das práticas de novos letramentos.

A ideia de que a linguagem na contemporaneidade não é um modo unimodal tem afrontado os princípios de um sistema único e homogêneo de representação. Lemke (2010) reconhece a relevância das múltiplas linguagens e da relação entre a multimodalidade e os gêneros textuais, haja visto que os textos estão cada vez mais visualmente carregados de significados linguísticos e não-linguísticos e para seu funcionamento enquanto signos, estes devem ter mais de um código, por isso, diz que “toda semiótica é semiótica multimídia e todo letramento é letramento multimidiático” (LEMKE, 2010, p. 456). Logo, pode se dizer da relação entre os multiletramentos e os gêneros textuais, dada as características e os propósitos dos textos.

Para além de um sistema único de representação continua explicando o estudioso Lemke (2010) que os multiletramentos são linguagens presentes nos textos multimidiáticos e servem para articular significados necessários para a comunicação, por isso é a favor de “[...] antes de ensinar, precisamos

compreender como vários letramentos e tradições culturais combinam essas modalidades semióticas diferentes” (LEMKE 2010, p. 461-462) para que esses signos possam ter sentido. O autor chama a atenção para os sentidos dos diferentes signos que a mídia proporciona ao construir as propagandas, trazendo aspectos visuais fortes, atrativos combinatórios com cores, imagens, formas.

No contexto nacional, os estudos sobre a multimodalidade são relativamente recentes, contudo, já apresentam grande interesse dentro da academia. Tomamos consciência desses aspectos, tendo em vista que essa característica multimodal dos textos tem se tornado cada vez mais concentrada a partir do surgimento das novas tecnologias. Por isso, há a pretensão de se trazer para a sala de aula essa nova forma de ler os textos, que considera todos os modos semióticos.

O projeto que ora desenvolvemos possibilita estudos acerca dos gêneros multimodais, e oferece amplas possibilidades para a ampliação das competências por esses textos apresentarem semioses diversas. De acordo com Dionísio (2006), os textos multimodais e a produção de sentido só podem ser explorados dentro de um contexto social, no qual interage o leitor. “Imagem e palavra mantêm uma relação cada vez mais próxima, cada vez mais integrada” (DIONÍSIO, 2006, p. 131).

Ponderando que a multimodalidade, não caminha inseparável da concepção dos multiletramentos, os estudiosos Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020) advogam que para analisar textos cuja produção do significado advém de outros modos, como por exemplo o visual, o sonoro, o gestual, necessariamente tem que considerar cinco elementos: a referência, o diálogo, a estrutura, as situações e as intenções. Esses elementos apontados

focalizam para uma compreensão de significados de forma dinâmica, visto que está sempre em transformação, autorizando, a transformação de ideias que foram concebidas anteriormente.

Levando em consideração tais aspectos, a leitura dos recortes de gêneros multimodais que realizamos centraliza-se em averiguar as relações de sentido, mais detidamente as modificações na forma de construção de significado, pois “os significados são construídos cada vez mais multimodalmente” (KALANTZIS *et al.*, 2020, p. 20).

É imprescindível que além do estudo da multissemiose, devemos nos remeter ao

estudo dos gêneros textuais para uma melhor compreensão que prescinde à temática, pois ao se comunicar verbalmente, o homem utiliza textos que se efetivam em gêneros textuais. Como assegura Marcuschi (2008), não tem como se comunicar sem fazer uso deles, pois os gêneros são formas textuais orais ou escritas que estão a serviço da comunicação humana. Eles estão presentes na vida cotidiana do ser humano, desempenhando sua função sociocomunicativa e cada um exhibe particularidades, finalidades e funcionalidades específicas.

A opção pelo gênero propaganda em contexto digital deve-se ao fato de ser um gênero textual multimodal, fazem parte da rotina das famílias e da vida diária. Um aluno crítico passa pelo conhecimento de informações advindas do contexto digital e uma maneira de construção social conforme prevê a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), em sua habilidade **(EF67LP08)** de prática de linguagem:

Identificar os efeitos de sentido devidos à escolha de imagens estáticas, sequenciação ou sobreposição de imagens, definição de figura/fundo, ângulo, profundidade e foco, cores/tonalidades, relação com o escrito (relações de reiteração, complementação ou oposição) etc. em notícias, reportagens, fotorreportagens, foto-denúncias, memes, *gifs*, anúncios publicitários e propagandas publicados em jornais, revistas, *sites* na internet etc. (BRASIL, 2017, EF67LP08) EF67LP08 da BNCC

Essa habilidade **(EF67LP08)** chama atenção para a multimodalidade à medida que destaca cores, profundidade, ângulo, foco, tonalidades como parte inerente para ser observado nos textos publicitários.

Quando trazemos a referenciação para discussão, oportuno dizer que estudioso Cavalcante (2011) concebe a referenciação como um ato negociável e cooperativo entre os interlocutores com a finalidade de dar resposta para necessidades da interação, visto que é “na interação, mediada pelo outro, e na integração de nossas práticas de linguagem com nossas vivências socioculturais que construímos uma representação – sempre instável – dessas entidades a que se denominam referentes” (CAVALCANTE, 2011, p. 15-16).

Ao lado do fenômeno referenciação buscamos olhar para as múltiplas semioses (multimodalidade) dada as características do gênero propaganda digital que utiliza articulações de várias linguagens dentro de um contexto intencional. Os textos multimodais são definidos por Kress e Van Leeuwen (2006[1996]) como textos que combinam linguagem visual e verbal para dar completude ao sentido do texto. O gênero que ora analisamos traz essas características e a combinação de modos semióticos como cores, formatos de letras, imagens com o fito de atingir o leitor e com o propósito específico.

Aspectos ligados aos Gêneros Textuais

A abordagem de Marcuschi (2008, p. 149) acerca dos Gêneros Textuais não deixa de ser histórico também por anunciar a noção de gênero Textual, ou Discursivo, de maneira sistematizada mostrando como “formas de ação social”, abalizando os gêneros textuais como “entidades sócio-discursivas e formas de ação social incontornáveis de qualquer situação comunicativa”, de maneira que os gêneros surgem para atender as necessidades de comunicação humana, e apresentam características próprias , “os gêneros são entidades empíricas em situações comunicativas e se expressam em designações diversas, constituindo em princípio listagens abertas” (2008, p. 155). São considerados dinâmicos porque acompanham a evolução dos tempos ,por isso podemos dizer de gêneros que caem em desuso e outros que surgem de maneira

modificada para atender os anseios da humanidade. Podemos citar por exemplo, os e-mails, as mensagens em Blog, em Whatsapp, substituindo as cartas escritas manuais.

Bentes, Cavalcanti e Koch (2007, p. 64), vão além na questão dos gêneros textuais e traz uma outra roupagem a Intergenericidade que não deve ser confundida heterogeneidade tipológica. A primeira, a Intergenericidade são os “gênero (s) pertencentes a outras molduras comunicativas, evidentemente, com o objetivo de produzir determinados efeitos de sentido”. Ou seja um gênero que assume a função de outro, muito bem exemplificado por Marcuschi (2008) quando aponta um texto publicidade em formato de música, ou um artigo de opinião em forma de poema, ou ainda um texto publicitário se apresentar em formato de uma receita, articulando assim diferentes possibilidades.

Os gêneros textuais se organizam para atender determinados propósitos, de acordo com as práticas sociais, por isso encontramos em determinado contexto social adequação dos usos, e para uma efetiva comunicação é que encontramos fatores como: situacionalidade, aceitabilidade, informatividade, etc., de tal modo que “o produtor do texto conta com o conhecimento prévio dos seus ouvintes/leitores a respeito dos gêneros em questão” (BENTES *et al.*, 2007, p. 64).

Podemos pensar numa hibridização textual como uma estratégia discursivo textual com determinados propósitos misturando formas e funções, consideradas por Marcuschi (2010) aqueles gêneros do ambiente digital que já existem, podem ser transmutados de outras esferas de comunicação para o ambiente eletrônico virtual. As práticas sociais na verdade são permeadas de gêneros, e assim como a sociedade muda os gêneros sofrem transformações dando espaço para outras mobilidades, muito bem explicitado por Marcuschi (2010, p. 19) quando consideram os gêneros como flexíveis, “caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos”. Essa necessidade de hibridização surge dada as características das atividades socioculturais e pelos avanços tecnológicos, como o gênero anúncio publicitário por exemplo citado por Marcuschi (2010).

Caminhos para a metodologia

O recorte para este artigo partiu de um corpus de gênero propaganda em meio digital, cuja finalidade foi a de realizar leitura das imagens alcançando referências para construção de sentidos em aulas de Língua Portuguesa. Iniciamos com a realização de pesquisas, em meios digitais, na biblioteca envolvendo alunos do ensino fundamental e posteriormente uma organização de um banco de textos de (propagandas) de diferentes temáticas e produtos, de forma que contemplasse a linguagem verbal e visual (multimodalidade). Dentre os textos encontrados nos espaços digitais destacamos: propaganda de brinquedos, o da publicidade do Bombril, comercial de carro, produtos de limpeza, propaganda de hortifrúti, propaganda de sucos naturais, propaganda de perfumes importados, da natura, entre outras.

Uma sequência de atividades foi organizada para direcionar a leitura e análise do material no decorrer de três meses de aula. Todas as atividades foram desenvolvidas coletivamente, e os sujeitos estimulados para as múltiplas facetas do material exposto. A perspectiva de análise partia sempre da concepção de texto cujo próprio texto é o lugar da interação, de relações dialógicas entre os sujeitos, o que proporcionou a escuta de diversas vozes para a construção de sentidos.

Entre as aulas de leitura, argumentação e debates os alunos se colocaram como consumidor e crítico nas situações de vendedor e comprador e as referências foram o ponto estratégico na partilha dos conhecimentos.

Leitura do gênero multimodal: propaganda da hortifruti

Nesta etapa descrevemos a análise de uma propaganda como amostra do estudo estabelecendo um diálogo com a referenciação. A propaganda analisada considerou o contexto do aluno, os conhecimentos de mundo, os conhecimentos multimodais dos textos entre outras pistas necessárias na construção de sentido. Algumas perguntas serviram de roteiro para reflexão: observar os elementos contextuais que estão presentes no anúncio publicitário? Onde esse texto está hospedado? Que tipo e público atinge o anúncio publicitário? Caracterizar as personagens do anúncio publicitário? Pensar na motivação das cores, das roupas dos gestos, dos objetos presentes no anúncio.

Amostra de análise

Figura 1: Cartaz do filme Kung Fu Panda



Fonte: Google imagens

Figura 2 Anúncio publicitário Kung Fu Manga



Fonte: Disponível em:
<http://hortiflix.com.br/>.

O Anuncio selecionado trata de um anuncio da hortifrúti uma das peças da campanha “Hortiflix”. Trata de uma manga com características de lutadora “Kung Fu Manga”, criada pela MP Publicidade, cuja campanha da “Hortiflix” utiliza na propaganda títulos já utilizados em produções do cinema e, assim transforma frutas, legumes e verduras em estrelas de Hollywood. Essa campanha foi lançada em 2008, em que outras peças já foram mote para outras propagandas. A propaganda destaca pela sua composição visual trazendo a presença de recursos visuais com efeitos de sentido provocado por meio do diálogo entre imagens a linguagem.

Acompanha a propaganda uma animação denominada “Kung Fu Panda” que dialoga com o gênero propaganda. A análise da imagem tem como metodologia o foco nos elementos verbais e não verbais que compõem o gênero textual multimodal com uma abordagem nas várias formas de representar a linguagem visual, espacial e linguístico.

Chama atenção nas duas imagens os aspectos na composição e constância na utilização da multimodalidade, destacando o projeto gráfico, a tonalidade das cores (amarelo e vermelho), os tons realçando alguns traços mais fortes que outros e aspectos ligados ao sombreamento contribuindo para a profundidade do texto.

No caso da propaganda e do cartaz do filme quem entra em cena é a manga e o panda construindo um jogo da linguagem verbal e visual concorrendo para a intertextualidade implícita, e a preocupação em dar evidências das semelhanças Inter icônica entre elas.

O enunciado verbal “A luta pela vida saudável está só começando” traz o destaque para o sentido do vocábulo “luta” varia de um contexto para outro, segundo os propósitos comunicativos. O enunciado e os aspectos visuais cooperam para a significação textual o que chamamos dos pressupostos da multimodalidade.

Para além dos benefícios da manga com uma gama de variedades de nutrientes a propaganda carrega um significado de superação aos problemas de saúde e para isso, convoca um super-herói para entrar na luta contra qualquer mal da saúde com uma boa alimentação. Fica o convite ao consumidor para preservar a saúde consumindo a manga.

Ao olhar para o plano linguístico, a constituição do referente (alimento-herói) ocorre quando a linguagem verbal assume a função de super-herói no enunciado “A luta pela vida saudável está só começando”, pois, trata de consumir a manga. E, no plano não verbal, temos o referente na imagem da panda intermediada pela postura dos braços e pernas em posição de luta, mãos fechadas enquanto referentes multimodais contribuindo na construção dos sentidos.

Essa inferência ao filme trata de uma intertextualidade implícita, exigindo do leitor seus conhecimentos de mundo (KOCH; ELIAS, 2014) para compreender a mensagem e o sentido. Em vista

disso, podemos dizer da presença da *détournement*, termo muito utilizada quando estudamos intertextualidade implícita, explicada por Koch, Bentes e Cavalcante (2007, p. 45) como uma ação de “levar o interlocutor a ativar o enunciado original, para argumentar a partir dele[...] adaptá-lo a novas situações, ou orientá-lo para um outro sentido, diferente do sentido original”

Considerações finais

Este estudo ainda em fase de construção envolvendo gêneros textuais do meio digital e o conhecimento das múltiplas semioses e a competência de leitura trouxe alguns fatores que já podemos pontuar. Em outros estudos analisamos outras propagandas do campo da Hortifruti e o material se mostrou propício para compreender fenômenos como: intericonicidade, intencionalidade, multimodalidade.

O texto analisado restringiu ao gênero do meio digital por enquadrar e trazer aspectos relacionados a importância na construção de sentido numa visão interacionista de linguagem. Os fatores da linguagem escrita e visual foram consideradas contemplando assim a natureza multimodal do texto e, conseqüentemente, do processo de referenciação.

Nossa intenção foi trazer uma amostra acerca da interpretação de sentido do gênero anúncio publicitário e sua relação com a referenciação. Os recursos multimodais, as imagens dialogam entre si estabelecendo novos sentidos, é jogo de imagens que revelam os sentidos do texto. Outro aspecto a ser considerado são os recursos multimodais como aliados para as análises e os efeitos visuais, sobremaneira para a construção dos sentidos, por trazer à tona informações necessárias para o processo de construção textual.

Várias campanhas se apoiam em personagens conhecidos, em figura dramática do cinema, das histórias em quadrinhos, nacionais e internacionais retomando cenas, personificando objetos de maneira lúdica, persuasiva para dar sentido os anúncios.

Nos anúncios da hortifrúti encontramos um nicho de informações com a presença de elementos visuais, com expressões metafóricas compondo o que chamamos de gêneros textuais do meio digital.

O arcabouço teórico da Linguística Textual e da multimodalidade possibilitou olhar para os implícitos, para as convergências dos referentes imagéticos e verbais, e iluminar nossas análises. A leitura ora realizada do recorte dos anúncios publicitários ainda está longe de ser esgotada, outros mecanismos teóricos de diferentes gêneros, podem ser analisados sob viés de outras áreas de conhecimento.

Referencias

BAKHTIN, M. Estética da criação verbal. Tradução: Maria Ermantina Galvão G. MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, Mikhail . **Estética da criação verbal**. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p. 277-326.
- BENTES, A. C.; RIO, V. C. A construção conjunta da referência em uma entrevista Semi monitorada com jovens universitários. In: KOCH, Ingedore. G. V.; MORATO, E. M.; BENTES, Ana Cristina (Org.) **Referenciação e discurso**. São Paulo: Contexto, 2005.p. 265-291.
- BRAGA, D. B. (2007). Práticas letradas digitais: considerações sobre possibilidades de ensino e reflexão social Crítica. In: ARAÚJO, J. C. (Org.). **Internet & Ensino - Novos gêneros, outros desafios**. Rio de Janeiro: Lucerna. p. 181-195.
- BRAGA, D. B. (2013). Ambientes digitais: reflexões teóricas e práticas. São Paulo: Cortez.
- BRAGA, D. B. (Org.). (2015) **Tecnologias digitais da informação e comunicação e participação social**. São Paulo: Cortez.
- BRAGA, D. B.; PINHEIRO, P.; ROCHA, C. H. Educação Linguística e Tecnologias: Perspectivas e Desafios. **Revista Linguística Aplicada na Unicamp Travessias e perspectivas**. 2020 p. 115 a 133.
- BRASIL. Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Educação é a Base. Brasília, MEC/CONSED/UNDIME, 2017.
- CARVALHO, N. **O texto publicitário na sala de aula** . São Paulo: Contexto, 2014
- CAVALCANTE, M. M. **Sobre coisas ditas e não ditas**. Fortaleza: Edições UFC, 2011.
- CAVALCANTE, M. M. **Os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2012.
- CAVALCANTE, M. M. Anáfora e dêixes: quando as retas se encontram. In: KOCH, I. V.; MORATO, E.M.; BENTES, A. C. (Org.). **Referenciação e discurso**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 125-49.
- DIONÍSIO, Â. P. Gêneros textuais e multimodalidade. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECKZA, B.; BRITO, K. (Org.) **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 4. ed. São Paulo: Parábola, 2011. p. 137 -152.
- KALANTZIS, M.; COPE, B.; PINHEIRO, P. **Letramentos**. Campinas: Editora da Unicamp, 2020.
- KOCH, I. G. V.; ELIAS, V. M. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2006.
- KOCH, I. G. V. Referenciação e orientação argumentativa. In: KOCH, Ingedore G. V.; MORATO; BENTES. **Referenciação e discurso**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 33- 52.
- KOCH, I.; Villaça; ELIAS, V. M. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2014.
- KOCH, I.; Villaça; ELIAS, V. M. **Ler e compreender os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto,2007. p. 122-135.
- KOCH, I. V.; BENTES, A. C.; CAVALCANTE, M. M. **Intertextualidade: diálogos possíveis**. São Paulo: Cortez, 2007.
- KOCH, I. V. A referenciação como atividade cognitivo-discursiva e interacional. In: **Cadernos de Estudos Linguísticos**. 41. p. 75-89. Campinas-SP: IEL, 2001.
- KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Reading Images: the Grammar of visual design**. London: Routledge, 2006 [1996].
- LEMKE, Jay L. Letramento metamidiático: transformando significados e mídias. **Trabalhos em linguística Aplicada** 49.2 (2010): 455-479. Campinas: IEL/UNICAMP, 2010 Disponível: <http://www.scielo.br/pdf/tla/v49n2/09.pdf>.

MANTOVANI, L. N. A. F. Práticas colaborativas de escrita em um ambiente de aprendizagem online do SCHOLAR Universidade Estadual de Campinas - Unicamp. v. 15 (2021): **17º SePeG - Seminário de Pesquisas da Graduação**.

MARCUSCHI, L. A. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Â. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Org.). **Gêneros textuais e ensino**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

MONDADA, L.; DUBOIS, D. Construção dos objetos de discurso e categorização: Uma abordagem dos processos de referenciação. In: CAVALCANTE, Mônica et al. (org.). **Referenciação**. São Paulo: Contexto, 2003. p.17-52.

MONTE MÓR, W. 2017. Sociedade da Escrita e Sociedade Digital: Línguas e Linguagens em Revisão. In Takaki e Monte Mor (orgs) **Construções de Sentido e Letramento Digital Crítico na Área de Línguas/Linguagens**. Campinas: Ed. Pontes, 2017, p 267-286.

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

ROJO, R.; MOURA, E. **Letramentos, mídias e linguagens**. São Paulo: Parábola Editorial, 2019.

TENO, N. A. C.; WEBBER, E. C. P. A Multimodalidade na Escola: leitura do gênero propaganda com base na Gramática do Design Visual (GDV).In: SOARES, L. A. (Org). **Integrando as Abordagens Sistêmico-funcional e Cognitiva Para a Análise do Discurso Multimodal: Teoria e Prática**. Jundiai (SP). Paco Editorial, 2020.p.27-50.

THE NEW LONDON GROUP. (1996). “A Pedagogy of Multiliteracies: designing social futures”, **Harvard Educational Review**, n. 66, p. 60-92.