

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS - PROFLETRAS

PRISCILA PAULA NUNES DA SILVA

A INFERÊNCIA NA LEITURA DO GÊNERO MULTIMODAL PROPAGANDA
INSTITUCIONAL: UMA PROPOSTA DIDÁTICA

RECIFE

2024

PRISCILA PAULA NUNES DA SILVA

**A INFERÊNCIA NA LEITURA DO GÊNERO MULTIMODAL PROPAGANDA
INSTITUCIONAL: UMA PROPOSTA DIDÁTICA**

Dissertação apresentada como um dos requisitos para o cumprimento das exigências para obtenção do título de Mestre no Programa de Pós-graduação Proletras da Universidade Federal de Pernambuco.

Orientadora: Gláucia Renata Pereira
do Nascimento

RECIFE

2024

.Catalogação de Publicação na Fonte. UFPE - Biblioteca Central

Silva, Priscila Paula Nunes da.

A inferência na leitura do gênero multimodal propaganda institucional: uma proposta didática Recife 2024 / Priscila Paula Nunes da Silva. - Recife, 2024.

150f.: il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação Profissional em Letras, 2024.

Orientação: Gláucia Renata Pereira do Nascimento.

Inclui referências e anexos.

1. Inferência; 2. Leitura; 3. Propaganda Institucional; 4. Multimodalidade. I. Nascimento, Gláucia Renata Pereira do. II. Título.

UFPE-Biblioteca Central

PRISCILA PAULA NUNES DA SILVA

**A INFERÊNCIA NA LEITURA DO GÊNERO MULTIMODAL PROPAGANDA
INSTITUCIONAL: UMA PROPOSTA DIDÁTICA**

Dissertação apresentada ao Programa de
Programa de Pós-graduação Profletras da
Universidade Federal de Pernambuco, como
requisito parcial para a obtenção do título de
Mestra em Letras.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Gláucia Renata Pereira do Nascimento (Orientadora)

Prof. ^a Dr.^a. Marcela Regina Vasconcelos da Silva Nascimento (Examinadora externa,
UFPB)

Prof. Dr. Jurandir Ferreira Dias Júnior (Examinador externo, UFPE)

Dedico este trabalho ao meu filho Enzo Miguel, cuja luz ilumina meus dias e cujo espírito me inspira a ser melhor. Seu crescimento é uma fonte de orgulho e alegria, e espero que sua jornada seja repleta de realizações e felicidade. Esta dissertação é um tributo também ao e a meu futuro bebê que está na barriga.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, por sempre estar presente em tudo. Sou grata a Ele por ter me permitido realizar esse sonho e por estar comigo nos melhores e piores momentos.

Em meio a tantas tarefas, não sei se conseguiria dar conta de tudo se não fosse, também, o meu marido, amigo, pai do meu filho Enzo e companheiro de todas as horas: Jefferson Barros. Você foi forte, cuidou da nossa família e por isso sou muito grata a você.

Gratidão, sempre, a meus pais, Gerimario e Lídia, desde que tenho lembrança dos meus dias, eles estavam me apoiando, cuidando e, sem dúvida alguma, sempre foram meus maiores e melhores apoiadores. Sem eles, nenhuma conquista seria possível e nem faria sentido.

Aos meus amigos, que muitas vezes se equiparam a anjos aqui na terra, que surgem para nos fortalecer em momentos difíceis. Dentre eles, há alguns nomes que gostaria de ressaltar e eternizar aqui: Yone, Adriana e Patrícia. Grandes amigas que o mestrado profissional me trouxe. Vocês foram essenciais para tornar meus dias como mestranda mais leves, engraçados e inesquecíveis. Gratidão eterna pela parceria e conhecimento compartilhados.

Agradeço também aos professores da Universidade Federal de Pernambuco, com os quais tive contato durante as aulas do mestrado, e que contribuíram bastante para minha formação acadêmica. Também àqueles que são membros da banca, pelo olhar criterioso e pelas sugestões que certamente garantiram uma melhor qualidade para esta dissertação.

E, por fim, a minha orientadora, professora Doutora Gláucia Nascimento. Minha jornada pedagógica com Gláucia começou há muitos anos, desde 2006, na Faculdade Frassinete do Recife, onde foi minha professora e, posteriormente, em 2007, minha orientadora em um projeto lindo, construído com mais três colegas de turma. E, no ano de 2022, tive a grata surpresa de reencontrá-la no mestrado do ProfLetras. Gláucia não é apenas orientadora da minha dissertação, ela é uma profissional comprometida, uma mãe séria, mas amorosa, uma amiga que não poupa conselhos e repreende nas horas em que há necessidade. Me considero muito sortuda em ter cruzado teu caminho e tenho muito orgulho em poder ter a sua orientação durante esse período.

RESUMO

O objetivo geral desta pesquisa de mestrado foi o de analisar o desenvolvimento da habilidade da inferência no gênero multimodal propaganda institucional, em exemplares publicados no Instagram (de domínio público), por parte de 15 estudantes voluntários, regularmente matriculados no 8º ano do ensino fundamental de uma escola da rede municipal de Jaboatão dos Guararapes. A participação dos voluntários foi consentida, por escrito, por seus respectivos responsáveis em Termos de Assentimento Livre e Esclarecido, aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisas que envolvem Seres Humanos da UFPE. Os voluntários analisaram textos do gênero propaganda institucional, sob nossa orientação, durante uma sequência didática por nós elaborada para esta pesquisa-ação.

O que motivou nosso interesse pelo tema foi o resultado da avaliação diagnóstica do ano de 2021, a qual visou identificar estudantes da rede municipal de Jaboatão que esboçavam algum nível de dificuldade nas matérias de português e matemática. Foram analisadas as provas de português aplicadas no ano de 2021, desde a primeira série do ensino fundamental, até o 9º ano. Nessa análise, verificamos um resultado muito insatisfatório em turmas do quarto, sexto, sétimo e oitavos anos, no que se refere à inferência textual. Os exemplares de propagandas analisados durante a sequência didática foram selecionados em páginas oficiais de prefeituras de 3 municípios pernambucanos, disponíveis no Instagram, entre esses: Recife, Olinda e Jaboatão.

Nosso principal critério para a escolha das propagandas foi a ocorrência da multimodalidade textual, ou seja, a combinação de textos verbais e outras semioses imagéticas. Ao analisar essas propagandas, além de identificar informações explícitas, os voluntários deveriam inferir informações implícitas e os possíveis sentidos serem construídos a partir destas, compreendendo as bases do processo inferencial.

A hipótese é que os alunos voluntários teriam um melhor desenvolvimento na interpretação de textos, incluindo a habilidade de inferência, por meio das aulas durante a pesquisa. Os resultados revelam que alguns voluntários que já demonstram ler com certa desenvoltura textos multimodais, ainda não superaram dificuldades de leitura de textos verbais. Os marcos teóricos dessa pesquisa estão embasados nos seguintes autores, (Cunha, 1991) Koch; Elias ([2006]2013), Marcuschi ([2001]2008), Kleiman ([1989]2013), Koch ([2002]2011), ([2007]2011), Antunes (2003), Geraldi (2005), Ribeiro (2016), Oliveira (2006,2012), Dionísio (2014). Nossa fundamentação organiza-se em três seções: Leitura, Inferência e Multimodalidade.

Palavras-chave: Inferência. Leitura. Propaganda Institucional. Multimodalidade.

ABSTRACT

The general objective of this master's research was to analyze the development of inference skills in the multimodal institutional advertising genre, in copies published on Instagram (in the public domain), by 15 volunteer students, regularly enrolled in the 8th year of elementary school in a school in the municipal network of Jaboatão dos Guararapes. The volunteers' participation was consented, in writing, by their respective guardians in Terms of Free and Informed Assent, approved by the Ethics Committee for Research involving Human Beings at UFPE. The volunteers analyzed texts of the institutional propaganda genre, under our guidance, during a didactic sequence created by us for this action research.

What motivated our interest in the topic was the result of the diagnostic assessment in 2021, which aimed to identify students from the Jaboatão municipal network who had some level of difficulty in Portuguese and mathematics subjects. Portuguese tests administered in 2021 were analyzed, from the first grade of elementary school to the 9th grade. In this analysis, we verified a very unsatisfactory result in classes in the fourth, sixth, seventh and eighth years, with regard to textual inference. The advertisements analyzed during the didactic sequence were selected from official pages of city halls in 3 municipalities in Pernambuco, available on Instagram, including: Recife, Olinda and Jaboatão.

Our main criterion for choosing the advertisements was the occurrence of textual multimodality, that is, the combination of verbal texts and other image semiosis. When analyzing these advertisements, in addition to identifying explicit information, volunteers should infer implicit information and possible meanings should be constructed from this, understanding the bases of the inferential process.

The hypothesis is that volunteer students would have better development in text interpretation, including inference skills, through classes during research. The results revealed that some volunteers who already demonstrate reading multimodal texts with a certain ease, but have not yet overcome difficulties in reading verbal texts. The theoretical frameworks of this research are based on the following authors, (Cunha, 1991) Koch; Elias ([2006]2013), Marcuschi ([2001]2008), Kleiman ([1989]2013), Koch ([2002]2011), ([2007]2011), Antunes (2003), Geraldi (2005), Ribeiro (2016), Oliveira (2006,2012), Dionísio (2014). Our foundation is organized into three sections: Reading, Inference and Multimodality.

Keywords: Inference. Reading. Institutional Advertising. Multimodality.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Quadro geral de inferências (1985).....	38
Figura 2: Quadro geral de inferências (2008).....	38
Figura 3: Horizontes de Compreensão Textual	39
Figura 4: Propaganda 1 - Festa Junina fora de época.	56
Figura 5: Propaganda 2 “Protocolo violeta”	61
Figura 6: Propaganda 3 - Dia mundial da conscientização do autismo.....	64
Figura 7: Propaganda 4 - Vacinação infantil, covid-19	67
Figura 8: Vacinação Infantil – turno estendido	71
Figura 9: Gráfico questão 1, propaganda 1	78
Figura 10: Gráfico questão 2, propaganda 1	79
Figura 11: Gráfico questão 3, propaganda 1	80
Figura 12: Gráfico questão 4, propaganda 1	81
Figura 13: Gráfico questão 1, propaganda 2	87
Figura 14: Gráfico questão 2, propaganda 2	88
Figura 15: Gráfico questão 3, propaganda 2	89
Figura 16: Gráfico questão 4, propaganda 2	90
Figura 17: Gráfico questão 1, propaganda 3	95
Figura 18: Gráfico questão 2, propaganda 3	96
Figura 19: Gráfico questão 3, propaganda 3	97
Figura 20: Gráfico questão 4, propaganda 3	98
Figura 21: Gráfico questão 1, propaganda 4	104
Figura 22: Gráfico questão 2, propaganda 4	106
Figura 23: Gráfico questão 3, propaganda 4	107
Figura 24: Gráfico questão 4, propaganda 4	108
Figura 25: Gráfico questão 1, propaganda 5	113
Figura 26: Gráfico questão 2, propaganda 5	114
Figura 27: Gráfico questão 3, propaganda 5	115
Figura 28: Gráfico questão 4, propaganda 5	116

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Associações materiais e simbólicas das cores	23
Quadro 2: Síntese das atividades	52
Quadro 3: quadro sinóptico da análise da propaganda 1	59
Quadro 4: quadro sinóptico da análise da propaganda 2	63
Quadro 5: quadro sinóptico da análise da propaganda 3	66
Quadro 6: quadro sinóptico da análise da propaganda 4	69
Quadro 7: quadro sinóptico da análise da propaganda 5	73
Quadro 8: Respostas sobre a Propaganda 1 - Atividade de diagnose	76
Quadro 9: Respostas sobre a propaganda 2 - Protocolo violeta	85
Quadro 10: Respostas sobre a propaganda 3, Dia mundial da conscientização do autismo	93
Quadro 11: Respostas sobre a propaganda 4 - Vacinação infantil, covid-19	101
Quadro 12: Respostas sobre a propaganda 5 - Vacinação Infantil – turno estendido	111

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	13
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	17
2.1	PARA ENTENDERMOS PROPAGANDA.....	17
2.2	PROPAGANDA E AS CORES	22
2.3	LEITURA	24
3	GÊNEROS TEXTUAIS- DISCURSIVOS	25
3.1	A PERSPECTIVA BAKHTINIANA DE GÊNERO DO DISCURSO	25
3.1.1	Enunciado ou gênero?	27
3.1.2	Os gêneros textuais em Marcuschi	29
3.1.3	Gêneros discursivos e o ensino de linguagem em sala de aula	31
4	INFERÊNCIA.....	33
5	MULTIMODALIDADE ENQUANTO FENÔMENO CONSOLIDADO.....	43
5.1	A ABORDAGEM SEMIÓTICA DE KRESS	45
5.1.1	A multimodalidade e a inferência.....	47
6	METODOLOGIA.....	50
6.1	DESENHO DA PESQUISA.....	50
6.2	AMOSTRA DE PARTICIPANTES.....	51
6.3	DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES	51
6.4	CRITÉRIOS DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO	53
6.5	INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS/ CORPUS DE ANÁLISE.....	53
6.5	PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS/ INTERVENÇÃO	53
7	ANÁLISE DO CORPUS.....	54
7.1	ANÁLISE DA PROPAGANDA 1	56
7.1.1	QUADRO SINÓPTICO DA ANÁLISE DA PROPAGANDA 1.....	59
7.2	ANÁLISE DA PROPAGANDA 2	60
7.1.2	QUADRO SINÓPTICO DA ANÁLISE DA PROPAGANDA 2.....	63
7.3	ANÁLISE DA PROPAGANDA 3	64
7.3.1	QUADRO SINÓPTICO DA ANÁLISE DA PROPAGANDA 3.....	66
7.4	ANÁLISE DA PROPAGANDA 4 - VACINAÇÃO INFANTIL, COVID-19.....	67
7.4.1	QUADRO SINÓPTICO DA ANÁLISE DA PROPAGANDA 4.....	69
7.5	ANÁLISE DA PROPAGANDA 5 - VACINAÇÃO INFANTIL – TURNO ESTENDIDO	71
7.5.1	QUADRO SINÓPTICO DA ANÁLISE DA PROPAGANDA 5.....	73
8	ANÁLISE DE DADOS	74
8.1	ANÁLISE DAS PROPAGANDAS: QUESTÕES E RESULTADOS	74
8.1.1	PROPAGANDA 1 – Festa Junina fora de época.....	74
8.1.1.1	Gráficos dos resultados (Análise quantitativa).....	78
8.1.2	PROPAGANDA 2 - PROTOCOLO VIOLETA	83

8.1.2.1 Gráficos de resultados por questões:	86
8.1.3 Propaganda 3 - Dia mundial da conscientização do autismo.....	91
8.1.3.1 Gráficos de resultados por questões:	95
8.1.4 Propaganda 4 - Vacinação infantil, covid-19.....	99
8.1.4.1 Gráficos de resultados por questões:	104
8.1.5 Propaganda 5 - Vacinação Infantil – turno estendido.....	109
8.1.5.1 Gráficos de resultados por questões:	112
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	118
REFERÊNCIAS.....	121
ANEXOS	123
CADERNO PEDAGÓGICO.....	128

1. INTRODUÇÃO

Uma das grandes dificuldades observadas em sala de aula dos anos finais da educação básica se dá na leitura e na compreensão textual, independentemente do gênero textual estudado. Essa dificuldade demonstrada pelos estudantes é o que primeiramente nos motivou para a realização da pesquisa aqui apresentada, que tem como tema *leitura do gênero propaganda institucional em sala de aula*, com enfoque na atividade cognitiva da inferência. Provavelmente, esse problema se deva à pouca experiência de muitos estudantes com a leitura, além do fato de que a grande maioria dos alunos da escola em que vamos realizar a pesquisa são de uma classe social menos favorecida economicamente e essa realidade pode dificultar o acesso deles a vivências de diferentes naturezas, em especial, ligadas ao lazer e à cultura, que poderiam possibilitar mais oportunidades de construção de conhecimentos de mundo, entre outros. É a ativação desses conhecimentos é a ativação desses conhecimentos, quando arquivados na memória, que permite a compreensão dos mais diversos conteúdos nos processos de leitura.

os alunos, diariamente são expostos às tecnologias que contribuem para o contato desses, com textos publicitários. E o contexto escolar muitas vezes atribui pouca relevância ao estudo sistemático de textos multimodais, sobretudo o estudo da imagem. É neste contexto que emergem novas demandas para a formação do sujeito capaz de compreender a presença de elementos linguísticos e extralinguísticos nos textos multimodais, o que exige um sujeito multiletrado.

No âmbito das redes sociais, os estudantes aparentemente leem mais, principalmente se compararmos esse tipo de leitura com a leitura feita em suportes mais comumente trabalhados em sala de aula, como o livro didático, livros literários, entre outros. Devido a isso, buscamos essas propagandas institucionais em redes sociais, em especial, no Instagram. E algumas delas integraram atividades de uma sequência didática para o ensino da inferência, na pesquisa-Ação que desenvolvemos no mestrado PROFLETRAS da UFPE

O gênero propaganda institucional foi escolhido devido a sua grande importância informativa para a sociedade. Entendemos que, ao estudar essas propagandas, os alunos poderiam não apenas desenvolver suas habilidades de compreensão textual, mas também construir conhecimentos bastante importantes

para eles como cidadãos que são, por meio das informações educativas trazidas por exemplares desse gênero, que normalmente integram campanhas de interesse público, com temas como a importância da vacinação, informações sobre canais para denúncia de possíveis abusos, elucidação quanto ao crime de racismo, entre outros.

A escolha do foco de estudo dessa pesquisa foi motivada, também, pelo fato de que, como seres sociais, inseridos em sociedades letradas, precisamos de interação verbal frequente, o que também se dá através da leitura e compreensão de textos escritos diversos, associados ou não a semioses imagéticas, o que caracteriza a multimodalidade, que segundo Carey Jewitt é:

Uma abordagem interdisciplinar que entende a comunicação e a representação como envolvendo mais que a língua. Os estudos nesse campo têm se desenvolvido nas últimas décadas de modo a tratar sistematicamente de questões muito discutidas sobre as mudanças na sociedade, por exemplo, em relação às novas mídias e tecnologias. Abordagens multimodais têm proposto conceitos, métodos e perspectivas de trabalho para a coleção e análise de aspectos visuais, auditivos, corporificados e espaciais da interação e dos ambientes, bem como da relação entre os mesmos. (Jewitt, 2003 *apud* Dionísio 2014, p. 48)

Com o avanço contínuo das tecnologias da comunicação e informação, precisamos ler textos cada vez mais multimodais. Visto isso, entendemos que pesquisar questões que envolvam a leitura e a compreensão de textos multimodais é algo extremamente necessário, uma vez que em nosso país ainda temos muitas barreiras a serem transpostas até que todos possam ler com competência os diversos gêneros, levando-se em consideração que cada texto requer o uso de diferentes estratégias leitoras.

Como afirma Lajolo:

Ler não é decifrar, como num jogo de adivinhações, o sentido de um texto. É, a partir do texto, ser capaz de atribuir-lhe significação, conseguir relacioná-lo a todos os outros textos significativos para cada um, reconhecer nele o tipo de leitura que seu autor pretendia e, dono da própria vontade, entregar-se a esta leitura, ou rebelar-se contra ela, propondo outra não prevista. (Lajolo 1982, p. 59)

A leitura compreensiva e crítica de um texto demanda não apenas uma simples decodificação do que está explícito no texto, mas requer, muitas vezes, um entendimento que vai depender de conhecimentos prévios do leitor, que precisam ser

partilhados com os conhecimentos do autor do texto. É dessa forma que é possível construir sentidos e poderá compreender o texto.

Os marcos teóricos dessa pesquisa estão embasados nos seguintes autores, (Cunha, 1991) Koch; Elias ([2006]2013), Marcuschi ([2001]2008), Kleiman ([1989]2013), Koch ([2002]2011), ([2007]2011)), Antunes (2003), Geraldi (2005), Ribeiro (2016), Oliveira (2006,2012), Dionísio (2014). Dividimos nossa fundamentação em três etapas principais, a saber: Leitura, Inferência e Multimodalidade. Após a introdução, iniciaremos uma seção que irá explanar sobre leitura e suas concepções, bem como sua relevância e funções sociais. Alguns autores que tratam desse tema e foram abordados nessa pesquisa são: Kleiman (2013), Koch (2011), Antunes (2003), Geraldi (2005). Em seguida, os autores em que nos ancoram para tratar sobre inferência, análise de conteúdos implícitos e subentendidos foram: Cunha (1991), Ducrot (1984), Kerbrat (1998), Marcuschi (2007). Por fim, tratamos do tema multimodalidade. Nessa linha de pesquisa, grandes autores têm enveredado no desenvolvimento de estudos sobre o tema, entre os quais: Dionísio (2014), Oliveira (2012), Ribeiro (2016), cujas ideias fazem parte de nossa reflexão.

Nossa hipótese é que, através das aulas ministradas durante a pesquisa, os estudantes voluntários teriam um melhor desenvolvimento em sua formação como leitor, principalmente para o desenvolvimento de suas habilidades interpretativas que envolvessem a atividade de inferenciação.

Os resultados das análises das respostas dos alunos diante das questões propostas sobre as propagandas institucionais revelaram insights significativos sobre a habilidade de leitura e inferência desses estudantes. De maneira geral, os resultados indicam que os alunos apresentaram um desempenho satisfatório na interpretação de elementos visuais, como imagens e símbolos, presentes nas propagandas. Houve uma capacidade relativamente alta de identificar e inferir a mensagem transmitida por meio desses elementos não-verbais, sugerindo uma familiaridade e facilidade na interpretação de linguagens multimodais.

No entanto, uma tendência preocupante também foi observada: os alunos demonstraram uma taxa de acerto inferior quando confrontados com textos verbais, evidenciando uma lacuna na habilidade de interpretação e inferência a partir do texto escrito. Isso sugere uma possível dificuldade dos alunos em extrair significados de textos verbais, o que pode impactar sua capacidade de compreensão e análise de informações mais densas e complexas, como as apresentadas em texto multimodais.

Além disso, os erros cometidos pelos alunos nas questões analisadas apontaram para uma falta de conhecimento sobre parte dos temas abordados nas propagandas, destacando a importância de uma abordagem interdisciplinar para enriquecer o repertório dos alunos e promover uma compreensão mais ampla dos assuntos em questão. Esses resultados ressaltam a necessidade de uma abordagem pedagógica mais abrangente, que valorize não apenas a leitura de textos verbais, mas também o desenvolvimento da competência multimodal e a promoção de uma compreensão mais profunda e crítica dos conteúdos apresentados.

Esperamos que esta dissertação possa contribuir para mais reflexões sobre o tema e que auxilie os professores de língua portuguesa que tiverem acesso à leitura deste, que é o resultado de um esforço de estudo de uma professora da educação básica que acredita no poder da autonomia do professor que precisa ter incentivada sua liberdade de escolha da metodologia de ensino mais adequada para cada grupo de estudantes, a partir de suas peculiaridades socioculturais e do respeito à etapa escolar em que se encontram.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 PARA ENTENDERMOS PROPAGANDA

Para esta pesquisa estudamos propagandas institucionais, porém, para compreender essa espécie de propaganda, precisamos entender primeiro o que seria propaganda em sentido geral. Sobre o conceito de propaganda, Gomes (2003, p. 41) informa que:

A palavra propaganda tem origem do latim - “propagare” - e significa multiplicar, propagar ideias políticas e religiosas, [processo de] disseminar informações ideológicas. Por definição, a propaganda não tem obrigatoriamente caráter comercial, mas sim de persuasão. A propaganda agrega técnicas de persuasão, retórica e argumentos filosóficos.

Já o termo publicidade, que é um tipo de propaganda, tem sido tomado principalmente para denominar ações que objetivam o consumo, embora também seja entendido como propaganda no sentido geral. De acordo com o dicionário Oxford linguagens (2022), publicidade “é arte, ciência e técnica de tornar (algo ou alguém) conhecido nos seus melhores aspectos, para obter aceitação do público.” A propaganda serve para divulgar ideias, fatos e informações a respeito de pessoas, produtos e instituições. Neste trabalho, vamos adotar o termo propaganda como mais genérico e publicidade como mais específico, ligado a ações de incentivo ao consumo. Seja propaganda ou publicidade, essas ações devem, por obrigatoriedade, respeitar os princípios da moralidade e impessoalidade, devendo, no que diz respeito a instituições públicas e políticas, terem a exposição pública dos atos administrativos, sem nenhuma outra finalidade que não seja educativa, informativa ou de orientação social. Sobre a não observância desses princípios, podemos citar o que diz Costa:

é de elementar sabença que esta conduta é contrária aos princípios constitucionais da moralidade e da impessoalidade, além de situar-se em antinomia com o comando do artigo 37, § 1º, da Constituição Federal (CF). O dispositivo constitucional em apreço é suficientemente claro: a publicidade oficial deve ter ênfase educativa, informativa ou de orientação social do ato, sendo absolutamente avesso ao referido preceito qualquer tipo de benefício ou proveito individual. Por conseguinte, uma vez constatadas as hipóteses mencionadas, não há

falar em publicidade institucional, mas, sim, em promoção pessoal. (Costa, 2015 *apud* Araújo; Dourado; Aguiar)

De acordo com a constituição Federal de 1988, em seu artigo 37, parágrafo primeiro, a publicidade, além moralidade e impessoalidade, também deve obedecer a outros princípios que fazem parte da administração pública que são os da: **legalidade**, eficiência, além desses o da transparência. De acordo com João Gaspar Rodrigues:

A publicidade remonta as discussões políticas e à tomada de decisões em público, como acontecia na ágora ateniense e no fórum romano. A transparência é um termo moderno que requer uma administração pública diáfana, garantindo o acesso do público à informação e permitido um controle por parte do público (Rodrigues, 2013, p.92)

Como já visto, podemos conceber a publicidade não só como sendo uma atividade destinada a estimular o consumo de bens e serviços, mas também a promover instituições, conceitos ou ideias. Já propaganda institucional, o intuito maior é promover a difusão de ideias e disseminação pública de fatos e atos.

Visto o significado de propaganda e publicidade em uma esfera mais abrangente, iremos definir mais especificamente o que seriam as propagandas institucionais. A propaganda institucional assemelha-se à propaganda ideológica e política. Existe grande semelhança entre os objetivos, sobretudo na intangibilidade dos termos tratados.

O termo propaganda institucional se tornou mais popular entre as pessoas com o significado de divulgação da empresa ou instituição como um todo. Não se refere a um produto em si, mas à disseminação de ideias que visam influenciar a opinião pública. Para tanto, no livro Propaganda Institucional, Gracioso (1995) elenca algumas características dessa espécie de propaganda:

Não pense que uma boa imagem é privilégio das grandes empresas, grande ou pequena, toda empresa precisa investir em sua imagem. Ao definir a imagem ideal da empresa, modere o entusiasmo com bom-senso e realismo, porque as primeiras reações são sempre parecidas: os diretores presentes querem invariavelmente que a empresa seja vista como líder em seu ramo, inovadora, confiável, prestativa e ligada ao cliente. Associar-se a atributos e conotações positivas é sempre uma técnica consiste em apropriarmos de princípios, atitudes ou ideias meritórias e altamente valorizadas pelo público, através da associação do nome a esses mesmos princípios, atitudes ou ideias. O

oportunismo, no bom sentido, é uma segunda natureza da propaganda institucional, as agências de propaganda devem estar sempre atentas a estas oportunidades, ou seja, sentido de oportunidade. (p. 83)

Existem alguns critérios que as propagandas institucionais precisam seguir para que haja um melhor desenvolvimento da informação. Neste tópico iremos observar o planejamento, que é fundamental no melhor aproveitamento e sucesso na promoção da propaganda. Para Carvalho (1979 *apud* Kunsch, 2003), existem dois passos para a conceituação do planejamento: “o primeiro, que exprime a noção do planejamento como um processo ou conjunto de subprocessos; o segundo, que insere esse processo no contexto conceitual do sistema” (p. 207).

Oliveira nos relata sobre planejamento:

Pode-se afirmar que o exercício sistemático do planejamento tende a reduzir a incerteza envolvida no processo decisório e, conseqüentemente, provocar o aumento da probabilidade de alcance dos objetivos e desafios estabelecidos para a empresa. (Oliveira *Apud* Kunsch 2003 p. 207).

O planejamento além de ser funcional para a propaganda em geral, deve ser ainda mais criterioso, visto a responsabilidade social que esse gênero traz em sua essência, deve ser feito através do processo estratégico com tomadas de decisões sobre qual o padrão de comportamento que a organização pretende seguir, produtos e serviços que pretende oferecer, e mercados e clientes que pretende atingir. Para Kunsch (2003), o planejamento estratégico:

Visa buscar as melhores formas para gerenciar as ações estratégicas das organizações, tendo por base as demandas sociais e competitivas, as ameaças e as oportunidades do ambiente para a tomada de decisões no presente tragam os resultados mais eficazes possíveis no futuro. (Kunsch, 2003, p. 214)

Além do planejamento estratégico, um fator importante para o bom desenvolvimento da propaganda institucional é a comunicação. Para Kunsch (2003), a comunicação institucional é a responsável direta pelo planejamento estratégico das relações públicas, pela construção da imagem positiva e forte de uma instituição.

A comunicação institucional está intrinsecamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicitam o lado público das

organizações, constrói uma personalidade creditiva organizacional e tem como proposta básica a influência político-social na sociedade onde está inserta. (p. 164)

Para a autora, o conceito de propaganda institucional dada por Fonseca (1999 *apud* Kunsch, 2003) pode ser definida como um “conjunto de procedimentos destinados a difundir informações de interesse público sobre as filosofias, as políticas, as práticas e os objetivos da organização de modo a tornar compreensíveis essas propostas” (p. 164). Essas informações devem ser repassadas de forma a preservar e fortalecer a imagem da instituição para obter a influência político-social desejada.

Para que já uma comunicação eficaz é necessária que haja um plano estratégico dentro da instituição ele deve estabelecer diretrizes, orientações e estratégias para a prática da comunicação nas organizações. Este serviço terá como objetivo principal a comunicação institucional tendo como alvo todos os públicos vinculados com a organização. Como não existe apenas um modelo para o plano de comunicação, iremos destacar aqui o sugerido por Kunsch (2003), ele traz a ideia de trabalhar diversas áreas de comunicação de forma harmônica e integrada. Segundo a autora existem três eixos que são fundamentais para se construir um bom plano de comunicação.

A primeira etapa fundamental é a de Pesquisa e construção de diagnóstico estratégico da organização, nela busca-se conhecer a organização, qual a sua visão, valores e sua missão. Para isso, faz-se necessário um levantamento de dados que forneçam as informações necessárias. Segundo Lupetti (2009, p. 45), essa etapa servirá, por exemplo, para detectar um diferencial sobre os concorrentes. A segunda etapa seria a etapa de Planejamento estratégico da comunicação organizacional, e a terceira norteia-se pela Gestão estratégica da comunicação organizacional.

Os gêneros textuais que podem ser genericamente nomeados de propagandas são propostos para o ensino de leitura pela Base Nacional Comum Curricular em várias etapas no ensino, entre essas, devem ser estudados por alunos de turmas de oitavo ano. O gênero que interessa diretamente a esta pesquisa é a propaganda institucional. Há algumas habilidades que o aluno deverá desenvolver no estudo desse gênero, entre elas está a habilidade EF69LP02 que consiste em:

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 e à construção composicional e estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros. (Brasil, 2018, p.167)

Com base nessa habilidade e noutras habilidades a serem aqui citadas, abordaremos a propaganda institucional de forma a levar o sujeito leitor a uma compreensão geral do gênero, mas, especialmente, dos aspectos multimodais presentes nos exemplares de propagandas estudadas, sendo essas cores, formas, imagens, entre outras. E dessa forma contribuir para um melhor entendimento do gênero bem como no aprimoramento do estudo dos implícitos do texto. Além dessa habilidade destacada acima citada, há outra que abarca a inferência para a compreensão dentro do texto, vejamos:

(EF67LP08) 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, 2018, p.167)

Podemos observar que essa habilidade se refere à abordagem de vários gêneros, dentre eles, as propagandas, considerando a combinação que abarca diferentes linguagens, ou modos, (verbais e não-verbais). Além de realizar um trabalho que favoreça o desenvolvimento de capacidades dos estudantes de atribuir sentidos às partes verbais desses textos, é imprescindível que se reflita junto aos discentes sobre as hipóteses para a escolha das imagens e outros modos pelos autores e sobre os sentidos que essas imagens e modos permitem o leitor construir.

Para tanto, entendemos que o professor deve sensibilizar os estudantes sobre a natureza dos significados de imagens e modos em geral (histórica, geográfica, cultural etc.), a fim de que, paulatinamente, entendam o fundamento da atividade cognitiva da inferência, que pode se dar não apenas a partir de sequências verbais dos textos, de modo a poder acionar a inferência conscientemente. Há diferentes gêneros textuais que podem ser objeto de ensino para esse fim, mas decidimos eleger a propaganda institucional, porque ela tem um apelo educativo, muitas vezes didático,

com o objetivo de elucidar dúvidas dos cidadãos e incentivá-los a terem cuidados consigo e com os outros.

2.2 PROPAGANDA E AS CORES

As propagandas institucionais, assim como as propagandas em geral, são gêneros discursivos persuasivos, que têm como objetivo influenciar o interlocutor a obter determinado serviço ou ainda adotar uma ideia. Para tal feito, utiliza-se elementos que vão desde um *slogan* até a utilização de imagens para compor o conjunto da propaganda. Normalmente ela é composta de texto e imagem, essa última pode servir apenas como complemento, ser meramente decorativa, como também ser essencial para a composição final. Uma imagem pode conter variadas representações, assim, a utilização das cores é de extrema importância para essa composição, a seguir, estudaremos a significação e a importância das cores nas propagandas institucionais.

As cores também são elementos muitos utilizados na propaganda, e desde muito tempo atrás estava presente na vida do homem. Segundo Pedrosa (1995), se consideramos a cor como uma maneira de transmitir informações, sua aplicação será responsável pelo efeito que se pretende designar-lhe. As cores, segundo o autor, podem incorporar significados diferentes de acordo com a informação que se pretende passar. Muitas vezes a precisão de uma informação dependerá da cor e do significado que se espera que ela venha a formar.

Segundo os estudos de psicologia, a cor é uma realidade sensorial e dessa sensação não podemos fugir. Ela atua sobre a emotividade humana, podem produzir a sensação de movimento, tornar algo mais ou menos envolvente. Segundo Farina (1990), as circunstâncias poderão interferir e determinar mais ou menos importância a determinada cor, ou seja, um apelo diferenciado a cada uma. Podemos citar como exemplo a moda, que determina preferências nem sempre da inclinação espontânea. Também por motivos funcionais, sobretudo terapêuticos, uma cor poderá ter sido eleita exatamente para reverter uma tendência.

As cores podem se dividir em cores quentes, frias ou neutras. Cores quentes e frias são cores que transmitem a sensação de frio ou de calor, exemplos de cores quentes são: vermelho, laranja, as cores frias azul, verde, roxo; e as cores neutras são: preto, branco e cinza. Vários estudos comprovam, que as cores tem efeito

psicológico nas pessoas e por esse motivo, nas propagandas as cores são usadas também para despertar sentidos, sentimentos e estados de espírito.

Segundo Farina Guimarães (2004), a escolha de uma cor em uma propaganda pode variar dependendo da classe social e da faixa etária do público consumidor em potencial. Ainda de acordo com o autor, na propaganda a utilização de cores contrastes como o preto e branco tem uma atratividade muito grande, com um grande impacto e um aspecto agradável. Porém, a utilização das cores nas propagandas vai além de apenas os efeitos das cores preto e branco, atuam na parte sensorial do consumidor, causando assim o efeito pretendido. Existem atualmente diversos recursos de imagem, cores, filtros, designers, computação gráfica, entre outros que auxiliam no conceito e ambientação da propaganda:

A cor representa uma ferramenta poderosa para a transmissão de ideias, atmosferas e emoções, e pode captar a atenção do público de forma forte e direta, sutil ou progressiva, seja no projeto arquitetônico, industrial (*design*), gráfico, virtual (digital), cenográfico, fotográfico ou cinematográfico, seja nas artes plásticas (Barros, 2006, p.15)

A seguir Farina (1990) reforça, através de uma tabela, esses significados que são dados conforme suas diversas culturas, fazendo uma associação ao material e o símbolo entre as cores:

Quadro 1: Associações materiais e simbólicas das cores

Sensações Visuais	Objeto	Significado
Branco	Vestido de Noiva	Pureza
Preto	Noite	Negativo
Cinza	Manchas imprecisas	Tristeza, coisas amorfas
Vermelho	Sangue	Calor, ação, excitação
Rosa	Enxoval de Bebê (F)	Graça, ternura
Azul	Enxoval de Bebê (M)	Pureza, fé, honra

Fonte: FARINA, Modesto (1990, p.103)

Cada cor possui uma vibração sensorial ao indivíduo e suas preferências de escolha se baseiam nas associações de sua vivência. Com estímulos psicológicos atingindo a sensibilidade humana e influenciando nos seres humanos, as cores acabam

determinando reações como tristeza, alegria, despertar do apetite ou até mesmo fazer a pessoa se sentir mais confortável ou irritada (Heller, 2013).

2.3 LEITURA

No cotidiano, é frequente ouvirmos que a leitura é fundamental em sala de aula, por causa da importância dela em nossa vida. Ouvimos também que o hábito da leitura deve ser cultivado desde que somos pequenos para que, no futuro, possamos nos tornar leitores proficientes. De fato, a escola tem um papel fundamental na formação de leitores competentes. Segundo Koch (2002, p. 11), existem três concepções de leitura. A que iremos adotar para esta pesquisa será a leitura com foco na interação autor-texto-leitor, que se baseia na concepção interacional (dialógica) da língua, segundo a qual, os sujeitos são vistos como atores/construtores sociais, sujeitos ativos que – dialogicamente – se constroem e são construídos no texto, considerado o próprio lugar da interação e da constituição dos interlocutores. Desse modo, há lugar no texto para uma gama de implícitos, dos mais variados tipos, somente detectáveis quando se tem, como pano de fundo, o contexto sociocognitivo dos participantes da interação. (Koch, 2003 p. 11). Nesse sentido, a leitura é, portanto:

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, mas requer a mobilização de um vasto conjunto de saberes no interior do evento comunicativo (Koch, 2008, p.11)

É por meio da leitura que abrimos as possibilidades do universo letrado. A partir do momento que pomos em prática atividade da leitura, acionamos diversos tipos de conhecimentos, de diferentes âmbitos, entre os quais, se incluem o cultural, o textual e o artístico, entre muitos outros que nos ajudam a nos construir como cidadãos bem informados e criticamente atuantes na sociedade. Para Kleiman, a leitura é “um ato social entre dois sujeitos - leitor e autor - que interagem entre si obedecendo a objetivos e necessidades socialmente determinados” (Kleiman, [1989] 2013, p.12)

Para que um indivíduo possa realizar uma leitura proficiente, ele precisa estar habilitado não apenas a decodificar informações presentes nas superfícies textuais, mas também a depreender as informações que se encontram implícitas nos textos. Essas são as capacidades que lhes darão autonomia para agir como leitores

proficientes e, desta forma, desempenhar melhor muitas de suas funções na sociedade letrada. Para tanto, é necessário que haja um entendimento mais amplo da atividade de leitura, que não se limita apenas à decodificação do que está explicitado no texto, que não é apenas um conjunto de palavras que admite uma única leitura. É preciso enxergar o texto como parte de um conjunto maior que é a língua:

não se deixa de admitir que a língua seja um sistema simbólico (ela é sistemática e constitui-se de um conjunto de símbolos ordenados), contudo ela é tomada como uma atividade sociointerativa, desenvolvida em contextos comunicativos historicamente situados. Assim, a língua é vista como uma atividade, isto é, uma prática sociointerativa de base cognitiva e histórica. Podemos dizer, resumidamente, que a língua é um conjunto de práticas sociais e cognitivas historicamente situadas. (Marcuschi, 2008, p.61).

Leitura, portanto, assim como a língua, não é uma atividade que possa ser dimensionada em apenas uma perspectiva. Para que haja leitura, é preciso que haja interação entre o autor do texto, o texto e o leitor. O processo de leitura, que envolve compreensão, textual é algo que precisa ser mediado, pois o leitor em potencial necessita passar por muitas etapas até se tornar um leitor competente. Nesta proposta pedagógica, iremos mediar essa interação entre o autor do texto, o texto e o leitor, de forma a contribuir para um melhor desenvolvimento da habilidade leitora dos estudantes voluntários da pesquisa.

3 GÊNEROS TEXTUAIS- DISCURSIVOS

3.1 A PERSPECTIVA BAKHTINIANA DE GÊNERO DO DISCURSO

Bakhtin (1997) considera não haver língua fora das relações dialógicas, sendo ela uma atividade social. Para ele, a língua existe e evolui por consequência da comunicação verbal concreta, ou seja, não existe em um sistema abstrato, nem na mente do indivíduo apenas (p. 124). Ela é um fato social, sustentada na necessidade de comunicação do homem. Isso porque, segundo ele, os sentidos derivam das vozes discursivas, do confronto entre elas no meio social, sendo a linguagem instaurada na língua como um processo interacional, existe como constitutiva do sujeito, e constituída por ele.

Segundo o autor:

Qualquer enunciado considerado isoladamente é, claro, individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso. [...] A riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa. (Bakhtin, 1997, p.279-280)

Na concepção linguística bakhtiniana, o diálogo entre discursos é tido como central, conseqüentemente, a fala possui viés social-ideológico inerente à comunicação. Assim, o homem se utiliza da linguagem para suprir necessidades cotidianas das relações sociais, do diálogo com outro, com a alteridade, ao passo que a própria língua se constitui como sistema dessa comunicação. A linguagem (verbal e não-verbal), como tida em Bakhtin, é uma atividade social constitutiva do homem e constituída por ele.

Para Bakhtin, por mais que venhamos a negociar dialogicamente, sempre haverá uma tensão, a qual é inerente ao dialogismo. As falas estão constituídas, assim, do eu e do outro, da alteridade, que é constitutiva, por sua vez, da enunciação. Aqui, precisamos considerar um ponto importante do objeto teórico de estudo bakhtiniano: para além de uma relação face a face, ele explora uma relação entre discursos. Nos discursos, transitam as crenças, os valores religiosos, políticos etc. (Brait, 2006), e tais valores se entrelaçam a partir das relações dialógicas para produzir sentidos. Ou seja, a atividade humana se constrói dentro de relações de interação, e os indivíduos, ao dialogar, retomam ditos, se colocam em relação num momento presente, no momento da enunciação, ressignificando-se.

Em Bakhtin, então, é preciso dizer que a língua nunca pode se dar de maneira isolada, um todo em si mesmo, pois é resultado da relação entre indivíduos, nunca se repetindo os sentidos presentes nos enunciados retomados pelos indivíduos, nunca sendo o sentido transparente, mas sempre algo opaco, algo novo que surge a cada momento, na enunciação.

Mas em que consiste os **gêneros** na instauração, se se pode dizer dessa forma, dos diálogos entre indivíduos?

A perspectiva bakhtiniana de gênero destaca que os gêneros discursivos são fenômenos culturais, produzidos e utilizados pelos falantes em contextos específicos de interação verbal. Para ele os gêneros discursivos se definem como fenômenos

culturais e sociais. Isso porque, a comunicação verbal é, segundo sua concepção, essencialmente dialógica, ou seja, ocorre em meio a interações entre pessoas.

Os gêneros discursivos são, portanto, moldados e influenciados pela interação social e histórica. Eles são produzidos e utilizados pelos falantes em contextos específicos de comunicação. Por exemplo, temos gêneros discursivos como o diálogo cotidiano, o discurso político, a conversa informal entre amigos, o artigo acadêmico, a carta de amor, o conto de fadas, entre outros.

Ainda, uma das contribuições mais importantes de Bakhtin é a ideia de que os gêneros discursivos não são formas fixas e imutáveis, mas sim passíveis de transformação e renovação. Os gêneros discursivos estão em constante evolução, pois são influenciados pelas mudanças sociais, culturais e históricas. Eles refletem as necessidades comunicativas de uma comunidade em um determinado momento e lugar.

Portanto, a perspectiva de gênero do discurso de Bakhtin destaca a importância dos gêneros como construções sociais e históricas. Os gêneros discursivos não são apenas formas de expressão, mas também desempenham um papel fundamental na interação e na compreensão mútua entre os falantes. Eles refletem a diversidade e a complexidade das práticas comunicativas, fornecendo estruturas e convenções compartilhadas que facilitam a comunicação efetiva.

3.1.1 Enunciado ou gênero?

Bakhtin (1997) enfatiza que o enunciado é a unidade básica da comunicação verbal, enquanto o gênero é uma forma relativamente estável de enunciado, caracterizada por seu conteúdo temático, estilo e construção composicional. Ou seja, o gênero discursivo é, conforme o autor, uma categoria mais ampla que engloba múltiplos enunciados, pois abrange as variações e diversidades de uma mesma forma de expressão em diferentes situações comunicativas.

Nas palavras do filósofo,

O enunciado é um elo na cadeia da comunicação verbal. Representa a instância ativa do locutor numa ou noutra esfera do objeto do sentido. Por isso, o enunciado se caracteriza acima de tudo pelo conteúdo preciso do objeto do sentido. [...] O enunciado está repleto dos ecos e

lembranças de outros enunciados, aos quais está vinculado no interior de uma esfera comum da comunicação verbal. (Bakhtin, 1997, p.309)

O enunciado, na perspectiva de Bakhtin, é a unidade fundamental da comunicação verbal. É uma unidade linguística concreta, produzida por um falante em um contexto específico. Cada enunciado é, conseqüentemente, único e individual, carregado de intenções e influenciado pelo contexto imediato de produção.

No entanto, Bakhtin destaca que os enunciados não são isolados e desvinculados, mas sim parte de sequências comunicativas mais amplas. Os enunciados estão inseridos em gêneros discursivos e são influenciados por suas características e convenções. Assim, o enunciado é moldado pelo gênero ao qual pertence, refletindo suas peculiaridades temáticas, estilísticas e composicionais.

O pesquisador e filósofo enfatiza que os **enunciados linguísticos** são produzidos em contextos específicos e que são influenciados por fatores sociais, históricos e culturais. Bakhtin considera o enunciado como a unidade fundamental da comunicação verbal. Ele define o enunciado como uma unidade linguística concreta, produzida por um falante em um contexto específico. No entanto, Bakhtin reconhece que os enunciados não são isolados e desvinculados, mas sim parte de sequências comunicativas mais amplas.

É aí que entra a noção de **gênero discursivo**. Bakhtin argumenta que os enunciados podem ser agrupados em gêneros, que são formas relativamente estáveis de expressão. Ele introduz o conceito de gêneros discursivos como uma forma de compreender a diversidade e a complexidade das práticas comunicativas. Cada gênero discursivo, por sua vez, possui características próprias, incluindo seu *conteúdo temático*, *estilo linguístico* e *construção composicional*. Essas características são moldadas pelos propósitos comunicativos, pelas práticas sociais e pelas convenções estabelecidas em uma determinada comunidade discursiva.

Os gêneros do discurso, de acordo com Bakhtin (1997), referem-se a formas relativamente estáveis de expressão verbal que são influenciadas pelos propósitos comunicativos, pelas práticas sociais e pelas convenções estabelecidas em uma determinada comunidade discursiva. Assim, temos que os gêneros discursivos não são formas fixas e imutáveis, mas sim moldados pela interação social e histórica. Eles refletem as necessidades comunicativas de uma comunidade em um determinado momento e lugar. Além disso, os gêneros discursivos são flexíveis e passíveis de transformação, à medida que as práticas comunicativas evoluem e se adaptam.

Dessa forma, gênero do discurso e enunciado estão intrinsecamente relacionados na perspectiva de Bakhtin. Os enunciados individuais são produzidos dentro dos limites e das convenções dos gêneros discursivos, que fornecem um quadro estrutural e linguístico para a comunicação. Os gêneros discursivos, por sua vez, são compostos por um conjunto de enunciados que compartilham características e propósitos comunicativos semelhantes.

3.1.2 Os gêneros textuais em Marcuschi

Marcuschi, em vários estudos desenvolvidos entre a segunda metade do século XX e início do século XXI (1985;1986;1989; 1999; 2000; 2001; 2003; 2008; 2011), aborda os gêneros textuais como práticas sociocomunicativas que envolvem a produção e a interpretação de textos em situações específicas. Ele destaca a importância de entender os gêneros textuais como formas discursivas reconhecíveis e socialmente compartilhadas. Segundo sustenta, os gêneros textuais são tipos de textos que são identificados por características linguísticas, composicionais e funcionais recorrentes. São categorias reconhecíveis de textos que desempenham funções comunicativas específicas em contextos sociais e discursivos.

Em suas palavras,

Trata-se de textos orais ou escritos materializados em situações comunicativas recorrentes com função socio-comunicativa bem determinada [...] são os textos da vida diária com padrões socio-comunicativos característicos definidos por sua composição, objetivos enunciativos e estilo, realizados por forças históricas, sociais, institucionais e tecnológicas. (Marcuschi, 2003, p.16)

Ou seja, os gêneros textuais são moldados pelas práticas sociais e culturais em que são utilizados. Eles emergem das necessidades de comunicação das pessoas e são influenciados pelas convenções estabelecidas em diferentes esferas da vida, como a acadêmica, a jurídica, a jornalística, a publicitária, a literária, entre outras. É importante ressaltar que os gêneros textuais não se limitam a categorias fixas e pré-determinadas (Marcuschi, 2008), pois são flexíveis e podem variar em diferentes contextos e culturas.

Já se tornou trivial a ideia de que os gêneros textuais são fenômenos históricos, profundamente vinculados à vida cultural e social. Fruto de trabalho coletivo, os gêneros contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia-a-dia. São entidades sócio-discursivas e formas de ação social incontornáveis em qualquer situação comunicativa. No entanto, mesmo apresentando alto poder preditivo e interpretativo das ações humanas em qualquer contexto discursivo, os gêneros não são instrumentos estanques e enrijecedores da ação criativa. Caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos. Surgem emparelhados a necessidades e atividades socioculturais, bem como na relação com inovações tecnológicas, o que é facilmente perceptível ao se considerar a quantidade de gêneros textuais hoje existentes em relação a sociedades anteriores à comunicação escrita. (Marcuschi, 1999, p. 19)

O autor enfatiza a relevância dos gêneros textuais como fenômenos históricos e socioculturais, que desempenham um papel crucial na estruturação e estabilização das práticas comunicativas cotidianas. Ressalta, portanto, que os gêneros não são apenas formas de expressão isoladas, mas sim entidades sociais e discursivas, moldadas coletivamente pelo trabalho coletivo e vinculadas à vida cultural e social, que são eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos, adaptando-se às necessidades e atividades socioculturais, assim como às inovações tecnológicas.

Marcuschi ([1999] 2003) destaca que a compreensão dos gêneros textuais é fundamental para a competência comunicativa e para a interação social. Isso porque, dominar os diferentes gêneros textuais permite que os indivíduos se adaptem às demandas comunicativas das diversas situações em que estão inseridos. Segundo ele, ao compreender os gêneros, os alunos adquirem as habilidades necessárias para produzir e interpretar textos de forma adequada às diferentes esferas sociais, contribuindo para o desenvolvimento da competência comunicativa. Por isso, o professor e pesquisador enfatiza a importância de ensinar os gêneros textuais no contexto educacional.

Em suas palavras,

Tendo em vista que todos os textos se manifestam sempre num ou noutro gênero textual, um maior conhecimento do funcionamento dos gêneros textuais é importante tanto para a produção com para a compreensão. Em certo sentido, é esta ideia básica que se acha no centro dos PCN (Parâmetros Curriculares Nacionais), quando sugerem que o trabalho com o texto deve ser feito na base dos gêneros, sejam eles orais ou escritos. [...] Esta] circunstância ou característica dos gêneros torna-os, como já vimos, fenômenos bastante heterogêneos e por vezes híbridos em relação à forma e aos

usos. Gêneros textuais não são fruto de invenções individuais, mas formas socialmente maturadas em práticas comunicativas. Esta era também a posição central de Bakhtin [1997] que, como vimos, tratava os gêneros como atividades enunciativas "relativamente estáveis". (Marcuschi, 1999, p. 35)

Assim, temos que os gêneros textuais como práticas sociocomunicativas reconhecíveis que envolvem a produção e a interpretação de textos em situações específicas, devem, sobremaneira, ser explorados por professores e alunos em sala de aula.

Apesar de nos determos na perspectiva de Marcuschi sobre o que o autor denomina de "gênero textual", neste contexto específico, optaremos por utilizar o termo "gêneros discursivos" para efeitos desta dissertação. Essa escolha se justifica pelo fato de que o conceito de gênero discursivo engloba não apenas a dimensão textual, mas também a dimensão discursiva mais ampla, que inclui aspectos sociais, culturais e pragmáticos relacionados à produção e interpretação de textos.

Enquanto os gêneros textuais se concentram principalmente nas características formais e estruturais dos textos, os gêneros discursivos vão além, considerando também o contexto de produção e recepção, os propósitos comunicativos, as convenções sociais e as expectativas dos interlocutores. Essa abordagem mais abrangente permite uma compreensão mais profunda e contextualizada dos fenômenos discursivos, levando em conta não apenas o que é dito ou escrito, mas também como e por que é dito ou escrito de determinada maneira em contextos específicos, também os implícitos. Adotar o termo "gêneros discursivos", dimensiona de maneira mais clara o reconhecimento da complexidade e a interconexão entre linguagem, sociedade e prática comunicativa.

Mas como fazer trabalhar os gêneros discursivos em sala de aula, considerando o contexto escolar e social contemporâneo?

3.1.3 Gêneros discursivos e o ensino de linguagem em sala de aula

No campo do ensino de língua materna, a abordagem dos gêneros textuais/discursivos tem se destacado como uma perspectiva teórico-metodológica relevante e, por isso, explorado por autores como Dionísio (2002;2012), Soares (2002;2004), Rojo (2009;2012), Bunzen (2005;2006), Batista (2010;2018), Koch (2017;2018), entre outros.

Os estudos de Marcuschi (1985, 1986, 1989, 1999, 2000, 2001, 2003, 2008, 2011) têm oferecido contribuições significativas para compreender a relação entre gêneros e o ensino de linguagens. Ao considerar os gêneros como fenômenos históricos, sociais e discursivos, como já afirmamos anteriormente, Marcuschi propõe uma abordagem que valoriza a contextualização e a funcionalidade dos textos, destacando a importância de ensinar os alunos a utilizarem diferentes gêneros de acordo com as demandas comunicativas de cada situação.

Diante da multiplicidade de gêneros existentes e diante da necessidade de escolha, pergunta-se: será que existe algum gênero ideal para tratamento em sala de aula? [...] Os próprios PNCs têm grande dificuldade quando chegam a este ponto e parece que há gêneros mais adequados para a produção e outros para a leitura. [...] é de se indagar se há gêneros textuais ideais para o ensino de língua. Tudo indica que [...] não. [...] é sempre o ensino de uma visão do objeto e de uma relação com ele. Isto vale para [...] os fenômenos os quais nos dedicamos [...] os textos, os gêneros [...]. (Marcuschi, 2008, p. 51-275)

Para o autor, o gênero como prática sociocultural e discursiva, compartilhadas por grupos sociais específicos, implica reconhecer que os gêneros textuais/discursivos são construídos em resposta a necessidades comunicativas em diferentes esferas da vida social, abordagem que rompe com a visão de que a língua é um sistema isolado e propõe uma perspectiva integradora, na qual o ensino de língua materna considera o uso efetivo da linguagem em contextos reais. Isso porque os gêneros não são apenas objetos de estudo, mas também instrumentos de interação e produção de sentidos.

Ao adotar os gêneros como eixo central do ensino de linguagens, é possível promover uma aprendizagem mais significativa e autêntica, na qual os alunos são estimulados a compreender e a produzir textos em situações reais de comunicação. Conforme o autor, “os textos trabalhados nos manuais escolares são pouco representativos da diversidade textual encontrada no dia-a-dia. A escola poderia oferecer mais oportunidades de contato [...] tais como [...] as propagandas, as notícias de jornal” (Marcuschi, 2008, p.269). Isso vale para todo o ensino de gêneros no ambiente escolar, não se restringindo apenas ao didáticos.

Ou seja, ensino de gêneros não se restringe apenas à sala de aula, mas também deve estar conectado com a realidade dos alunos, levando em consideração suas vivências, experiências e interesses. O diálogo entre os gêneros escolares e os

gêneros sociais é fundamental para que os alunos percebam a relevância e a aplicabilidade dos gêneros em suas vidas. A partir de projetos didáticos que abordem gêneros autênticos, contextualizados e significativos para os alunos, é possível promover uma aprendizagem mais significativa e motivadora. O autor afirma, conforme Bronckart (2001), que o trabalho com gêneros é interessante na medida em que eles são instrumentos de adaptação e participação na vida social comunicativa” (Marcuschi, 2008, p. 221).

Ainda assim, importa considerar quais aspectos dos gêneros explorar junto aos estudantes, o que Bakhtin nomeia de forma composicional, que Marcuschi (2008) considera composição observável, e Kress e Van Leeuwen (2006), na Semiótica Social, consideram estrutura visual. Ampliaremos as discussões sobre estes dois últimos mais adiante.

4 INFERÊNCIA

Como já dissemos, para se tornar um leitor proficiente, o indivíduo deve estar habilitado não apenas a decodificar informações que estão explícitas nas superfícies textuais, mas também estar apto a depreender informações implícitas, o que popularmente se conhece como “ler as entrelinhas do texto”. Dessa forma, o indivíduo desenvolverá competências e habilidades de leitura paulatinamente, além da autonomia necessária como leitor e, assim, poderá desempenhar melhor seu papel de cidadão numa sociedade letrada.

Para depreendermos e entendermos melhor as partes implícitas de um texto e chegar à sua compreensão global, é preciso desenvolver bem e conscientemente a capacidade da inferência, habilidade que ocorre por meio de “[...] processos cognitivos nos quais os falantes ou ouvintes, partindo da informação textual e considerando o respectivo contexto, constroem uma nova representação semântica” (Marcuschi, 2008, p. 249). Embora Marcuschi mencione apenas falantes e ouvintes, inferência é também importante no ato da leitura de textos escritos, na relação entre escritor e leitor, portanto. Note-se que o autor considera necessário dominar o texto e o contexto de interlocução.

Cunha (1991, p. 30) considera, de igual modo, que a identificação de implícitos dentro do texto depende de outras competências além das linguísticas. Para esse autor, a **competência enciclopédica**, a **competência lógica** e a **competência**

retórico-pragmática são essenciais para que possa fazer uma análise mais profunda de um texto. Ainda segundo Cunha (1991), analisar conteúdos implícitos equivale, de certo modo, a se interessar pela maneira como eles se encontram alojados nos enunciados. O recurso apenas à competência linguística do sujeito não é suficiente, na maioria das vezes, para desalojá-los (Cunha, 1991, p.30). Entre os implícitos, vale ressaltar, encontram-se os *pressupostos* e *subtendidos*, categorias de análises de suma importância para compreensão mais aprofundada sobre a prática de leitura.

Ducrot propõe, por sua vez, que *a linguagem é uma forma de argumentação*, em que os falantes constroem e interpretam enunciados não somente no que se está explícito, mas também com base em relações de sentido implícitas e inferências. Para ele, a *inferência* é um elemento central da compreensão da enunciação, permitindo que as pessoas vão além das informações explícitas e atribuam significados adicionais com base em seu **conhecimento de mundo**, ou seu **conhecimento pragmático** e sobre o **contexto**. Ou seja, a análise de um texto implica considerar o *conteúdo posto*, a informação explícita, em muitos casos, em seu sentido literal, e o *conteúdo pressuposto*, as informações que podem ser inferidas, por estarem implícitas na sentença, ou *subentendidas* (por ser da ordem da retórica), não marcadas na frase (Ducrot, 1994).

Além disso, Ducrot (1987) destaca a importância da noção de *argumentação implícita na inferência*, da argumentação pragmática, também do contexto da enunciação. Para ele, muitas vezes as pessoas não expressam suas argumentações de forma explícita, mas deixam-nas implícitas nas *entrelinhas*. Essas argumentações implícitas são captadas pelos leitores, que realizam inferências para completar o sentido do discurso. Por outro lado, o autor reitera que as inferências não são apenas processos cognitivos, mas também envolvem considerações pragmáticas e interacionais.

Se considerarmos a discussão de Ducrot (1987), a inferência se dará pelos implícitos ativados linguisticamente, os **pressupostos**, e das inferências ativadas no nível da enunciação, ou pragmático, fenômeno descrito como **subentendidos**. Nesse caso, temos que a leitura se dá não apenas no dito (*no posto*), mas também no não-dito (*nos implícitos*). Ducrot (1987) considera, em um primeiro momento¹, que os

¹ Devemos lembrar que Ducrot (1989) desenvolve também estudos sobre a noção de polifonia argumentativa, fenômeno importante no processo de inferência. Segundo ele, todo enunciado contém uma multiplicidade de vozes ou perspectivas que são ativadas durante a interação discursiva. Essas

pressupostos e subentendidos (os implícitos) estariam em níveis semânticos distintos. Ou seja:

A oposição pressuposto-subentendido reproduziria a distinção dos dois níveis semânticos, o da significação (frase) e o do sentido (enunciado): pressuposto e subentendido se opõem por não terem sua origem no mesmo momento da interpretação. (Ducrot, 1987, p.35).

O **pressuposto**, segundo Ducrot (1987), “[...] pertence[ria] antes de tudo à frase: ele é transmitido da frase ao enunciado na medida em que deixa entender que estão satisfeitas as condições de emprego da frase da qual ele é a realização” (p, 41). “O **subentendido** por sua vez, [diria] respeito à maneira pela qual esse sentido deve ser decifrado pelo destinatário (p.41).

A compreensão de um enunciado depende, então, além da materialidade do texto, da análise das condições em que ele é produzido e do objetivo comunicativo do falante, aspecto abordado por Kerbrat-Orecchioni ([1986]1998) e, com base nesta, por Luz (2015), dada a sua importância para a compreensão dos implícitos no processo de construção dos sentidos. As inferências são, por fim, realizadas levando em conta o contexto comunicativo, as intenções do falante e as expectativas de relevância.

Entretanto, precisamos considerar que a visão de Ducrot sofreu algumas críticas, implicando releituras das teses por ele defendidas ao longo de sua bibliografia. Cunha (1991), por exemplo, afirma que pesquisadores como Anscombre, Ducrot e outros colaboradores, que apresentam esse modelo, sofrem tais críticas, pois tal perspectiva acaba resultando em uma *natureza estruturalista*, ou seja, não leva em consideração a diversidade das situações comunicativas.

Sob uma nova perspectiva, Kerbrat-Orecchioni ([1986]1998) *apud* Luz, 2015) revisa as considerações feitas por Ducrot e cria uma tipologia composta por dois eixos: **1)** o que se refere ao tipo de suporte responsável pela existência dos pressupostos, que podem ser de natureza lexical, prosódica e sintática; **2)** e o que se correlaciona com o conteúdo do pressuposto, que se caracterizam como: existenciais, denominativos e os que determinam a orientação argumentativa de um conteúdo.

Em relação aos *subentendidos*, Kerbrat-Orecchioni afirma que “[...] engloba[m] todas as informações que são suscetíveis de serem veiculadas por um dado

vozes representam diferentes pontos de vista, posições sociais, crenças e intenções, e são responsáveis pela construção de sentidos adicionais através do processo de inferência.

enunciado, mas cuja atualização permanece tributária de determinadas particularidades do contexto enunciativo [...]” ([1986]1998, p.39). A autora também destaca que os *conhecimentos enciclopédicos* do leitor são de extrema importância para que ele possa inferir os possíveis implícitos subentendidos. Ainda segundo a autora:

A comunicação implícita é aquela que se situa abaixo da superfície do discurso, não é expressa, mas é adivinhada, inferida, pressuposta. [...] As relações entre o dito e o não-dito são bastante complexas e articulam-se com o contexto imediato da troca, com o contexto sociocultural e com o contexto do conhecimento partilhado pelos parceiros da interação (p. 15).

A autora explica, ainda, que a compreensão/interpretação do texto, por parte do leitor, embora pareça simples exige:

diversas competências aos vários significantes inscritos na sequência, de modo a extrair os significados. Tão simples... Mas a partir do momento que se deixa o plano superficial para tentar determinar a natureza das operações interpretativas concretamente efetuadas não é uma questão simples, mas um mecanismo de uma complexidade extrema, dentro do qual intervêm conjuntamente competências heterogêneas, cujos respectivos domínios e as modalidades de intervenção são muito tênues para serem definidas com rigor. (Kerbrat-Orecchioni, [1986]1998, p.161).

Ou seja, para *desencapsular* os elementos implícitos, o leitor precisa mobilizar competências várias, sendo a primeira delas a linguística, necessária à compreensão primeira do texto, em decorrência de materialização na superfície textual, de modo explícito ou implícito. Em relação aos subentendidos presentes nas entrelinhas dos textos, é preciso considerar a necessária competência enciclopédica como outra necessária a compreensão/interpretação dos textos. Para além dessas, Kerbrat-Orecchioni ([1986]1998) cita a competência lógica como necessária para a compressão de conteúdos implícitos.

Luz (2015), ao discorrer sobre o uso dos implícitos, explica tal recurso como necessário às questões retóricas que envolvem os sentidos do texto, além das necessárias adequações² ao contexto de interlocução. Segundo a autora, tal recurso

²Isso porque, “para cada grupo de pessoas, cada região geográfica, condição social, característica individual e ideologia, corresponderiam uma determinada forma de interação” (Luz, 2015, p. 53).

possibilita “conduzir seu interlocutor a uma dada compreensão, contudo, sem se comprometer com o subentendido” (p.52).

Luz (2015), ancorando-se nos estudos de Kerbrat-Orecchioni ([1986]1998), considera que os conteúdos verbais materializam enunciados de maneira direta nas superfícies de um suporte³, cada qual com suas particularidades, de modo “simples ou complexo, lexical, e/ou sintático e/ou prosódico ou tipográfico” (p. 54). Em relação aos implícitos, embora também possam se ancorar de modo direto, em sua maior parte, se apresentam de maneira indireta, englobando “todos os elementos verbais e para-textuais relacionados aos aspectos prosódicos, gestuais e contextuais remetendo às situações enunciativas” (p.55). Tais recursos, em maior ou menor proporção, possibilitam a extração de sentidos outros, deduções, de um conteúdo literal.

Vale destacar um ponto abordado por Luz (2015): os pressupostos, ao contrário dos subentendidos, não dependem tanto do contexto; sua atualização pode ocorrer no texto mesmo. Entretanto, os subentendidos dependem tanto do cotexto quanto do contexto para se atualizarem, não sendo possível sua apreensão na ausência de um contexto de interlocução.

Marcuschi (1985; 2008; 2011) explora a natureza da inferência e sua importância na interpretação de textos. Marcuschi (2011) aborda a inferência como um processo cognitivo essencial de compreensão textual. Destaca, pois, que grande parte do significado é inferido e não explicitamente declarado no texto (Marcuschi, 2008, p. 249).

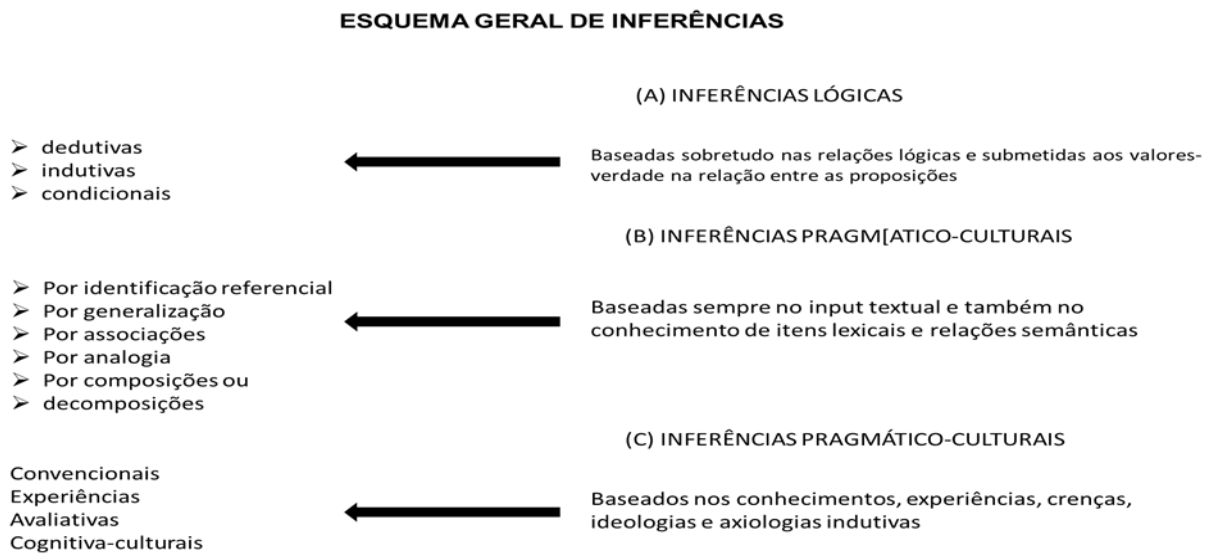
Com isso, o autor evidencia que a inferência desempenha um papel fundamental na atribuição de sentido, uma vez que os leitores utilizam suas expectativas e conhecimentos prévios para fazer suposições e preencher as lacunas das informações materializadas em texto. Ressalta, ainda, que a inferência é um processo interativo e contextual.

Marcuschi (1985, p.103; 2008, p.254) expande sua discussão sobre a inferência e propõe uma **taxonomia** para análise textual, que envolve *três níveis de inferência*: de base **textual**, **contextual** e **textual e contextual**. Essa nova organização reformula o primeiro quadro, que está no livro de 1985, em que o pesquisador estruturou os níveis

³ “Os suportes linguísticos ou a ancoragem dos conteúdos, como bem os nomeia Kerbrat-Orecchioni ([1986]1998), podem ser de natureza cotextual, reportando ao entorno verbal; de natureza para-textual, apresentam-se como entonações e gestos; ou de natureza contextual” (Luz, 2015, p. 56).

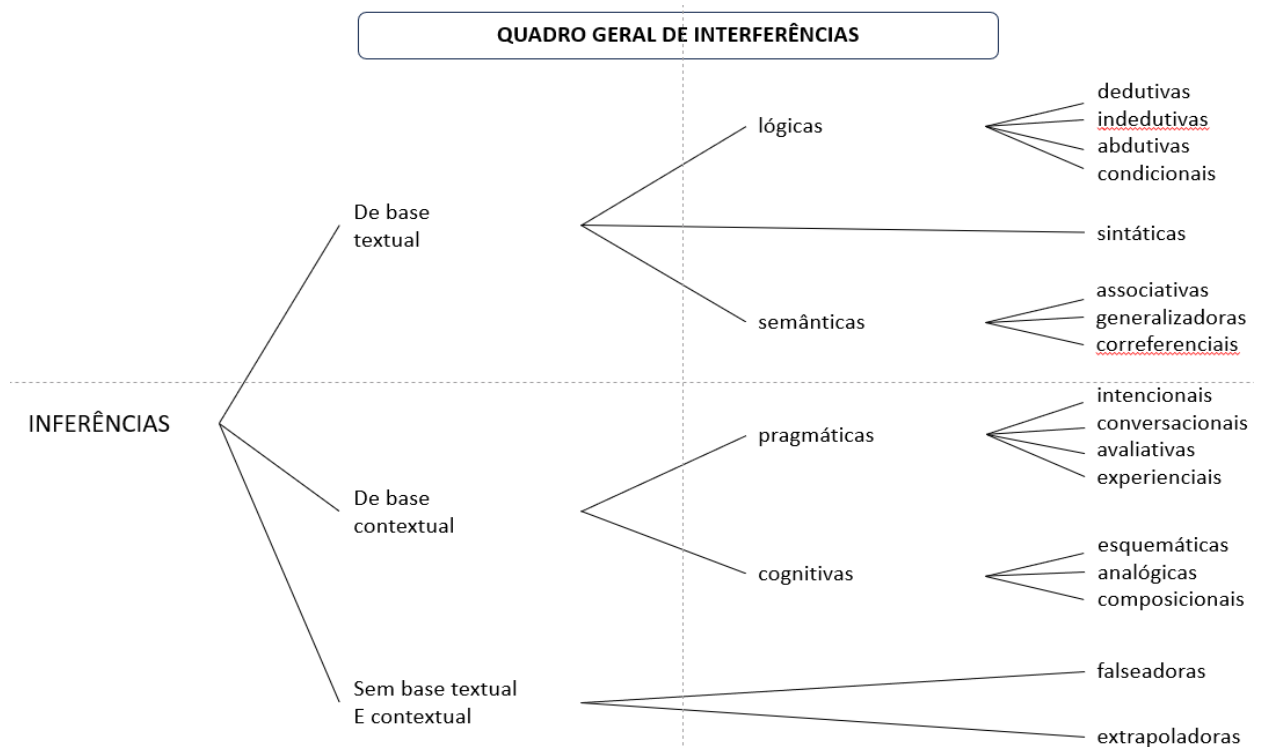
de inferência em: ***lógico***, ***analógico-semântico***, ***pragmático-cultural***. Essa taxonomia oferece um instrumento para compreender os diferentes aspectos e camadas das inferências utilizadas pelos leitores na interpretação dos textos. Utilizaremos como parâmetro o quadro atualizado, que está no livro de 2008.

Figura 1: Quadro geral de inferências (1985)



Fonte: Marcuschi (1985, adaptado)

Figura 2: Quadro geral de inferências (2008)



Fonte: Marcuschi (2008, p.254, adaptado)

Isso porque, segundo o autor, nem todas as interpretações de implícitos são de fato leituras válidas de inferência, pois dependendo de nossa interpretação pode-se extrapolar o entendimento do que diz o texto original, como podemos observar no quadro a seguir, criado por Marcuschi ([2001] 2008):

Figura 3: Horizontes de Compreensão Textual



Fonte: Marcuschi (2008, p.258, adaptado)

De acordo com esse esquema, existe um limite para que as possíveis inferências de um texto não falseiem ou extrapolem a compreensão textual, que é idealizada como “uma atividade de seleção, reordenação, e reconstrução, em que certa margem de criatividade é permitida” (Marcuschi, [2001]2008, p.256). Ainda segundo ele:

A inferência é um ato de inserção num conjunto de relações (preposicionalmente expressáveis) com a finalidade de produzir sentidos. Inferir torna-se, pois, uma atividade discursiva de inserção

contextual e não um processo de encaixes lógicos. É impossível não inferir quando se quer produzir significações, ou seja, toda significação está ligada a processos inferenciais. (Marcuschi, 2007, p.88).

Dessa forma, podemos aceitar que, assim como esse autor ensina, inferir é também compreender, porém, nesse processo, há interferências que podem fazer com que a interpretação extrapole o horizonte textual, ou seja, os limites do teor do texto, levando a uma conclusão inadequada. Toda inferência deve se apoiar em estruturas explícitas: uma palavra, uma sequência textual mais longa, um sinal de pontuação. A inferência desempenha, assim, um papel central na compreensão textual, permitindo aos leitores preencher as lacunas de informação e construir o significado a partir das pistas fornecidas no texto.

No nível textual, Marcuschi (2008) destaca a importância de fazer inferências para suprir informações implícitas em **palavras** ou **expressões** presentes no texto, fenômeno que ele cita como economia de meios. Nesse nível, os leitores utilizam suas habilidades textuais, sintáticas, lexicais e conhecimento de vocabulário para atribuir significado a essas palavras. A inferência textual é, pois, essencial para compreender o sentido exato das palavras utilizadas pelo autor, mas, como veremos a seguir, apenas uma das formas de inferenciação.

No nível da inferência contextual, por sua vez, os leitores consideram o **contexto** e as **circunstâncias** em que o texto está inserido. Marcuschi (2008) ressalta que os leitores fazem inferências com base nas informações fornecidas no texto para criar uma imagem mental mais completa do cenário em que a situação descrita ocorre. As inferências contextuais, pois, são fundamentais para compreender o propósito e a intenção do enunciador, o que evidencia a relevância das inferências situacionais na interpretação textual. Assim, os leitores estabelecem **conexões entre o texto em análise e seus conhecimentos prévios**, fazendo inferências que ampliam sua compreensão e relacionam o texto a um contexto mais amplo. Marcuschi (2008) destaca que as inferências contextuais permitem aos leitores atribuir significados mais profundos ao texto atual.

Se o estudante falseia ou ultrapassa o limite para a compreensão de um texto, que deve estar apoiada, em algum grau, em um de seus elementos explícitos, ele fará inferências falseadoras ou extrapoladoras, ou seja, **sem base textual e contextual**.

No ensino de língua portuguesa, a compreensão e o uso da inferência são essenciais. Os alunos precisam desenvolver a capacidade de interpretar o sentido além do que está explícito nas mensagens escritas ou faladas. Isso envolve o desenvolvimento de competências pragmáticas, a familiaridade com os recursos discursivos e a capacidade de relacionar o texto com o contexto e com o conhecimento prévio. Em suma, inferir é algo fundamental, quando o assunto é compreensão de textos, sejam eles orais ou escritos. Sendo assim, é essencial *descapsular* os implícitos para que haja de fato uma compreensão mais aprofundada dos textos⁴.

A inferência enquanto habilidade de leitura muito utilizada para a compreensão de um texto, que inclui levantamento de hipóteses, para aguçar curiosidade do leitor, exige ações didáticas para o seu desenvolvimento na educação básica. Entre os diversos gêneros textuais que podem ser objetos de estudo para o desenvolvimento da capacidade de inferência, decidimos organizar um material didático para o estudo da **propaganda institucional**, gênero publicado em páginas do Instagram, ambiente virtual muito acessado por estudantes dos anos finais do Ensino Fundamental.

Tendo exemplares desse gênero como objetos de estudo, sem, evidentemente, desvalorizar as possibilidades de recurso a todo e qualquer outro gênero, [Por meio deles], entendemos que os educadores podem ajudar os estudantes a desenvolverem sua capacidade de inferência por meio de atividades que estimulem a análise [de marcadores linguísticos] do vocabulário dos textos, do conhecimento dos seus contextos de produção e da identificação de outros textos citados ou aludidos nos exemplares do gênero em estudo [vozes argumentativas (polifonias)] (intertextualidade). Dessa forma, é possível aguçar a percepção dos estudantes para o desencapsulamento de não-ditos, implícitos. Em suma, defendemos que é fundamental, nesse processo, que os alunos sejam incentivados a refletir sobre o vocabulário dos textos, os seus contextos de produção e as diferentes vozes que se imbricam numa mesma superfície textual.

No caso da identificação dos implícitos, exige-se do sujeito-leitor a ação de fazer uso do que já se constitui como seus conhecimentos prévios, “aliados às dicas do texto, para completar os espaços deixados em aberto” (Vágula, 2016, p. 191. Acerca dessa prática, Girotto e Souza (2010) afirmam que: “Entre o repertório de estratégias de compreensão – fazer conexões, inferências, visualizações,

⁴ Nos deteremos a esses dois níveis de inferência: o textual e o contextual.

questionamentos, sumarizações e síntese – há uma estratégia essencial, a de ativar o conhecimento prévio, em que ficam evidentes todas as demais estratégias, tais como: previsão, interlocução, questionamento, indagação.

Conforme a BNCC (Brasil, 2018, p.?), cabe aos educadores “proporcionar aos estudantes experiências que contribuam para a ampliação dos letramentos, de forma a possibilitar a participação significativa e crítica” (p. 65-68). Tal proposta implica considerar a unidade textual, as perspectivas enunciativo-discursivas e os elementos contextuais que envolvem a produção de sentidos. Implica tornar o aluno-leitor capaz de desenvolver habilidades para significar e ressignificar as linguagens em atividades de leitura, escuta, compreensão e interpretação. Neste trabalho, entretanto, vamos nos ater ao estudo da inferência na leitura e compreensão do gênero multimodal **propaganda institucional**.

5 MULTIMODALIDADE ENQUANTO FENÔMENO CONSOLIDADO

Mesmo antes de se falar em multimodalidade na constituição de textos, Maria Helena Martins (1997), em seu livro: o que é leitura, já pontuava a leitura como algo plural. Para essa autora, “a leitura se realiza a partir do diálogo do leitor com o objeto lido – seja escrito, sonoro, seja um gesto, uma imagem, um acontecimento” (p.33). Por isso, principalmente no ambiente escolar, é importante considerar não apenas textos verbais para o ensino de leitura.

Acerca disso, concordamos com Dionísio (2014), quando afirma que:

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 (p. 41).

Ou seja, é de fundamental importância levarmos para o espaço escolar textos e gêneros que propiciem o trabalho com as mais diversas *combinações semióticas* (Kress; Van Leeuwen, 2001), como imagens, sons, cores, para que, assim, os aprendizes desenvolvam cada vez melhor suas capacidades cognitivas.

Ao partir dos estudos semióticos, entendemos que a abordagem de um texto escrito deve ir muito além da mera decodificação de recursos linguísticos escritos estáticos. Embora esses recursos linguísticos já se associem a diferentes modos (negrito, itálico, arranjos de formatação, tipografia, entre outros) no contexto contemporâneo, há significativa ampliação de modos semióticos associados para a construção de sentidos em diferentes gêneros discursivos, como cores, imagens, sons etc. E a cada dia, temos mais gêneros discursivos que combinam o verbal e o não verbal.

Para Dionísio:

O processo de compreensão textual pelo qual procuramos nortear nossa prática docente se orienta pela perspectiva de que a multimodalidade é um traço constitutivo dos gêneros. Portanto, é no texto, materialidade dos gêneros, onde os modos (imagem, escrita, som, música, linhas, cores, tamanho, ângulos, entonação, ritmos, efeitos visuais, melodia etc.) O processo de compreensão textual pelo qual procuramos nortear nossa prática docente se orienta pela

perspectiva de que a multimodalidade é um traço constitutivo dos gêneros. 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 (p.42)

Ao longo da história, o conceito de texto vem mudando, e há mais linguistas que se propõem a estudar sobre o assunto, mas, ainda assim, sem resposta única [definitiva] sobre a definição do que vem a ser um texto. Segundo Ana Eliza Ribeiro (2016), isso se deve ao fato de que “os textos mudam ao longo da história [...] sua composição, seu modo de fazer, as práticas de leitura em que estão envolvidos” (p. 30). Justamente por esse motivo, nós, como professores, temos a missão de levar da forma mais proveitosa possível as práticas de linguagem para sala de aula, sempre atualizados sobre as novas práticas discursivas e as linguagens empregadas na promoção da interação, buscando novas atividades para alunos, que contemplem os novos espaços discursivos e as respectivas linguagens neles empregadas, o que nem sempre acontece.

Para Ribeiro (2016), nos livros didáticos de português, principal ferramenta pedagógica utilizada em sala de aula por professores e estudantes brasileiros, por exemplo:

[...] a maior parte das atividades apresentadas [...] não aborda questões de leitura e produção textual que considerem, de um modo interessante, a imagem ou os textos multimodais. Isso não parece um tanto desalinhado em relação ao que vimos acontecer na circulação social de textos? (RIBEIRO, 2016 p. 31)

Um fato importante a considerar, nesse caso em particular, é que os livros didáticos possuem uma defasagem muito grande em relação a atividades para o ensino de leitura que utilizem de forma profícua textos multimodais. Tal realidade, pois, levanta algumas questões: Como têm sido trabalhado esses temas em sala? Qual o tempo que os estudantes têm investido na prática do desenvolvimento dessas habilidades e competências?

De fato, é fundamental reconhecer que as habilidades e competências para ler, compreender e interpretar textos em diferentes linguagens e semioses (verbal oral e escrita, musical, imagética) está se tornando cada vez mais crucial. As múltiplas linguagens que compõem os textos contemporâneos demandam dos leitores uma capacidade ampliada de leitura, além do conhecimento e domínio de diversas formas de expressão (Rojo, 2009, p. 119). Isso implica considerar que textos mais recentes envolvem múltiplas linguagens, conseqüentemente, um letramento voltado para textos complexos, multifacetados.

Em resumo, a evolução do conceito de texto, influenciada pelo reconhecimento da multimodalidade, nos desafia como educadores a repensar a maneira como abordamos a leitura e a escrita em sala de aula. A compreensão de que os textos contemporâneos se estendem para além das palavras impressas nos obriga a preparar nossos alunos para um mundo onde a combinação de diversos modos semióticos é a norma. Esta mudança demanda uma atualização constante de nossas práticas pedagógicas e uma consideração mais cuidadosa da diversidade de linguagens e semioses presentes nos textos. Assim, ao reconhecer a multimodalidade como uma característica intrínseca dos gêneros, estaremos melhor equipados para capacitar nossos alunos a decodificar e interpretar textos complexos e multifacetados, preparando-os para os desafios da comunicação no século XXI.

5.1 A ABORDAGEM SEMIÓTICA DE KRESS

Nesse cenário socioeducacional, importa considerar a abordagem multimodal (Kress, 2010), pois esta explora a produção de significados, levando em consideração os diferentes modos e meios de significação disponíveis para os atores socioculturais. Isso porque, para os estudiosos dessa área, todo texto é multimodal, não havendo apenas uma única modalidade constitutiva do texto verbal ou imagético, embora exista, no entanto, na maioria das vezes, uma predominante. Por exemplo, num panfleto de propaganda política, pode haver uma foto de um candidato a um cargo público e um *slogan* com uma parte da frase em negrito. Teremos, aí, o predomínio da imagem, que deve ocupar mais espaço do suporte, e um texto verbal com um trecho em negrito para destaque de alguma palavra-chave que interesse que seja memorizada pelos leitores. A teoria da multimodalidade investiga, na articulação

dessas múltiplas linguagens, os arranjos de significados, ou seja, o trabalho intersemiótico envolvido na construção dos sentidos.

Segundo Kress (2010), vários modos semióticos, como linguagem, imagem, música, gestos, arquitetura, entre outros, são realizados a partir de várias modalidades sensoriais, sendo considerados, portanto, participantes do fenômeno multimodal. A multimodalidade surge, diante da concepção de Halliday (1985), exatamente da necessidade de se estudar as formas de significação modernas, incluindo todos os modos semióticos envolvidos no processo de representação e comunicação.

Conforme o autor, esses:

Modos são recursos semióticos socialmente enquadrados e culturalmente dados para produzir significado. Imagem, escrita, layout, música, gestos, fala, imagem em movimento, trilha sonora e objetos em 3D são exemplos de modos usados na representação e na comunicação (Kress, 2010).

Ou seja, os textos multimodais são vistos, pelos teóricos dessa área, como recursos de produção de sentidos em múltiplas articulações, e o campo da multimodalidade, tendo como foco o *processo de produção de significado*, considerando os diferentes modos envolvidos e as escolhas feitas pelos atores sociais, bem como a interação das meta-funções da linguagem na construção textual.

A multimodalidade, pois, pode envolver a combinação de diferentes modos de representação para transmitir uma mensagem mais efetiva, implica a presença de múltiplos modos semióticos e exige do leitor a capacidade de compreendê-los para que consigam atribuir sentido pertinentes aos textos multimodais. Ela pode ser compreendida como a coexistência de vários modos de linguagem, interagindo na construção de significados.

De acordo com Luna (2002), o texto é o resultado da atuação de diversas formas de linguagem, o que significa que o autor pode utilizar vários recursos linguísticos multimodais em sua construção textual. Dionísio (2005; 2011) acrescenta que essas diferentes maneiras de produzir um texto trazem mudanças substanciais na forma como as pessoas elaboram sentido e significação, transcendendo a ênfase tradicionalmente dada à palavra. Dessa forma, a multimodalidade permite o uso de recursos diversificados na construção de sentido.

Nesse contexto socioeducacional, a abordagem multimodal (Kress, 2010) é essencial. Ela reconhece que todo texto é multimodal, combinando diferentes modos de representação para criar significado. A coexistência de modos semióticos, como linguagem, imagem e gestos, permite uma construção mais rica de sentido, transcendendo a ênfase tradicional na palavra. Assim, a multimodalidade promove uma compreensão mais ampla e eficaz dos textos contemporâneos.

5.1.1 A multimodalidade e a inferência

Marcuschi (2005) considera que a linguagem dos novos gêneros se torna cada vez mais plástica (composta por signos verbais, sons, imagens, formas e movimentos), o que implica, como visto em Kress (2010), a presença de diferentes modos semióticos. Ele reconhece que a comunicação e a compreensão de um texto não estão limitadas apenas ao uso da linguagem verbal, mas também envolvem a interação entre diferentes modos de significação.

Segundo Marcuschi (2005), no contexto da internet, por exemplo, os leitores são desafiados a lidar com uma variedade de informações e pistas presentes em diferentes modos semióticos. O autor destaca que a compreensão desses textos vai além da simples decodificação das palavras escritas. Que os leitores precisam ser capazes de interpretar e integrar os diferentes modos de representação para construir um significado coerente.

Nesse sentido, lembramos que a inferência desempenha um papel fundamental. Marcuschi (2008) salienta que a inferência ocorre quando os leitores extrapolam as informações explicitamente apresentadas no texto, utilizando as pistas contextuais fornecidas pelos diferentes modos semióticos. Isso significa que os leitores devem fazer uso de seu conhecimento prévio, experiência e habilidades de leitura para preencher as lacunas de informação e compreender o texto de maneira mais abrangente.

Segundo o autor, ao analisar uma imagem em conjunto com um texto, por exemplo, os leitores podem fazer inferências com base nas relações visuais, nas expressões faciais dos personagens, nas cores utilizadas ou na disposição dos elementos visuais (Marcuschi, 2001). Essas inferências permitem que os leitores

atribuam significado e interpretem as possíveis intenções comunicativas do autor de forma mais precisa.

Conforme o autor ressalta, em um anúncio publicitário que utiliza linguagem verbal, imagens e música, por exemplo, os leitores são desafiados a fazer inferências sobre como esses elementos se articulam para transmitir uma mensagem persuasiva. Eles devem considerar como a linguagem verbal complementa as imagens e a música, e como esses diferentes modos interagem para criar um impacto emocional e persuasivo.

Um exemplo notável do impacto da multimodalidade na publicidade recente é o anúncio inovador da Volkswagen. Neste anúncio, a inteligência artificial desempenhou um papel impressionante, permitindo que a lendária cantora Elis Regina fosse virtualmente reunida com sua filha, Maria Rita, em uma emocionante performance. O que tornou esse anúncio particularmente marcante foi o fato de Maria Rita ter apenas 7 anos quando sua mãe faleceu, o que gerou uma controvérsia significativa. Muitos argumentaram que a recriação digital de um momento tão pessoal e emocional ultrapassou os limites da ética e do respeito à privacidade. A reação ao anúncio foi intensa, provocando debates acalorados nas redes sociais e na mídia, envolvendo pessoas de várias gerações e perspectivas.

Essa campanha publicitária, ao misturar elementos multimodais, como música, imagem, inteligência artificial e narrativa emocional, exemplifica como a multimodalidade não apenas enriquece a experiência do espectador, mas também pode provocar reflexões profundas sobre os limites da representação e da ética na publicidade contemporânea.

A capacidade de fazer inferências, assim, é essencial para a compreensão dos textos multimodais, pois permite que os leitores preencham as lacunas de informação e compreendam as relações entre os diferentes modos de representação. Marcuschi (2001) argumenta, ainda, que a inferência é um processo cognitivo complexo, que requer o uso de estratégias de compreensão e a ativação de conhecimentos prévios, conhecimentos que envolvem conhecer as múltiplas linguagens articuladas na construção da mensagem verbal ou não verbal.

Nos textos multimodais, então, através da inferência, os leitores devem ser capazes de preencher as lacunas de informação, de compreender as relações entre os diferentes modos e interpretar o texto de maneira mais abrangente e significativa.

Kress e Van Leeuwen ([1996] 2006), renomados teóricos da comunicação visual, desenvolveram a ideia da Gramática do Design Visual (GDV), que nos permite entender como elementos visuais, como cores, imagens e layout, são usados para construir significado em um gênero textual multimodal⁵. Da Gramática do Design Visual (GDV), pretendemos recorrer, apenas, à meta-função textual, que nos dá elementos suficientes para este trabalho. Essa meta-função diz respeito ao significado do conjunto dos modos presentes na imagem. Nela, três sistemas, que tomamos como categorias de análise, estão inter-relacionados, tal como nos informa Santana (2017, p. 87), com base em Kress; Van Leeuwen ([1996] 2006): o **valor da informação**, a **saliência** e a **estrutura**.

1. O **valor da informação**, associados à zona da imagem: esquerda (dado/ algo que o interlocutor já conhece) e direita (novo/ algo ainda não conhecido do interlocutor), superior (ideal/ algo que poderia ser) e inferior (real/algo já conhecido do interlocutor), centro (núcleo da informação) e margem (elementos subordinados ao centro da imagem), já que as posições em que os elementos visuais se encontram são significativas.
2. **A saliência** - são os elementos participantes, bem como sintagmas de representação e interativos. Os elementos visuais, como o tamanho das imagens, são feitos para atrair a atenção do espectador em graus diferentes, realizado por fatores tais como: a colocação em primeiro ou segundo plano, o tamanho relativo, contraste e valor dos tons e das cores, os níveis de nitidez que são importantes para estabelecer hierarquia entre os elementos visuais etc.
3. **A estrutura** - é a presença ou ausência de dispositivos – framing –, que criam linhas divisórias ou linhas de estruturação e que são relevantes para conectar ou desconectar elementos da imagem. Essas linhas podem contribuir para que o leitor perceba o valor significativo delas como pertencentes ou não ao todo do texto.

⁵ De acordo com Nascimento (2010, p. Os textos verbais em geral são, em algum grau, artefatos multimodais. Kress; van Leeuwen (1996) afirmam que diferentes modos semióticos estão envolvidos em atividades de produção e de leitura dos textos. Cada modo semiótico, ou modalidade, constituinte de uma superfície textual, expressa representações socioculturalmente construídas, que devem ser compartilhadas entre autor e leitor para que a interação, por meio desse texto, possa se efetivar.

6 METODOLOGIA

6.1 DESENHO DA PESQUISA

A metodologia adotada na pesquisa aqui proposta é a da pesquisaAção, que na visão de Thiollent,

É um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo. (Thiollent, 1986, p. 14)

A pesquisa contou com a participação voluntária de estudantes. Estes participantes foram do oitavo ano do ensino fundamental da escola da rede municipal Alice Vilar de Aquino, no município de Jaboatão. Eles analisaram textos do gênero propaganda institucional, sob nossa orientação. Os exemplares de propagandas institucionais analisados foram selecionados em páginas oficiais de prefeituras de 3 municípios pernambucanos, disponíveis no Instagram, entre eles Recife, Olinda e Jaboatão. Nosso principal critério para a escolha das propagandas foi a multimodalidade textual, ou seja, a combinação de textos verbais e outras semioses imagéticas. Ao analisar essas propagandas, além de identificar informações explícitas, eles inferiram informações implícitas (seus possíveis significados) e compreender como se dá esse processo.

Nossa hipótese é que, através das aulas ministradas durante a pesquisaAção, os estudantes voluntários tenham um melhor desenvolvimento em sua formação como leitor, principalmente para o desenvolvimento de suas habilidades interpretativas que envolvam a atividade da inferenciação.

A presente pesquisa adotou como base a tendência sociointeracionista do ensino, trazida por Vygotsky, segundo a qual o aprendiz não é apenas um ouvinte e sim um interlocutor que juntamente com o professor tentará trazer possíveis respostas para os questionamentos que surgem em sala de aula, como ressalta Oliveira:

Sob a perspectiva da teoria sociointeracionista sublinhada por Vygotsky, a aprendizagem sempre ocorre por meio da interação social, onde por meio das relações os sujeitos acabam trocando

ideias, leituras e ricas experiências que culminarão dessa forma, na produção de conhecimentos (Oliveira, 2012, p.135)

Como já informado, nosso objetivo foi analisar o desenvolvimento da habilidade da inferência no gênero multimodal propaganda institucional por parte de estudantes do 8º ano do ensino fundamental de uma escola da rede municipal de Jaboatão dos Guararapes. Para que esse desenvolvimento fosse possível, foi necessário que os estudantes tivessem acesso a alguns conceitos importantes referentes à multimodalidade e à inferência. Para que isso ocorresse, elaboramos um material didático para uso em sala de aula, numa sequência didática especialmente planejada para a proposta aqui apresentada. Nesse material, os discentes tiveram acesso a uma série de propagandas institucionais pré-selecionadas para, junto com o professor, averiguar os aspectos multimodais delas, bem como desenvolver mais a habilidade da inferência, em especial, a partir de elementos imagéticos associados a textos verbais.

Os dados dessa pesquisa foram coletados por meio de atividades didáticas e o tratamento desses dados tiveram abordagem precipuamente quantitativa

Entendemos que a pesquisa aqui apresentada teve potencial para colaborar com o aprimoramento das habilidades de leitura dos estudantes, tornando-os estudantes capazes de ler criticamente os mais diversos textos.

6.2 AMOSTRA DE PARTICIPANTES

O presente trabalho de pesquisa será realizado em uma turma única de 8º ano do Ensino Fundamental na Escola Municipal Alice Vilar de Aquino, situada no bairro do Socorro, Jaboatão dos Guararapes. Essa turma é composta por 15 (quinze) estudantes e foi escolhida pela seguinte razão: A turma apresentou dificuldades no eixo da leitura e inferência na avaliação diagnóstica realizada na escola no ano de 2023; A sala é composta por um total de quinze alunos, todos eles farão parte da pesquisa

6.3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES

Cada aluno recebeu uma ficha impressa, em que constaram todas as propagandas por nós selecionadas e um resumo da teoria sobre os temas: Inferência,

multimodalidade e propaganda. O desenvolvimento das aulas foi primordialmente presencial, as atividades sobre as propagandas foram feitas através do google forms. Todos os alunos entravam com seu e-mail e respondiam as atividades durante o período das aulas. Cada aluno tem um tablet, disponibilizado pela prefeitura de Jaboatão para todos os alunos da rede, e a internet foi disponibilizada pela da própria escola.

Na primeira aula, apresentamos uma propaganda institucional, e fizemos uma atividade de sondagem, com o objetivo de investigar se os alunos conheciam o gênero discursivo, conseguiriam fazer inferências simples.

Essa atividade consistia em analisar a propaganda (propaganda 1 – Festa junina fora de época) através de 3 perguntas abertas e uma de múltipla escolha, que requeriam conhecimentos sobre inferência.

Na Segunda aula, fizemos uma análise da propaganda 1, junto com os alunos, abordando algumas nuances da propaganda que podem ter passado despercebidas por eles durante o processo de respostas do questionário da aula anterior. Fizemos uma espécie de avaliação das respostas dadas por eles e que extrapolaram os limites das possíveis inferências e se tornaram “falseamentos”, categoria baseada na taxonomia de Marcuschi (2008).

Na terceira e quartas aulas, abordamos teorias como: Propaganda, propaganda institucional, multimodalidade e inferência.

Na quinta e sextas aulas, os alunos analisaram a propaganda 2, através de perguntas elaboradas com especificidades sobre inferência e englobando a multimodalidade na propaganda. Sendo 3 perguntas de múltipla escolha e uma questão aberta.

Da mesma forma desenvolveram-se as aulas 7 e 8 com a propaganda 3, as aulas 9 e 10 com a propaganda 4 e as aulas 11 e 12 com a propaganda 5.

A tabela a seguir contém de forma resumida as aulas e seus respectivos conteúdos:

Quadro 2: Síntese das atividades

Data	Descrição de conteúdo	Tema do texto/propaganda utilizada	Horas /Aula
06.11.2023	Atividade de diagnose - propaganda 1	Festa Junina fora de época.	1

Quadro 3: Síntese das atividades

Data	Descrição de conteúdo	Tema do texto/propaganda utilizada	Horas /Aula
06.11.2023	Análise junto com a turma - Propaganda 1	Festa Junina fora de época.	1
07.11.2023	Aula expositiva	Propaganda institucional, inferência e multimodalidade.	2
08.11.2023	Atividade propopaganda 2	Protocolo violeta.	2
13.11.2023	Atividade propopaganda 3	Dia mundial da conscientização do autismo.	2
14.11.2023	Atividade propopaganda 4	Vacinação infantil, Covid-19.	2
15.11.2023	Atividade propopaganda 5	Vacinação Infantil – turno estendido.	2

Fonte: produção própria.

6.4 CRITÉRIOS DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO

- **Critérios de inclusão:** participaram da pesquisa apenas os estudantes do 8º ano, que estavam presentes no momento da coleta, matriculados e frequentando a Escola Municipal Alice Vilar de Aquino, situada no bairro do Socorro, Jaboatão dos Guararapes.
- **Critérios de Exclusão:** Não puderam participar da pesquisa os alunos do 8º que, embora estavam matriculados na turma, não frequentavam as aulas. Da mesma forma, não participariam aqueles que não cumprissem integralmente as atividades solicitadas na intervenção, porém não houve essa situação.

6.5 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS/ CORPUS DE ANÁLISE

- Atividades didáticas de leitura do gênero propaganda institucional. todas as atividades da sequência didática, foram destinadas para a coleta de dados.

6.5 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS/ INTERVENÇÃO

Para realização da coleta de dados foram realizadas as seguintes fases:

- Aplicação de atividade com o gênero textual propaganda institucional, essas atividades foram desenvolvidas com o intuito de que o fizesse inferências em textos multimodais que estavam presentes nas amostras de propagandas selecionadas.
- houve a análise dos dados numa perspectiva quantitativa, apoiada nos princípios da Análise de Conteúdo (Bardin, 1977).

7 ANÁLISE DO CORPUS

Dentre os aspectos que consideramos para estudar os implícitos nas propagandas estão as características: comunicativas, contextuais, estruturais, linguísticas, visuais, emocionais e intertextuais. Nessa atividade a proposta será de investigar como os alunos observam os implícitos do gênero textual em destaque.

Nas propagandas há presença de cores, referências, intertextualidade, recursos linguísticos com finalidade comunicativa. Existe também a utilização de termos comuns na internet como a *hashtag*. Vamos tentar identificar se os alunos serão capazes de reconhecer esses.

As análises desenvolvidas nessa propaganda foram baseadas na taxonomia de Marcuschi, esta deriva de suas pesquisas desenvolvidas ao longo de anos. Por exemplo, podemos encontrar discussões sobre aspectos da linguagem verbal, como funções dos pronomes etc. (1985-1989), caracterização de gêneros textuais – seus contextos de criação e uso, análise de fenômenos linguísticos (1986; 1999; 2000; 2001; 2006), como referenciação e inferenciação (1985; 1986; 2006; 2011).

Para a elaboração das perguntas utilizamos como parâmetro uma tipologia de perguntas de compreensão em um estudo de análise de livros didáticos, as perguntas foram do tipo inferencial que consiste em: “perguntas [...] mais complexas, pois exigem conhecimentos textuais e outros, sejam eles pessoais, contextuais, enciclopédicos, bem como regras inferenciais e análise crítica para a busca de respostas.” (Marcuschi 2008, p. 271)

A análise das propagandas selecionadas para sequência didática, no que diz respeito à **inferência**, foi realizada à luz dos estudos de Marcuschi (2008), que argumenta que a inferência é um processo cognitivo pelo qual os leitores preenchem lacunas de informações implícitas em um texto para construir o significado completo deste. Apresentamos nas páginas 38 e 39 desta dissertação, os esquemas que resume a taxionomia proposta pelo autor e decidimos adotar apenas o primeiro nível

em que Marcuschi apresenta as categorias superordenadas de inferências (a) **de base textual**, (b) **de base contextual** e (c) **sem base textual e contextual**.

No que respeita à multimodalidade, vamos considerar a teoria de Kress e Van Leeuwen ([1996] 2006), que enfatiza a importância dos aspectos visuais na comunicação, destacando como os elementos visuais, como as cores e imagens desempenham um papel fundamental na construção do significado global de um texto. Kress; Van Leeuwen ([1996] 2006), que adotam o conceito de meta-funções, de Michael Halliday., informam que estas são três: a **ideacional**, a **interpessoal** e a **textual**, que podem ser aplicadas a todos os modos semióticos. Já esclarecemos detalhes dessas meta-funções na página 37 da fundamentação teórica. Considerando que não objetivamos analisar específica e profundamente a multimodalidade, mas apenas entender alguns conceitos da GDV que nos ajudem a pensar atividades para o desenvolvimento da inferência de estudantes dos anos finais do ensino fundamental, recorreremos, apenas, à **meta-função textual**, que nos dá elementos suficientes para este trabalho. Essa meta-função diz respeito ao significado do conjunto dos modos presentes na imagem. Nela, três sistemas, que tomamos como categorias de análise, estão inter-relacionados, tal como nos informa Santana (2017, p. 87), com base em Kress; Van Leeuwen ([1996] 2006): o **valor da informação**, a **saliência** e a **estrutura**.

Além dessas taxionomias, pretendemos identificar os **objetivos comunicacionais** de cada propaganda, os **tipos de conhecimentos prévios**, que os elementos dos exemplares do gênero requerem. Esses conhecimentos estão ligados a domínios, como o sociocultural (que inclui história, geografia, normas linguísticas, festas folclóricas, costumes regionais, entre outros), comunicativo-midiático-digitais (que incluem as mídias cinematográfica, radiofônica, televisiva e virtual). Pretendemos, por fim, identificar o **conteúdo semântico** desse tipo de conhecimento. Essa última taxionomia está subordinada à categoria das inferências definidas por Marcuschi **como de base contextual**.

Decidimos que, na análise, não seguiremos necessariamente a ordem em que apresentamos as três taxionomias. *Procederemos a um exame que parte de aspectos mais gerais para os mais específicos; considerando os planos em que os textos se organizam; seguindo a ordem de apresentação dos elementos, do início para o fim.* Essas três taxionomias foram organizadas em quadros sinópticos em que os elementos verbais e não verbais de cada texto analisado serão organizados após cada análise. Agora, vamos à primeira análise.

7.1 ANÁLISE DA PROPAGANDA 1

Figura 4: Propaganda 1 - Festa Junina fora de época.



Fonte: https://www.instagram.com/p/CuKfl86LjpV/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA. Publicada no Instagram @prefeituradorecife no dia 01/07/23

No exemplar de propaganda institucional 1, de autoria da prefeitura do Recife, cujos interlocutores são os munícipes, tem como **objetivo comunicacional** incentivar a participação da população em uma festa junina nordestina fora de época. Vejamos.

Quanto ao **valor da informação**, que considera a importância dos elementos linguísticos e imagéticos a partir dos locais em que são apresentados no suporte, primeiramente, a propaganda 1 apresenta dois planos. O primeiro **plano** mostra, centralizado e em tamanho maior que os demais elementos, ou seja, com maior **saliência** no exemplar de gênero analisado, um personagem da mídia televisiva, um dinossauro, o Dino, que pelo já dito (posicionamento e tamanho) é o **núcleo da informação**. Dino é o patriarca da “Família Dinossauro”, título de uma famosa série televisiva da década de 1990, que veste uma camisa xadrez, uma referência a festas juninas nordestinas, um **tipo de conhecimento cultural**.

A imagem do dinossauro com traje típico de festa de São João nordestina ocupa uma posição de destaque no centro, tornando-se o ponto focal da composição. Isso é consistente com os princípios da GDV, que sugerem que elementos centrais e maiores tendem a carregar mais peso semântico e atrair mais atenção. Além disso,

esse personagem tem o olhar dirigido ao interlocutor, outro aspecto que, nesse caso, também indica que este é o núcleo da informação, ou seja, é ressaltado no conjunto de todos os elementos do texto, verbais e não verbais. Em de cada lado da imagem do personagem, que aparece em primeiro plano, aparecem balões juninos coloridos, outro elemento que remete a festas juninas nordestinas.

Atualmente proibidos por lei, os balões eram muito comuns nesse tipo de festa popular em um passado próximo. Os balões, dispostos em um padrão ascendente, criam um movimento visual que guia os olhos do interlocutor de baixo para cima. Esse movimento pode ser interpretado como uma representação simbólica do entusiasmo ascendente associado à festa junina. Essa análise se alinha com os estudos de Kress e Van Leeuwen sobre como o layout e a disposição dos elementos visuais podem influenciar a compreensão.

O personagem retratado na propaganda tinha um famoso bordão: “Querida, cheguei!”, que usava sempre para avisar à esposa que chegava a sua casa, após um dia de trabalho. A identificação desse personagem prende-se a um tipo de conhecimento prévio é **cultural** e **do tipo comunicativo-midiático**, ligado à televisão. Na propaganda em análise, ao lado esquerdo do personagem, há um balão de fala, onde se lê: “Querida, voltei! E já estou com a roupa de ir!” Essa referência ao bordão do personagem serve para destacar que ele está de volta e pronto para celebrar o São João, reforçando a ideia da suposta participação da Família Dinossauro na festividade recifense. Além disso, na expressão: “Querida, voltei!”, o verbo ‘voltei’ se relaciona com o *slogan* que aparece após uma *hashtag* (#): “Em ritmo de #AcabanaosaoJoao!”, que apresenta o possível desejo de recifenses de que as festas de São João continuem.

O conteúdo ‘recifenses’ pode ser inferido pela escolha de uma norma sintática bem característica de falantes que vivem no município do Recife (‘Acaba não’, em vez de ‘Não acaba’), que se expressa pela colocação do advérbio ‘não’ após o verbo. A hashtag (#) indica uma conexão com as redes sociais e a cultura digital contemporânea. reforçando a ideia de participação na festividade essa inferência é essencial para compreender a mensagem da festa junina como algo atual e conectado às mídias sociais. A hashtag, popular nas redes sociais, sugere que a festa junina é um evento atual e socialmente relevante, conectando-a à cultura contemporânea e ao engajamento online. Para fazer essa inferência, o leitor precisa recorrer à memória de

informações sobre multiletramentos. Isso mostra como a multimodalidade desempenha um papel crucial na comunicação visual moderna.

A tipografia (Van Leeuwen, 2006), por sua vez, com contornos mais arredondados, expressa maior fluidez estética, relacionando-se com o contexto informacional mais moderno, além de transmitir, junto às cores nela utilizada, a sensação de ludicidade, de festividade. A análise da propaganda da festa junina nordestina à luz dos conceitos de Kress e Van Leeuwen sobre a GDV e multimodalidade nos permite compreender como a combinação de elementos visuais, cores, layout e texto contribui para a construção eficaz de significado e para a comunicação persuasiva desse gênero textual específico.

O **segundo plano** também apresenta elementos que ajudam a compreender o valor da informação veiculada. No caso, temos a **estrutura**, já apresenta uma divisão geométrica em duas partes (a superior e a inferior) de tamanhos semelhantes, mas com **cores** contrastantes, que reforçam a divisão do plano, uma cor quente, o amarelo, (na parte superior) e uma cor fria, o ciano (na parte inferior). A presença das cores vibrantes nesta propaganda remete diretamente à atmosfera festiva do São João no Nordeste. As cores quentes transmitem, entre outras sensações, calor, alegria, criatividade. Já as cores frias transmitem, entre outras sensações, calma, concentração e limpeza. Daí, quando se quer contraste, pode-se conseguir opondo esses dois tipos de cores.

A parte superior da propaganda, com fundo amarelo (uma cor quente), apresenta linhas que compõem o que parece ser parte de um triângulo que se sobrepõe à parte inferior, constituído por linhas que formam um quadrado azul-turquesa, uma cor fria, recortando-o, de modo a trazer à lembrança formatos de bandeiras usadas para enfeitar locais em que ocorrem festas juninas tradicionais do nordeste do Brasil. Como indica a citação acima, essas linhas da estrutura do segundo plano contribuem para a percepção do valor significativo dos elementos do primeiro plano, dividindo-o – como já dissemos – entre duas partes: a superior e a inferior. Como a cor quente aparece na parte superior da propaganda, local em que, em geral, estão os elementos que representam o ideal (Kress; Van Leeuwen, 2006), entendemos que o autor pretendeu dar relevo a aspectos de mais vitalidade (alegria, por exemplo), em oposição à calma, que a cor fria expressa na parte inferior do plano de fundo.

7.1.1 QUADRO SINÓPTICO DA ANÁLISE DA PROPAGANDA 1

Quadro 4: quadro sinóptico da análise da propaganda 1

BASES DE INFERÊNCIA	TEXTUAL	CONTEXTUAL	TIPOS DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS REQUERIDOS	CONTEÚDO DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS
CRITÉRIOS DE ANÁLISE DA MULTIMODALIDADE				
OBJETIVO DO EXEMPLAR DE GÊNEROS		Incentivar a participação da população em uma festa junina nordestina fora de época. Que ocorre normalmente no mês de Junho.	Cultural geográfico.	Festa Junina Nordestina.
ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS	No primeiro plano, na parte superior – Título/slogan – “Viva a Guararapes em ritmo de #acabano, SãoJoão!”	Autoria – Propaganda institucional de autoria da prefeitura do Recife, publicada na página do INSTAGRAM em .../..2022. Interlocutores – população do município.	Cultural geográfico.	Festa Junina Nordestina fora de época.
	Abaixo do título/slogan – Data do evento – “02/07 10 às 17h.”		Cultural geográfico.	Festa Junina Nordestina fora de época.
	Próximo ao personagem, que está no centro do conjunto, situado à esquerda deste, dirigido para a boca do Dino, há o texto de um balão de fala do personagem Dino – “Querida, cheguei e já tô com roupa de ir!”		Cultural midiático.	Série televisiva.

Quadro 5: quadro sinóptico da análise da propaganda 1

BASES DE INFERÊNCIA	TEXTUAL	CONTEXTUAL	TIPOS DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS REQUERIDOS	CONTEÚDO DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Valor da informação	Centralizado, sorridente, vestindo uma camisa xadrez e com olhar dirigido ao interlocutor - Personagem Dino, o patriarca da "Família Dinossauro", série televisiva dos anos 90.		Cultural geográfico e midiático.	Festa Junina Nordestina.
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Saliência	Em tamanho maior que os demais elementos, em primeiro plano - Personagem Dino com balão de fala; balões de festas juninas nordestinas, em primeiro plano, mas ladeando o personagem dino.		Cultural geográfico e midiático.	Festa Junina Nordestina.
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Estrutura	Primeiro plano - Na parte inferior, as logomarcas (que tem elementos verbais e não verbais, mas em que predomina a geográfico e midiático, já que a imagem que representa uma instituição/programa envolvida na organização do evento (Fundação de Cultura da Cidade do Recife, Se mexe Recife, Recentro, Recife é pra ficar! Secretaria de Turismo e Lazer e Prefeitura do Recife).		Cultural geográfico e midiático.	Logomarcas de instituições e programas sociais municipais.
	O segundo plano é dividido em duas partes (a superior e a inferior) com cores contrastantes. Apresenta linhas que compõem o que parece ser parte de um triângulo que se sobrepõe à parte inferior, constituído por linhas que formam um quadrado.		Cultural geométrico.	Logomarcas de instituições e programas sociais municipais. Formas de bandeiras de festas de São João.

Fonte: produção própria.

7.2 ANÁLISE DA PROPAGANDA 2

Figura 5: Propaganda 2 “Protocolo violeta”



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CsYczepuL6g/>. Publicado em: 18/05/23

O exemplar na figura 5 é uma propaganda veiculada também pela prefeitura de Recife. Nela é anunciada a sanção da lei que trata do combate à violência contra a mulher e importunação sexual em espaços de lazer.

A análise da propaganda do "Protocolo Violeta" revela uma riqueza de elementos visuais e conceituais que trabalham em conjunto para transmitir uma mensagem impactante. A gramática visual de Kress e Van Leeuwen, neste caso, permitindo-nos desvendar as escolhas de design que moldam o significado da propaganda. Ao mesmo tempo, a perspectiva da inferência, conforme abordada por Marcuschi, amplia nossa compreensão, destacando como os espectadores preenchem as lacunas de informação com base em seu conhecimento prévio e contexto relacionado à violência cotidiana sofrida por mulheres em todo o país.

A escolha do violeta como plano de fundo é uma escolha simbólica importante. Conforme observado por Kress e Van Leeuwen, as cores desempenham um papel fundamental na transmissão de emoções e sensações. O violeta, nesta instância, combina características de cores quentes e frias, transmitindo um senso de seriedade e criatividade, além de forte impacto visual. Essa escolha de cor nos parece apropriada, dada a natureza sensível e séria do tema da propaganda, que se

concentra na luta contra a violência e importunação sexual às mulheres em espaços de lazer.

A tipografia, por sua vez, mostra-se outro elemento essencial no design da propaganda. A utilização de letras arredondadas e negrito para destacar "Protocolo Violeta" é uma estratégia eficaz de comunicação visual. Conforme observa Van Leeuwen, a tipografia pode expressar fluidez estética e estar em sintonia com um contexto informacional mais moderno. Neste caso, a tipografia não apenas chama a atenção para o título do Protocolo Violeta, mas também comunica clareza e importância, dialogando com um espaço de veiculação midiático moderno, contemporâneo, o das redes sociais.

Os elementos visuais, como as estrelas vermelhas e a representação de uma mão fechada erguida, contribuem para a construção do significado que a propaganda veicula. A ênfase dada à cor violeta e às estrelas vermelhas, entendemos, destaca a importância do Protocolo Violeta e sua conexão com a questão da violência de gênero.

A mão erguida, embora não expresse explicitamente seu propósito, pode ser inferida como um gesto de protesto e afirmação da voz das mulheres que estão se manifestando contra a violência e importunação sexual. Aqui, a perspectiva da inferência de Marcuschi desempenha um papel vital na construção de significado, uma vez que os espectadores preenchem as lacunas de informação com base em seu conhecimento prévio e contexto. A imagem da mão erguida sugere empoderamento, resistência e ação, como costumeiramente é visto em protestos e outras mobilizações, por exemplo.

A análise da propaganda do "Protocolo Violeta", como podemos observar, não se restringe apenas aos elementos visuais. A perspectiva da inferência amplia nossa compreensão da mensagem, destacando a importância do empoderamento das mulheres e da ação coletiva na luta contra a violência e a importunação sexual em espaços de lazer, além de outros. O design cuidadoso da propaganda une-se para comunicar uma mensagem poderosa que ressoa visualmente e emocionalmente com seu público-alvo, enquanto a inferência preenche as lacunas de informação, tornando a mensagem ainda mais impactante e relevante.

7.1.2 QUADRO SINÓPTICO DA ANÁLISE DA PROPAGANDA 2

Quadro 6: quadro sinóptico da análise da propaganda 2

BASES DE INFERÊNCIA	TEXTUAL	CONTEXTUAL	TIPOS DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS REQUERIDOS	CONTEÚDO DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS
CRITÉRIOS DE ANÁLISE DA MULTIMODALIDADE				
OBJETIVO DO EXEMPLAR DE GÊNEROS		Informar sobre o amparo legal das mulheres, em relação à violência e importunação sexual, em espaços públicos	Cultural.	Atos de violência contra a mulher.
ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS	Na parte central o título Projeto Violeta, em letra de forma, em negrito, tamanho grande.	Autoria da Prefeitura do Recife. Veiculada no Instagram	Cultural.	Atos de violência contra a mulher.
	Na parte mais inferior a vinheta sobre a abrangência da lei sancionada.		Cultural, legislação.	Atos de violência contra a mulher.
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Valor da informação	Uma mão, feminina, negra, punho cerrado, com fundo violeta, representando a noite.		Cultural, racial, público e midiático.	Riscos de assédio a mulheres, durante a noite. Esse tipo de sinal foi feito algumas vezes, representando a união e era bastante comum serem expostos em telejornais ou mesmo em redes sociais, e em propagandas relacionadas a política.
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Saliência	Tipografia arredondada, moderna, e negritos.	Imagem de Punho erguido.	Cultural.	Atos de violência contra a mulher.
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Estrutura	Primeiro plano: Slogan da prefeitura de Recife Na parte superior da propaganda. Ilustração de punho cerrado na parte central e inferior, em tamanho grande, com perspectiva aproximada. Título da lei sancionada em tamanho grande, com destaque nas cores branca e amarelo. Descrição da lei sancionada, na parte central da propaganda, em tamanho menor.		Cultural e representação das cores.	Logo da prefeitura. Simbolização de punho cerrado. E percepção visual para inferir as cores branca e azul destacando o título: "protocolo violeta".
	Segundo plano: cor violeta em todo o fundo. Destaque e impacto visual. Detalhes na cor preta. Destaque para o preconceito também racial.		Cultural e representação das cores.	

Fonte: produção própria.

7.3 ANÁLISE DA PROPAGANDA 3

Figura 6: Propaganda 3 - Dia mundial da conscientização do autismo.



Fonte: https://www.instagram.com/p/Cb2m3vWLMuY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODB iNWFIZA== Publicado em: 02/04/22

No exemplar da propaganda institucional 3, de autoria da prefeitura de Olinda, cujos interlocutores são os munícipes, tem como **objetivo comunicacional** incentivar a divulgação do dia mundial da conscientização do autismo.

Quanto ao **valor da informação**, essa propaganda busca mostrar a importância de a população conhecer e se conscientizar sobre o autismo, há a presença de algumas cores, assim como elementos visuais. A propaganda apresenta dois planos. O primeiro **plano** mostra dois pares de mão, uma sobre a outra com o quebra-cabeça de coração no meio, centralizado e em tamanho maior, ocupando grande parte do todo, ou seja, o grande destaque é dado a esse plano, sendo o **núcleo da informação**. O quebra-cabeça é o símbolo que representa o autismo, para que os interlocutores possam ter maior abrangência no entendimento dessa propaganda seria necessário esse conhecimento prévio, que faz parte do **conhecimento cultural**.

Sendo assim, se utilizaria da inferência no âmbito dos pressupostos. Para Schnotz & Strohner (1985, p. 8 *apud* Marcuschi, 2008, p. 248) “uma inferência é a geração de informação semântica nova a partir da informação semântica velha num dado contexto”. Nessa situação podemos observar que o quebra-cabeça, símbolo utilizado pelos autistas, está em formato de coração, que pode ser representado como uma forma de afeto a eles. Há também a presença das duas mãos que pode nos remeter a questão do acolhimento.

Ainda no primeiro plano, na parte superior, encontramos a data 02 de abril escrita em azul e com destaque amarelo a frase “dia mundial da conscientização do autismo”, também grafada na cor azul, cor que remete ao autismo. Na parte inferior de forma centralizada, na cor branca e com letras em fonte maior que as frases da parte superior, encontra-se o seguinte texto: “Com respeito as diferenças, construímos um mundo melhor e plural.” Essa frase complementa a imagem das mãos e do coração em forma de quebra-cabeça, visto que esse ícone para ficar completo precisa que cada peça se encaixe em seu devido lugar, ou seja, há necessidade de uma construção.

O **segundo plano**, que é um plano de fundo é constituído por um fundo degradê de tons azul, essa cor é utilizada por ser ela que representa a tranquilidade e o equilíbrio para pessoas com autismo, e nos possibilitando inferir que os diversos tons representam a diversidade que os autistas podem ter, dentro de um mesmo espectro.

Além de todas essas informações implícitas, presentes nessa propaganda um detalhe que não pode deixar de ser destacado é a relevância das cores no valor da informação. Onde o azul é bastante utilizado, representando a cor utilizada para simbolizar o autismo. Porém também há outras variedades de cores como o vermelho e o amarelo que são cores utilizadas numa fita em forma de infinito (um dos símbolos do autismo), representando no colorido a diversidade de pessoas e famílias que convivem com pessoas que tem o transtorno.

7.3.1 QUADRO SINÓPTICO DA ANÁLISE DA PROPAGANDA 3

Quadro 7: quadro sinóptico da análise da propaganda 3

BASES DE INFERÊNCIA	TEXTUAL	CONTEXTUAL	TIPOS DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS REQUERIDOS	CONTEÚDO DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS
CRITÉRIOS DE ANÁLISE DA MULTIMODALIDADE				
OBJETIVO DO EXEMPLAR DE GÊNEROS		incentivar a divulgação do dia mundial da conscientização do autismo.	Cultural.	Autismo.
ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS	Na parte central o título Dia mundial da consciência do autismo, em letra de forma, em negrito e itálico tamanho médio.	Autoria da Prefeitura de Olinda. Veiculada no Instagram.	Cultural.	Autismo.
	Na parte inferior central, uma frase de reflexão sobre o autismo.		Cultural.	Autismo e o preconceito sofrido por autistas.
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Valor da informação	Dois pares de mão e um coração de quebra-cabeça, representando o acolhimento aos autistas.		Cultural e técnico.	Autismo e o preconceito sofrido por autistas.
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Saliência	Escrita com destaque para a data na cor amarela, destaque em itálico e negrito.	Imagem de mãos abertas e um coração de quebra-cabeça no centro delas.	Cultural.	Autismo e o preconceito sofrido por autistas.
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Estrutura	Primeiro plano: Slogan da prefeitura de Olinda Na parte superior esquerda da propaganda. Ilustração de dois pares de mão abertas, uma maior embaixo, sobre ela outra mão menor, de uma criança, e sobre a mão da criança, um coração em forma de quebra-cabeça. Título e data do tema, na parte central, e na parte inferior uma frase sobre a conscientização do autismo, em fonte maior e mais destacado.		Cultural.	Logo da prefeitura. Simbolização do autismo e das mãos estendidas.
	Segundo plano: cor azul em todo o plano de fundo. Destaque para a cor que representa o autismo.		Cultural, técnico e Representação das cores.	

Fonte: Produção própria.

7.4 ANÁLISE DA PROPAGANDA 4 - VACINAÇÃO INFANTIL, COVID-19

Figura 7: Propaganda 4 - Vacinação infantil, covid-19



FONTE: https://www.instagram.com/p/CIUQ2_1ug2m/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA== Publicado em: 23/11/2022

Na propaganda 4, da prefeitura municipal de Jaboatão, observa-se uma construção de ideias elaboradas a partir de cores e imagens, essas semioses juntas com a escrita completam o texto e tornam ele rico. As cores utilizadas são um misto de suavidade com força trazendo o contraste necessário para que o interlocutor entenda de que se trata de algo sério mesmo que o assunto seja sobre crianças.

Em primeiro plano, encontram-se o desenho de crianças entre zero e dois anos, o informativo nas cores branca e roxa, e também na cor azul há algumas imagens do vírus, a análise da propaganda 4, mostra uma mistura simples, porém eficaz de elementos linguísticos e imagéticos. Ao ilustrar a idade das crianças através do desenho, a propaganda se torna mais atrativa, e pode desenvolver melhor seu objetivo que é o de incentivar a vacinação em crianças de 6 meses a 2 anos.

Segundo Marcuschi:

Na compreensão influenciam questões textuais, pragmáticas cognitivas, interesses e outros fatores, tais como conhecimento do leitor, gênero e forma de textualização. Por isso a compreensão do texto é uma questão complexa que envolve não apenas fenômenos linguísticos, mas também antropológicos, psicológicos e factuais. As inferências lidam com as relações entre esses conhecimentos e muitos outros aspectos. (2008, p 249)

Para um melhor entendimento dessa propaganda o leitor precisaria de conhecimentos técnicos e culturais, técnicos , para saber sobre o vírus e suas consequências e culturais para compreender sobre a vacinação e seus benefícios, porém durante o período da pandemia causada pelo vírus da covid 19, no ano de 2021, ano em que esta propaganda foi veiculada, muitas notícias falsas estavam sendo veiculadas através de redes sociais, entre elas a de que tomar a vacina contra esse vírus poderia ser muito prejudicial para as crianças. Nesse sentido veicular e incentivar a vacinação infantil era algo de fundamental importância para a sociedade.

Em relação a tipografia, que se encontra toda no primeiro plano, há na parte superior, a frase “vacinação contra a covid-19 infantil” nas cores roxa e branca, sendo metade da frase na cor roxa e a outra parte na cor branca, onde a letra “o” da palavra “contra”, encontra-se com um destaque maior e achatado horizontalmente, podendo ser interpretado nesse caso como um reforço de que a vacina serve para uma ajuda contra o vírus, e não é feita para prejudicar pessoas. Abaixo da essa frase, em roxo está escrito a idade das crianças aptas a serem vacinadas “06 meses a 2 anos”.

Ainda sobre os elementos do primeiro plano, na parte inferior esquerda encontram-se justas postas a logomarca de Jaboaão, o símbolo do sus, a logo da vacinação e da imunização nacional.

O segundo plano é dividido em duas cores separadas verticalmente. Sendo uma cor acinzentada e a outra lilás. Essas cores podem simbolizar a suavidade pela questão do público ser infantil, porém fazendo o contraste do roxo nas letras principais, alertando sobre a importância e urgência da vacinação.

7.4.1 QUADRO SINÓPTICO DA ANÁLISE DA PROPAGANDA 4

Quadro 8: quadro sinóptico da análise da propaganda 4

BASES DE INFERÊNCIA	TEXTUAL	CONTEXTUAL	TIPOS DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS REQUERIDOS	CONTEÚDO DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS
CRITÉRIOS DE ANÁLISE DA MULTIMODALIDADE				
OBJETIVO DO EXEMPLAR DE GÊNEROS		incentivar a vacinação entre crianças de 6 meses a 2 contra a covid-19.	Cultural.	Dos riscos da Covid-19.
ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS	No primeiro plano, na parte superior – vacinação contra a covid-19 – infantil 6 meses a 2 anos.	Autoria-Propaganda institucional de autoria da prefeitura do Jaboatão, publicada na página do INSTAGRAM em .../..2022. Interlocutores – população do município.	Cultural.	Vacinação em crianças de 6 meses a 2 anos.
	Abaixo do título/slogan – infantil – 6 meses a dois anos.		Cultural e técnico.	Covid-19 e vacinação em crianças.
	Na parte inferior lado esquerdo encontram-se a justa postas a logomarca de Jaboatão, o símbolo do sus, a logo da vacinação e da imunização nacional.		Cultural.	Covid-19 e vacinação.
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Valor da informação	Crianças de 6 meses a dois anos em suas fases de crescimento e alguns vírus representando o Covid-19.		Cultural e técnico.	Vírus Covid-19.
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Saliência	Existem 2 elementos imagéticos principais em primeiro plano – as crianças em diferentes idades e os vírus da covid-19.		Cultural e técnico.	Vírus Covid-19.

Quadro 9: quadro sinóptico da análise da propaganda 4

BASES DE INFERÊNCIA	TEXTUAL	CONTEXTUAL	TIPOS DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS REQUERIDOS	CONTEÚDO DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS
CRITÉRIOS DE ANÁLISE DA MULTIMODALIDADE				
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Estrutura	Primeiro plano - Na parte inferior, encontram-se 4 logomarcas (que tem elementos verbais e não verbais, a primeira logo é sobre vacinação da covid-19 em Jaboatão dos Guararapes, apresenta além da parte gráfica, uma injeção dentro da letra O. A segunda logo é sobre o projeto nacional de imunização, também com a injeção na parte gráfica, a terceira logo é a do sus, que apresenta uma cruz como símbolo imagético e a quarta logo é da prefeitura municipal de Jaboatão.		Cultural.	Logomarcas de instituições e programas sociais municipais e nacionais.
	O segundo plano é dividido em duas cores separadas verticalmente. Sendo uma cor acinzentada e a outra lilás. Essas cores podem simbolizar a suavidade pela questão do público ser infantil, porém fazendo o contraste do roxo nas letras principais, alertando sobre a importância e urgência da vacinação.		Cultural.	

Fonte: produção própria.

7.5ANÁLISE DA PROPAGANDA 5 - VACINAÇÃO INFANTIL – TURNO ESTENDIDO

Figura 8: Vacinação Infantil – turno estendido



Fonte: https://www.instagram.com/p/Cbfkxhar70a/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA== publicada no Instagram em 24/03/22

No exemplar de propaganda institucional 5, de autoria da prefeitura do Olinda, cujos interlocutores são os munícipes, tem como **objetivo comunicacional** incentivar a vacinação entre crianças de 5 a 11 contra a covid-19.

Quanto ao **valor da informação**, pode-se observar que nela há em equilíbrio entre elementos linguísticos e imagéticos, além das cores que também tem sua relevância, a propaganda 5 apresenta dois planos. O primeiro **plano** apresenta elementos imagéticos na parte superior, um sol e uma lua, representando a duração do turno estendido para as vacinas. Nesse caso para entender a referência, o interlocutor teria que fazer uma comparação dos elementos sol e lua indicando duração de tempo.

De acordo com os princípios da GDV os elementos centrais e maiores tem a tendência de carregar um maior peso semântico, nessa propaganda o que está em destaque na parte central são elementos linguísticos que trazem as informações como o turno estendido e que a vacinação infantil seria de das idades entre 5 a 11 anos, o local em que estaria ocorrendo, e uma frase de jargão escrita “criança vacinada, criança protegida”, a disposição das informações ocorreu da seguinte forma: escrito

de branco com destaque em cor de laranja, o nome turno estendido. Abaixo, em fonte maior e azul a frase, vacinação infantil, e abaixo em fonte menor amarela a idade de 5 a 11 anos, na cor amarela.

Na parte inferior ao título do lado esquerdo encontra-se o slogan “criança vacinada, criança protegida” nas cores azul escuro, azul claro, laranja e amarelo, essa mistura de cores pode representar a diversidade das crianças e o colorido que faz parte da infância” e no lado direito do slogan, a data do evento e o local em que está ocorrendo a vacinação. Todas essas informações encontram-se na parte central da propaganda, para dar uma maior ênfase nas informações a serem passadas.

7.5.1 QUADRO SINÓPTICO DA ANÁLISE DA PROPAGANDA 5

Quadro 10: quadro sinóptico da análise da propaganda 5

BASES DE INFERÊNCIA	TEXTUAL	CONTEXTUAL	TIPOS DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS REQUERIDOS	CONTEÚDO DE CONHECIMENTOS PRÉVIOS
CRITÉRIOS DE ANÁLISE DA MULTIMODALIDADE				
OBJETIVO DO EXEMPLAR DE GÊNEROS		Incentivar a vacinação entre crianças de 5 a 11 contra a covid-19.	Cultural.	Dos riscos da Covid-19.
ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS	No primeiro plano, na parte superior – “turno estendido, vacinação infantil, de 5 a 11 anos”	Autoria – Propaganda institucional de autoria da prefeitura de Olinda, publicada na página do INSTAGRAM em ..././2022. Interlocutores – população do município.	Cultural e técnico.	
	Abaixo do título/slogan- Data do evento e o local em que está ocorrendo a vacinação		Cultural e técnico.	Festa Junina Nordestina fora de época.
	Acima da imagem de uma vacina, que tem um rostinho colorido e sorridente, encontra-se um slogan que diz “criança vacinada, criança feliz” e na parte inferior esquerda a logomarca da prefeitura de Olinda.		Cultural e representação de cores.	
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Valor da informação	Na parte superior da propaganda há duas imagens, na metade superior esquerda, um sol e na metade superior direita, uma lua, representando o turno estendido da vacinação.		Cultural.	
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Saliência	Na parte inferior do lado esquerdo, ainda em primeiro plano, há o desenho de uma seringa com o rostinho sorridente, destacada, representando a vacina contra o covid-19.		Cultural e técnico.	
ELEMENTOS IMAGÉTICOS Estrutura	Primeiro plano – Na parte inferior, além dos elementos já citados, há no canto direito as logomarcas (que tem elementos verbais e não verbais) da vacinação em Olinda e da prefeitura de Olinda.		Cultural e técnico.	Logomarcas de instituições e programas sociais municipais.
	O segundo plano é dividido em vários semicírculos em vários tons de azul e dois de amarelo, além de algumas imagens de vírus no tom de azul, representando o vírus da covid.		Cultural geométrico.	Formas de semicírculos.

Fonte: produção própria.

8 ANÁLISE DE DADOS

Na análise dos dados, foram construídos quadros sinópticos com as respostas dadas por cada estudante voluntário nas questões abertas e de múltipla escolha. Esse quadro apresenta as respostas destacadas em diferentes cores para agilizar a leitura. Nas questões abertas, as respostas corretas (com base textual) estão com destaque em verde e as erradas (sem base textual) estão com destaque em vermelho. Nas questões fechadas, cada opção de resposta corresponde a uma cor: letra a) azul, b) vermelha, c) amarela e d) verde. Essas cores, das questões de múltipla escolha, foram geradas automaticamente pelo gráfico que do “*google forms*”, uma ferramenta disponibilizada na internet, pela plataforma do Google.

As expectativas de respostas por nós apresentadas antes das análises servem como parâmetros para a verificação das inferências que os voluntários demonstraram em suas respostas após leitura das propagandas apresentadas a eles durante a sequência didática. Usamos como base para a análise das respostas a taxionomia de Marcuschi (2008), em relação aos Horizontes de Compreensão, considerando três camadas, a saber: (1) **inferências possíveis**, (2) **extrapolação** e (3) **falseamento**. Para tanto, verificaremos, nas questões abertas, para a categoria 1, a menção de palavras e /ou expressões de **base textual** ou **contextual**. Para as categorias 2 e 3, verificaremos a menção de informações **sem base textual** e **contextual**. Nas questões de múltipla escolha, verificaremos a indicação do gabarito previamente definido para cada uma.

8.1 ANÁLISE DAS PROPAGANDAS: QUESTÕES E RESULTADOS

8.1.1 PROPAGANDA 1 – Festa Junina fora de época

Expectativas de respostas – Propaganda 1 – atividade de diagnose

1. Dino tem um balão de fala ligado à boca dele, onde se lê a frase "Querida, voltei! E já tô com a roupa de ir!" uma outra versão para a frase que o personagem Dino, da série televisiva ‘Família Dinossauro’, dizia, tendo o verbo ‘voltei’, no lugar do verbo ‘cheguei’, além de uma parte a mais, “E já tô com roupa de ir!”. No caso da propaganda, Dino está com roupa de ir para onde?

- Nessa questão o aluno precisaria do conhecimento sobre as festividades locais, o conhecimento cultural sobre a festa junina é imprescindível, aqui o aluno poderia responder que a roupa utilizada por Dino é condizente com os trajes utilizados na festa de São João, visto que roupas em xadrez são bastante utilizadas nessa época.
2. Observe as cores que predominam na imagem e responda: estão adequadas ao tema do texto? Por quê?
- Da mesma forma que na questão anterior, aqui o conhecimento prévio requerido é o cultural, sobre a festa regional que ocorre aqui no Nordeste, normalmente durante esse período são utilizados bandeirolas, balões decorativos, laços de fita e chapéus com cores bastante vibrantes e diversas, portanto as cores utilizadas nas propagandas estão de acordo com as que são utilizadas no São João.
3. Nesse exemplar de propaganda institucional, aparece texto verbal associado a imagens. A parte principal do texto verbal e do slogan: "Viva a Guararapes em ritmo de #acabanao,SãoJoão!". Analise a propaganda e responda: qual dos elementos da imagem está mais relacionado ao tema do tema?
- A) O dinossauro.
 - B) O olhar do dinossauro para o interlocutor.
 - C) O sorriso do dinossauro.
 - D) A roupa do dinossauro.
- Resposta correta: D) a roupa do dinossauro**

Expectativa de resposta: Nesta questão, espera-se que o estudante seja capaz de inferir qual elemento da imagem está mais relacionado ao tema do São João com base no texto verbal associado. O slogan "Viva a Guararapes em ritmo de #acabanao, São João!" sugere uma celebração festiva, típica das festividades juninas. Assim, o aluno deve identificar o elemento da imagem que está mais alinhado com essa temática festiva. A resposta correta é a letra D) A roupa do dinossauro, uma vez que o uso de trajes típicos do São João, como uma camisa xadrez, está diretamente relacionado ao contexto festivo sugerido pelo slogan.

4. A data em que a propaganda foi publicada e a expressão "Em ritmo de #AcabanaoSãoJoão!" tem uma correlação. Qual é?

- A correlação entre a data de publicação da propaganda e a expressão em ritmo de "acaba não, São João", ocorre porque a propaganda trata de uma festa junina fora de época, em 2 de julho, uma vez que o normal é essa festa acontecer no mês de junho. Essa inferência depende de um conhecimento cultural geográfico ligado a festas populares do nordeste do Brasil. Além disso, o personagem Dino, de uma famosa série televisiva, aparece – usando camisa xadrez –, sorridente, em primeiro plano, centralizado, com o olhar dirigido ao interlocutor. Esse personagem repetia, a cada episódio, o bordão: "Querida, cheguei", que aparece alterado na propaganda para "querida, voltei". O reconhecimento desse bordão exige conhecimento cultural midiático. A escolha do verbo 'voltei' está ligada à volta da festa de São João. Após o bordão, aparece uma expressão muito recorrente na linguagem de redes sociais da Internet, "já tô com a roupa de ir", cujo conhecimento fomenta a inferência de vivências de letramento digital das pessoas que atualmente acessam a rede mundial de computadores. O segundo plano, dividido em duas partes (superior e inferior) com cores contrastantes, apresenta linhas que compõem o que parece ser parte de um triângulo que se sobrepõe à parte inferior, constituído por linhas que formam um quadrado. Lembram formas de bandeirolas de festas de São João.

Quadro 11: Respostas sobre a Propaganda 1 - Atividade de diagnose

VOLUNTÁRIOS	PERGUNTA 1	PERGUNTA 2	PERGUNTA 3	PERGUNTA 4
ALUNO 1	Pro são João.	São coloridas e animadas que nem o dino e são de São João.	d) A roupa do dinossauro.	Estão em época de São João.
ALUNO 2	Trabalha.	São João por causa das cores e dos balões.	d) A roupa do dinossauro.	Não sei.
ALUNO 3	Festa Junina.	Não, pois não tem nada a ver com Imagem do Dino.	d) A roupa do dinossauro.	Que a festa de são joao continue.
ALUNO 4	Para o trabalho pra a praia pós o texto não confirmou a onde ele ia.	Pois combina com as cores do são João.	d) A roupa do dinossauro.	Porque ele vai comemorar o São João.

Quadro 12: Respostas sobre a Propaganda 1 - Atividade de diagnose

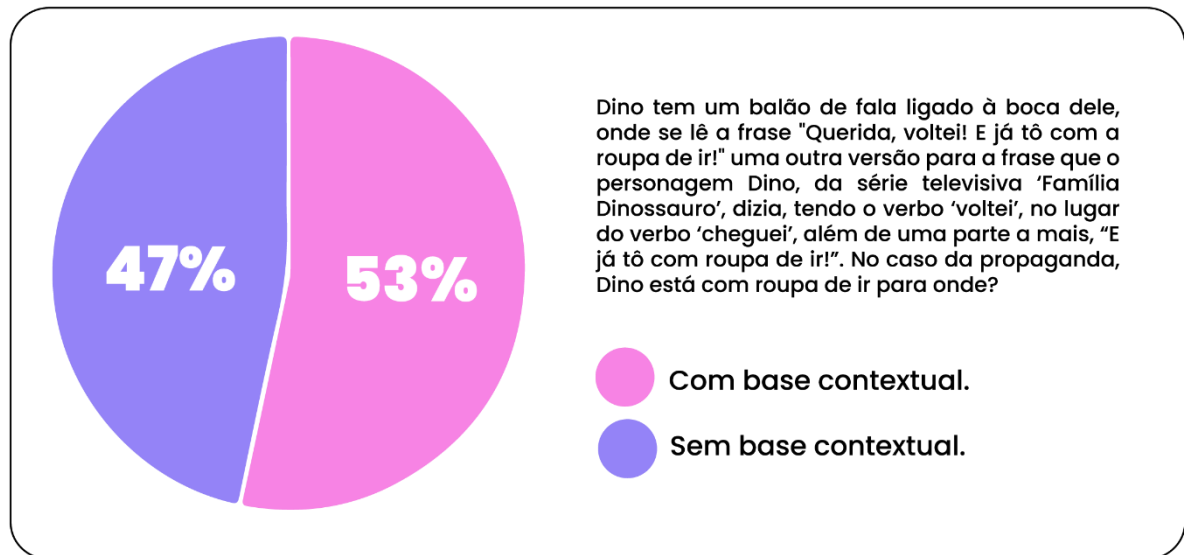
VOLUNTÁRIOS	PERGUNTA 1	PERGUNTA 2	PERGUNTA 3	PERGUNTA 4
ALUNO 5	São João.	Sim, porque o São João é uma época depois do Carnaval bem colorida e festiva.	d) A roupa do dinossauro.	Acho que é o tempo de duração da festa.
ALUNO 6	De voltar pra onde ele estava.	Sim. Porque está relacionada só São João e no São João é colorido mesmo.	d) A roupa do dinossauro.	Ao São João.
ALUNO 7	Trabalhar.	Sim, por que as roupas quadriculadas são bastante usadas em época de São João.	d) A roupa do dinossauro.	São João.
ALUNO 8	Para a festa de São João.	Para chamar mais atenção além de se destacar com o feriado de São João.	d) A roupa do dinossauro.	A expressão em ritmo de acabanção João sugere que a propaganda foi publicada durante o período das festas juntas conhecidas como São João
ALUNO 9	Para aproveitar o São João.	Por que são cores coloridas e animadas igual Dino.	d) A roupa do dinossauro.	Pois o São João está jogando ao fim.
ALUNO 10	Para a festa de São João.	Sim, porque o tema é São João e as cores estão combinando com ele.	d) A roupa do dinossauro.	Está correlacionada com a data da festa de São João, que geralmente ocorre em junho.
ALUNO 11	Tá indo trabalhar.	Sim, por que dá destaque ao texto a propaganda.	d) A roupa do dinossauro.	Não sei.
ALUNO 12	Trabalhar.	Sim, porque dá a propaganda.	d) A roupa do dinossauro.	
ALUNO 13	Para o São João.	Não acabar o São João	d) A roupa do dinossauro.	2 de Julho.
ALUNO 14	Acaba não São João.	Sim porque os balões são coloridos iguais no São João.	b) O olhar do dinossauro para o interlocutor.	Não sei.
ALUNO 15	Pro São João.	Porque o São João tinha acabado.	d) A roupa do dinossauro.	Estão em época de São João.

Fonte: produção própria.

8.1.1.1 Gráficos dos resultados (Análise quantitativa)

Questão 1

Figura 9: Gráfico questão 1, propaganda 1



Fonte: produção própria

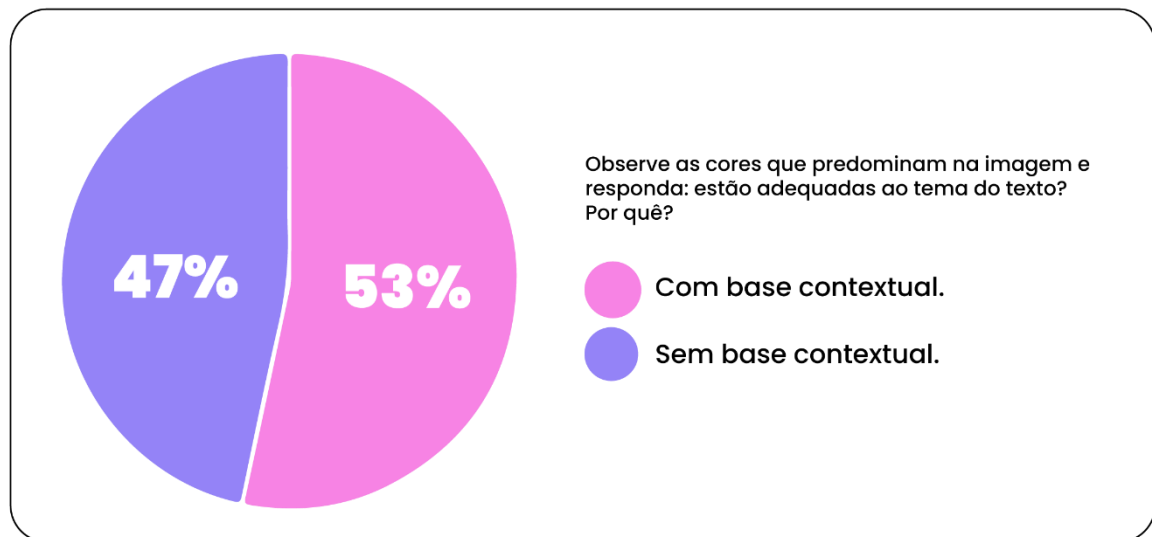
O primeiro gráfico, representando o resultado da diagnose, revela uma divisão equilibrada entre as respostas baseadas em contexto (53%) e aquelas sem embasamento contextual (47%). Essa proporção sugere que os resultados não são tão otimistas quanto poderiam ser, indicando que há áreas para melhoria na compreensão dos alunos. Enquanto pouco mais da metade dos estudantes demonstrou habilidade em fazer inferências a partir do contexto da propaganda, uma significativa parcela deles deu respostas sem base contextual, o que sugere dificuldades em relacionar os elementos linguísticos (fala do personagem no balão) aos elementos imagéticos apresentados na propaganda (camisa xadrez usada pelo personagem) e com seu conhecimento prévio.

Essa constatação ressalta a importância de fortalecer o ensino e a compreensão do contexto cultural e midiático entre os alunos, garantindo que todos possuam as habilidades necessárias para interpretar eficazmente textos multimodais. A análise dos dados sugere que embora alguns alunos tenham demonstrado compreensão satisfatória e capacidade inferencial acerca do tema, outros enfrentaram dificuldades em relacionar os elementos da propaganda ao contexto cultural da festa

junina. Isso destaca a necessidade de estratégias diferenciadas de ensino para atender às necessidades específicas dos alunos e promover uma compreensão mais profunda e consistente. Vejamos os resultados encontrados a partir da questão 2.

Questão 2

Figura 10: Gráfico questão 2, propaganda 1



Fonte: produção própria

A análise do gráfico em relação à questão sobre as cores predominantes na imagem da propaganda apresenta iguais percentuais de acertos e erros da questão 1. Novamente, uma divisão preocupante entre os estudantes em relação ao embasamento contextual de suas respostas, evidenciando um desafio significativo em termos de inferência no que diz respeito ao tema da propaganda.

Dos dados apresentados, 53% dos estudantes responderam com base contextual, indicando que conseguiram relacionar as cores da imagem com o tema do texto e justificar sua adequação dentro do contexto cultural do São João. Isso sugere uma capacidade por parte desses alunos de fazer inferências apropriadas, aplicando seu conhecimento cultural e visual para interpretar a mensagem da propaganda.

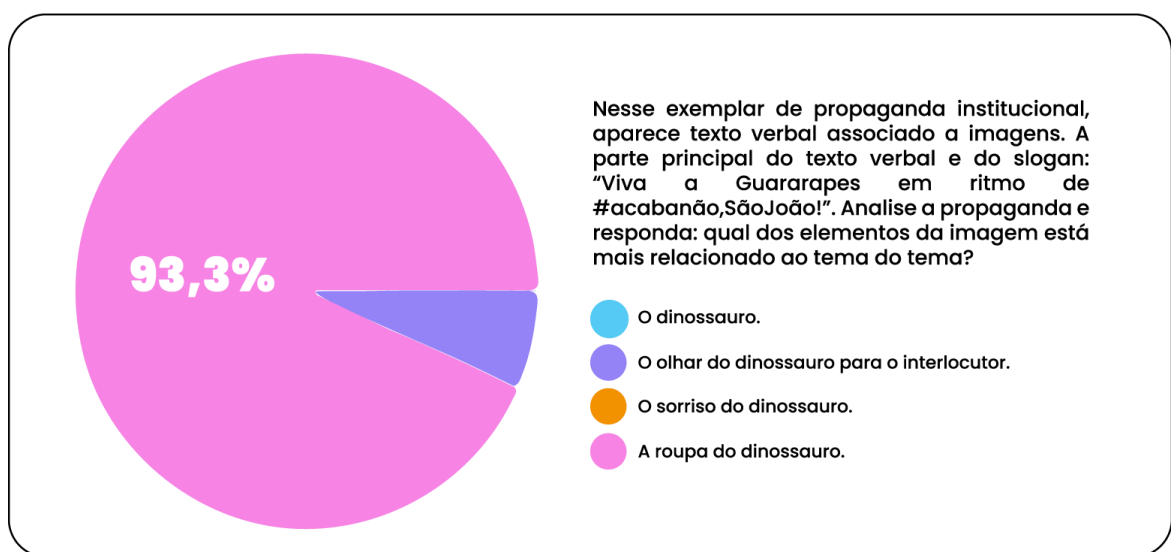
No entanto, uma significativa parcela de 47% respondeu sem qualquer base contextual, o que revela uma lacuna na compreensão e na capacidade inferencial dos alunos. Essa falta de embasamento contextual pode indicar uma dificuldade em interpretar, mais uma vez, os elementos visuais apresentados na propaganda dentro do contexto cultural esperado. Marcuschi categoriza essa capacidade de inferência

como parte do primeiro horizonte de compreensão, onde os alunos são capazes de fazer inferências possíveis com base no contexto fornecido.

A análise do gráfico destaca a necessidade de reforçar o ensino de habilidades de inferência, conforme proposto por Marcuschi, e promover uma compreensão mais profunda do contexto cultural entre os alunos, o que envolve o trabalho imagem-texto também, e todos os aspectos presentes na materialidade.

Questão 3

Figura 11: Gráfico questão 3, propaganda 1



Fonte: produção própria

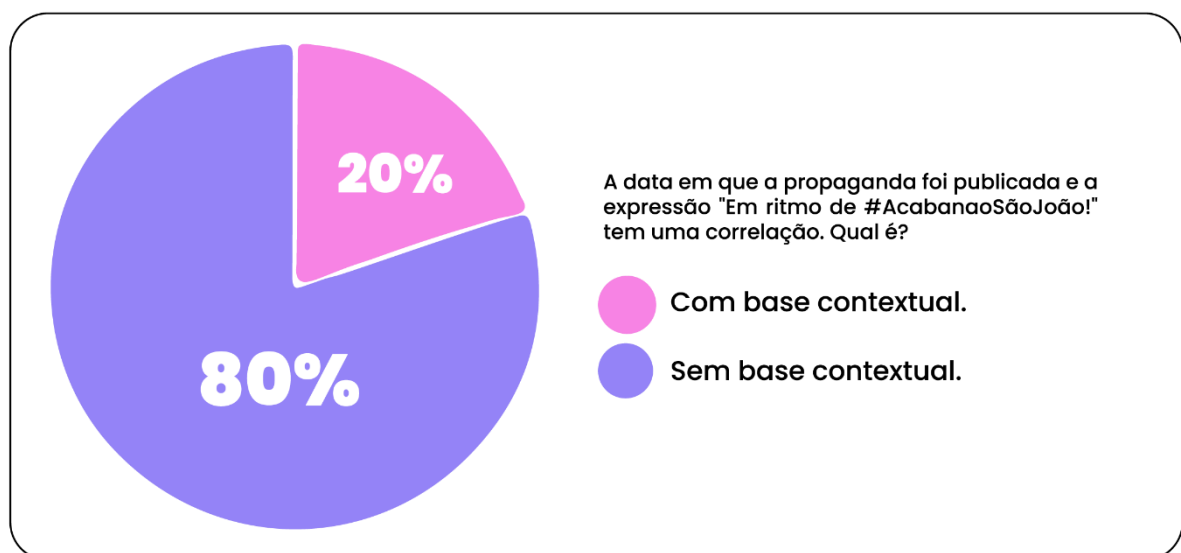
O gráfico relacionado à questão sobre a relação dos elementos da imagem com o tema da propaganda revela uma clara tendência por parte dos estudantes em identificar a roupa do dinossauro como o elemento mais relacionado ao tema do texto. Dos dados apresentados, a grande maioria, ou seja, 93,3% dos estudantes, selecionaram corretamente 'a roupa do dinossauro' como o elemento imagético mais relevante para o tema do São João. Essa predominância de respostas em favor da roupa do dinossauro reflete compreensão por grande parte dos alunos voluntários sobre os elementos visuais que contextualizam o tema da propaganda, o que não ocorreu na primeira questão, quando apenas 53% dos voluntários demonstraram reconhecer a camisa xadrez do personagem como um item associado a festas juninas. Levantamos duas hipóteses para esses resultados díspares: (1) a primeira questão tem como foco a fala do personagem, ou seja, um elemento linguístico, e não há, na

pergunta, um direcionamento para os elementos imagéticos. (2) A segunda questão dirigiu a atenção dos voluntários para os elementos imagéticos. Além disso, o fato de a questão ser de múltipla escolha, apresentando alternativas, pode ter facilitado a quantidade maior de acertos, uma vez que, entre as opções (dinossauro, olhar, sorriso e roupa), apenas a 'roupa' está diretamente ligada ao tema. As alternativas também delimitaram as possibilidades de inferenciação dos estudantes, além de possibilitar a eliminação de respostas menos adequadas à análise que pede a questão.

Apenas uma pequena parcela dos estudantes, representando 6,7% das respostas, optaram pela alternativa "o olhar do dinossauro para o interlocutor".

Questão 4

Figura 12: Gráfico questão 4, propaganda 1



Fonte: produção própria

A análise dos dados do último gráfico em relação à questão sobre a correlação entre a data da propaganda e a expressão "Em ritmo de #acabanaoSãoJoão!" revela uma notável discrepância entre as respostas com base contextual e aquelas sem base contextual, o que pode ser compreendido à luz da teoria de inferência de Marcuschi. Dos dados apresentados, 80% das respostas foram classificadas como sem base contextual, enquanto apenas 20% foram consideradas com base contextual. Isso indica que a maioria dos estudantes pode não ter conhecimento sobre as datas das festas juninas, que ocorrem no mês de junho.

A ausência de referências contextualizadas nas respostas sugere uma lacuna na habilidade dos alunos em interpretar e compreender os elementos culturais presentes na propaganda, o que está diretamente associado à capacidade inferencial discutida por Marcuschi. Os estudantes podem ter enfrentado desafios ao conectar os elementos visuais da imagem ao tema do São João devido à possível falta de familiaridade com as tradições culturais regionais ou à dificuldade em aplicar seu conhecimento prévio sobre o assunto para fazer inferências adequadas.

Por outro lado, os poucos estudantes que forneceram respostas com base contextual demonstraram uma compreensão profunda do contexto cultural e foram capazes de aplicar esse conhecimento para identificar o elemento mais associado ao São João na imagem, que seria a sanfona. Esses resultados destacam a importância de abordagens educacionais que visem aprimorar as habilidades de compreensão contextual e inferencial dos alunos, conforme sugerido pela teoria de Marcuschi, especialmente em contextos de interpretação de textos multimodais com referências culturais específicas.

As análises realizadas revelam que, embora alguns alunos tenham demonstrado habilidades de compreensão contextual e inferencial, uma parte significativa deles parece enfrentar dificuldades em aplicar essas habilidades de forma consistente ao interpretar textos multimodais com referências culturais específicas, como a propaganda "Festa Junina fora de época". Isso sugere a necessidade de um ensino mais robusto e abrangente que desenvolva tanto o conhecimento cultural quanto as habilidades de inferência dos alunos.

Além disso, as discrepâncias nos resultados parecem mostrar alunos com diferentes níveis de compreensão de textos multimodais, pois, por meio das análises, percebe-se que a maioria dos voluntários obteve melhor desempenho ao focar na camisa xadrez. Embora tenham havido equívocos nas questões que envolviam elementos verbais, como a frase proferida pelo personagem ou a interpretação das cores em relação ao tema, a questão imagética, relacionada à vestimenta do personagem, foi mais clara para eles. Essa diferença pode indicar que a inferência é mais acessível quando se trata de elementos não verbais, ressaltando as dificuldades encontradas na compreensão de elementos textuais.

Logo, é perceptível que os estudantes oscilam em sua capacidade inferencial, ora demonstrando compreender o contexto da propaganda como uma festa de São João, ora demonstrando não ter esse entendimento. Essa variação sugere a

necessidade de uma abordagem pedagógica mais consistente e direcionada, que desenvolva habilidades de inferência tanto para elementos verbais quanto não verbais, visando a uma compreensão mais completa e precisa dos textos multimodais.

8.1.2 PROPAGANDA 2 - PROTOCOLO VIOLETA

Expectativas de respostas – Propaganda 2 – Protocolo violeta

1) Nesse exemplar de propaganda, há a ilustração de um punho fechado e erguido, em um fundo violeta e uma mensagem institucional na forma verbal. Pergunta-se, acerca dela, qual é a mensagem transmitida pela presença da mão erguida com punho fechado na propaganda.

- a) Apoio à diversidade cultural
- b) Celebração da liberdade de expressão
- c) Apoio aos direitos das mulheres
- d) Incentivo à prática esportiva

Resposta correta: c) Apoio aos direitos das mulheres

Expectativa de resposta: Nesta questão é esperado que o estudante faça a inferência da mensagem transmitida pelo punho fechado, essa é um tipo de linguagem não verbal e nesse contexto está relacionada a apoio, união... o tipo de conhecimento aqui requerido seria o cultural. Nesse contexto esse sinal está se referindo ao apoio dos direitos das mulheres, haja visto o tema da propaganda ser relativo ao respeito as mulheres.

2) Qual é a razão para o destaque das cores amarela e branca nos nomes "Protocolo" e "Violeta"?

- a) Representação de cores favoritas da região
- b) Reforço do destaque dos títulos
- c) Influência de tendências de design contemporâneo
- d) Indicação de temas relacionados à natureza

Resposta correta: b) Reforço do destaque dos títulos

Expectativa de resposta: Nesta questão, a intencionalidade é que o estudante seja capaz de identificar o propósito do destaque nas cores e no tamanho, do nome “protocolo violeta”.

3) Nessa propaganda há uma mão com punho fechado, a cor da mão pode sugerir algo? o que? (Questão aberta)

Expectativa de resposta: A inferência aqui está relacionada ao tom da pele. Sabe-se que a propaganda está relacionada a violência contra a mulher, porém sabemos que a mulher negra sofre mais violência que a mulher branca.

Em uma reportagem do jornal UFJN notícias⁶ há um relato de que mulheres negras são as maiores vítimas em casos de violência. De acordo com uma essa pesquisa feita na UFJN, a realidade de mulheres negras no Brasil é preocupante: mais de 12 milhões de mulheres negras já foram vítimas de violência, correspondendo a 65,6% do total de 18 milhões de mulheres vítimas no país.

Sendo assim, a cor da mão em tom mais escuro pode indicar que as mulheres negras são as que mais sofrem com a violência, no Brasil. Iremos considerar como **inferências possíveis (base contextual)** caso o aluno utilize em suas repostas palavras como: **preconceito, racismo** ou seus sinônimos. Outras palavras ou contextos serão considerados **falseamento ou extrapolação (sem base contextual)**.

4) Por que o fundo na cor violeta pode ser considerado relevante para a mensagem transmitida na propaganda?

- a) Representa a união de diferentes ideias
- b) Indica um evento festivo na cidade
- c) Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres
- d) Sinaliza a importância do equilíbrio ambiental

Resposta correta: c) Por que reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres

⁶ Para ler o material na íntegra, acessar: <https://www2.ufjf.br/noticias/2023/11/24/mulheres-negras-sao-as-maiores-vitimas-em-casos-de-violencia/> (acessado em 01-03-2024)

Expectativa de resposta: O conhecimento prévio requerido nessa questão é o **cultural e a percepção sobre cores**. A cor violeta é utilizada para representar a delicadeza e feminidade da mulher.

Quadro 13: Respostas sobre a propaganda 2 - Protocolo violeta

VOLUNTÁRIOS	PERGUNTA 1	PERGUNTA 2	PERGUNTA 3	PERGUNTA 4
ALUNO 1	a) Apoio à diversidade cultural.	a) Representação de cores favoritas da região.	O protocolo violeta e o projeto de lei que previne e combate a violência.	a) Representa a união de diferentes ideias.
ALUNO 2	c) Apoio aos direitos das mulheres.	b) Reforço do destaque dos títulos.	Uma mão com o punho fechado pode dizer que as pessoas estão fazendo um protetor de alguma coisa que está incomodando os(as) pessoas do local.	a) Representa a união de diferentes ideias.
ALUNO 3	b) Celebração da liberdade de expressão.	b) Reforço do destaque dos títulos.	A mão com punho fechado na propaganda pode representar força, resistência ou solidariedade. A cor da mão, se for específica, pode sugerir uma conexão com um movimento social ou causa específica.	c) Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres.
ALUNO 4	c) Apoio aos direitos das mulheres.	a) Representação de cores favoritas da região.	Não sei. Poderia sugerir sim. Algo contra o racismo.	a) Representa a união de diferentes ideias.
ALUNO 5	c) Apoio aos direitos das mulheres.	b) Reforço do destaque dos títulos.	Para poder proteger as mulheres.	a) Representa a união de diferentes ideias.
ALUNO 6	c) Apoio aos direitos das mulheres.	b) Reforço do destaque dos títulos.	A força das mulheres e determinação contra esses casos.	c) Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres.
ALUNO 7	c) Apoio aos direitos das mulheres.	b) Reforço do destaque dos títulos.	Essa mão também pode ser representação contra o racismo.	c) Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres.

Quadro 14: Respostas sobre a propaganda 2 - Protocolo violeta

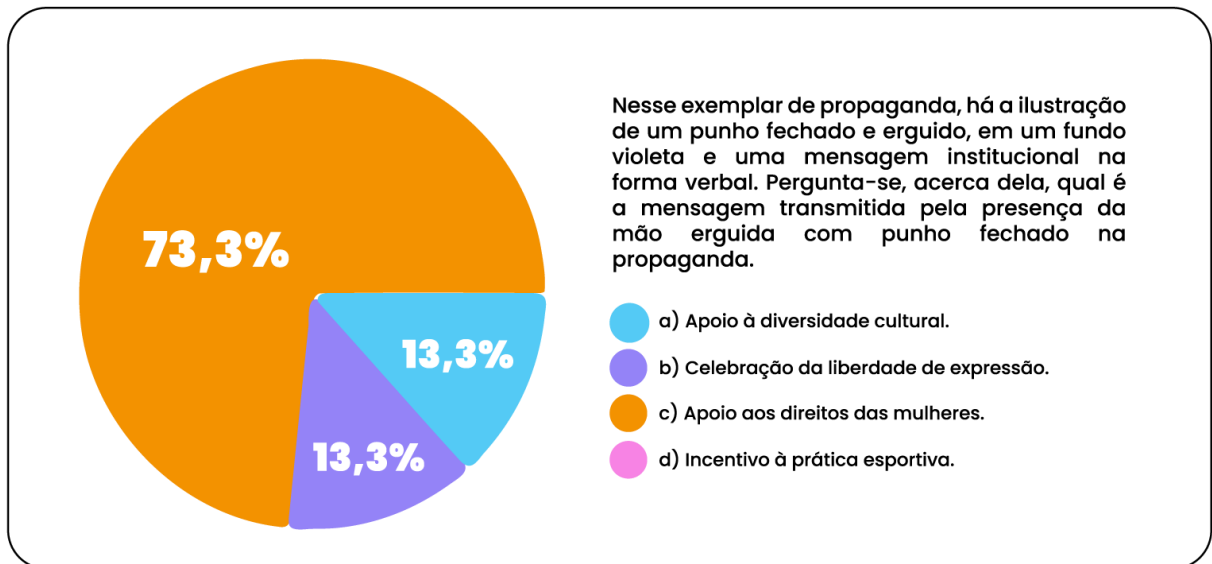
VOLUNTÁRIOS	PERGUNTA 1	PERGUNTA 2	PERGUNTA 3	PERGUNTA 4
ALUNO 8	c) Apoio aos direitos das mulheres.	b) Reforço do destaque dos títulos.	Essa mão ela pode sugerir o combate contra o racismo também.	c) Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres.
ALUNO 9	c) Apoio aos direitos das mulheres.	b) Reforço do destaque dos títulos.	Solidariedade e apoio.	c) Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres.
ALUNO 10	c) Apoio aos direitos das mulheres.	b) Reforço do destaque dos títulos.	Solidariedade e paz.	c) Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres.
ALUNO 11	c) Apoio aos direitos das mulheres.	b) Reforço do destaque dos títulos.	Sinal de luta contra preconceito, racismo etc.	c) Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres.
ALUNO 12	c) Apoio aos direitos das mulheres.	b) Reforço do destaque dos títulos.	Acho que seria mais o significado de querer justiça, pós realmente tá tendo muito estupro no mundo, e as cores são mais um destaque pra chamar mais atenção pra mais pessoas verem o cartaz.	c) Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres.
ALUNO 13	b) Celebração da liberdade de expressão.	b) Reforço do destaque dos títulos.	A mão com punho fechado pode representar resistência, determinação e solidariedade. A cor da mão pode sugerir diversidade e unidade.	c) Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres.
ALUNO 14	c) Apoio aos direitos das mulheres.	c) Influência de tendências de design contemporâneo	Direitos a mulheres.	d) Sinaliza a importância do equilíbrio ambiental
ALUNO 15	a) Apoio à diversidade cultural.	c) Influência de tendências de design contemporâneo		c) Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres.

Fonte: produção própria

8.1.2.1 Gráficos de resultados por questões:

Questão 1

Figura 13: Gráfico questão 1, propaganda 2



Fonte: produção própria.

A análise do gráfico em relação à questão sobre a mensagem transmitida pela presença da mão erguida com punho fechado na propaganda revela que a maioria dos estudantes, representada por 73,3% das respostas, identificou corretamente a mensagem como "apoio aos direitos das mulheres". Isso sugere que a maioria dos alunos foi capaz de fazer a inferência correta sobre o tema da propaganda, com base no contexto apresentado na propaganda.

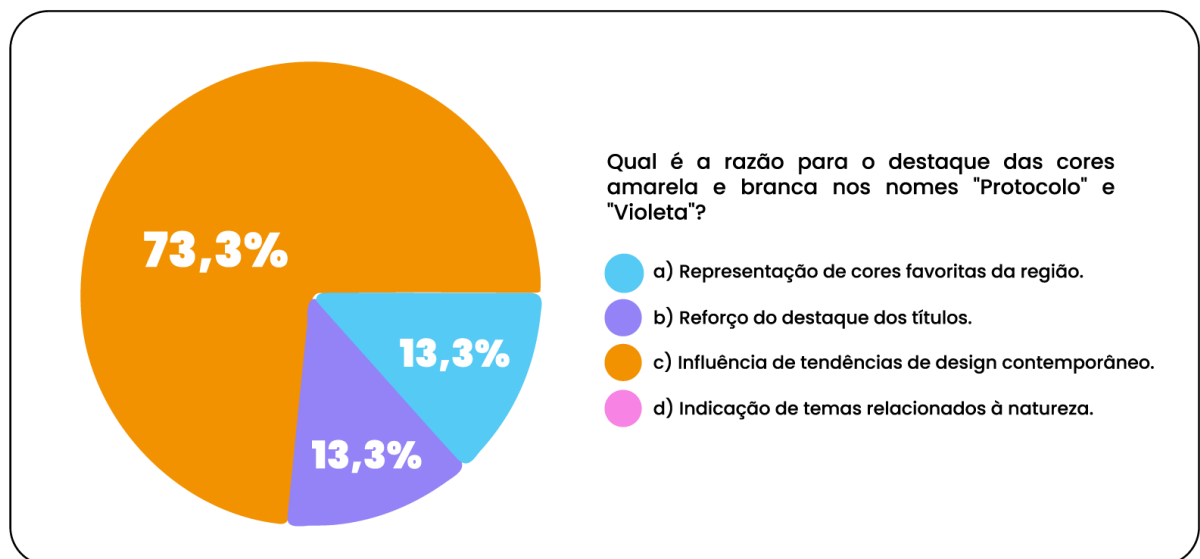
Essa alta porcentagem de respostas corretas reflete uma compreensão por parte dos alunos sobre o significado simbólico do punho erguido, associando-o ao apoio aos direitos das mulheres. A interpretação demonstra a capacidade dos alunos de reconhecer e aplicar conhecimentos culturais pertinentes para compreender mensagens não verbais em contextos específicos relacionados à propaganda. A origem desse gesto é a luta contra o racismo, o que pode ser interpretado como uma conexão com a ideia de "luta" pelos direitos das mulheres, especialmente considerando a situação das mulheres negras. Portanto, a questão 1 não apenas aborda o apoio aos direitos das mulheres, mas também pode ser vista como uma

reflexão sobre a luta pelos direitos das mulheres negras, evidenciando uma compreensão mais profunda por parte dos alunos.

No entanto, é importante notar que uma parcela menor de estudantes, representando 13,3% das respostas, interpretou erroneamente o símbolo como uma "Celebração da liberdade de expressão", enquanto outros 13,3% entenderam como "apoio à diversidade cultural". Essas respostas indicam interpretações equivocadas do contexto ou falta de conhecimento sobre o simbolismo associado ao gesto do punho fechado. De acordo com a teoria da inferência de Marcuschi, a compreensão e interpretação de mensagens dependem da capacidade do receptor de fazer inferências a partir do contexto apresentado, o que não ocorre nas respostas dessa parcela de estudantes.

Questão 2

Figura 14: Gráfico questão 2, propaganda 2



Fonte: produção própria.

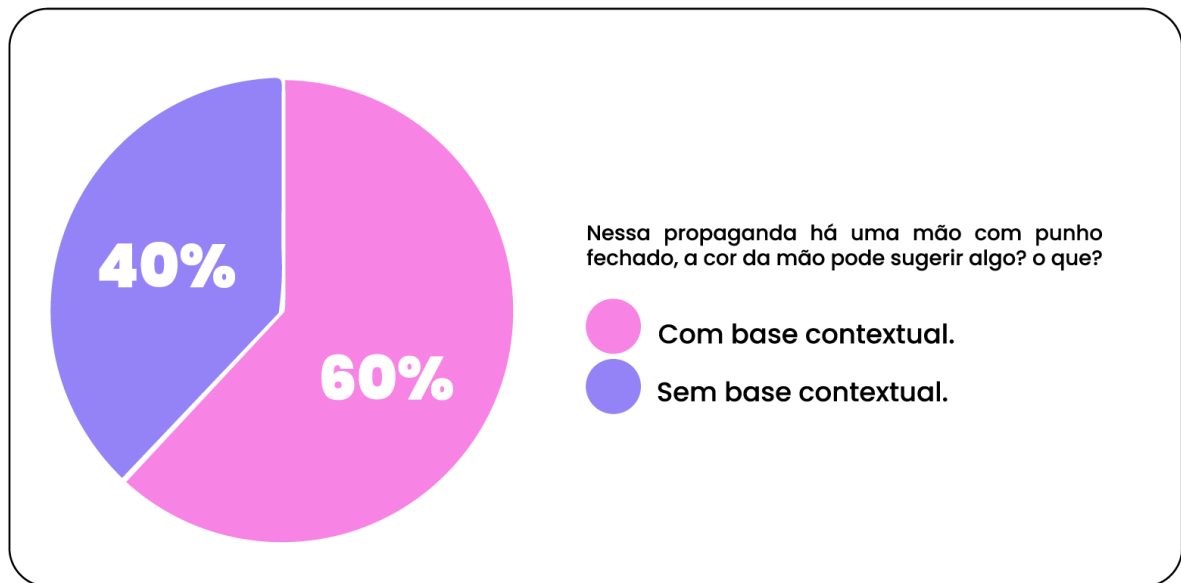
A análise do gráfico revela que a grande maioria dos estudantes, representando 73,3% das respostas, identificou corretamente a razão como sendo o "reforço do destaque dos títulos". Isso sugere que a maioria dos alunos compreendeu a intenção por trás do destaque nas cores e no tamanho dos nomes na propaganda. Essa alta porcentagem de respostas corretas indica uma compreensão eficaz por parte dos alunos sobre como elementos visuais como cores e tamanho podem ser utilizados

para chamar a atenção do espectador e destacar informações importantes em uma propaganda.

Essa interpretação demonstra a capacidade dos alunos de reconhecer estratégias de design gráfico comuns em materiais de comunicação visual, mesmo que não tenham conhecimento acerca dessas estratégias teoricamente.

Questão 3

Figura 15: Gráfico questão 3, propaganda 2



Fonte: produção própria.

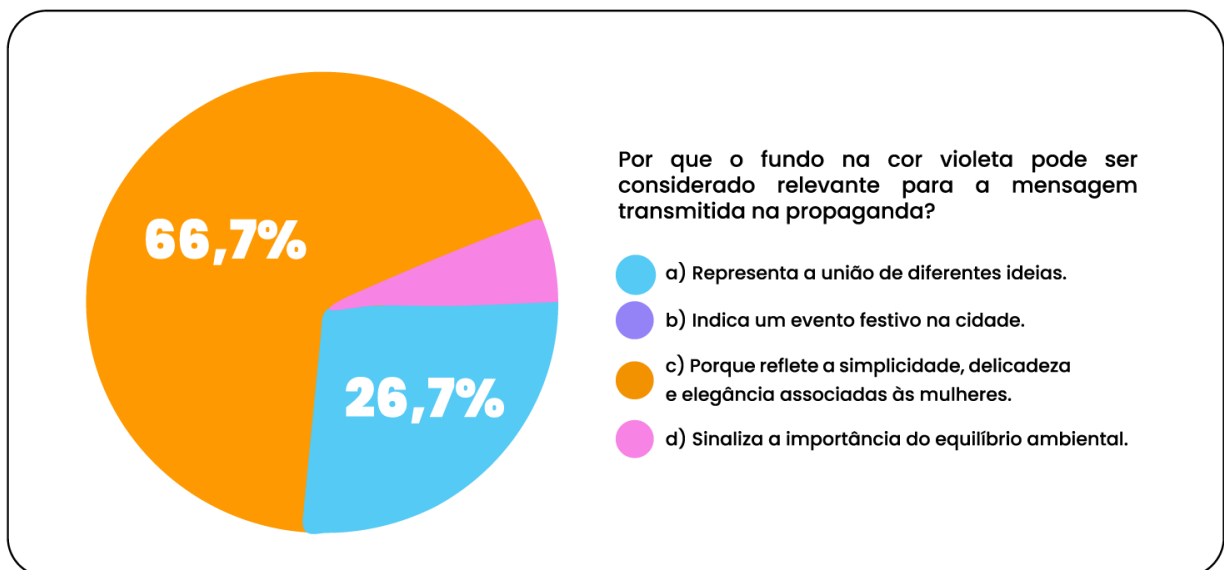
O gráfico sobre a sugestão que a cor da mão pode trazer na propaganda revela que a maioria dos estudantes, representando 60% das respostas, identificou corretamente que o tom mais escuro da mão sugere que as mulheres negras são as que mais sofrem com a violência. Isso demonstra que a maioria dos alunos foi capaz de fazer uma inferência contextual relevante, utilizando conhecimentos sobre a realidade social e estatísticas relacionadas à violência contra mulheres negras no Brasil.

Essa alta porcentagem de respostas com base contextual indica uma compreensão eficaz por parte dos alunos sobre como interpretar elementos visuais em uma propaganda à luz de questões sociais mais amplas, como o racismo e o preconceito. Eles conseguiram fazer uma conexão entre o tom da pele da mão na propaganda e a realidade de violência enfrentada pelas mulheres negras.

40% das respostas, entretanto, mostram que boa parte dos estudantes não conseguiu fazer essa inferência contextual e forneceu respostas sem base contextual. Isso sugere uma possível falta de compreensão sobre a relação entre o tom da pele na propaganda e a questão mais ampla da violência contra mulheres negras, embora seja algo bastante presente no contexto contemporâneo brasileiro.

Questão 4

Figura 16: Gráfico questão 4, propaganda 2



Fonte: produção própria.

A análise do gráfico relacionado à questão sobre o fundo na cor violeta e sua relevância para a mensagem transmitida na propaganda revela, por fim, que a maioria dos estudantes, representando 66,7% das respostas, identificou corretamente que o violeta reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres. Isso sugere que a maioria dos alunos compreendeu a associação cultural da cor violeta com características femininas e foi capaz de aplicar esse conhecimento na interpretação da mensagem da propaganda.

Após analisar os dados obtidos nas quatro perguntas, embora, no geral, o desempenho dos voluntários tenha sido melhor na análise da propaganda 2, em relação ao seu desempenho na análise da propaganda 1, é possível identificar algumas fragilidades deles em relação às habilidades de inferenciação propostas por Marcuschi, considerando-se esse tema. Em primeiro lugar, observamos que menor

parcela os alunos demonstraram dificuldades em fazer inferências com base contextual. Isso sugere uma falta de compreensão sobre como relacionar os elementos visuais da propaganda ao contexto apresentado. Além disso, houve uma tendência dos alunos em fornecer respostas sem base contextual, mesmo quando o conhecimento prévio era necessário para inferir corretamente a mensagem transmitida.

Por exemplo, na questão 3, onde se esperava que os alunos inferissem a mensagem transmitida pela cor da mão na propaganda, 60% responderam com base contextual, indicando uma dificuldade em aplicar o conhecimento prévio sobre a violência contra mulheres negras no Brasil. Outra fragilidade observada foi a dificuldade dos alunos em fazer inferências precisas a partir de elementos visuais específicos, como as cores e o destaque dos títulos na propaganda. Embora a maioria tenha respondido corretamente à questão 1, identificando o apoio aos direitos das mulheres como a mensagem transmitida pela presença do punho fechado, ainda houve uma porcentagem considerável de respostas sem base contextual (40%).

8.1.3 Propaganda 3 - Dia mundial da conscientização do autismo.

Expectativas de respostas – Propaganda 3

1) Nessa propaganda, as mãos de uma criança estão sobre as de um adulto e sobre elas um coração em um quebra-cabeças. O símbolo inicialmente escolhido pela Autism Speaks foi o quebra-cabeça, retratando uma peça solta com uma criança chorando, simbolizando a exclusão de crianças com autismo na sociedade. Após críticas, foi substituído por uma versão com quatro peças encaixadas, destacando os diferentes espectros do autismo. Após a apresentação da imagem, questiona-se que mensagem é transmitida pela presença das duas mãos, uma de um adulto e outra de uma criança, segurando um coração em formato de quebra-cabeça na propaganda?

- a) Incentivo à prática de atividades artísticas
- b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão
- c) Promoção de saúde mental
- d) Celebração de datas comemorativas

Resposta correta: b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão

Expectativa de resposta: Na imagem da propaganda 2, o conhecimento requerido seria o **cultural**, visto que o simbolismo das duas mãos uma sobre a outra representa acolhimento, e o **técnico** já que o símbolo de representação do autismo é o quebra-cabeças, e esse é um conhecimento mais específico para quem estuda sobre esse transtorno.

2) Por que a data de 2 de abril, em fundo amarelo e com fonte azul, pode ser relevante para a mensagem sobre o autismo na propaganda?

- a) Representa o início de uma campanha de conscientização
- b) Reflete a associação do autismo com a cor verde
- c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo
- d) Simboliza um evento esportivo para crianças autistas

Resposta correta: c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo

Expectativa de resposta: A interpretação nesta questão está relacionada com o dia mundial da conscientização do autismo, título que se encontra ao lado da data "2 de abril". O conhecimento requerido seria o **cultural**. Questão de nível básico, em que a associação deve ser feita por inferência, entre o espaço em que o título e a data encontram-se dispostos na propaganda.

3) Qual a possível relação entre a cor azul do slogan "Dia Mundial da Conscientização do Autismo" e a conscientização sobre o autismo?

- a) Representa a cor oficial do autismo
- b) Refere-se a uma campanha específica da prefeitura de Olinda
- c) Indica o apoio a causas relacionadas à saúde mental
- d) Simboliza a natureza e a tranquilidade

Resposta correta: a) Representa a cor oficial do autismo

Expectativa de resposta: o conhecimento requerido nessa questão seria o conhecimento **técnico**, visto que exige um conhecimento um pouco mais profundo sobre o autismo, e **sobre cores**. A cor utilizada para representar o autismo é a azul.

4) Por que o slogan "Com o respeito às diferenças, construímos um mundo plural e melhor" pode ser considerado relevante para a mensagem transmitida na propaganda? (Questão aberta)

Expectativa de resposta: Esta questão é aberta, portanto iremos considerar como **inferências possíveis (base contextual)** caso o aluno utilize em suas repostas palavras como: **igualdade, respeito, inclusão, diversidades ou** seus sinônimos. Outras palavras ou contextos serão considerados **falseamento ou extrapolação (sem base contextual)**.

Quadro 15: Respostas sobre a propaganda 3, Dia mundial da conscientização do autismo.

VOLUNTÁRIOS	PERGUNTA 1	PERGUNTA 2	PERGUNTA 3	PERGUNTA 4
ALUNO 1	d) Celebração de datas comemorativas.	c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo.	d) Simboliza a natureza e a tranquilidade.	Que devemos tratar todo mundo igual.
ALUNO 2	b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão.	d) Simboliza um evento esportivo para crianças autistas.	a) Representa a cor oficial do autismo.	Esse slogan é relevante porque promove a valorização da diversidade e da inclusão, transmitindo uma mensagem positiva e empática.
ALUNO 3	d) Celebração de datas comemorativas.	c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo.	a) Representa a cor oficial do autismo.	Esse slogan é relevante porque ressalta a importância do respeito às diferenças e da construção de um mundo mais inclusivo.
ALUNO 4	b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão.	c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo.	c) Indica o apoio a causas relacionadas à saúde mental.	Esse slogan é relevante porque promove a valorização da diversidade e da inclusão, transmitindo uma mensagem positiva e empática.
ALUNO 5	b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão.	a) Representa o início de uma campanha de conscientização.	c) Indica o apoio a causas relacionadas à saúde mental.	O dia 02 de abril é o dia mundial da conscientização do autismo com o respeito as diferenças construímos um mundo plural e melhor.
ALUNO 6	b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão.	c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo.	a) Representa a cor oficial do autismo.	Para inclusão social dependendo ser for autista ou não, todos devem ser respeitados.
ALUNO 7	c) Promoção de saúde mental.	a) Representa o início de uma campanha de conscientização.	d) Simboliza a natureza e a tranquilidade.	Sim.
ALUNO 8	b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão.	a) Representa o início de uma campanha de conscientização.	a) Representa a cor oficial do autismo.	Sim, pois devemos incluir todos e construir um mundo plural e melhor.

Quadro 16: Respostas sobre a propaganda 3, Dia mundial da conscientização do autismo.

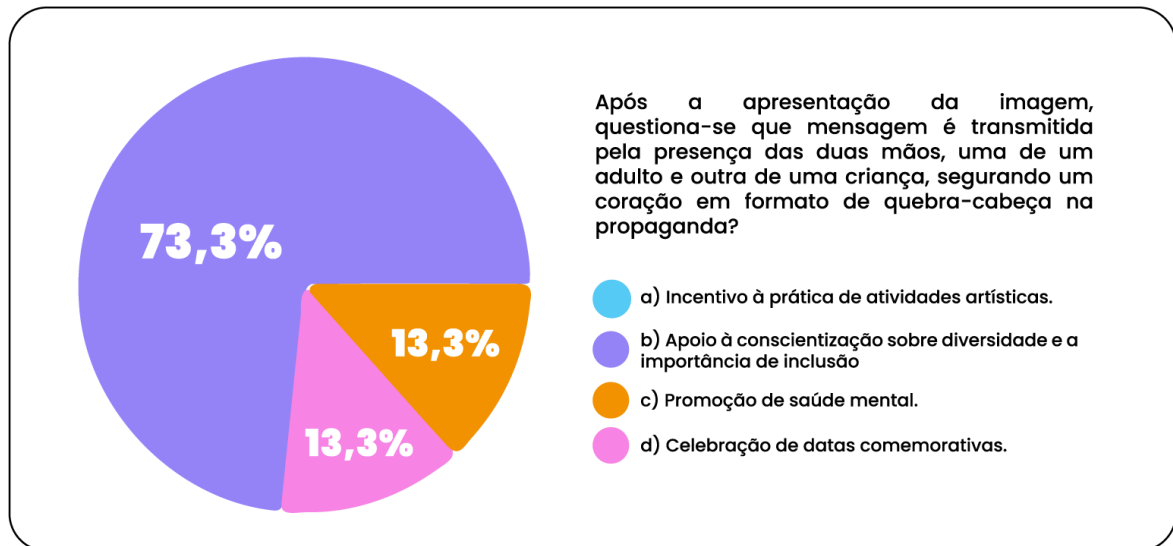
VOLUNTÁRIOS	PERGUNTA 1	PERGUNTA 2	PERGUNTA 3	PERGUNTA 4
ALUNO 9	b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão.	a) Representa o início de uma campanha de conscientização.	d) Simboliza a natureza e a tranquilidade.	Pode ser relevante por que mesmo com as diferenças tem q existir o respeito entre todos.
ALUNO 10	b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão.	b) Reflete a associação do autismo com a cor verde	c) Indica o apoio a causas relacionadas à saúde mental	Objetivo de de levar informações as pessoas para reduzir a discriminação, e também que todos temos nossos direitos.
ALUNO 11	c) Promoção de saúde mental.	c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo.	a) Representa a cor oficial do autismo.	Para ter respeito com pessoas e crianças autistas.
ALUNO 12	b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão.	c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo.	a) Representa a cor oficial do autismo.	Sim.
ALUNO 13	b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão.	c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo.	d) Simboliza a natureza e a tranquilidade.	Pois faz sentido ao tipo da propaganda.
ALUNO 14	b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão.	c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo.	a) Representa a cor oficial do autismo.	O slogan "Com o respeito às diferenças, construímos um mundo plural e melhor" pode ser considerado relevante para a mensagem transmitida na propaganda porque reforça a importância da inclusão, da diversidade e do respeito mútuo. A mensagem destaca a ideia de que ao respeitarmos as diferenças, contribuímos para a construção de um mundo mais plural e melhor para todos. Isso está alinhado com a mensagem de apoio à conscientização sobre o autismo e à importância de promover a compreensão, aceitação e inclusão das pessoas com autismo. A frase enfatiza a valorização das diferenças como um elemento enriquecedor da sociedade e reforça a importância de criar um ambiente onde todos são respeitados e incluídos.
ALUNO 15	b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão.	c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo.	a) Representa a cor oficial do autismo.	Por que uma reflexão para as pessoas.

Fonte: produção própria.

8.1.3.1 Gráficos de resultados por questões:

Questão 1

Figura 17: Gráfico questão 1, propaganda 3



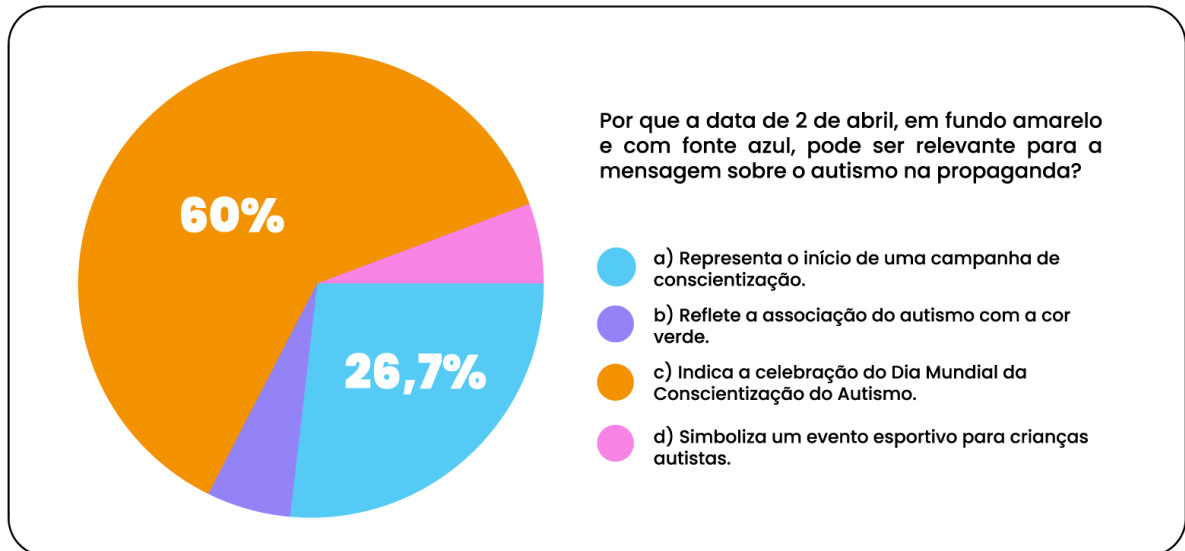
Fonte produção própria.

Na análise da questão 1, observa-se uma adesão considerável dos estudantes à resposta correta, indicando que compreenderam o simbolismo visual presente na propaganda sobre autismo. A maioria expressiva, composta por 73% dos participantes, identificou corretamente que a presença das mãos de uma criança sobre as de um adulto, segurando um coração em formato de quebra-cabeça, representa apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão. Essa resposta alinha-se com a expectativa de que os alunos fossem capazes de fazer inferências sobre o significado simbólico da imagem, também de sua capacidade de compreensão de linguagem não verbal, refletindo uma compreensão profunda do contexto apresentado.

Entretanto, é relevante destacar a parcela dos estudantes que não conseguiu inferir corretamente a mensagem presente na imagem, correspondente a 26,6% das respostas. Esses selecionaram outras opções que não condizem com a mensagem transmitida pela propaganda. Os dados evidenciam, nesse caso, que ainda existe uma proporção significativa de alunos que enfrentam desafios em fazer inferências precisas a partir de elementos visuais e simbólicos, mesmo diante de um contexto cultural significativamente veiculado no meio social que a eles foi apresentado.

Questão 2

Figura 18: Gráfico questão 2, propaganda 3



Fonte: produção própria

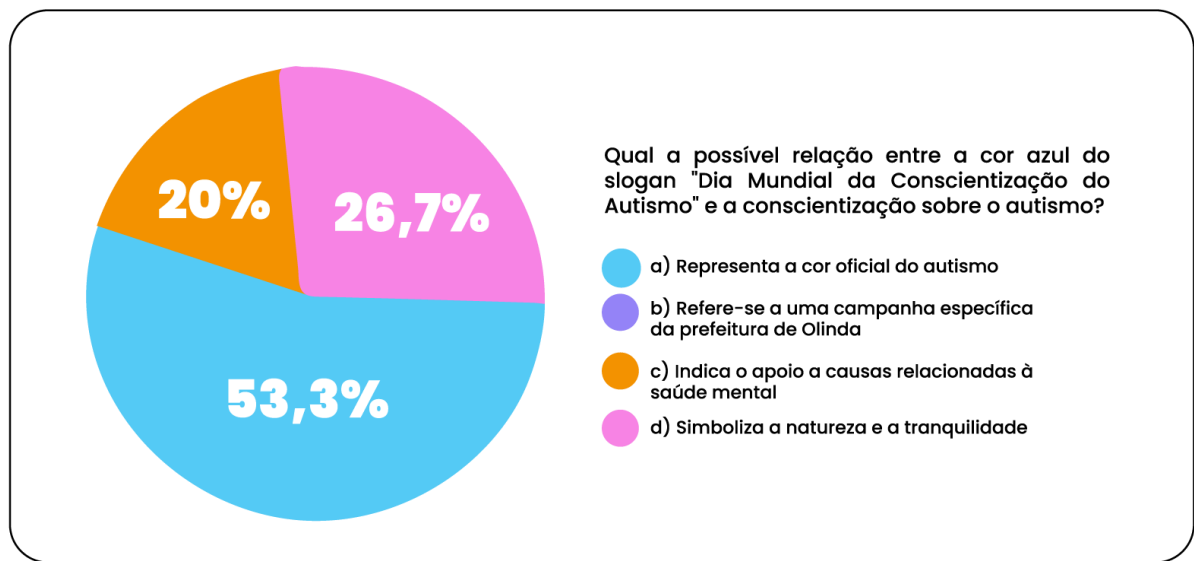
Na questão 2, O contexto proposto sugere uma associação entre a data destacada e a celebração desse dia específico, marcado internacionalmente para conscientização sobre o Transtorno do Espectro Autista (TEA).

Dos dados apresentados no gráfico, observamos que 60% dos estudantes marcaram a alternativa correta (c) “Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo”. Essa alta porcentagem indica um reconhecimento significativo por parte dos alunos sobre a importância dessa data para a conscientização e compreensão do autismo.

Por outro lado, os dados dos estudantes que escolheram a alternativa (a) e o restante das respostas foi dividido entre as alternativas (b) e (d) sugerem uma certa confusão ou falta de clareza entre os estudantes em relação ao propósito específico da data de 2 de abril e sua ligação com a conscientização do autismo, talvez pela falta de conhecimento contextual acerca do tema.

Questão 3

Figura 19: Gráfico questão 3, propaganda 3



Fonte: produção própria

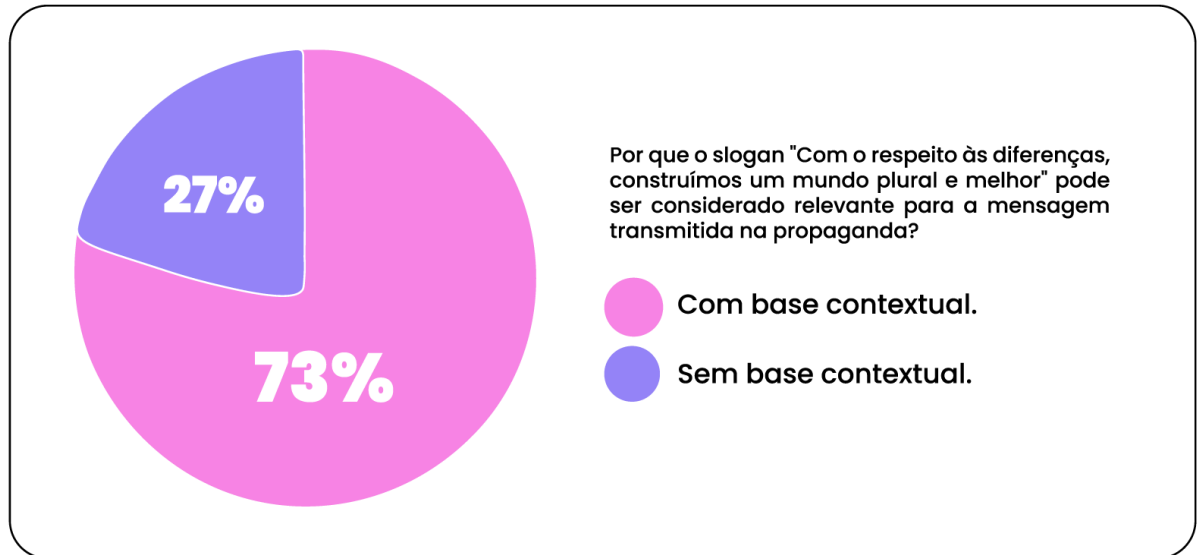
A possível relação entre a cor azul do slogan "Dia Mundial da Conscientização do Autismo" e a conscientização sobre o autismo pode ser compreendida pela associação dessa cor como a cor oficial do autismo. Dos dados apresentados pelo gráfico, observamos que significativa parte dos estudantes, 53,3%, identificou corretamente que a cor azul representa a cor oficial do autismo. Isso reflete um conhecimento significativo sobre o tema e uma compreensão adequada da associação entre a cor e a conscientização sobre o autismo. Talvez, a temática esteja presente no contexto dos estudantes no meio escolar, o que explicaria sua capacidade de inferência acerca dessa questão.

Ainda assim, 26,7% dos estudantes selecionaram a alternativa (d), e 20% optaram pela alternativa (c). Essas respostas indicam uma certa confusão ou falta de clareza entre os estudantes em relação ao significado específico da cor azul no contexto da conscientização sobre o autismo.

De acordo com o conceito de inferência mobilizado por Marcuschi, os dados mostram que a maioria dos estudantes foi capaz de fazer inferências corretas sobre a relação entre a cor azul e a conscientização sobre o autismo, indicando que parte dos estudantes consegue compreender o contexto representado na propaganda. Mas 46,7% de respostas incorretas sugere que quase metade dos alunos não foram capazes de aplicar seu conhecimento prévio sobre o autismo e seus símbolos associados para inferir a resposta correta.

Questão 4

Figura 20: Gráfico questão 4, propaganda 3



Fonte: produção própria

Analisando os dados referentes à questão aberta sobre o slogan "Com o respeito às diferenças, construímos um mundo plural e melhor" presente na propaganda, observamos que a maioria dos estudantes (73%) conseguiu oferecer respostas embasadas no contexto. Logo, vê-se capacidade de os estudantes fazerem inferências apropriadas, relacionando o slogan à mensagem geral transmitida na propaganda.

Essas respostas contextualizadas incluíram termos-chave como igualdade, respeito, inclusão e diversidade, evidenciando a compreensão dos alunos sobre a importância do respeito às diferenças para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva, em linha com os princípios expressos no slogan.

Os outros 27% apresentaram respostas descontextualizadas, o que pode indicar uma dificuldade em compreender completamente o significado e a relevância do slogan dentro do contexto da propaganda, também menor capacidade de relacionar texto verbal e não-verbal. Essas respostas possivelmente foram mais superficiais e não conseguiram abordar diretamente o tema central do respeito às diferenças e sua contribuição para a criação de um mundo melhor e mais plural.

8.1.4 Propaganda 4 - Vacinação infantil, covid-19

Expectativas de respostas – propaganda 4 - Vacinação infantil, covid-19

1) O que representa as imagens cronológicas do bebê, em uma propaganda sobre vacinação infantil contra a COVID-19?

- a) Destacar a importância da alimentação saudável na infância
- b) Promover o acompanhamento do crescimento infantil
- c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento
- d) Celebrar datas importantes na vida das crianças

Resposta correta: c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento

Expectativa de resposta: O conhecimento inferencial nesta questão requer que o estudante faça uma correlação da imagem associada ao sentido do texto escrito. As crianças representadas no desenho são as entre 0 e 2 anos, faixa em que estaria ocorrendo a vacinação na época da propaganda.

2) Qual a possível razão para a presença das imagens ilustrativas de vírus na propaganda sobre vacinação infantil contra a COVID-19?

- a) Representar a importância da higiene pessoal
- b) Ilustrar os diferentes tipos de vírus em circulação
- c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças
- d) Celebrar descobertas médicas recentes

Resposta correta: c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças

Expectativa de resposta: o conhecimento **técnico e cultural** sobre o vírus covid-19 irá auxiliar o estudante ao responder essa questão, visto que ao saber da gravidade do vírus poderá inferir sobre a importância da vacinação através da referida imagem.

3) Por que a presença dos logos do SUS e da prefeitura de Jaboatão dos Guararapes na parte inferior pode ser relevante para a mensagem sobre a vacinação contra a COVID-19 infantil?

- a) Reflete a importância da parceria público-privada na saúde
- b) Indica a origem das imagens ilustrativas na propaganda
- c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação
- d) Representa o patrocinador oficial da campanha de vacinação

Resposta correta: c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação

Expectativa de resposta: os conhecimentos necessários aqui são basicamente **o técnico**, sobre o SUS, e sua importância na vacinação contra o covid-19 e **o cultural** para inferir sobre a importância dos governos na luta contra doenças infecciosas.

4) Nessa propaganda vemos crianças de vários tamanhos e também um desenho de algo que parece um vírus “Qual as possíveis conexões que existem entre o vírus e as crianças?

Expectativa de resposta: Podemos fazer uma comparação entre os vírus desenhados em vários tamanhos, e as crianças de diferentes idades. Significando assim, que os vírus da covid-19 podem infectar não só adultos como também crianças de qualquer idade. Iremos considerar como inferências possíveis (base textual), respostas que façam menção ao vírus correlacionados com a infecção em crianças. E como extrapolação e falseamento (sem base textual), respostas com outros contextos que não sejam os anteriormente citados.

Quadro 17: Respostas sobre a propaganda 4 - Vacinação infantil, covid-19

VOLUNTÁRIOS	PERGUNTA 1	PERGUNTA 2	PERGUNTA 3	PERGUNTA 4
ALUNO 1	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças.	d) Representa o patrocinador oficial da campanha de vacinação.	Que vírus também pode pegar em diferentes idades
ALUNO 2	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças.	c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação.	Não sei.
ALUNO 3	b) Promover o acompanhamento do crescimento infantil	c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças.	c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação.	Que em cada estágio da infância de uma criança ela precisa de uma vacinação pra não pega o vírus.
ALUNO 4	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	b) Ilustrar os diferentes tipos de vírus em circulação.	a) Reflete a importância da parceria público-privada na saúde	A vacinação contra a covid 19 em crianças entre 06 meses e 2 anos de idade com comorbidades e de 06 a 11 meses e 29 dias sem comorbidades foi iniciada no Jaboatão do Guararapes.
ALUNO 5	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças.	c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação.	A possível conexão é que as crianças podem ser portadoras assintomáticas do vírus e a vacinação é importante para prevenir sua transmissão.
ALUNO 6	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças.	c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação.	As possíveis conexões entre o vírus e as crianças são a vulnerabilidade das crianças à infecção, a importância de protegê-las por meio da vacinação e a necessidade de garantir um ambiente seguro para o crescimento saudável.
ALUNO 7	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças.	c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação.	As possíveis conexões entre o vírus e as crianças são a vulnerabilidade das crianças à infecção, a importância de protegê-las por meio da vacinação e a necessidade de garantir um ambiente seguro para o crescimento saudável.

Quadro 18: Respostas sobre a propaganda 4 - Vacinação infantil, covid-19

VOLUNTÁRIOS	PERGUNTA 1	PERGUNTA 2	PERGUNTA 3	PERGUNTA 4
ALUNO 8	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças.	c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação.	A possível conexão do vírus e as crianças é que segundo o artigo de 2020, não estavam vacinando as crianças, já que não estavam fazendo testes em massa, pois em 90% dos casos os sintomas são leves e não são severos que nem nos adultos.
ALUNO 9	a) Destacar a importância da alimentação saudável na infância.	c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças.	c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação.	A relação das crianças e do vírus da covid -19, e que não estavam fazendo testes rápidos nas crianças abaixo de 2 anos pois os sintomas manifestados em 90% dos casos eram brandas e não severas como nos adultos.
ALUNO 10	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	d) Celebrar descobertas médicas recentes.	c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação.	
ALUNO 11	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	b) Ilustrar os diferentes tipos de vírus em circulação.	b) Indica a origem das imagens ilustrativas na propaganda.	Que mesmo que a criança tenha pouca idade também pode ser contaminada com o vírus.
ALUNO 12	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças.	c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação.	Porque a campanha de vacinação é para crianças de 6 meses a 2 anos.
ALUNO 13	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	b) Ilustrar os diferentes tipos de vírus em circulação.	d) Representa o patrocinador oficial da campanha de vacinação.	Para os pais vacinarem seus filhos por cada período da sua vida Infantil.
ALUNO 14	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças.	a) Reflete a importância da parceria público-privada na saúde.	Quando as crianças estão pequenas, são mais vulneráveis.

Quadro 19: Respostas sobre a propaganda 4 - Vacinação infantil, covid-19

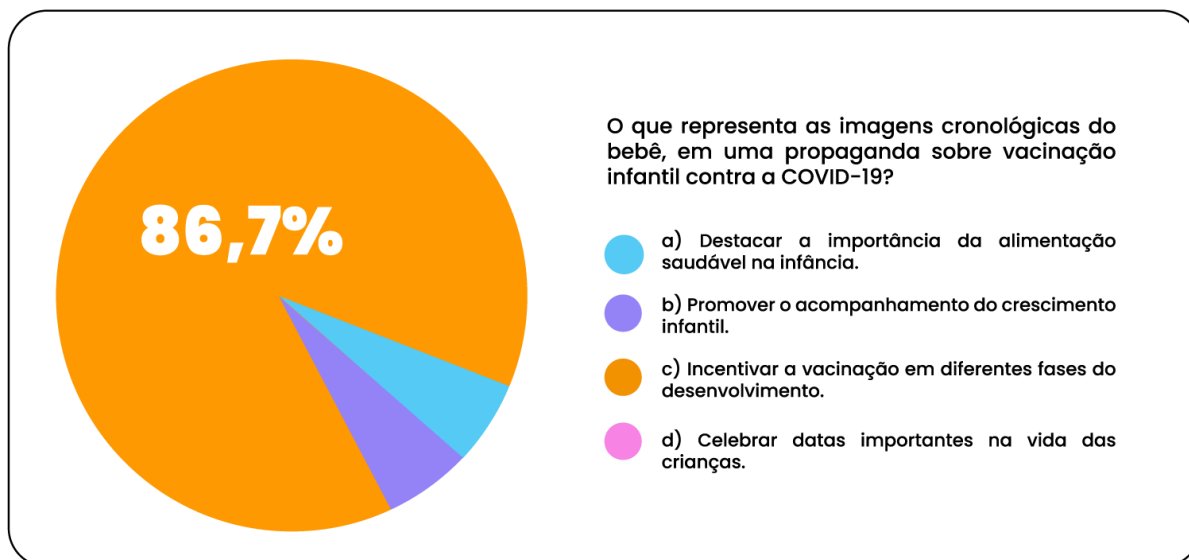
VOLUNTÁRIOS	PERGUNTA 1	PERGUNTA 2	PERGUNTA 3	PERGUNTA 4
ALUNO 15	c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento.	c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças.	c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação.	As possíveis conexões que existem entre o vírus e as crianças incluem: 1. Vulnerabilidade: As crianças são suscetíveis a infecções virais, incluindo a COVID-19, e podem ser afetadas pelos vírus de maneira significativa. Portanto, a presença do desenho de um vírus pode destacar a vulnerabilidade das crianças a doenças infecciosas. 2. Proteção: A presença do desenho de um vírus pode ressaltar a importância da proteção das crianças contra agentes infecciosos, enfatizando a necessidade de vacinação para prevenir doenças como a COVID-19. 3. Conscientização: A imagem do vírus pode servir como um lembrete visual da importância da conscientização sobre doenças infecciosas, educando sobre a necessidade de prevenção e cuidados adequados para proteger as crianças.

Fonte: produção própria.

8.1.4.1 Gráficos de resultados por questões:

Questão 1

Figura 21: Gráfico questão 1, propaganda 4



Fonte: produção própria

Os dados do gráfico da questão 1 indicam que a maioria dos alunos demonstrou uma compreensão adequada da mensagem da propaganda, mas ainda há uma pequena proporção que pode precisar de apoio adicional para fazer inferências precisas sobre ações de saúde pública.

Observamos que a maioria dos estudantes (86,7%) selecionou a alternativa c, o que significa que maior parte deles compreendeu as imagens cronológicas do bebê na propaganda. Isso sugere que conseguiram fazer inferências, relacionando as imagens à mensagem transmitida sobre a importância da vacinação em diferentes fases do desenvolvimento infantil. Eles compreenderam o contexto da propaganda e a necessidade de imunização ao longo do crescimento das crianças, a partir de elementos imagéticos, especialmente durante os primeiros anos de vida, quando a vacinação é fundamental para protegê-las contra doenças potencialmente graves, como a COVID-19.

Os demais estudantes optaram por outras alternativas, como a alimentação saudável na infância (alternativa a) e o acompanhamento do crescimento infantil (alternativa b). Há, ao que parece falta de compreensão do contexto específico da propaganda e da relação entre as imagens e a mensagem sobre vacinação infantil contra a COVID-19.

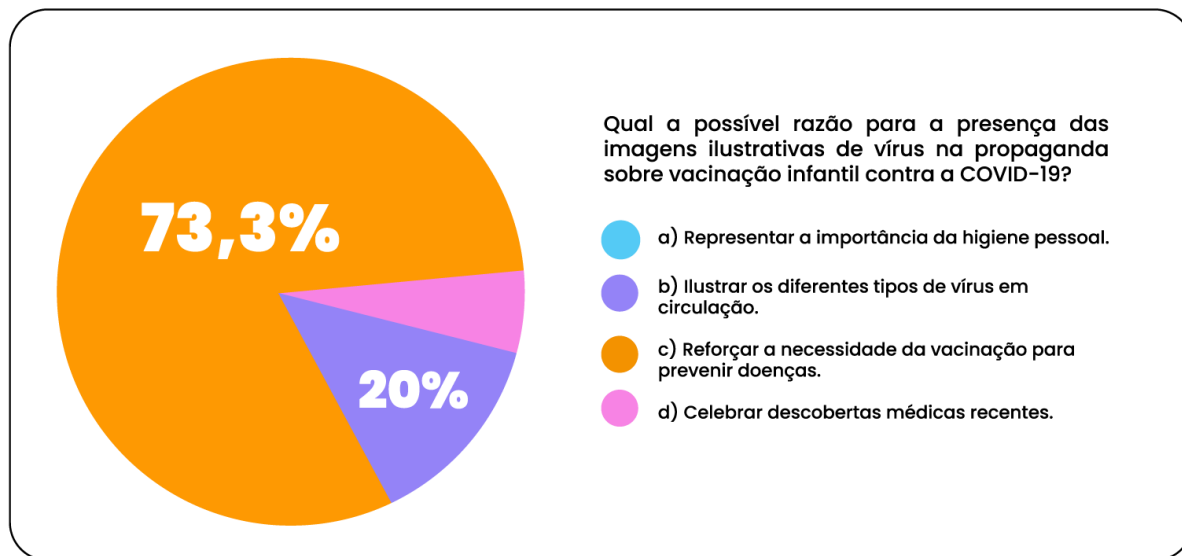
Uma possível explicação para o fato de mais alunos terem relacionado elementos verbais a não verbais na análise da propaganda 4, em comparação com a propaganda 1, pode estar relacionada à familiaridade e à proximidade dos alunos com o tema da vacinação infantil contra a COVID-19. Como a questão da vacinação tem sido amplamente discutida na mídia e na sociedade devido à pandemia em curso, os alunos podem ter um conhecimento prévio mais sólido sobre esse tema em comparação com o tema abordado na propaganda 1, que pode ser mais distante de suas experiências cotidianas.

Além disso, a propaganda 4 apresenta elementos visuais que são mais diretamente relacionados à saúde e ao cuidado infantil, como a imagem de um bebê em diferentes estágios de crescimento e os símbolos de uma seringa e uma cruz, que remetem à vacinação e à saúde. Esses elementos podem ter sido mais facilmente associados à mensagem verbal sobre vacinação contra a COVID-19, permitindo aos alunos fazer conexões mais diretas entre os elementos verbais e não verbais da propaganda.

Por outro lado, na propaganda 1, que aborda o tema do autismo, os elementos visuais podem não ser tão imediatamente relacionados à mensagem verbal. Embora o quebra-cabeça seja um símbolo associado ao autismo, a interpretação desse símbolo pode ser mais complexa e requerer um conhecimento prévio específico sobre o tema. Portanto, os alunos podem ter encontrado mais dificuldade em relacionar os elementos visuais da propaganda 1 com a mensagem verbal sobre autismo, resultando em uma menor proporção de alunos que fizeram essa conexão.

Questão 2

Figura 22: Gráfico questão 2, propaganda 4



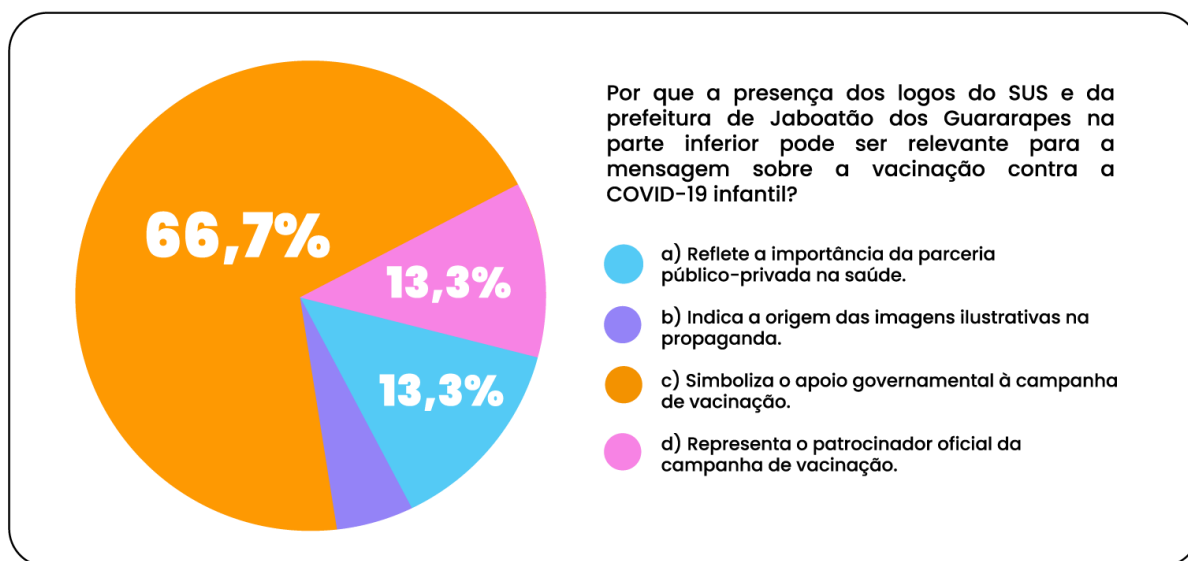
Fonte: produção própria

Nos dados referentes à questão sobre a presença das imagens ilustrativas de vírus na propaganda de vacinação infantil contra a COVID-19, percebemos que também a maioria dos estudantes (73,3%) selecionou a alternativa que indica a compreensão da importância da vacinação para a prevenção de doenças. Isso é um sinal positivo, indicando que os alunos estão reconhecendo a relevância da imunização, especialmente em meio à pandemia, além de conseguir associar o texto não-verbal ao contexto social mobilizado pela propaganda.

Os demais estudantes voluntários não demonstraram compreender o propósito das imagens, indicando a presença de diferentes interpretações sobre a mensagem da propaganda. Isso revela que não conseguem, ao menos no caso dessa propaganda, relacionar as imagens ao contexto pandêmico e à vacinação por, provavelmente, falta de conhecimento prévio sobre o tema.

Questão 3

Figura 23: Gráfico questão 3, propaganda 4



Fonte: produção própria

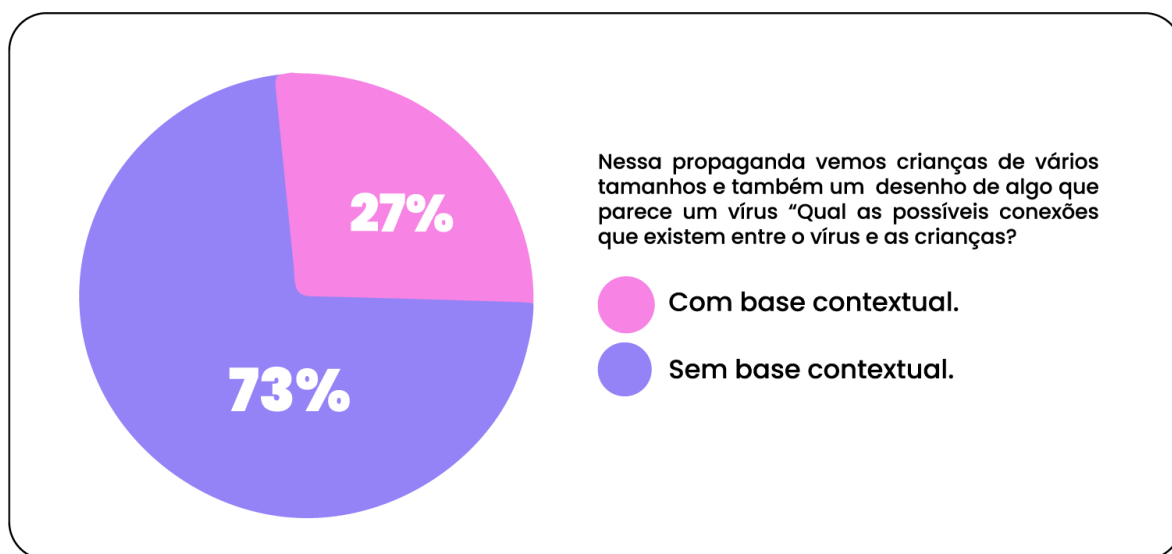
Nessa questão, a maioria dos participantes (66,7%) identificou o propósito dos logos na propaganda. Estes alunos demonstraram compreender que a inclusão dos logos simboliza o respaldo governamental à campanha de imunização, evidenciando a importância do apoio institucional na promoção da confiança pública na eficácia e segurança das vacinas.

As interpretações equivocadas dos logos, por sua vez, mostram que uma parcela minoritária dos alunos (13,3%) possivelmente não tem conhecimento sobre o papel das entidades governamentais na condução de iniciativas de saúde pública, como as campanhas de vacinação ou não consegue associar esse papel à temática abordada na propaganda.

Ainda assim, o resultado se mostra satisfatório, visto que quase 70% dos participantes demonstram capacidade de inferenciação e de articulação entre a linguagem não-verbal, verbal e o contexto que a propaganda mobiliza.

Questão 4

Figura 24: Gráfico questão 4, propaganda 4



Fonte: produção própria

Ao analisarmos as respostas dos alunos sobre as conexões entre o vírus na propaganda e as crianças, constatamos que a maioria, 73%, apresentou respostas sem base no texto ou contexto, revelando uma dificuldade em tecer inferências a partir das informações disponíveis.

Essas respostas, desprovidas de fundamento contextual, sugerem uma lacuna na compreensão da mensagem transmitida pela imagem e sua relação com a vacinação infantil contra a COVID-19. Parece que a imagem que representa o vírus, apesar de ter sido amplamente divulgada nos meios de comunicação de massa durante o período da pandemia de Corona Vírus, não é familiar aos voluntários.

Em contraste, 27% dos alunos se destacaram por fornecer respostas contextualizadas, conectando o vírus à possibilidade de infecção em crianças de diferentes idades. Estes alunos demonstraram a capacidade de navegar pelas informações visuais da propaganda, revelando uma compreensão mais profunda do conteúdo e uma interpretação mais aguçada.

8.1.5 Propaganda 5 - Vacinação Infantil – turno estendido

Expectativas de respostas – 5 - Vacinação Infantil – turno estendido

1) Qual a mensagem transmitida pela presença dos desenhos animados com carinhas felizes, sol, lua e objetos como seringa e símbolo de cruz na propaganda sobre vacinação infantil?

- a) Incentivo à prática de atividades ao ar livre
- b) Celebração de datas especiais para crianças
- c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica
- d) Promoção de eventos culturais para famílias

Resposta correta: c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica

Expectativa de resposta: As imagens são o foco a ser analisado nessa questão, o conhecimento exigido nela é o **cultural**. As imagens como sol, lua e carinhas felizes, remetem a parte lúdica, pois o público alvo é infantil e a seringa, o símbolo da cruz, reflete a importância e seriedade da vacinação.

2) Por que a escolha das cores azul, amarelo, laranja e branco pode ser relevante para a mensagem sobre vacinação infantil?

- a) Indicam uma conexão com a natureza e o meio ambiente
- b) Refletem as cores da bandeira do país
- c) Representam a diversão e a alegria associadas à infância
- d) Simbolizam a segurança e a confiabilidade das vacinas

Resposta correta: c) Representam a diversão e a alegria associadas à infância

Expectativa de resposta: o conhecimento exigido nessa questão é o **cultural** e sobre representação das cores. A inferência deve ser feita através da percepção de cores e imagens associadas ao texto escrito.

3) Em sua opinião a figura do sol e da lua, tem alguma relação com a informação central passada no texto escrito? Qual seria?

Expectativa de resposta: A informação central passada nesse texto é sobre o “turno de vacinação estendido”, ou seja, o horário de atendimento iria se iniciar às 9 da manhã e se estender até às 22 da noite, a imagem do sol e da lua representam justamente a ideia de que o horário da vacinação infantil será desde a manhã (sol) até a noite (lua). Portanto serão consideradas como **inferências possíveis (base contextual)** todas as afirmações que associem o sol e a lua ao horário ou turno estendido da vacinação infantil. E **falseamento ou extrapolação (sem base contextual)** todos os contextos que não estão associados a essa mensagem.

4) Qual a possível relação entre a presença do microfone na propaganda e a mensagem sobre vacinação infantil?

- a) Indica a presença de entretenimento durante o evento
- b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde
- c) Simboliza a presença de um apresentador famoso no evento
- d) Representa a necessidade de comunicação eficaz sobre vacinas

Resposta correta: b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde

Expectativa de resposta: O conhecimento requisitado nessa questão é o **cultural**, o microfone representa a informação, que deve ser passada de forma clara e para o máximo de pessoas possíveis.

Quadro 20: Respostas sobre a propaganda 5 - Vacinação Infantil – turno estendido

VOLUNTÁRIOS	PERGUNTA 1	PERGUNTA 2	PERGUNTA 3	PERGUNTA 4
ALUNO 1	c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica.	d) Simbolizam a segurança e a confiabilidade das vacinas.	Sim pós fala que a vacinação está no turno da noite e do dia.	b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde
ALUNO 2	a) Incentivo à prática de atividades ao ar livre.	b) Refletem as cores da bandeira do país	E essencial para proteger as crianças contra diversas doenças.	b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde
ALUNO 3	c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica.	c) Representam a diversão e a alegria associadas à infância.	Que pode ir a qualquer hora vacinar.	a) Indica a presença de entretenimento durante o evento
ALUNO 4	c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica.	c) Representam a diversão e a alegria associadas à infância.	Turno estendido.	b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde
ALUNO 5	c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica.	c) Representam a diversão e a alegria associadas à infância.	Sim, Turno estendido.	b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde
ALUNO 6	c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica.	c) Representam a diversão e a alegria associadas à infância.	Sim, a figura do sol e da lua pode representar a importância da vacinação para a saúde infantil em diferentes momentos do dia, enfatizando a proteção contínua.	b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde
ALUNO 7	a) Incentivo à prática de atividades ao ar livre.	d) Simbolizam a segurança e a confiabilidade das vacinas.	Tudo bem.	c) Simboliza a presença de um apresentador famoso no evento.
ALUNO 8	c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica.	c) Representam a diversão e a alegria associadas à infância.	Sim, porque a vacinação irá estar acontecendo na parte da manhã e na parte da noite.	b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde

Quadro 21: Respostas sobre a propaganda 5 - Vacinação Infantil – turno estendido

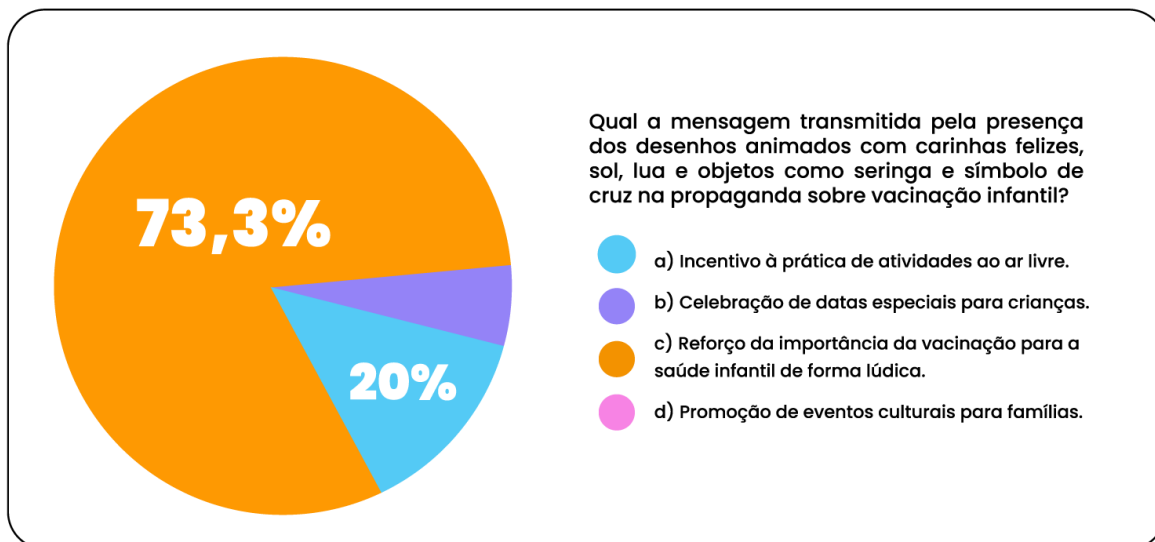
VOLUNTÁRIOS	PERGUNTA 1	PERGUNTA 2	PERGUNTA 3	PERGUNTA 4
ALUNO 9	c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica.	a) Indicam uma conexão com a natureza e o meio ambiente.	Sim, porque a vacinação irá está acontecendo na parte da manhã e na parte da noite.	b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde.
ALUNO 10	c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica.	a) Indicam uma conexão com a natureza e o meio ambiente.	Reflete sobre a importância da vacinação infantil.	b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde.
ALUNO 11	c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica.	d) Simbolizam a segurança e a confiabilidade das vacinas.	E que dá pra tomar vacina de dia e de noite.	b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde.
ALUNO 12	c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica.	b) Refletem as cores da bandeira do país.	Sim, a figura do sol e da lua pode representar a passagem do tempo, indicando a importância da vacinação em diferentes fases do desenvolvimento infantil.	b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde.
ALUNO 13	a) Incentivo à prática de atividades ao ar livre.	c) Representam a diversão e a alegria associadas à infância.	Dia e noite.	c) Simboliza a presença de um apresentador famoso no evento.
ALUNO 14	b) Celebração de datas especiais para crianças.	c) Representam a diversão e a alegria associadas à infância.		c) Simboliza a presença de um apresentador famoso no evento.
ALUNO 15	c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica.	c) Representam a diversão e a alegria associadas à infância.	Seria a conexão com a saúde e a da natureza natureza.	b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde.

Fonte: produção própria.

8.1.5.1 Gráficos de resultados por questões:

Questão 1

Figura 25: Gráfico questão 1, propaganda 5



Fonte: produção própria

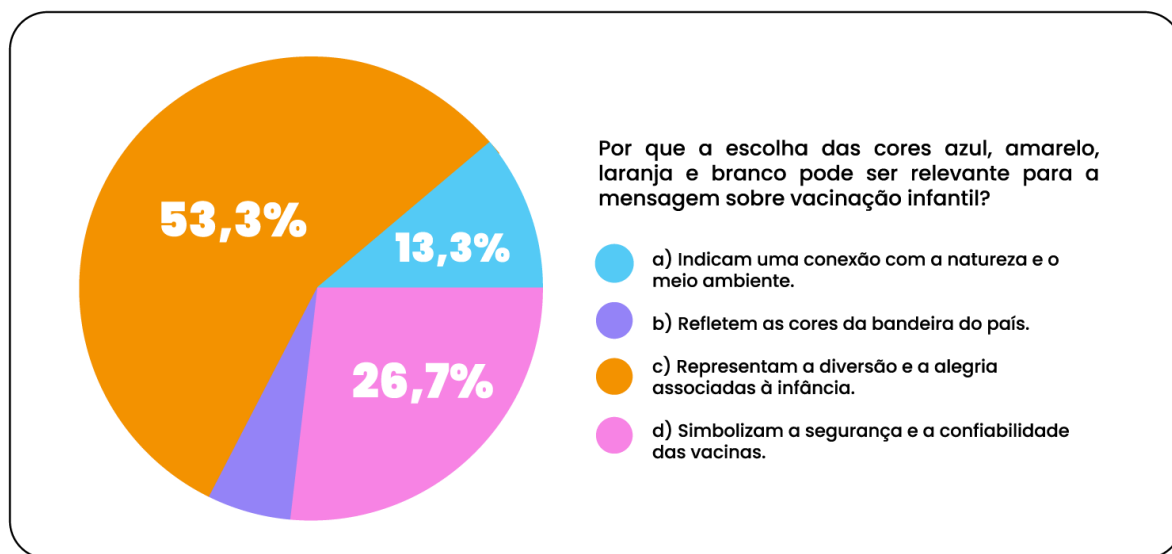
A análise dos dados mostra que a maioria dos alunos foi capaz de compreender a importância da vacinação infantil, apresentada com elementos imagéticos lúdicos, ou seja, com imagens com contornos normalmente utilizados em materiais para crianças. Isso evidencia uma importante capacidade de compreensão das estratégias visuais e simbólicas utilizadas na propaganda para comunicar sua mensagem ao público-alvo. 73,3% dos estudantes identificou corretamente que a presença dos desenhos animados com carinhas felizes, sol, lua e objetos como seringa e símbolo de cruz na propaganda visa reforçar a importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica. Talvez, o direcionamento da propaganda facilite o diálogo e compreensão desse público, que é o foco da propaganda. Ao associar o sol, a lua e as carinhas felizes a uma atmosfera lúdica e amigável, e ao incluir objetos como a seringa e o símbolo de cruz, que remetem diretamente à vacinação e à área da saúde, os alunos entram em contato com elementos mais próximos do seu contexto.

Nessa questão, ainda assim, 20% dos estudantes respondeu incorretamente, associando as imagens a um incentivo à prática de atividades ao ar livre. Essa resposta, embora não seja a esperada, indica uma interpretação que pode ser influenciada por diferentes perspectivas e experiências individuais. Mas também pode

se dar por conta dos elementos empregados na propaganda, como a ilustração do sol, da lua, até mesmo pelo desenho da seringa, que segura um autofalante em postura que parece remeter a um momento de diversão, de férias, ao brincar.

Questão 2

Figura 26: Gráfico questão 2, propaganda 5



Fonte: produção própria

Na questão 2, a maioria dos alunos (50,3%) acertou ao dizer que as cores da propaganda sobre vacinação infantil representam a diversão e a alegria da infância. Isso mostra que eles entenderam o significado das cores, que são usadas para criar uma atmosfera positiva e convidativa, ou divertida, para as crianças.

Cerca de 26,7% dos alunos escolheram a alternativa “d”, que sugere que as cores azul, amarelo, laranja e branco simbolizam a segurança e a confiabilidade das vacinas. Essa escolha pode ter sido influenciada pela associação das cores a elementos como pureza, limpeza, entre outros, que são frequentemente utilizados em contextos relacionados à saúde e à medicina.

A escolha da alternativa “b”, que representa que as cores refletem as cores da bandeira do país, foi feita por uma parcela menor dos alunos, mas ainda significativa. Essa interpretação pode ter sido influenciada pela associação das cores presentes na propaganda com as cores da bandeira nacional. Mas há um problema de relacionamento entre a análise das cores e aquelas vistas na bandeira, visto que a cor

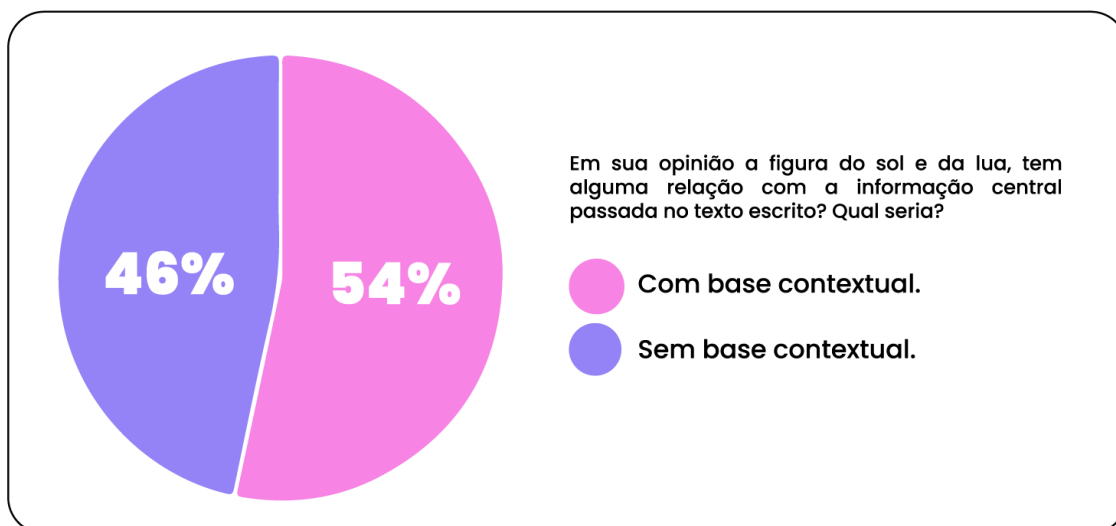
laranja presente na propaganda não faz parte daqueles presentes na referida bandeira.

Por fim, uma pequena porcentagem de alunos, representando os 13,3% restantes, optou pela alternativa “a”, que sugere que as cores indicam uma conexão com a natureza e o meio ambiente. Essa interpretação pode ter sido feita com base na associação das cores presentes na propaganda com elementos naturais, como o azul do céu, o amarelo do sol e o laranja do pôr do sol. Embora essa conexão possa ter sido feita devido à presença dessas cores na natureza, ela não reflete diretamente a mensagem sobre vacinação infantil transmitida pela propaganda. Mas, em se tratando de inferenciação, a aplicação das cores, junto aos elementos sol e lua, pode criar essa dualidade, se não observadas as informações verbais e o desenho da vacina, além do conhecimento prévio sobre as campanhas de vacinação que ocorrem no país.

No geral, os resultados da análise indicam que a maioria dos alunos foi capaz de interpretar corretamente a mensagem transmitida pelas cores da propaganda. Essa compreensão demonstra que os alunos, em parte, estão familiarizados com as associações culturais das cores e que são capazes de interpretar elementos visuais em diferentes contextos. Mas o quantitativo de alunos que erraram a análise é também significativo e mostra que pode haver necessidade de trabalho para que se articule as demais informações que constam na propaganda ao analisar as cores, como proposto.

Questão 3

Figura 27: Gráfico questão 3, propaganda 5



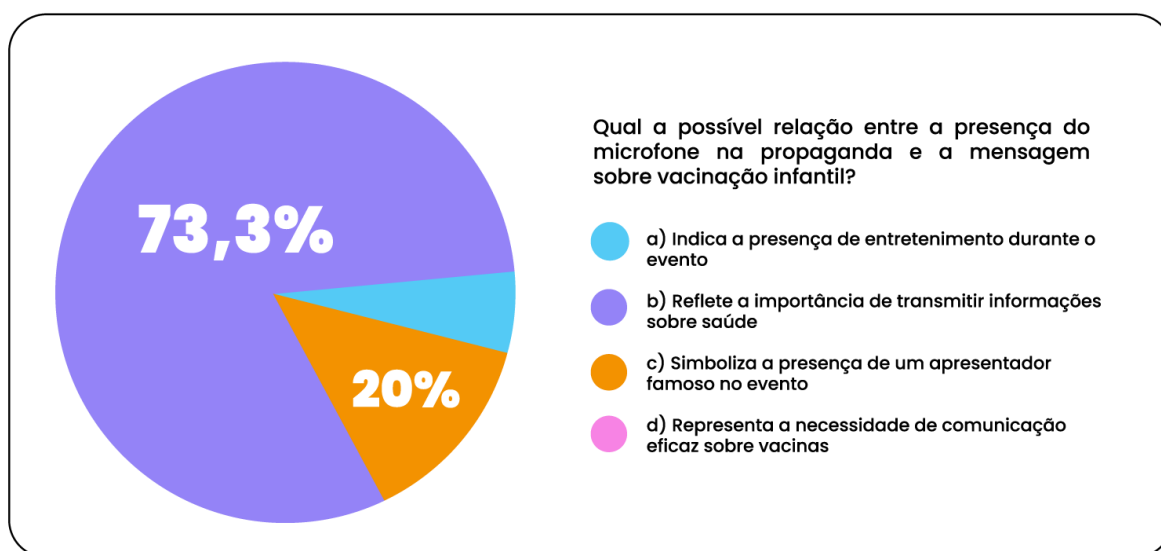
Fonte: produção própria

Nessa questão, cerca de 54% dos alunos responderam com base contextual, associando corretamente a imagem do sol e da lua ao horário estendido de vacinação infantil mencionado no texto. Essa interpretação demonstra uma compreensão efetiva da mensagem central transmitida na propaganda, que destaca a ampliação do horário de atendimento para a vacinação, desde o início da manhã até tarde da noite. Os alunos que escolheram essa opção conseguiram fazer uma inferência apropriada, reconhecendo a relação simbólica entre os elementos visuais e o conteúdo textual apresentado.

No entanto, aproximadamente 46% dos alunos responderam sem base contextual, indicando uma dificuldade em estabelecer essa conexão entre a imagem do sol e da lua e a informação central sobre o horário estendido de vacinação. Esses alunos podem não ter sido capazes de inferir corretamente o significado simbólico dos elementos visuais em relação ao texto escrito, o que reflete uma menor habilidade em interpretar e compreender mensagens multimodais de forma integrada.

Questão 4

Figura 28: Gráfico questão 4, propaganda 5



Fonte: produção própria

Cerca de 73,3% dos alunos selecionaram a alternativa correta, na questão 4, reconhecendo que a presença do microfone na propaganda reflete a importância de transmitir informações sobre saúde. Essa interpretação demonstra uma compreensão

adequada da função do microfone como um meio de comunicação para disseminar, nesse caso, conhecimento e conscientização sobre a vacinação infantil contra a COVID-19. Os alunos que escolheram essa opção conseguiram fazer uma inferência apropriada, relacionando o elemento visual à mensagem central da propaganda.

Dos demais estudantes, 20% selecionaram a alternativa "c", sugerindo que o microfone simbolizava a presença de um apresentador famoso no evento. Essa escolha pode indicar uma interpretação equivocada do papel do microfone na propaganda, associando-o mais ao entretenimento do que à comunicação de informações sobre saúde. Há nesse caso falta de articulação entre a mensagem geral da propaganda e a ilustração. Essa análise destaca a importância de desenvolver habilidades de inferência de forma que o estudante perceba, ao observar cada elemento de um texto híbrido, multimodal, a importância de sempre considerar a totalidade dos elementos para compreender o que cada um, em particular, representa para a mensagem que se veicula.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como foco principal a investigação do desenvolvimento da leitura e inferência em textos multimodais presentes em propagandas institucionais. Iniciamos esta dissertação, tecendo algumas considerações sobre a atual conjuntura da leitura nas aulas de português em turmas do ensino fundamental. Entendemos a necessidade de ensino da leitura e interpretação em sala, partindo do viés de que os gêneros do discurso têm funções comunicativas e de que os alunos devem observar as possíveis intenções do texto, utilizando-se da inferência para tal. Para que os estudantes leiam com proficiência os diversos gêneros textuais que circulam na sociedade, compreendendo as relações sócio-interacionais por estes estabelecidas, há a necessidade de um trabalho didático que seja feito dia após dia na escola. Por isso salientamos que esta pesquisa representa uma modesta contribuição no escopo de um grande trabalho que deve ser feito em sala de aula ao longo da educação básica. Além de aspectos gerais sobre a leitura, apresentamos algumas considerações acerca da multimodalidade e dos vários elementos semióticos presentes em determinados gêneros de textos.

Nossa hipótese era que, através das aulas ministradas durante a pesquisa, os estudantes voluntários tivessem um melhor desenvolvimento em sua formação como leitor, principalmente para o desenvolvimento de suas habilidades interpretativas que envolvessem a atividade da inferência.

A partir dos resultados obtidos, entendemos que as atividades de leitura e análise inferencial tiveram um impacto positivo na sala de aula em que foi aplicada esta pesquisa. Percebemos também que os estudantes lidaram melhor com textos não-verbais, tendo demonstrado maior dificuldade tanto na compreensão de aspectos verbais e com a articulação entre texto verbal e não-verbal. Ou seja, uma tendência relevante se destacou: os alunos apresentaram uma taxa de acerto superior quando expostos com elementos visuais em comparação com os elementos linguísticos. Isso sugere uma maior facilidade na interpretação e inferência a partir de imagens e elementos não-verbais, indicando a necessidade de um maior investimento na prática e desenvolvimento da leitura de textos verbais.

Os dados revelaram que, nas questões que envolviam análise de imagens, por exemplo, os alunos demonstraram construção de sentidos mais pertinente, identificando com maior precisão os elementos simbólicos e inferindo adequadamente

os sentidos possíveis possibilitados pelos textos das propagandas. Por outro lado, nas questões que exigiam uma compreensão de elementos linguísticos, os resultados foram menos consistentes, indicando a necessidade de mais investimento em atividades que explorem a construção de sentidos em textos verbais.

Esses resultados sugerem a necessidade de uma abordagem didática mais ampla para o desenvolvimento da capacidade de leitura de textos multimodais, que inclua a reflexão sobre diferentes temas de interesse social. Os resultados também indicam a importância de uma abordagem interdisciplinar no ensino de leitura, envolvendo professores de diversas áreas do conhecimento, como Ciências, Geografia e História, para enriquecer o repertório dos alunos e promover uma compreensão mais ampla dos temas socialmente relevantes. Para isso, é claro, há necessidade de ampliação, entendemos, de temas cotidianos em sala de aula, visto que a base de conhecimento social dos estudantes voluntários, por vezes, se mostra mais desenvolvida em temas que circundam seu dia a dia e menos desenvolvida em relação a temas de interesse público mais gerais.

Sugerimos, ainda, a criação de mais materiais didáticos que explorem a diversidade de gêneros textuais presentes nas mídias digitais contemporâneas, como as propagandas institucionais, proporcionando aos alunos uma experiência de leitura mais rica e significativa. Essa sugestão se apoia no fato de que gêneros que têm as mídias digitais como suportes apresentam mais recursos para o estudo de textos que articulam elementos linguísticos a elementos imagéticos.

Por fim, gostaríamos de sublinhar que entendemos que a educação do século XXI exige uma nova visão sobre a leitura e a interpretação, uma visão que incorpore as múltiplas linguagens presentes em nosso mundo digitalizado e em constante transformação. Destacamos a importância de uma abordagem pedagógica que reconheça e valorize a multimodalidade da comunicação contemporânea, contribuindo para que os estudantes leiam e interpretem melhor uma variedade de textos, tanto verbais quanto não-verbais. Entretanto, os resultados revelam que muitos que já demonstram ler com certa desenvoltura textos multimodais, ainda não superaram dificuldades de leitura de textos verbais. É claro que o pequeno escopo que esta pesquisa abrange não nos permite fazer afirmações categóricas generalizantes, mas apontam para uma preocupante tendência que nos convida a todos os professores da educação básica a investir esforços para contribuir para a leitura de textos estritamente verbais.

Com a intenção de colaborarmos com o processo de ensino de leitura profícua por parte dos alunos de oitavo ano do ensino fundamental, trazemos como proposta um caderno pedagógico com um conjunto de atividades que fizeram parte de uma sequência didática composta por 12 aulas de 50 minutos. O objetivo principal deste caderno é contribuir com os professores de Língua Portuguesa, disponibilizando um material alternativo para o trabalho com a leitura e a inferência em textos multimodais presentes em propagandas institucionais do Instagram.

Como sabemos, a leitura é um instrumento de interação e construção da cidadania dos sujeitos. Pertence, então, à escola e especialmente a nós, docentes, contribuir para que nossos alunos possam compreender os conteúdos explícitos e os implícitos e, desta forma, estejam aptos a ler as variadas perspectivas presentes nos textos. Ao final, nosso objetivo é formar cidadãos críticos e capacitados para enfrentar os desafios do mundo contemporâneo, e isso começa com uma educação que valoriza a leitura e a interpretação de diferentes formas de comunicação presentes em nossa sociedade.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Irandé. **Aula de Português: encontro e interação**. São Paulo: Parábola, 2003, p.27-78.
- BAKHTIN, M. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 1997, 2ª ed.
- BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular**. MEC/SEF, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wp-content/uploads/2018/06/>. Acesso em 12 já. 2024.
- CAVÉQUIA, Márcia Paganini. **A escola é nossa: língua portuguesa, 5º ano**. São Paulo: Scipione, 2011. 239p.
- CUNHA, José Carlos Chaves. **Pragmática linguística e didática das línguas**. Belém: UFPA, 1991.
- DIONÍSIO, Angela paiva. **Multimodalidades e leituras**. Recife: Pipa comunicação, 2014
- GERALDI, João Wanderley. **O texto na sala de aula**. Recife: ATICA, 2005
- GOMES, N. D. Publicidade: comunicação persuasiva. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- GRACIOSO, Francisco. **Propaganda institucional: nova arma estratégica da empresa**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1995, p. 20.
- JEWITT, Carey. & KRESS, Gunther. (ed). **Multimodal Literacy**. New York, Peter Lang, 2003.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. **L'implicite**. Paris : Armand Colin, 1998. 397p.
- KLEIMAN, Angela. **Leitura; ensino e pesquisa** 1989
- KLEIMAN, Angela. **Texto e leitor: aspectos cognitivos da leitura**. 15.ed. Campinas, SP: Pontes, 2013. 90p
- KOCH, Ingedore. **Desvendando os segredos do texto**. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2002, p.35-51.
- _____; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2008, p.9-19.
- _____. **O texto e a construção dos sentidos**. 10.ed. São Paulo: Contexto, 1997, p. 25-43.
- LAJOLO, M. **Do mundo da leitura para a leitura do mundo**. São Paulo: Ática, 1993.
- MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Cognição, linguagem e práticas interacionais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007, p.82-103.

_____. **Compreensão de texto: algumas reflexões.** In: DIONÍSIO, Ângela; BEZERRA, M. Auxiliadora (Org.). **O livro didático de português: múltiplos olhares.** Rio de Janeiro: Lucerna, 2001, p.46-49.

_____. **Da fala para a escrita: atividades de retextualização.** 10.ed. São Paulo: Cortez, 2010, p.15-35

_____. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão.** 3.ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2008. p.226-281.

MARTINS, Maria Helena, **o que é leitura**, 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1997.

NASCIMENTO, Gláucia R. P. Funções da multimodalidade em materiais didáticos para EaD via internet. In: VIII Encontro sobre o Ensino de Língua e de Literatura e IV Congresso Nacional sobre o Ensino de Língua e de Literatura da FACHO, 2010, Olinda. **Anais do VIII Encontro sobre o Ensino de Língua e de Literatura e IV Congresso Nacional sobre o Ensino de Língua e de Literatura da FACHO - a intersemiose e a multimodalidade no ensino de língua e de literatura.** Olinda: FACHO, 2010. p. 121-131.

OLIVEIRA, Marta Kohl. **Vygotsky: aprendizado e desenvolvimento: um processo sócio- histórico.** São Paulo: Scipione, 2006.

OLIVEIRA, Marta Kohl. **Piaget – Vygotsky: Novas contribuições para o Debate,** Rio de Janeiro: Ática, 2012.

RIBEIRO, Ana Elisa. **Textos multimodais: Leitura e produção,** São Paulo: Parábola, 2016

ROJO, Roxane. **Letramentos múltiplos, escola e inclusão social,** São Paulo: Parábola, 2009.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia Da Pesquisa-Ação.** São Paulo: Cortez, 2011.

<https://www2.ufjf.br/noticias/2023/11/24/mulheres-negras-sao-as-maiores-vitimas-em-casos-de-violencia/> . Acesso em 12 jan 2024.

ANEXOS

Como descrito na introdução dessa dissertação, no resultado de uma prova de diagnose feita pela prefeitura de Jaboatão e aplicada para todos os alunos da rede, foram diagnosticadas quais as principais dificuldades dos alunos do primeiro ao nono ano, na matéria de língua portuguesa. O resultado mostra que nos quartos, sextos, sétimos e oitavos anos a questão denominada “crítica” foi sobre “inferência”.

FIGURA 1

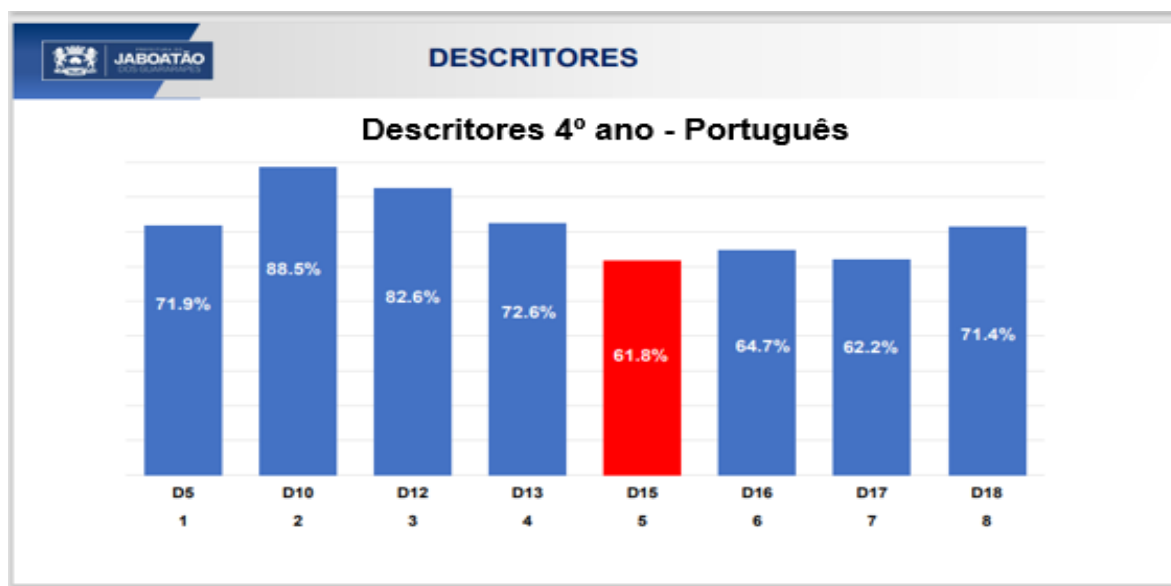


FIGURA 2



JABOATÃO
DOS GUARARAPES

QUESTÃO CRÍTICA

QUESTÃO 05

👉 Observe a tirinha.



👉 O desejo de Magali ao beijar o sapo era de transformar

(A) O PRÍNCIPE NUM SAPO

(B) O PRÍNCIPE NUMA MELÂNCIA

(C) O SAPO NUM PRÍNCIPE

(D) O SAPO NUMA VARINHA

D15 – INFERIR INFORMAÇÕES EM TEXTOS.

FIGURA 3

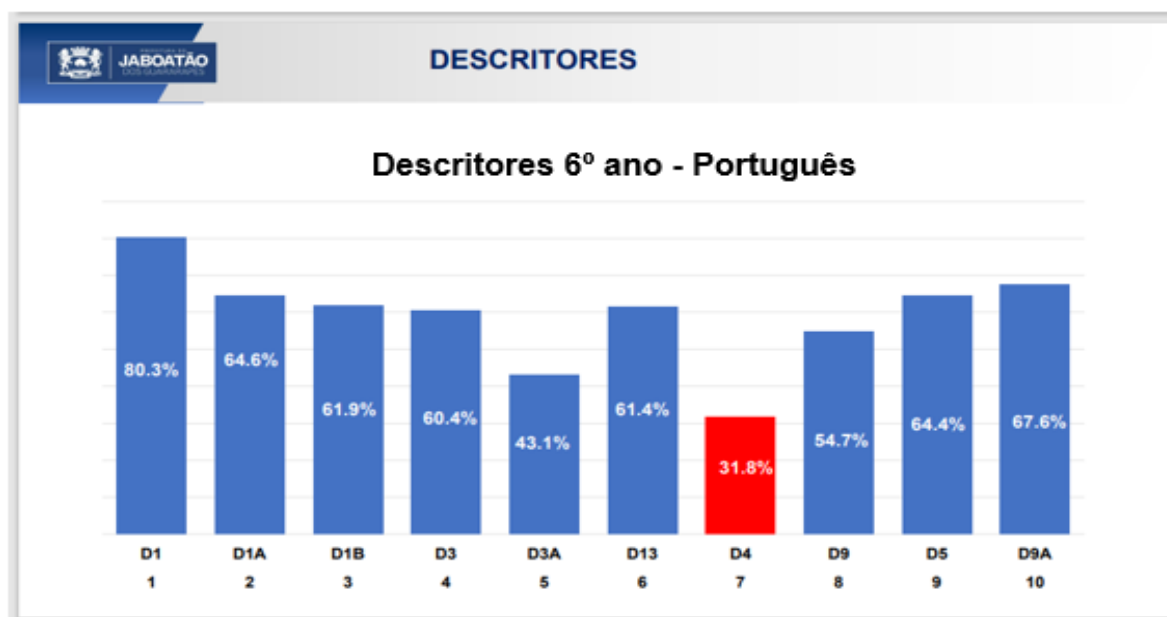


FIGURA 4



INSTITUTO
JABOATÃO
DOS GUARARAPES

QUESTÃO CRÍTICA

Leia o texto abaixo.

Os bichos

O tico-tico
Tem raiva do mico. Com toda
razão:
O mico acha
Que no ninho
Do passarinho
Está sua refeição.

QUESTÃO 07

Nesse texto, o tico-tico tem raiva do mico porque o mico

- (A) acha que é um passarinho.
- (B) come os ovos do tico-tico.
- (C) pensa que sempre tem razão.
- (D) rouba a refeição do tico-tico.

COELHO, R.S. Bichos. Belo Horizonte: Aletria, p.39, 2009.
 (P041723E4_SUP)
 Fonte: <https://www.matematicapremio.com.br/atividades-elaboradas-de-acordo-com-os-descritores-2-ao-5-ano/>

D4 – INFERIR UMA INFORMAÇÃO IMPLÍCITA EM UM TEXTO.

FIGURA 5

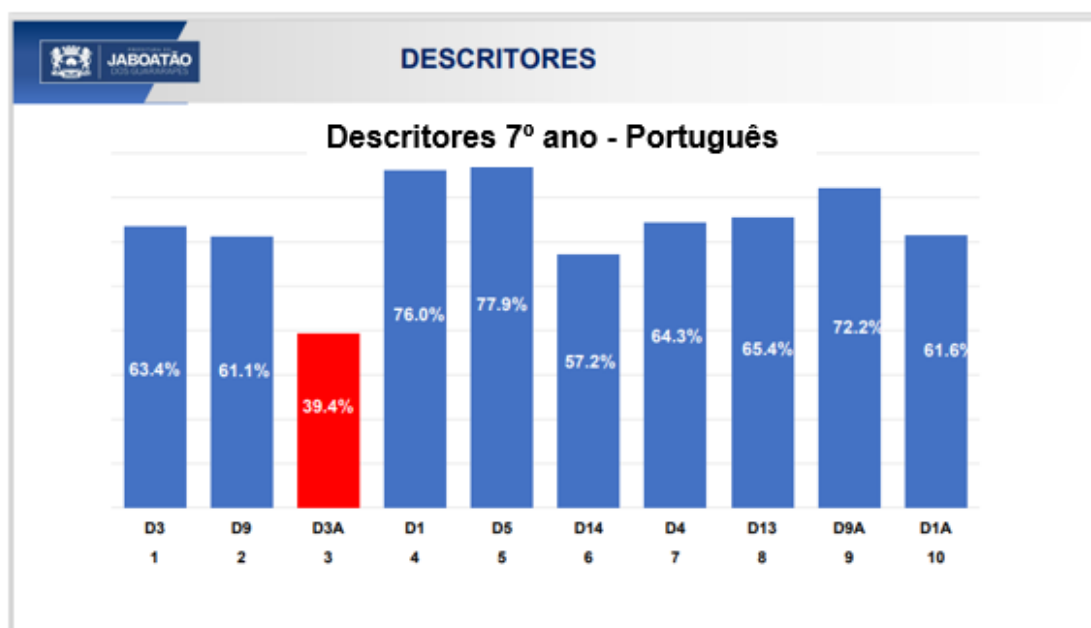


FIGURA 6

QUESTÃO CRÍTICA

Observe o quadrinho abaixo:

QUESTÃO 03

A expressão no rosto da personagem Mônica é de

(A) alegria.
(B) dúvida.
(C) espanto.
(D) medo.

D3 – INFERIR O SENTIDO DE UMA PALAVRA OU EXPRESSÃO

FIGURA 7

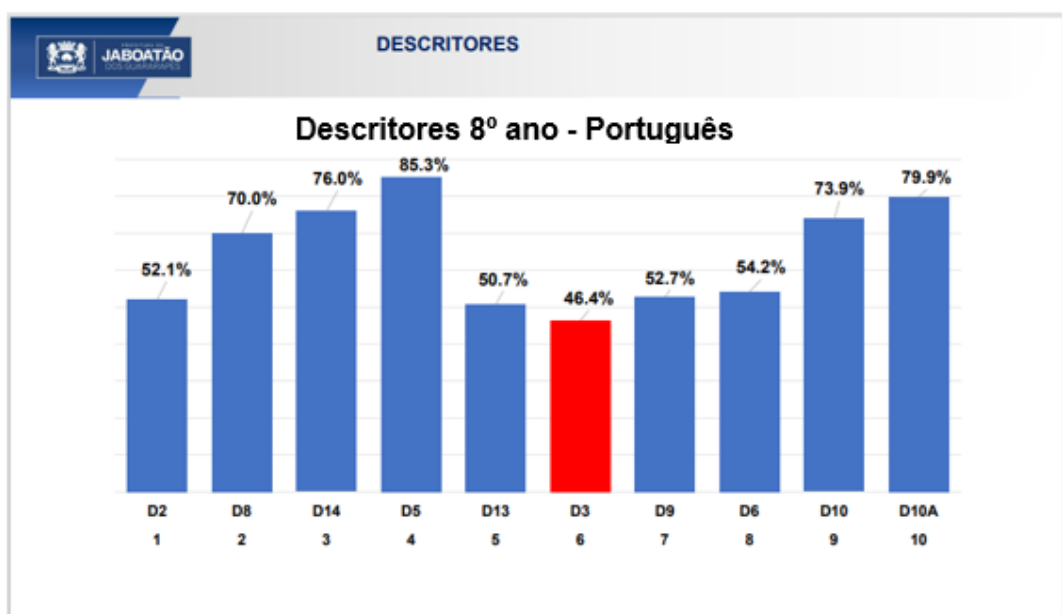


FIGURA 8

QUESTÃO CRÍTICA

Leia o texto a seguir:

ELA É SUPER

Conheça as habilidades da onça-pintada e saiba mais sobre esse felino.

Capaz de se disfarçar na mata, andar com leveza, escalar árvores altas e atravessar rios, a onça parece ter os poderes de invisibilidade de um guerreiro ninja. Ela usa todas essas habilidades para caçar e se proteger. Costuma ser mais ativa quando o sol se põe e pode caçar à noite, pois enxerga bem no escuro e tem audição e olfato aguçados.

Como tem pernas curtas, ela não corre. Se esconde, segue a presa sem ser percebida e ataca saltando de um galho ou do meio da mata de repente, com uma mordida mais forte do que a de felinos maiores.



Revista Recreio. São Paulo: Abril, n.487, p.20, 9 de jul. 2009. Fragmento.

QUESTÃO 06

De acordo com o texto, a onça-pintada “tem audição e olfato aguçados”. Podemos dizer que a palavra destacada tem sentidos

(A) agudos.
(B) desenvolvidos.
(C) finos.
(D) fracos.

D3 – INFERIR O SENTIDO DE UMA PALAVRA OU EXPRESSÃO.

CADERNO PEDAGÓGICO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO DEPARTAMENTO DE
LETRAS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS | **PROFLETRAS MESTRADO PROFISSIONAL**

A INFERÊNCIA NA LEITURA DO GÊNERO MULTIMODAL PROPAGANDA INSTITUCIONAL:

UMA PROPOSTA DIDÁTICA

ORGANIZADOR

*Priscila Paula
Nunes da Silva*

ORIENTADORA

*Gláucia Renata
Pereira do
Nascimento*



RECIFE - PERNAMBUCO

ABRIL/2024

CADERNO PEDAGÓGICO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO CENTRO DE ARTES E
COMUNICAÇÃO DEPARTAMENTO DE LETRAS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM LETRAS | **PROFLETRAS MESTRADO PROFISSIONAL**

A INFERÊNCIA NA LEITURA DO GÊNERO MULTIMODAL PROPAGANDA INSTITUCIONAL:

UMA PROPOSTA DIDÁTICA

Este caderno pedagógico é resultado de estudos, de pesquisas que deram origem à dissertação do Mestrado Profissional em Letras (PROFLETRAS) da UFPE. É de autoria da Professora Priscila Paula Nunes da Silva, sob a orientação da Professora Dra. Gláucia Renata Pereira do Nascimento.

RECIFE - PERNAMBUCO
ABRIL/2024

ESTRUTURA DO CADERNO PEDAGÓGICO

NÍVEL DE ENSINO	8º ano do Ensino Fundamental
COMPONENTE CURRICULAR	Língua Portuguesa
CONTEÚDO	Gênero propaganda institucional
OBJETIVO GERAL	Analisar o desenvolvimento da habilidade da inferência no gênero multimodal propaganda institucional, publicados no Instagram (de domínio público) por parte de estudantes voluntários, regularmente matriculados no 8º ano do ensino fundamental de uma escola da rede municipal de Jaboatão dos Guararapes.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Examinar o desenvolvimento efetivo da habilidade da inferência de conteúdos implícitos subentendidos presentes nos textos do gênero propaganda institucional, publicados no Instagram (de domínio público) por parte de estudantes voluntários, regularmente matriculados no 8º ano do ensino fundamental de uma escola da rede municipal de Jaboatão dos Guararapes.
NÚMERO DE AULAS	12 aulas de 50 minutos

RECIFE - PERNAMBUCO
ABRIL/2024

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	05
1.1 Síntese das atividades	07
2. AULA 1	08
2.1 Propaganda 1	08
2.2 Atividade de diagnose	08
3. AULA 2	10
3.1 Análise da propaganda 1	10
4. AULAS 3 E 4	11
4.1 Propaganda Institucional	12
4.2 Conceitos	13
5. AULAS 5 A 12	13
5.1 Propaganda 2	13
5.2 Propaganda 3	16
5.3 Propaganda 4	18
5.4 Propaganda 5	20
6. REFERÊNCIAS	23

APRESENTAÇÃO

Caro professor,

Esse caderno pedagógico é um conjunto de atividades que fizeram parte de uma sequência didática composta por 12 aulas de 50 minutos. A proposta foi vivenciada em uma turma de oitava série do ensino fundamental. Essa produção didático-pedagógica foi desenvolvida a partir de uma pesquisa do Mestrado Profissional em Letras – Profletras – da Universidade Federal de Pernambuco. O curso ocorreu entre os anos de 2022 e 2023, sob a orientação da Professora Doutora Gláucia Renata Pereira do Nascimento a partir do tema de minha Dissertação de Mestrado: A INFERÊNCIA NA LEITURA DO GÊNERO MULTIMODAL PROPAGANDA INSTITUCIONAL: UMA PROPOSTA DIDÁTICA.

O objetivo principal deste caderno é contribuir com os professores de Língua Portuguesa, disponibilizando um material alternativo para o trabalho com a leitura e a inferência em textos multimodais presentes em propagandas institucionais do Instagram. Entendemos também que pesquisar questões que envolvam a leitura e a compreensão de textos multimodais é algo extremamente necessário, uma vez que em nosso país ainda temos muitas barreiras a serem transpostas até que todos possam ler com competência os diversos gêneros.

A leitura compreensiva e crítica de um texto demanda não apenas uma simples decodificação do que está explícito no texto, mas requer, muitas vezes, um entendimento que vai depender de conhecimentos prévios do leitor, que precisam ser partilhados com os conhecimentos do autor do texto. É dessa forma que é possível construir sentidos e poderá compreender o texto. Para que fosse possível a realização desta pesquisa utilizamos como referencial teórico os seguintes autores, (Cunha, 1991) Koch; Elias ([2006]2013), Marcuschi ([2001]2008), Kleiman ([1989]2013), Koch ([2002]2011), ([2007]2011)), Antunes (2003), Geraldi (2005), Ribeiro (2016), Oliveira (2006,2012), Dionísio (2014)..

Por todo o exposto, caro colega professor, sinta-se à vontade para utilizar-se desse material como suporte para suas aulas e até para ressignificar as propostas aqui descritas. Esperamos que este material pedagógico possa contribuir para o ensino de Língua Portuguesa, no que se refere a inferência em textos multimodais.

Professora Priscila Paula Nunes da Silva

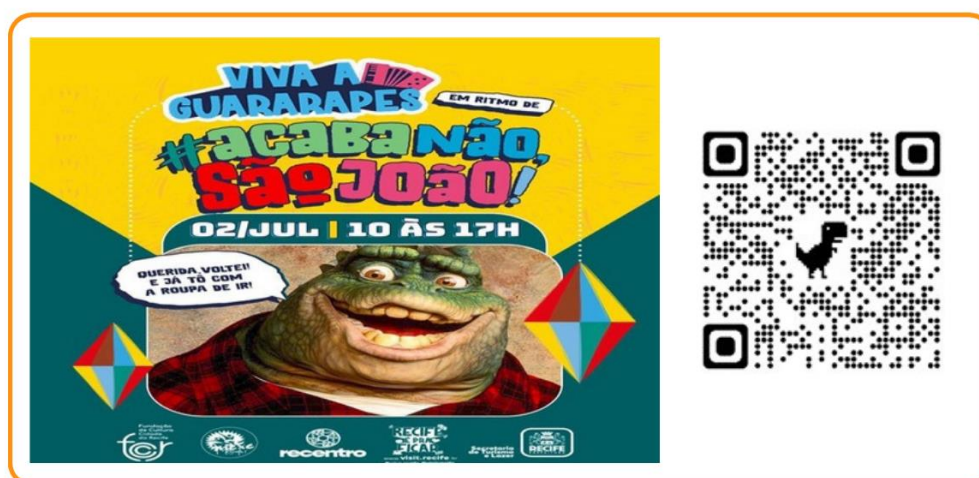
SÍNTESE DAS ATIVIDADES

DATA	DESCRIÇÃO DE CONTEÚDO	TEMA DO TEXTO/PROPAGANDA UTILIZADA	HORAS
06.11.2023	Atividade de diagnose (Propaganda 1).	Festa Junina fora de época.	1h
06.11.2023	Análise da propaganda 1 junto com a turma.	Festa Junina fora de época.	1h
07.11.2023	Aula expositiva.	Propaganda institucional, inferência e multimodalidade.	2h
08.11.2023	Atividade Propaganda 2.	Protocolo violeta.	2h
13.11.2023	Atividade Propaganda 3.	Dia mundial da conscientização do autismo.	2h
14.11.2023	Atividade Propaganda 4.	Vacinação infantil, covid-19.	2h
15.11.2023	Atividade Propaganda 5.	Vacinação infantil – turno estendido.	2h

AULA 1

PROPAGANDA 1

Figura 2 — Propaganda 1



Fonte: https://www.instagram.com/p/CuKf186LjpV/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==

Publicada em: 01/07/23

(Professor: Esta aula será uma forma de saber como está o nível dos alunos em relação a inferência e compreensão.)

ATIVIDADE DE DIAGNOSE

Expectativas de respostas – Propaganda 1 – atividade de diagnose

Nesse exemplar de propaganda institucional, aparece texto verbal associado a imagens. Além da parte principal do texto verbal, o slogan, **1º** aparece a imagem de um dinossauro, o Dino, que falava: “cheguei!” em todo começo de episódio da série ‘Família Dinossauro’. Você conhece esse personagem? Se conhece, informe onde o conheceu?

Essa questão exige do aluno conhecimentos do tipo cultura e midiático, além disso, por ser uma série dos anos 90 e reproduzida originalmente em uma época em que nenhum deles era nascido, precisariam de conhecimento histórico, advindo de algum meio de comunicação que traga essa série ao conhecimento deles. Por ser uma atividade de diagnose, essa primeira questão é apenas de cunho investigativo.

2º

Dino tem um balão de fala ligado à boca dele, onde se lê a frase "Querida, voltei! E já tô com a roupa de ir!" uma outra versão para a frase que o personagem dizia, tendo o verbo 'voltei', no lugar do verbo 'cheguei', além de uma parte a mais, "E já tô com roupa de ir!". No caso da propaganda, Dino está com roupa de ir para onde?

Nessa questão o aluno precisa do conhecimento sobre as festividades locais, o conhecimento cultural sobre a festa junina é imprescindível, aqui o aluno poderia responder que a roupa utilizada por Dino é condizente com os trajes utilizados na festa de São João, visto que roupas em xadrez são bastante utilizadas nessa época,

3º

Observe as cores que predominam na imagem e responda: estão adequadas ao tema do texto? Por quê?

Da mesma forma que na questão anterior, aqui o conhecimento prévio requerido é o cultural, sobre a festa regional que ocorre aqui no Nordeste, normalmente durante esse período são utilizadas bandeirolas, balões decorativos, laços de fita e chapéus com cores bastante vibrantes e diversas, portanto as cores utilizadas nas propagandas estão de acordo com as que são utilizadas no São João.

4º

Nesse exemplar de propaganda institucional, aparece texto verbal associado a imagens. A parte principal do texto verbal é o slogan: "Viva a Guararapes em ritmo de #acabanão,SãoJoão!". Analise a propaganda e responda: qual dos elementos da imagem está mais relacionado ao tema do tema?

Na frase "Viva a Guararapes em ritmo de #acabanão,SãoJoão!", há um elemento imagético muito característico do São João nordestino que é a sanfona, apesar das cores muito características da época o elemento que mais se associa com o São João nessa nesse contexto é esse instrumento musical.

5º

Dino tem um balão de fala ligado à boca dele, onde se lê a frase "Querida, voltei! E já tô com a roupa de ir!" uma outra versão para a frase que o personagem dizia, tendo o verbo 'voltei', no lugar do verbo 'cheguei', além de uma parte a mais, "E já tô com roupa de ir!". No caso da propaganda, Dino está com roupa de ir para onde?

A correlação entre a data de publicação da propaganda e a expressão em ritmo de "acaba não, São João", ocorre porque a propaganda trata de uma festa junina fora de época, em 2 de julho, uma vez que o normal é essa festa acontecer no mês de junho. Essa inferência depende de um conhecimento cultural geográfico ligado a festas populares do nordeste do Brasil. Além disso, o personagem Dino, de uma famosa série televisiva, aparece – usando camisa xadrez –, sorridente, em primeiro plano, centralizado, com o olhar dirigido ao interlocutor. Esse personagem repetia, a cada episódio, o bordão: "Querida, cheguei", que aparece alterado na propaganda para "querida, voltei". O reconhecimento desse bordão exige conhecimento cultural midiático. A escolha do verbo 'voltei' está ligada à volta da festa de São João. Após o bordão, aparece uma expressão muito recorrente na linguagem de redes sociais da Internet, "já tô com a roupa de ir", cujo conhecimento fomenta a inferência de vivências de letramento digital das pessoas que atualmente acessam a rede mundial de computadores. O segundo plano, dividido em duas partes (superior e inferior) com cores contrastantes, apresenta linhas que compõem o que parece ser parte de um triângulo que se sobrepõe à parte inferior, constituído por linhas que formam um quadrado. Lembram formas de bandeiras de festas de São João.

AULA 2

ANÁLISE DA PROPAGANDA 1

(Professor: Na segunda aula você irá, junto com a turma, analisar as respostas dadas por eles e conversar sobre as possíveis inferências que poderiam surgir em cada questão, aproveite as expectativas de respostas para ter um apoio em relação as possibilidades)

AULAS 3 E 4

Você irá contextualizar a turma sobre os assuntos que serão necessários para a análise das propagandas: **Multimodalidade, propaganda institucional e inferência.**

INFERÊNCIA	A inferência é um ato de inserção num conjunto de relações (preposicionalmente expressáveis) com a finalidade de produzir sentidos. Inferir torna-se, pois, uma atividade discursiva de inserção contextual e não um processo de encaixes lógicos. É impossível não inferir quando se quer produzir significações, ou seja, toda significação está ligada a processos inferenciais. (Marcuschi, 2007, p.88).
SOBRE MULTIMODALIDADE	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).

CONCEITO

O processo de compreensão textual pelo qual procuramos nortear nossa prática docente se orienta pela perspectiva de que a multimodalidade é um traço constitutivo dos gêneros. Portanto, é no texto, materialidade dos gêneros, onde os modos (imagem, escrita, som, música, linhas, cores, tamanho, ângulos, entonação, ritmos, efeitos visuais, melodia etc.) O processo de compreensão textual pelo qual procuramos nortear nossa prática docente se orienta pela perspectiva de que a multimodalidade é um traço constitutivo dos gêneros. 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). (Dionísio, 2014, p.42)

PROPAGANDA INSTITUCIONAL

Professor, trabalhar gêneros discursivos em sala de aula é essencial para a integração da teoria com a prática linguística, para entendermos o que a BNCC expressa respeito do gênero propaganda, vejamos do que se trata a habilidade 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 e à construção composicional e estilo dos gêneros em questão, como forma de ampliar suas possibilidades de compreensão (e produção) de textos pertencentes a esses gêneros. (Brasil, 2018, p.167)

CONCEITO

“conjunto de procedimentos destinados a difundir informações de interesse público sobre as filosofias, as políticas, as práticas e os objetivos da organização de modo a tornar compreensíveis essas propostas” (Fonseca apud Kunsch, 2003, p. 164)

AULAS 5 A 12

PROPAGANDA 2

Figura 3 — Propaganda 2



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CsYczepuL6g/>

Publicado em: 18/05/23

1º Qual é a mensagem transmitida pela presença da mão erguida com punho fechado na propaganda?

- A** Apoio à diversidade cultural
- B** Celebração da liberdade de expressão
- C** Apoio aos direitos das mulheres
- D** Incentivo à prática esportiva

Resposta correta: c) Apoio aos direitos das mulheres

Expectativa de resposta: Nesta questão é esperado que o estudante faça a inferência da mensagem transmitida pelo punho fechado, essa é um tipo de linguagem não verbal e nesse contexto está relacionada a apoio, união... o tipo de conhecimento aqui requerido seria o cultural. Nesse contexto esse sinal está se referindo ao apoio dos direitos das mulheres, haja visto o tema da propaganda ser relativo ao respeito as mulheres.

2º Qual é a razão para o destaque das cores amarela e branca nos nomes "Protocolo" e "Violeta"?

- A** Representação de cores favoritas da região
- B** Reforço do destaque dos títulos
- C** Influência de tendências de design contemporâneo
- D** Indicação de temas relacionados à natureza

Resposta correta: b) Reforço do destaque dos títulos

Expectativa de resposta (Expectativa inferencial?): Nesta questão, a intencionalidade é que o estudante seja capaz de identificar o propósito do destaque nas cores e no tamanho, do nome "protocolo violeta".

3º Nessa propaganda há uma mão com punho fechado, a cor sugere algo? O que?

Expectativa de resposta:

A inferência aqui está relacionada a ao tom da pele. Sabe-se que a propaganda está relacionada a violência contra a mulher, porém sabemos que a mulher negra sofre mais violência que a mulher branca.

<https://www2.ufjf.br/noticias/2023/11/24/mulheres-negras-sao-as-maiores-vitimas-em-casos-de-violencia/> (acessado em 01-03-2024) Em uma reportagem do jornal, UFJN notícias há um relato de que mulheres negras são as maiores vítimas em casos de violência. De acordo com uma essa pesquisa feita na UFJN, a realidade de mulheres negras no Brasil é preocupante: mais de 12 milhões de mulheres negras já foram vítimas de violência, correspondendo a 65,6% do total de 18 milhões de mulheres vítimas no país.

Sendo assim, a cor da mão em tom mais escuro pode indicar que as mulheres negras são as que mais sofrem com a violência, no Brasil. Iremos considerar como inferências possíveis (base contextual) caso o aluno utilize em suas repostas palavras como: preconceito, racismo ou seus sinônimos. Outras palavras ou contextos serão considerados falseamento ou extrapolação (sem base contextual).

4º

Por que o fundo na cor violeta pode ser considerado relevante para a mensagem transmitida na propaganda?

- A** Representa a união de diferentes ideias
- B** Indica um evento festivo na cidade
- C** Porque reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres
- D** Sinaliza a importância do equilíbrio ambiental

Resposta correta: c) Por que reflete a simplicidade, delicadeza e elegância associadas às mulheres

Expectativa de resposta: O conhecimento prévio requerido nessa questão é o cultural e a percepção sobre cores. A cor violeta é utilizada para representar a delicadeza e feminidade da mulher.

PROPAGANDA 3

Figura 4 — Propaganda 3



Fonte: https://www.instagram.com/p/Cb2m3vWLMuY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Publicado em: 02/04/22

1º Que mensagem é transmitida pela presença das duas mãos, uma de um adulto e outra de uma criança, segurando um coração em formato de quebra-cabeça na propaganda?

- A** Incentivo à prática de atividades artísticas
- B** Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão
- C** Promoção de saúde mental
- D** Celebração de datas comemorativas

Resposta correta: b) Apoio à conscientização sobre diversidade e a importância de inclusão

Expectativa de resposta: Na imagem da propaganda 2, o conhecimento requerido seria o cultural, visto que o simbolismo das duas mãos uma sobre a outra representa acolhimento, e o técnico já que o símbolo de representação do autismo é o quebra cabeças, e esse é um conhecimento mais específico para quem estuda sobre esse transtorno.

2º

Por que a data de 2 de abril, em fundo amarelo e com fonte verde, pode ser relevante para a mensagem sobre o autismo na propaganda?

A

Representa o início de uma campanha de conscientização

B

Reflete a associação do autismo com a cor verde

C

Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo

D

Simboliza um evento esportivo para crianças autistas

Resposta correta: c) Indica a celebração do Dia Mundial da Conscientização do Autismo

Expectativa de resposta: A interpretação nesta questão está relacionada com o dia mundial da conscientização do autismo, título que encontra-se ao lado da data "2 de abril". O conhecimento requerido seria o cultural. Questão de nível básico, em que a associação deve ser feita por inferência, entre o espaço em que o título e a data encontram-se dispostos na propaganda.

3º

Qual a possível relação entre a cor azul do slogan "Dia Mundial da Conscientização do Autismo" e a conscientização sobre o autismo?

A

Representa a cor oficial do autismo

B

Refere-se a uma campanha específica da prefeitura de Olinda

C

Indica o apoio a causas relacionadas à saúde mental

D

Simboliza a natureza e a tranquilidade

Resposta correta: a) Representa a cor oficial do autismo

Expectativa de resposta: O conhecimento requerido nessa questão seria o conhecimento técnico, visto que exige um conhecimento um pouco mais profundo sobre o autismo, e sobre cores. A cor utilizada para representar o autismo é a azul.

PROPAGANDA 4

Figura 5 — Propaganda 4



Fonte: https://www.instagram.com/p/Cb2m3vWLMuY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Publicado em: 23/11/2022

1º O que representa as imagens cronológicas do bebê, em uma propaganda sobre vacinação infantil contra a COVID-19?

- A** Destacar a importância da alimentação saudável na infância
- B** Promover o acompanhamento do crescimento infantil
- C** Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento
- D** Celebrar datas importantes na vida das crianças

Resposta correta: c) Incentivar a vacinação em diferentes fases do desenvolvimento

Expectativa de resposta: O conhecimento inferencial nesta questão requer que o estudante faça uma correlação da imagem associada ao sentido do texto escrito. As crianças representadas no desenho são as entre 0 e 2 anos, faixa em que estaria ocorrendo a vacinação na época da propaganda.

2º Qual a possível razão para a presença das imagens ilustrativas de vírus na propaganda sobre vacinação infantil contra a COVID-19?

- A** Representar a importância da higiene pessoal
- B** Ilustrar os diferentes tipos de vírus em circulação
- C** Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças
- D** Celebrar descobertas médicas recentes

Resposta correta: c) Reforçar a necessidade da vacinação para prevenir doenças

Expectativa de resposta: O conhecimento técnico e cultural sobre o vírus covid-19 irão auxiliar o estudante ao responder essa questão, visto que ao saber da gravidade do vírus poderá inferir sobre a importância da vacinação através da referida imagem.

3º Por que a presença das logos do SUS e da prefeitura de Jaboatão dos Guararapes na parte inferior pode ser relevante para a mensagem sobre a vacinação contra a COVID-19 infantil?

- A** Reflete a importância da parceria público-privada na saúde
- B**) Indica a origem das imagens ilustrativas na propaganda
- C** Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação
- D** Representa o patrocinador oficial da campanha de vacinação

Resposta correta: c) Simboliza o apoio governamental à campanha de vacinação

Expectativa de resposta: Os conhecimentos necessários aqui são basicamente o técnico, sobre o SUS, e sua importância na vacinação contra o covid-19 e o cultural para inferir sobre a importância dos governos na luta contra doenças infecciosas.

4º Nessa propaganda vemos crianças de vários tamanhos e desenho de algo que parece um vírus. Qual as possíveis conexões que existem entre o vírus e as crianças?

Expectativa de resposta: Podemos fazer uma comparação entre os vírus desenhados em vários tamanhos, e as crianças de diferentes idades. Significando assim, que os vírus da covid-19 podem infectar não só adultos como também crianças de qualquer idade. Iremos considerar como inferências possíveis (base textual), respostas que façam menção ao vírus correlacionados com a infecção em crianças. E como extrapolação e falseamento (sem base textual), respostas com outros contextos que não sejam os anteriormente citados.

PROPAGANDA 5

Figura 6 — Propaganda 5



Fonte: https://www.instagram.com/p/Cb2m3vWLMuY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
Publicado em: 24/03/2022

1º Qual a mensagem transmitida pela presença dos desenhos animados com carinhas felizes, sol, lua e objetos como seringa e símbolo de cruz na propaganda sobre vacinação infantil?

- (A) Incentivo à prática de atividades ao ar livre
- (B) Celebração de datas especiais para crianças
- (C) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica
- (D) Promoção de eventos culturais para famílias

Resposta correta: c) Reforço da importância da vacinação para a saúde infantil de forma lúdica

Expectativa de resposta: As imagens são o foco a ser analisado nessa questão, o conhecimento exigido nela é o cultural. As imagens como sol, lua e carinhas felizes, remetem a parte lúdica, pois o público alvo é infantil e a seringa, o símbolo da cruz, reflete a importância e seriedade da vacinação.

2º

Por que a escolha das cores azul, amarelo, laranja e branco pode ser relevante para a mensagem sobre vacinação infantil?

- A** Indicam uma conexão com a natureza e o meio ambiente
- B** Refletem as cores da bandeira do país
- C** Representam a diversão e a alegria associadas à infância
- D** Simbolizam a segurança e a confiabilidade das vacinas

Resposta correta: c) Representam a diversão e a alegria associadas à infância

Expectativa de resposta: O conhecimento exigido nessa questão é o cultural e sobre representação das cores. A inferência deve ser feita através da percepção de cores e imagens associadas ao texto escrito.

3º

Em sua opinião a figura do sol e da lua, tem alguma relação com a informação central passada no texto escrito? Qual seria?

Expectativa de resposta: A informação central passada nesse texto é sobre o “turno de vacinação estendido” ou seja, o horário de atendimento iria se iniciar as 9 da manhã e se estender até as 22 da noite, a imagem do sol e da lua representam justamente a ideia de que o horário da vacinação infantil será desde a manhã (sol) até a noite (lua). Portanto serão consideradas como inferências possíveis (base contextual) todas as afirmações que associem o sol e a lua ao horário ou turno estendido da vacinação infantil. E falseamento ou extrapolação (sem base contextual) todos os contextos que não estão associados a essa mensagem.

4º

Qual a possível relação entre a presença do microfone na propaganda e a mensagem sobre vacinação infantil?

A

Indica a presença de entretenimento durante o evento

B

Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde

C

Simboliza a presença de um apresentador famoso no evento

D

Representa a necessidade de comunicação eficaz sobre vacinas

Resposta correta: b) Reflete a importância de transmitir informações sobre saúde

Expectativa de resposta: O conhecimento requisitado nessa questão é o cultural, o microfone representa a informação, que deve ser passada de forma clara e para o máximo de pessoas possíveis.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular**. MEC/SEF, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wp->

DIONISIO, Angela Paiva. **Multimodalidades e leituras**. Recife: Pipa comunicação, 2014.

FREEPIK. **Create great designs, faster**. 2024. Disponível em: https://www.freepik.com/premium-photo/portrait-smiling-male-elementary-school-student-working-desk-classroom-with-teacher_28545113.htm

GERALDI, João Wanderley. **O texto na sala de aula**. Recife: ATICA, 2005.

GRACIOSO, Francisco. **Propaganda institucional: nova arma estratégica da empresa**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1995. p. 20.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Cognição, linguagem e práticas interacionais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007. p.82-103.