

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Programa de Pós-Graduação em Letras

Dissertação de Mestrado

**TEXTOS MULTIMODAIS
NO ENSINO DE LÍNGUA
PORTUGUESA:
PRÁTICAS DE LEITURA E
DE PRODUÇÃO ESCRITA
NO CONTEXTO DIGITAL**

RENATA VIEBRANTZ MORELLO



RENATA VIEBRANTZ MORELLO

**TEXTOS MULTIMODAIS NO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA: PRÁTICAS
DE LEITURA E DE PRODUÇÃO ESCRITA NO CONTEXTO DIGITAL**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, do Instituto de Humanidades, Ciências, Educação e Criatividade, da Universidade de Passo Fundo, como requisito final para obtenção do grau de mestre em Letras, sob a orientação do Prof. Dr. Ernani Cesar de Freitas.

Passo Fundo

2024

CIP – Catalogação na Publicação

M842t Morello, Renata Viebrantz
Textos multimodais no ensino de língua portuguesa
[recurso eletrônico] : práticas de leitura e de produção escrita
no contexto digital / Renata Viebrantz Morello – 2024.
7.3 MB ; PDF.

Orientador: Prof. Dr. Ernani Cesar de Freitas.
Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade de
Passo Fundo, 2024.

1. Língua portuguesa (Ensino médio). 2. Leitura -
Prática. 3. Escrita. 4. Textos multimodais. 5. Publicidade -
Textos. 6. Análise do discurso. I. Freitas, Ernani Cesar,
orientador. II. Título.

CDU: 800.85

Catálogo: Bibliotecária Juliana Langaro Silveira – CRB 10/2427



PPGL
Programa de Pós-Graduação
em Letras

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a dissertação

**“Textos Multimodais no Ensino de Língua Portuguesa: Práticas de Leitura e de Produção Escrita
no Contexto Digital”**

Elaborada por

Renata Viebrantz Morello.

Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Letras, do Instituto de Humanidades, Ciências, Educação e Criatividade, da Universidade de Passo Fundo, como requisito final para a obtenção do grau de Mestre em Letras, Área de concentração: Letras, Leitura e Produção Discursiva”

Aprovada em: 15 de março de 2024.
Pela Comissão Examinadora

Prof. Dr. Ernani César de Freitas
Presidente da Banca Examinadora

Documento assinado digitalmente
gov.br FABIO ALEXANDRE SILVA BEZERRA
Data: 15/03/2024 15:46:41-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Fábio Alexandre Silva Bezerra
Universidade Federal da Paraíba

Prof.ª Dr.ª Luciana Maria Crestani
Universidade de Passo Fundo

Prof.ª Dr.ª Claudia Stumpf Toldo Oudeste
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Letras

AGRADECIMENTOS

Ao Deus da vida, aos anjos e a outras definições que essa energia vital possa nos transmitir, pela graça, pela luz e principalmente pela oportunidade que a existência me proporcionou em conviver com os sujeitos da pesquisa e poder realizá-la, por mais um crescimento pessoal e profissional.

Aos meus pais, Miguel e Miriam, pela sua história de trabalho e luta para contemplar a melhor educação aos seus dois filhos, conforme suas possibilidades. Obrigada pelo apoio e carinho nessa caminhada.

Ao meu orientador, Dr. Ernani Cesar de Freitas, que sempre com muito respeito às minhas ideias e muita atenção à minha pesquisa contribuiu imensamente não só para o desenvolvimento deste trabalho, mas para a minha formação como pesquisadora, tenho consciência da dedicação disponibilizada a esse estudo e sou privilegiada por estar ao lado de um professor com tamanha competência com qual aprendi muito. Tenho a certeza de que seu ensinamento foi muito importante para essa jornada acadêmico-científica. Sou grata também ao Luis Henrique Boaventura, sempre disponível e solícito nos momentos de dúvidas, contribuindo nas trocas de ideias e nas revisões. Minhas palavras não são suficientes para expressar minha gratidão.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Letras UPF, pelos ensinamentos enriquecedores, carinho e atenção em minha caminhada acadêmica, bem como a constante atenção do Gunnar, responsável pela secretaria do PPGL/UPF.

Aos meus colegas de curso, com destaque para a Paola Biavatti e o Kaian Lago, por compartilharmos inquietações, dialogarmos, trocarmos ideias e leituras, pela amizade e pelo enriquecedor convívio.

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia - Campus Passo Fundo, pela atenção e carinho ao permitir a realização da pesquisa e estarem sempre dispostos a colaborar com ela, principalmente a direção e a todos os envolvidos em sala de aula.

À minha família, meu esposo Fernando e minha filha Maria Fernanda, pela paciência, companheirismo, conselhos, carinho, nos momentos difíceis, dedico todo o aprendizado deste estudo, e agradeço por estarem sempre presente auxiliando nessa caminhada. Eu amo vocês.

Os livros foram meus passarinhos e meus
ninhos, meus animais domésticos, meu
estábulo e meu campo; a biblioteca era o
mundo colhido num espelho; tinha a sua
espessura infinita, a sua variedade e a sua
imprevisibilidade.

Jean-Paul Sartre

RESUMO

Com o surgimento de novas tecnologias, a prática de leitura e escrita passou a demandar das pessoas um conjunto de conhecimentos adicionais para compreender novas modalidades que se apresentam nos textos, em especial no contexto digital. Em vários aspectos de nossas vidas, tanto profissionais quanto sociais, a forma de comunicação e interação é conduzida por diversas linguagens. Com isso ocorre uma demanda significativa nas escolas para formar alunos com diferentes habilidades de leitura, interpretação e escrita. Nesse cenário em constante evolução, para promover a compreensão e produção efetivas, é fundamental que as práticas de leitura e escrita contemplem textos multimodais, que combinem linguagens verbais e visuais. A leitura deve proporcionar uma perspectiva crítica e reflexiva, capacitando os indivíduos a usá-la de maneira ética e democrática em sua vida. Nesse sentido, elegemos como tema desta pesquisa a leitura, a interpretação e a produção textual na perspectiva dos multiletramentos em textos multimodais, a fim de contribuir para a formação de alunos multiletrados mediante práticas e procedimentos interativos no contexto digital. O objetivo geral consiste em desenvolver práticas de leitura direcionadas à interpretação e à produção escrita por estudantes do 2º ano do ensino médio em uma instituição pública federal, em situação de ensino de língua portuguesa, por meio da utilização de textos multimodais com base na perspectiva dos multiletramentos, incluindo abordagens interativas digitais. Perante o exposto, são articulados os seguintes fundamentos teóricos: Antunes (2003), Bakhtin (2016), documento da Base Nacional Comum Curricular (Brasil, 2018), Fiorin (2016), Kleiman (2002), Lopes-Rossi (2011), Marcuschi (2008), Petit (2008) e Rojo (2009) no que tange às práticas de leitura e os gêneros do discurso; Dionísio (2011), Pimenta (2006) Kress (2003), Kress e van Leeuwen (2021), Rojo (2009, 2012) e van Leeuwen (2017) acerca da multimodalidade discursiva; Cazden *et al.* (2021), Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), Heberle (2012) e Rojo (2012) em relação aos multiletramentos; Coscarelli e Ribeiro (2021), Knobel e Lankshear (2006, 2008) e Lemke (2010) a respeito dos letramentos digitais. Quanto à metodologia, utiliza uma pesquisa de natureza aplicada, exploratória e bibliográfica desenvolvida mediante pesquisa-ação, com abordagem qualitativa, realizada em uma turma de 2º ano do ensino médio integrado, de uma escola pública federal, na cidade de Passo Fundo (RS). O *corpus* principal utilizado ao longo da pesquisa compreende o gênero discursivo “anúncio publicitário” com foco na temática meio ambiente e sustentabilidade. Os resultados da pesquisa enfatizam que as práticas de leitura, interpretação e produção textual com gêneros discursivos multimodais, facilitadas por meio de procedimentos interativos digitais, promovem uma abordagem interativa e envolvente por parte dos estudantes. Isso se traduz em um notável interesse, engajamento e aprendizado perante as atividades propostas. Sendo que a instituição escolar deve garantir que os estudantes tenham acesso às tecnologias e oportunidades para desenvolver suas habilidades de leitura para compreensão e produção escrita no contexto do ensino de língua portuguesa, o que pode contribuir para uma transformação social que é tanto possível quanto necessária, preparando os alunos para exercer de forma significativa sua cidadania.

Palavras-chave: Práticas de leitura. Interpretação e escrita. Multimodalidade e multiletramentos. Gênero do discurso. Anúncio publicitário.

ABSTRACT

With the emergence of new technologies, the practice of reading and writing started to demand from people a set of additional knowledge to understand new modalities that appear in texts, especially in the digital context. In various aspects of our lives, both professional and social, the form of communication and interaction is conducted through different languages. As a result, there is a significant demand in schools to train students with different reading, interpretation and writing skills. In this constantly evolving scenario, to promote effective understanding and production, it is essential that reading and writing practices include multimodal texts, which combine verbal and visual languages. Reading should provide a critical and reflective perspective, enabling individuals to use it ethically and democratically in their lives. In this sense, we chose the theme of this research is reading, interpretation and textual production from the perspective of multiliteracies in multimodal texts, in order to contribute to the formation of multiliterate students through interactive practices and procedures in the digital context. The general objective is to develop reading practices aimed at interpretation and written production by students in the 2nd year of high school in a federal public institution, in a Portuguese language teaching situation, through the use of multimodal texts based on the perspective of multiliteracies, including interactive approaches digital. In view of the above, the following theoretical foundations are articulated: Antunes (2003), Bakhtin (2016), document from the National Common Curricular Base (Brasil, 2018), Fiorin (2016), Kleiman (2002), Lopes-Rossi (2011), Marcuschi (2008), Petit (2008) and Rojo (2009) regarding reading practices and speech genres; Dionísio (2011), Pimenta (2006) Kress (2003), Kress and van Leeuwen (2021), Rojo (2009, 2012) and van Leeuwen (2017) about discursive multimodality; Cazden et al. (2021), Kalantzis, Cope and Pinheiro (2020), Heberle (2012) and Rojo (2012) in relation to multiliteracies; Coscarelli and Ribeiro (2021), Knobel and Lankshear (2006, 2008) and Lemke (2010) regarding the digital literacies. As for the methodology, it uses an applied, exploratory and bibliographical research developed through action research, with a qualitative approach, carried out in a 2nd year class of integrated high school, at a federal public school, in the city of Passo Fundo (RS). The main corpus used throughout the research comprises the discursive genre “advertising” focusing on the theme of environment and sustainability. The research results emphasize that the practices of reading, interpretation and textual production with multimodal discursive genres, facilitated through digital interactive procedures, promote an interactive and engaging approach on the part of students. This translates into notable interest, engagement and learning in the proposed activities. Since the school institution must ensure that students have access to technologies and opportunities to develop their reading skills for comprehension and written production in the context of Portuguese language teaching, which can contribute to a social transformation that is both possible and necessary, preparing students to meaningfully exercise their citizenship.

Keywords: Reading practices. Interpretation and writing. Multimodality and multiliteracies. Speech genre. Advertisement.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Os multiletramentos	45
Figura 2 - Letramentos digitais	53
Figura 3 - Página inicial do <i>Canva</i>	57
Figura 4 - Fases da metodologia da pesquisa-ação	73
Figura 5 - Etapas do processo metodológico e análise do <i>corpus</i> da pesquisa	75
Figura 6 - Peça publicitária do Ministério do Meio Ambiente (MMA, 2011)	84
Figura 7 - Anúncio publicitário do Grupo A.....	101
Figura 8 - Anúncio publicitário do Grupo B.....	103

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Síntese dos conceitos abordados no capítulo 2	37
Quadro 2 - Novos letramentos.....	43
Quadro 3 - Síntese dos conceitos abordados no capítulo 3	59
Quadro 4 - Planejamento da observação e do diagnóstico	66
Quadro 5 - Planejamento da interpretação da peça publicitária	67
Quadro 6 - Planejamento da intervenção pedagógica (anúncio publicitário)	68
Quadro 7 - Categorias teóricas.....	75
Quadro 8 - Questionário diagnóstico dos alunos	78
Quadro 9 - Síntese da interpretação do anúncio publicitário: “Separe o lixo e acerte na lata” (MMA, 2011)	85
Quadro 10 - Questionário avaliativo - discentes	109

LISTA DE TABELA

Tabela 1 - Mestrado e doutorado (2018-2023)	13
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNCC	Base nacional Comum Curricular
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CEFET	Centro Federal de Educação Tecnológica
CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
ENEM	Exame Nacional do Ensino Médio
IFSUL	Instituto Federal Sul-rio-grandense
IHCEC	Instituto de Humanidades, Ciências, Educação e Criatividade
INAF	Indicador Nacional de Alfabetismo Funcional
IPM	Instituto Paulo Montenegro
MMA	Ministério do Meio Ambiente
PCN	Parâmetros Curriculares Nacionais
PISA	Programa Internacional de Avaliação de Estudantes
PPGL	Pós-Graduação em Letras
TALE	Termo de Assentimento Livre e Esclarecido
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 GÊNEROS DO DISCURSO: LEITURA, INTERPRETAÇÃO E PRODUÇÃO TEXTUAL	19
2.1 GÊNEROS DO DISCURSO NO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA: PRÁTICAS LEITORAS	19
2.2 A IMPORTÂNCIA DA LEITURA: ATO DE SIGNIFICAÇÃO E APREENSÃO DO SENTIDO	24
2.3 DA LEITURA À PRODUÇÃO TEXTUAL	30
3 MULTIMODALIDADE, LETRAMENTOS E MULTILETRAMENTOS NO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA NO CONTEXTO DIGITAL	39
3.1 A MULTIMODALIDADE DISCURSIVA NO ENSINO: DO LETRAMENTO AOS MULTILETRAMENTOS	40
3.2 NOVAS TECNOLOGIAS E OS LETRAMENTOS DIGITAIS	48
3.3.1 Anúncio publicitário: linguagem verbal e não verbal	55
3.3.2 O aplicativo Canva como ferramenta pedagógica de produção textual de um anúncio publicitário	57
4 INVESTIGAR E DESCOBRIR: O ESTUDO DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO	61
4.1 DESENHOS METODOLÓGICOS	61
4.1.1 O espaço da pesquisa – IFSul Câmpus Passo Fundo	63
4.1.2 Os sujeitos da pesquisa	64
4.1.3 Delineamento metodológico: etapas da pesquisa	66
4.2 DISPOSITIVO DE ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS	73
5 RESULTADOS DE UMA TRAJETÓRIA DE LEITURA, INTERPRETAÇÃO E PRODUÇÃO TEXTUAL	77
5.1 ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO DIAGNÓSTICO DOS ALUNOS	77
5.2 ANÁLISE DA INTERPRETAÇÃO TEXTUAL: ANÚNCIO PUBLICITÁRIO “SEPARE O LIXO E ACERTE NA LATA” (MMA, 2011)	83
5.3 PRODUÇÃO E ANÁLISE DA CRIAÇÃO DE ANÚNCIO PUBLICITÁRIO NO APLICATIVO CANVA	96
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	114
REFERÊNCIAS	120

ANEXOS	125
ANEXO A - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO (BANANA)	126
ANEXO B - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO (LATA)	127
ANEXO C - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO (GARRAFA PET)	128
ANEXO D - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO (LONGA VIDA)	129
ANEXO E - PANFLETO SUSTENTÁVEL (DETRAN/RS)	130
ANEXO F - ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS CRIADOS PELOS ALUNOS	131
ANEXO G - PUBLICAÇÃO EM REDE SOCIAL	136
APÊNDICES	138
APÊNDICE A - TERMO DE ASSENTIMENTO LIVRE DE ESCLARECIMENTO (TALE)	139
APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE DE ESCLARECIMENTO (TCLE) DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS	142
APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO DIAGNÓSTICO.....	145
APÊNDICE D - LEITURA E INTERPRETAÇÃO DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO	147
APÊNDICE E - PLANEJAMENTO DA INTERVENÇÃO PEDAGÓGICA	151
APÊNDICE F - REVISÃO DA PRODUÇÃO TEXTUAL	158
APÊNDICE G - QUESTIONÁRIO AVALIATIVO - DISCENTES	159
APÊNDICE H - PARECER DE APROVAÇÃO DA PESQUISA - COMITÊ DE ÉTICA ..	160

1 INTRODUÇÃO

Estamos inseridos em um contexto no qual a inovação do conhecimento expande-se num ritmo acelerado, em virtude das sucessivas mudanças concernentes à era digital. Ao analisarmos as atividades sociais e profissionais das pessoas, percebemos que elas são movidas por múltiplas linguagens e isso tem requerido da instituição escolar discentes letrados, com capacidade de leitura e produção textual desenvolvidas. Nesse contexto, para que a produção escrita e a interpretação de sentidos sejam apropriadas, é necessário o desenvolvimento de práticas leitoras, de interpretação e de produção textual abrangendo textos multimodais. É importante que a leitura certifique uma concepção crítico-reflexiva permitindo que o cidadão se sinta capaz de usufruir a vida social de forma crítica, e autônoma, democrática e reflexiva, a fim de sua inclusão na sociedade e que exerça o seu direito à cidadania de forma ética e responsável.

Dessa maneira, diante desse cenário, elegemos como tema desta pesquisa a leitura e seu desenvolvimento para a interpretação e produção escrita na perspectiva dos multiletramentos em textos multimodais, delimitando o foco de estudo, especificamente, quanto ao gênero discursivo “anúncio publicitário”, visando promover a formação de alunos multiletrados no ensino médio, de uma escola pública federal, através de procedimentos interativos digitais nas ações e atividades de ensino da língua portuguesa.

Dessa maneira, é essencial analisar como as formas de leitura e produção escrita são realizadas no ambiente escolar, especialmente no ensino médio, e avaliar a eficácia das atividades de letramento que estão sendo implementadas na escola, um espaço de múltiplas práticas e de conhecimentos diversos. Nesse contexto, com o auxílio e suporte da tecnologia, acreditamos que o ato de ler e escrever requer a integração de várias modalidades de linguagem que vão além da linguagem verbal. A integração de diferentes linguagens tem como finalidade fundamental compreender e construir significados nos textos que circulam na sociedade contemporânea.

Em relação ao estado da arte, fizemos um levantamento de dissertações e teses no site oficial do Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES¹. Com as palavras-chave leitura, escrita, multimodalidade, multiletramento, identificamos uma maior quantidade de dissertações de

¹ Disponível em: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>. Acesso em: 01 set. 2023.

mestrado e um número menor de teses de doutorado. A partir desses descritores, organizamos, para melhor demonstrar, a Tabela 1.

Tabela 1 - Mestrado e doutorado (2018-2023)

Descritores	Ano	Grande Área do Conhecimento: Linguística, Letras e Artes, Ciências Humanas, Multidisciplinar e Ciências Sociais Aplicadas	Mestrado e Mestrado Profissional	Doutorado
Leitura, escrita, multimodalidade e multiletramento	2019-2023	47	43	4
Multiletramento e anúncio publicitário	2018-2022	14	13	1
Leitura, escrita, multimodalidade, multiletramento e anúncio publicitário	2019	1	1	0

Fonte: elaborado pela pesquisadora (2023)

Nesses 47 resumos encontramos diversos enfoques quanto ao tratamento do tema. Quanto às pesquisas em Linguística, Letras e Artes, Ciências Humanas, Multidisciplinar e Ciências Sociais Aplicadas, consideramos a perspectivas que se referem à análise de gêneros multimodais variados, multimodalidade em língua estrangeira, letramento multimodal no ensino fundamental e ensino médio, multiletramento direcionados a educação de jovens e adultos, uso de narrativas digitais, letramento literário com abordagem multimodal na escrita de youtubers.

No que diz respeito à pesquisa nos trabalhos de mestrado, destacando os descritores de leitura, escrita, multimodalidade e multiletramento, identificamos três dissertações com temáticas relacionadas a este estudo. Entretanto, não encontramos nenhuma que abordasse a mesma perspectiva. Um dos trabalhos selecionados, que se aproxima de nossa temática, é a dissertação de mestrado de Helenildo Arruda De Macedo Junior, Universidade Estadual da Paraíba, João Pessoa, datado do ano de 2021, cujo título é: Práticas de leitura e escrita mediadas por memes em tempos de aulas remotas. Essa pesquisa centra-se em uma abordagem do gênero multimodal meme no ensino de língua portuguesa com alunos do 1º ano do ensino médio e

buscou compreender o meme como mediador nos processos de leitura e de escrita dos alunos participantes.

Outra pesquisa é da Universidade Federal de Alagoas, no programa de Letras, intitulada Narrativas digitais: uma proposta para leitura e produção de texto multimodais, de autoria de Maria do Socorro de Holanda Assunção, defendida em fevereiro de 2018. Teve como objetivo entender como o trabalho com multiletramentos pode favorecer a leitura e a produção de textos multimodais na forma de narrativas digitais, uma vez que, em decorrência das novas tecnologias, outras linguagens, além da verbal, se combinam constituindo-se em textos multimodais tão presentes na sociedade, evidenciando que o ensino de língua portuguesa não pode se distanciar das práticas de escrita contemporânea.

Escolhemos, também, relacionado aos descritores de leitura, escrita, multimodalidade, multiletramento e anúncio publicitário, a dissertação realizada com mesmo gênero discursivo da Universidade Estadual de Mato Grosso Do Sul "Dourados", do programa de Letras, intitulada: Leitura de textos verbais e não verbais na perspectiva da multimodalidade: anúncio e propaganda publicitária, com autoria de Claudineia Ramires de Moraes, defendida em dezembro de 2019. O objetivo foi realizar leituras em textos multimodais relacionando-as às metafunções da Gramática do Design Visual (doravante GDV), para compreender a importância dos modos visual e verbal para compreensão leitora.

Verificamos, então, que há diversas temáticas envolvendo uma ampla variedade de gêneros discursivos. No entanto, nenhuma delas integrou a prática de leitura, a interpretação e a produção escrita baseadas no gênero anúncio publicitário. Sendo assim, encontramos um espaço favorável para nosso trabalho, visto que a principal motivação, para desenvolver esta dissertação, vem do contexto educacional no qual os estudantes estão inseridos, em que as tecnologias de informação e comunicação emergentes desempenham um papel crescente na transformação da sociedade, resultando mudanças significativas nas práticas de leitura e seus desdobramentos.

Nesse contexto, a compreensão dos textos incorpora cada vez mais recursos diversos, como áudio e imagens. Os textos, na contemporaneidade, evidenciam não somente a escrita, mas também diversos recursos imagéticos. Recursos, esses, importantes que repercutem na interpretação do que se quer dizer, contribuindo assim para novas abordagens de ensino e aprendizagem do texto, a multimodalidade e os multiletramentos.

Acreditamos que este estudo pode contribuir para a formação de pessoas mais críticas e criativas, pois buscamos alternativas eficientes e que ajudem na resolução das inquietações educacionais, principalmente no processo de leitura e suas repercussões. Também buscamos

desenvolver nos estudantes o gosto pelo conhecimento e a importância da prática leitora no contexto tecnológico. Com relação ao contexto social, buscamos desenvolver nos estudantes a autonomia, a criticidade, a criatividade, a imaginação, ampliar as habilidades na escrita, ao nível acadêmico, idealizamos um ensino de qualidade, uma melhor formação docente, ampliação de informações e conceitos para futuras pesquisas e pessoalmente, a confiança em uma melhor qualidade do ensino público.

Este estudo está vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL), do Instituto de Humanidades, Ciências, Educação e Criatividade (IHCEC) da Universidade de Passo Fundo, inscreve-se na linha de pesquisa Leitura e Formação do Leitor. Este estudo surge da preocupação com a formação do leitor e sua capacidade de dominar as diversas linguagens e mídias, a fim de navegar em uma sociedade cada vez mais complexa, que demanda minuciosas habilidades de leitura dos indivíduos. Entendemos, então, que criar inteligibilidade através dos multiletramentos é o principal foco de ensino no contexto escolar.

No exercício pedagógico do ensino da língua, não podemos ignorar que o processo de leitura envolve o conhecimento das condições de produção, pois, para que o leitor faça uma interpretação eficaz, é necessário o conhecimento social, político e econômico em que se insere. É importante a inclusão e a autonomia dos alunos no mundo contemporâneo; sendo assim, é necessário, além de decifrar cada palavra, saber atribuir significado ao que se lê. Para isso, abraçamos a ideia de que o professor pode desempenhar um papel de pesquisador, de orientador, tendo a oferecer o conhecimento nas e pelas linguagens em uso.

Para despertar o interesse e melhorar a formação para a leitura de maneira significativa, a partir de uma sociedade voltada ao virtual, ao tecnológico e ao imediatismo, é necessário que se desenvolvam estudos teóricos e projetos práticos capazes de explorar caminhos que possibilitem a descoberta da importância da leitura. Dessa forma, buscar meios que despertem o prazer de ler e a capacidade de interagir com os diferentes modos pelos quais um texto pode se apresentar, com palavras e imagens, seja ele uma receita, uma bula de remédio, uma propaganda, uma história em quadrinho, um conto, um filme, uma notícia, uma novela, uma tira, uma crônica, uma poesia, uma canção, uma aventura contada em um livro velho guardado no baú de casa etc.

O problema de pesquisa centra-se no questionamento: como desenvolver atividades que aprimorem a competência de leitura dos alunos nas aulas de língua portuguesa, através da integração de práticas envolvendo a compreensão e a produção escrita de textos multimodais, utilizando procedimentos interativos digitais visando aos multiletramentos? Neste trabalho, o objetivo geral consiste em desenvolver práticas de leitura direcionadas à interpretação e à

produção escrita por estudantes do 2º ano do ensino médio em uma instituição pública federal, em situação de ensino de língua portuguesa, por meio da utilização de textos multimodais com base na perspectiva dos multiletramentos, incluindo abordagens interativas digitais.

Com base na problematização prevista e no objetivo geral, temos os seguintes objetivos específicos:

- a) promover práticas leitoras por meio das tecnologias digitais, propondo a interpretação de texto e a produção escrita aos alunos, com o intuito de proporcionar multiletramentos no âmbito do ensino da língua portuguesa;
- b) explorar as características essenciais de leitura por meio da investigação do gênero discursivo "anúncio publicitário", visando conceber a dinâmica da multimodalidade no contexto dos multiletramentos no ensino de língua portuguesa;
- c) apresentar sugestões práticas aplicadas em sala de aula que contemplem a aprendizagem em textos publicitários promovendo a leitura crítica e criativa, bem como a produção escrita autônoma de textos multimodais no contexto digital.

As concepções teórico-metodológicas estão idealizadas de forma a elucidar o problema de pesquisa, o objetivo geral e os objetivos específicos que servirão de base e nos guiarão nas propostas das atividades em sala de aula, em que será analisado um texto do gênero discursivo anúncio publicitário, visando à promoção dos multiletramentos dos alunos através da interpretação e produção textual utilizando recurso tecnológico.

O ambiente escolhido para aplicação da pesquisa é a sala de aula, espaço em que se desenvolveram amostras e o reconhecimento qualitativo da pesquisa. O lugar em que acontecerá o estudo será uma escola pública federal que oferece o ensino médio integrado, ensino técnico e superior. A escola é o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense — Câmpus Passo Fundo, localizada na cidade de Passo Fundo, no Rio Grande do Sul. A pesquisa realizou-se em uma turma do 2º ano do Ensino Médio, na disciplina de Língua Portuguesa, por ser uma turma que está na metade do caminho para a conclusão do Ensino Médio. As pessoas envolvidas na pesquisa foram a pesquisadora, estudante de mestrado e que no momento não atua como professora, os alunos que fazem parte do 2º ano do Ensino Médio Integrado - Mecânica e a professora titular que participou de forma parcial nas atividades propostas. Essa docente orientou a pesquisadora sobre os procedimentos das aulas de português, os projetos anteriores que utilizaram tecnologia e os materiais didáticos empregados ao longo do ano letivo. Além disso, participou das apresentações dos anúncios publicitários elaborados

pelos participantes da pesquisa durante a última atividade desenvolvida conforme o planejamento das aulas e a realização das atividades propostas. A coleta de dados foi realizada no mês de abril de 2023, em acordo à autorização do Comitê de Ética da Universidade de Passo Fundo – parecer nº 5.820.087, com 15 alunos que se dispuseram a participar voluntariamente.

Quanto ao delineamento metodológico utilizado no prosseguimento deste estudo aplicado, trata-se de uma pesquisa exploratória e bibliográfica desenvolvida mediante pesquisa-ação com abordagem qualitativa, tendo por finalidade produzir conhecimentos práticos relacionados a possíveis situações-problema relacionadas às práticas leitoras, interpretação e produção escrita competente em sala de aula. O *corpus* principal a ser utilizado na pesquisa-ação compõe-se do texto do gênero discursivo anúncio publicitário. A análise e interpretação dos dados coletados e selecionados baseia-se no questionário diagnóstico, em que se observa a relação dos alunos com a leitura, a escrita, o gênero e a tecnologia; na interpretação textual, em que consideramos a prática leitora, a compreensão de texto multimodal e na produção escrita, momento que levamos em conta a apropriação dessa modalidade de texto, do gênero anúncio publicitário considerando os multiletramentos. O dispositivo teórico-metodológico para análise do *corpus* foi realizado conforme estabelecido pelos pressupostos do paradigma indiciário de Ginzburg (1989) e da pesquisa-ação de Thiollent (2011).

Delineamos este trabalho em quatro capítulos, além da Introdução e das Considerações Finais. No capítulo 2, definido como primeiro capítulo teórico, apresentamos reflexões sobre o gênero do discurso e a concepção de práticas de leitura na construção de sentido, pois acredita-se que para sermos bons produtores textuais precisamos ser leitores de vários e diferentes gêneros textuais. A produção textual desenvolvida em sala de aula ocorre por meio do gênero do discurso anúncio publicitário; por isso, abordamos as noções de gêneros do discurso sob a visão de Antunes (2003), Bakhtin (2016), Brasil (2018), Dionísio (2011), Kleiman (2002), Lopes-Rossi (2011), Petit (2008), Ribeiro (2018) e Rojo (2009) no que se refere à prática leitora e os usos da tecnologia.

No terceiro capítulo teórico, “Multimodalidade, letramentos e multiletramentos no ensino de língua portuguesa no contexto digital”, discutimos conceitos relacionados à multimodalidade, ao letramento e aos multiletramentos aplicados ao ensino da língua portuguesa por meio da pedagogia dos multiletramentos, que contemplam as constantes mudanças vividas pela sociedade através da tecnologia. Nesse sentido, mobilizamos Cazden *et al.* (2021), Heberle (2012), Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020) e Rojo (2009, 2012). Em alusão à multimodalidade discursiva, conceituamos a partir de Pimenta (2006), Kress (2003), Kress e van Leeuwen (2021) e van Leeuwen (2017). Abordamos a compreensão textual com conceitos

de Marcuschi (2008, 2011). Tratamos sobre as novas tecnologias e os letramentos digitais sob uma perspectiva pedagógica, que, junto aos multiletramentos, se idealiza um discente crítico e atuante em sua cidadania. Nesse momento, salientamos a necessidade de dialogar sobre as novas tecnologias e os letramentos digitais em sala de aula para que os alunos tenham autonomia e protagonismo em seu aprendizado. Acerca dos letramentos digitais valemo-nos de Coscarelli e Ribeiro (2021), Lemke (2010), Knobel e Lankshear (2006, 2008) e Rezende (2016).

Na sequência, apresentamos o capítulo quarto que define os procedimentos metodológicos traçando um caminho para práticas leitoras, de interpretação e de produção de textos multimodais (anúncio publicitário). Expomos os detalhes da pesquisa quanto à metodologia, especificando a prática a ser investigada e ponderando a utilização da pesquisa-ação. Logo após, delineamos suas fases, o local da pesquisa e apresentamos os sujeitos envolvidos no estudo e o *corpus* utilizado, bem como destacamos o dispositivo de análise.

Sucessivamente, no quinto capítulo, com os dados coletados no período de execução da pesquisa-ação, realizamos a análise desses dados que inferem os resultados do estudo. Finalmente, tecemos as considerações finais sobre a pesquisa desenvolvida e que subsidia este trabalho de dissertação.

2 GÊNEROS DO DISCURSO: LEITURA, INTERPRETAÇÃO E PRODUÇÃO TEXTUAL

A riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multifacetada atividade humana e porque em cada campo dessa atividade vem sendo elaborado todo um repertório de gêneros do discurso, que cresce e se diferencia à medida que tal campo se desenvolve e ganha complexidade (Bakhtin, 2016, p. 12).

Consideramos que realizar uma leitura em que somente há decodificação de símbolos linguísticos não é significativo; precisamos, sobretudo, entender o sentido do texto em um processo interativo. Na contemporaneidade, é essencial tornar a compreensão da leitura e a produção textual mais envolventes, uma vez que, muitas vezes, as pessoas enfrentam uma certa carência em relação à escrita e dispõem de pouco tempo para a leitura. Isso é especialmente notável no contexto da sala de aula, onde a atividade de leitura e escrita de gêneros diversos precisa ser estimulante e priorizada.

Isso significa dizer, nas atividades de ensino-aprendizagem de produção textual, que o conhecimento e o domínio dos diferentes gêneros discursivos por parte dos alunos não apenas os preparam para as práticas linguísticas, mas também elevam a compreensão da realidade em que vivem, apresentando-lhes formas concretas de participação social e cidadã. Neste capítulo, a partir de alguns teóricos: Antunes (2003), Bakhtin (2016), Brasil (2018), Dionisio (2011), Fiorin (2016), Kleiman (2002) Lopes-Rossi (2011), Marcuschi (2008), Petit (2008), Ribeiro (2018), Rojo (2008, 2009) entre outros, propomos algumas reflexões sobre gêneros do discurso, dialogismo e a importância da leitura e compreensão como prática de apropriação de sentido. Abordamos, além disso, a habilidade do aluno leitor e produtor de texto de variados gêneros discursivos como meio de se expressar criticamente e de exercer sua criatividade. Iniciamos, a seguir, dando foco ao gênero do discurso e ao ensino de língua portuguesa na escola.

2.1 GÊNEROS DO DISCURSO NO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA: PRÁTICAS LEITORAS

A Base Nacional Comum Curricular (Brasil, 2018), ao tratar das competências, reitera que o aluno precisa aprender a utilizar diferentes linguagens para exercer, com autonomia e colaboração, seu protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva, agindo de forma crítica, criativa, de forma ética e solidária perante a sociedade. O domínio dos gêneros do discurso/gêneros textuais que circulam na coletividade amplia o repertório e a análise, síntese e reflexão, preparando-os para o exercício da cidadania. Dessa forma, no ensino médio:

[...] pretende-se que os estudantes façam uso das linguagens de maneira crítica, levando em conta um aprofundamento da análise do funcionamento das diversas semioses para produzir sentidos. Os estudantes devem utilizar diferentes linguagens de maneira posicionada, assumindo uma ética solidária que respeite as diferenças sociais ou individuais e promova os Direitos Humanos, a consciência socioambiental e o consumo responsável, em âmbito local, regional e global (Brasil, 2018, p. 485).

Assim sendo, o ambiente escolar é o espaço efetivo de interação social onde os alunos se tornam produtores participantes e responsivos. No estudo da linguagem, é importante considerar de que forma são constituídos socialmente os sujeitos para que possam desenvolver sua autonomia e cultivar a alteridade por meio das relações dialógicas.

Bakhtin (2016) foi um estudioso da filosofia da interação, com nacionalidade russa, era pensador dos fenômenos relacionados à linguagem. Juntamente com outros estudiosos, intelectuais de diferentes áreas do conhecimento, compôs um grupo chamado Círculo de Bakhtin. Esses autores inovaram as teorias linguísticas do século XX ao estudar o fenômeno da língua como um constante processo de interação mediado pelo diálogo. Além disso, considera-se que a linguagem só existe pelo uso que dela se faz nas situações formais e informais de comunicação, e que, por isso, a relação de locutor e interlocutor é dialógica. Dessa forma, os referidos estudiosos manifestam que a linguagem deve ser compreendida sob o viés sociológico, histórico e ideológico, pois a contemplaram como um lugar onde as diferenças se encontram e a identidade se constrói através da convivência com a diversidade. Desse modo, aprofundaremos o estudo dos gêneros do discurso e do dialogismo conforme Bakhtin (2016).

Na obra *Os gêneros do discurso*, Bakhtin (2016) retrata que o enunciado significa o ato de enunciar, exprimir, transmitir pensamentos e sentimentos em forma de palavras. Esse termo pode ser definido, também, como o ato de produção de um discurso oral ou escrito, ou de um romance, entre outros que fazem parte da esfera da comunicação. De acordo com Bakhtin (2016, p. 11), o enunciado é a unidade mínima da comunicação e nasce da inter-relação entre os discursos coletivos, “(orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana.”

A comunicação, seja oral ou escrita, sempre incita uma resposta do outro, há sempre uma atitude responsiva mesmo quando não há uma resposta verbal, explícita. Por isso, todo enunciado nasce com uma réplica ao anterior; além disso, ele possibilita que outros posteriores sejam construídos. Dessa forma, a língua pode ser constituída como um processo dialógico em que indivíduos trocam com outros constantes enunciados, criando, assim, o discurso. Segundo Fiorin (2016, p. 22), “todo discurso que fale de qualquer objeto não está voltado para a realidade em si, mas para os discursos que a circundam.” Os tipos estáveis de enunciados, elaborados em todas as esferas de utilização da linguagem, dão origem aos gêneros do discurso. São compostos por três elementos: “o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional” (Bakhtin, 2016, p. 12). Essas características emergem de forma simultânea na criação de um enunciado associado ao contexto social de comunicação. O conteúdo temático é representado pela mensagem principal e está relacionado a outros textos. A construção composicional está direcionada à estrutura e às relações dialógicas que serão usadas para a constituição de determinado gênero. Segundo Bakhtin (2016, p. 63), “A quem se destina o enunciado, como o falante (ou o que escreve) percebe e representa para si os seus destinatários, qual é a força e a influência deles no enunciado”. Quanto ao estilo, Bakhtin (2016, p. 17) afirma que “todo estilo está indissolúvelmente ligado ao enunciado e às formas típicas de enunciados, ou seja, aos gêneros do discurso” e reitera que “onde há estilo há gênero” (Bakhtin, 2016, p. 21). Isso ocorre porque o estilo, como um dos elementos do gênero, resulta da escolha de recursos linguísticos, “de traços fônicos, morfológicos, sintáticos, semânticos, lexicais, enunciativos, discursivos, etc” (Fiorin, 2017, p. 51). Todas essas características são evidenciadas conjuntamente na produção de um enunciado ligado à situação social de interação.

O gênero do discurso, conforme teorizado por Bakhtin (2016), está integrado à comunicação dos homens, faz parte das relações sociais e está muito além do texto; trata-se de um fenômeno da vida. Os gêneros são infinitos, porque assim o são as possibilidades de comunicação da atividade humana. Desse modo, são atemporais, pois, conforme as atividades humanas se modificam, novos gêneros se integram tanto à fala quanto à escrita.

Nos estudos do gênero, Bakhtin (2016) faz uma distinção entre discursos primários e secundários. Os primários englobam os enunciados simples e muito ligados ao lugar e ao tempo de sua realização; referem-se a situações comunicativas do cotidiano, são espontâneos, não exigem muita elaboração para serem criados, são informais e sugerem uma comunicação imediata. Podemos citar como exemplos de gêneros primários a carta, o bilhete, o diálogo do nosso cotidiano, entre outros. Os secundários, por sua vez, comportam os enunciados mais elaborados e que não têm relação tão próxima com o tempo e o espaço de sua realização.

Ademais, estão presentes em circunstâncias de uma comunicação cultural mais elaborada e relativamente desenvolvida, como na escrita artística, literária, científica e sociopolítica. Desse modo, “a língua passa a integrar a vida através de enunciados concretos (que a realizam); é igualmente através de enunciados concretos que a vida entra na língua” (Bakhtin, 2016, p. 16-17). Salienta-se que a concepção dos gêneros primários e secundários permanece a mesma, isto é, ambos são formados por enunciados verbais; o que os distingue é o nível de complexidade com que se manifestam.

Ao versar sobre os gêneros do discurso, Bakhtin (2016) objetiva salientar sua dimensão dialógica, ou seja, o que acontece com os interlocutores em decorrência do diálogo. O estudioso aborda aspectos importantes do papel ativo do outro quando se refere à comunicação verbal, pois é por meio do diálogo que se constata a alternância de vozes dos interlocutores. Sendo assim, de acordo com Fiorin (2016, p. 22), “toda palavra dialoga com outras palavras, constitui-se a partir de outras palavras, está rodeada de outras palavras.” Diante disso, “[...] o diálogo é a forma clássica de comunicação discursiva” (Bakhtin, 2016, p. 29). Bakhtin (2016) aborda o dialogismo de duas formas: o diálogo entre os interlocutores, a multiplicidade de vozes e, também, o diálogo entre os discursos em si, o qual utiliza discursos anteriores que já foram criados.

Fiorin (2016, p. 27) expressa que os enunciados são dialógicos e que fazem parte do exercício da linguagem, pois “Todo enunciado constitui-se a partir de outro enunciado, é uma réplica a outro enunciado. Portanto, nele ouvem-se sempre, pelo menos, duas vozes.” Suscita-se, então, o gênero como enunciado responsivo, conforme elaborado por Bakhtin (2016); acredita-se, desse modo, na ideia de que a linguagem é uma atividade interativa. Esse autor evidencia que, ao compreendermos um texto, é gerada uma responsividade, ou seja, uma atitude de resposta do outro. “Cada réplica, por mais breve e fragmentada que seja, tem uma conclusividade específica ao exprimir certa posição do falante que suscita resposta, em relação à qual se pode assumir uma posição responsiva” (Bakhtin, 2016, p. 29-30). Dessa forma, o enunciador, ao terminar seu discurso, dá lugar ao pronunciamento do outro, e, conseqüentemente, abre espaço para a possibilidade de resposta. Fiorin (2016, p. 36) atesta que “[...] um enunciado solicita uma resposta, resposta que ainda não existe. Ele espera sempre uma compreensão responsiva ativa, constrói-se para uma resposta, seja ela uma concordância ou uma refutação”. Diante disso, o leitor/ouvinte, ao interpretar o significado do discurso, assume relações perante ele de “pergunta-resposta, afirmação-objeção, afirmação-concordância, proposta-aceitação, ordem-execução etc” (Bakhtin, 2016, p. 30). Portanto, observam as distinções dialógicas quando acontece a alternância de vozes.

Ademais, de acordo com Bakhtin (2016), todo ser humano age em algumas esferas de atividades sociais de comunicação, como, por exemplo, em casa, na escola, no trabalho, na comunidade em que vive, na política, entre outros. Dessa forma, ao transitar por essas esferas comunicativas, os sujeitos utilizam vários gêneros do discurso que acolhem as práticas sociais em que estão inseridos. No texto escrito, encontra-se o lugar de diálogo onde há a produção de sentidos, pois é produzido por um locutor que tem a intenção de interagir numa situação de comunicação a partir de um momento sócio-histórico. Revela-se importante, em função desse alcance social, estudar os gêneros do discurso como meios de socialização e que permitam ao educador trazer para sala de aula textos que se encontram no cotidiano dos estudantes.

Rojo (2008) ressalta a importância do estudo dos gêneros, tendo em vista as “novas exigências que o mundo contemporâneo coloca para a escola, portanto, vão multiplicar enormemente as práticas letradas e os textos de diversos gêneros que nela devem circular e ser abordadas(os)” (Rojo, 2008, p. 586). Essa estudiosa reitera a importância de ampliar e democratizar as práticas e eventos de letramento na escola, além dos textos e gêneros que nela circulam.

Sendo assim, visto que os textos se manifestam sempre por meio de um gênero discursivo, é de extrema importância a escola retratar a funcionalidade desses gêneros, tanto no que diz respeito à leitura quanto à produção textual. Marcuschi (2008, p. 37) afirma que “no ensino de uma maneira geral, e em uma sala de aula de modo particular, pode se tratar dos gêneros”. Assim, o estudo dos gêneros discursivos é um excelente meio para trabalhar com as aprendizagens da língua em seus mais variados usos no dia a dia, tendo em vista a sistematização da fala.

Conforme Lopes-Rossi (2011), as atividades propostas com os gêneros do discurso na escola depreendem tarefas de leitura que requerem o aprendizado, por parte dos alunos, das particularidades dos gêneros que serão produzidos posteriormente. Essas atividades de leitura necessitam levar os estudantes a entenderem a composição dos gêneros nos aspectos verbais e não verbais, nas informações ou omissões, quando destacam umas mais do que as outras. “[...] é planejada de acordo com a sua função social e seus propósitos comunicativos. Isso contribui para a formação de um cidadão crítico e participativo na sociedade” (Lopes-Rossi, 2011, p. 71-72). Lopes-Rossi (2011) defende, ainda, a importância de o professor criar condições para que os alunos apropriem seus conhecimentos discursivos e linguísticos a partir de diversos gêneros, em situações de comunicação real.

Dionisio (2011) ressalta que a multimodalidade está presente nas ações sociais, nos gêneros textuais orais e escritos, nas novas formas de interação entre leitor e texto, na relação

entre os discursos e as inovações tecnológicas, e no grau de informatividade visual dos gêneros textuais da escrita. Por isso, “quando usamos linguagem, estamos realizando ações individuais e sociais que são manifestações socioculturais, materializadas em gêneros textuais” (Dionisio, 2011, p. 139).

Nessa circunstância, em que, no âmbito da teoria bakhtiniano, a linguagem é referida como um fenômeno social e interativo, sugerimos na pesquisa-ação desenvolvida neste estudo uma atividade que prioriza o gênero do discurso anúncio publicitário com o propósito de proporcionar o ensino-aprendizagem. Além disso, trata-se de uma escolha teórica e metodológica apta a criar condições de leitura e produção textual, fazendo com que os alunos aumentem as possibilidades de compreensão textual capacitando-os para uma formação de leitores e produtores de texto competentes que atuam na sociedade. Dessa maneira, temos que ensinar os gêneros discursivos em situação de comunicação concreta, pois é primordial para o desenvolvimento da competência discursiva dos educandos e para a integração de tecnologias digitais, o que permite melhores oportunidades de interação objetivando alcançar o multiletramento.

Acreditamos que, na contemporaneidade, ao trabalhar com o anúncio publicitário, os estudantes poderão colocar em prática o que aprenderam sobre o gênero em questão, sendo assim, formaremos bons leitores e produtores de textos provenientes das novas tecnologias digitais, de forma crítica e os capacitando a se inserirem nas práticas sociais do dia a dia. Na sequência, abordamos sobre a importância da leitura para a construção de sentidos no processo de compreensão leitora.

2.2 A IMPORTÂNCIA DA LEITURA: ATO DE SIGNIFICAÇÃO E APREENSÃO DO SENTIDO

Ser capaz de ler e compreender o que se lê é muito importante, pois acreditamos se tratar de uma aptidão fundamental para a inclusão, ou, até mesmo, para a segregação do indivíduo. Dessa forma, o ambiente escolar, lugar em que se desenvolve o letramento, tem a necessidade de proporcionar a evolução dessa habilidade no educando. Os indicadores de diferentes avaliações que estão relacionadas à leitura e letramento sugerem níveis de alcance muito baixos, desfavoráveis em avaliações do Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (PISA) e do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), entre outros. Já o Indicador Nacional de

Alfabetismo Funcional (INAF)², é realizado para verificar os níveis de letramento da população brasileira, além de examinar o que os sujeitos leem (INAF, 2018). Conforme o Portal Todos Pela Educação (2018, n.p.), “A cada 10 brasileiros, três não conseguem resolver operações básicas que envolvam, por exemplo, o total de uma compra, o cálculo do troco ou valor de prestações sem juros.” Muitas tarefas do cotidiano se tornam grandes desafios, difíceis de serem realizadas, o que afeta a vida autônoma desses indivíduos. O INAF mostrou, pela quarta vez consecutiva, que “cerca de 30% dos brasileiros entre 15 e 64 anos são analfabetos funcionais” (Portal todos pela educação, 2018, n.p.). O estudo também revela outra situação preocupante: “entre a população considerada funcionalmente alfabetizada, apenas um em cada 10 brasileiros podem ser considerados proficientes e aptos a analisar, por exemplo, gráficos de duas variáveis” (Portal todos pela educação, 2018, n.p.). Essa situação nos faz pensar sobre o que está acontecendo com uma de nossas habilidades básicas: a leitura.

Assim sendo, ao considerar o fato de que um dos objetivos a serem desenvolvidos pelos alunos da educação básica é a aptidão em leitura e escrita, mostra-se necessária a compreensão de diferentes textos, em sua multimodalidade, para que os discentes sejam inseridos nas diversas esferas sociais. Nesse sentido, acreditamos que a concepção leitora é ampla e abrange a compreensão de textos verbais, verbo-visuais, imagéticos, literários etc. Envolve não apenas a decodificação de palavras, mas também a apreensão do significado e do propósito do texto. Além disso, a leitura é vista como um processo ativo que pode incluir análise crítica, reflexão, e conexões com experiências pessoais e conhecimentos prévios. A capacidade de ler de forma eficaz e crítica é crucial para o desenvolvimento intelectual, cultural e social de um indivíduo. Ribeiro (2018, p. 60) afirma que “a leitura é uma competência que continua precisando ser aprendida no ambiente escolar”. Ao tratar da leitura como processo interativo, Petit (2008, p. 101) informa que a leitura contribui com “o acesso ao conhecimento, apropriação da língua, construção de si mesmo, extensão do horizonte de referência, desenvolvimento de novas formas de sociedade”, levando a acreditar, dessa forma, haverá o exercício da cidadania.

A Base Nacional Comum Curricular (Brasil, 2018) é um dos documentos oficiais que orientam o ensino no Brasil e se define como suporte que rege as práticas pedagógicas no que tange ao Ensino Médio; são consideradas importantes no campo da vida pessoal as práticas de

² O INAF, junto à ONG Ação Educativa e ao Instituto Paulo Montenegro, desenvolveu um estudo para medir os níveis de alfabetismo da população brasileira de 15 a 64 anos. Ele divide a escala de proficiência em cinco níveis: analfabeto, rudimentar, elementar, intermediário e proficiente. Os níveis analfabeto e rudimentar definem, juntos, os analfabetos funcionais. Os níveis básico e pleno fazem parte do grupo dos funcionalmente alfabetos, que foram reorganizados em três: elementar, intermediário e proficiente (Instituto Paulo Montenegro [IPM], 2018).

leitura, escuta, e produção de textos nas modalidades: orais, escritos, multissemióticos e a análise linguística/semiótica. No que se refere à leitura, esse documento normativo considera essencial a leitura de mundo com base em uma visão crítica e contextualizada da realidade. Sua compreensão não deve ser considerada apenas um processo de reconhecimento da escrita, mas sim para que o aluno apodere e constitua sentidos, permitindo uma leitura mais aprofundada em termos de interpretação.

Na concepção de Rojo (2009, p. 8), em pleno século XXI, é necessário enfrentar no ensino do Brasil dois problemas: “evitar a exclusão escolar e tornar a experiência na escola um percurso significativo em termos de letramentos e de acesso ao conhecimento e à informação”. É de fundamental importância, no Ensino Médio, a formação de um cidadão autônomo, que seja capaz de interagir com a realidade em que vivemos, e que, dessa forma, construa a capacidade de se tornar sujeito protagonista por meio de uma leitura significativa. Considerando que a leitura e a escrita desempenham papéis cruciais no desenvolvimento humano, torna-se relevante ler para obter informações, passar o tempo e enriquecer nossa vida interior. Escrevemos com o propósito de comunicar, refletir com mais profundidade sobre nossos pensamentos e evitar esquecer o que necessita ser lembrado. Ao praticar a leitura e a escrita, engajamo-nos em diálogo com outras pessoas, nos preparamos para a vida profissional e desfrutamos de uma fonte de diversão e lazer.

Consoante Marcuschi (2008, p. 228), “ler é um ato de produção e apropriação de sentido que nunca é definitivo e completo, aqui vamos defender a posição de que ler não é um ato de simples extração de conteúdo ou identificação de sentidos.” Por isso, a leitura faz parte do conhecimento individual sobre o texto, e, para que haja compreensão, são exigidas do leitor aptidão, interação e dedicação. Marcuschi (2008, p. 230), constata ainda que “compreender não é uma ação apenas linguística e cognitiva”. É sim, muito mais do que uma forma de inserção no mundo, um modo de agir sobre o mundo nas relações com o outro cultural e socialmente. Dessa forma, a leitura resulta do ato de atribuir e construir significado ao que foi escrito, como a possibilidade de entendermos a essência do mundo das letras, dos signos linguísticos em uma perspectiva social das relações humanas.

O processo interativo da leitura é abordado por Kleiman (2002, p. 13), defende que a compreensão de determinado texto envolve o conhecimento prévio do leitor, ou seja, ele utiliza na leitura o que sabe, o que aprendeu no decorrer da sua vida. “É mediante a interação de diversos níveis de conhecimento, como o linguístico, o textual, o conhecimento de mundo, que o leitor consegue construir o sentido do texto.” Kleiman (2002) destaca, ainda, os níveis de conhecimento que entram em jogo durante a leitura. São eles:

- a) *Conhecimento linguístico*: abrange um conhecimento natural do falante nativo da língua portuguesa, o que está implícito e que não é verbalizável na grande maioria das vezes. Vai do conhecimento do vocabulário e das regras até o uso da língua, desempenhando, dessa forma, um papel central no processamento do texto;
- b) *Conhecimento textual*: é a informação apreendida no decorrer da vida, ou seja, um conhecimento prévio. Quanto mais conhecimento textual e de todas as modalidades de texto que o leitor tiver, maior será sua compreensão;
- c) *Conhecimento de mundo ou conhecimento enciclopédico*: pode ser apreendido formal ou informalmente, ou seja, é o aprendizado de um determinado descobrimento da ciência, até mesmo das coisas mais simples vivenciadas em nosso dia a dia, através de nossas experiências e convívio em sociedade, conhecimento cuja ativação da memória no momento certo é válido para compreensão de um texto.

Com isso, os níveis de conhecimento devem ser ativados no momento da leitura para que se chegue ao momento da compreensão, quanto maior sua exposição a todo o tipo de texto, quanto mais conhecimento textual o leitor tiver mais fácil será sua percepção, “o conhecimento de estruturas textuais e de tipos de discurso determinará, em grande medida, suas expectativas em relação aos textos, expectativas estas que exercem um papel considerável na compreensão” (Kleiman, 2002, p. 20). Desse modo, o aluno fará uma leitura engajada no uso do conhecimento, e não uma mera recepção passiva. No momento da leitura,

O mero passar de olhos pela linha não é leitura, pois leitura implica uma atividade de procura por parte do leitor, no seu passado, de lembranças e conhecimentos, daqueles que são relevantes para a compreensão de um texto que fornece pistas e sugere caminhos, mas que certamente não explicita tudo o que seria possível explicitar (Kleiman, 2002, p. 27).

Assim, a leitura não deve ser concebida apenas como uma ação mecânica, ou seja, como algo automatizado, pois o leitor crítico e participativo é reflexivo e não se limita a repetir ações automáticas. Nessa perspectiva, o foco recai na construção de significados pelos leitores, proporcionando-lhes a capacidade de refletir e compreender a realidade sociocultural em que estão inseridos.

Kleiman (2002) sustenta ainda que a leitura feita com objetivos bem definidos permite que se lembre mais e melhor daquilo que foi lido, e que “a capacidade de estabelecer objetivos na leitura é considerada uma *estratégia metacognitiva*, isto é uma estratégia de controle e regulamento do próprio conhecimento” (Kleiman, 2002, p. 34). Por isso, Kleiman (2002) enfatiza que a leitura precisa surgir de uma necessidade para que se chegue a um propósito,

caso contrário, se lemos porque outra pessoa nos manda ler, torna-se uma ação voluntária com pouco significado e sentido. Assim sendo, estabelecer objetivos e formular hipóteses são ações importantes que contribuem para a compreensão do texto. “Quanto mais conhecimento textual o leitor tiver, quanto maior a sua exposição a todo tipo de texto, mais fácil será sua compreensão” (Kleiman, 2002, p. 20).

A leitura é uma prática social e interativa, visto que, é necessária a participação efetiva do leitor. Desse modo, Antunes (2003, p. 67) expressa que “o leitor, como um dos sujeitos da interação, atua participativamente, buscando recuperar, buscando interpretar e compreender o conteúdo e as intenções pretendidas pelo autor”. Essa dimensão interacional entre os sujeitos pressupõe, segundo Antunes (2003), muito mais que uma simples decodificação de sinais gráficos.

A esse respeito, Rojo (2009) destaca que a leitura precisa ser enfocada não como um ato de decodificação, de transposição do código escrito ao oral, mas sim “como um ato de cognição, de compreensão, que envolve conhecimento de mundo, conhecimento de práticas sociais e conhecimentos linguísticos, muito além dos fonemas e grafemas” (Rojo, 2009, p. 76). Ou seja, o leitor necessita conhecer o conteúdo lido, fazer inferências entre as partes do texto e, também, usar o conhecimento prévio.

Ao abordar as habilidades de compreensão, Rojo (2009) traz algumas estratégias relevantes. São elas:

- a) *Ativação do conhecimento de mundo*: antes e durante a leitura, o leitor coloca em relação seu conhecimento de mundo e, se houver uma falha, existirá uma lacuna na compreensão, que será preenchida por outras estratégias de caráter inferencial;
- b) *Antecipação ou predição de conteúdo ou propriedades dos textos*: diz respeito ao momento da leitura, de quais são suas finalidades, da esfera de comunicação em que ela se dá; o leitor levantará hipóteses sobre o conteúdo e a forma do texto ou do trecho seguinte que será lido;
- c) *Checagem de hipóteses*: durante a leitura, o leitor irá confirmar ou negar suas hipóteses, buscando novas e mais adequadas;
- d) *Localização e/ou retomada (cópia) de informações*: no momento da leitura para estudo, trabalho, busca de informações, internet, o leitor busca informações relevantes, e, de alguma forma, as armazena para serem utilizadas posteriormente;
- e) *Comparação de informações*: no ato da leitura, o leitor compara informações do texto com outros textos e com seu conhecimento de mundo para agregar novos sentidos ao texto que lê;

- f) *Generalização (conclusões gerais sobre fato, fenômeno, situação, problema etc. após análise de informações pertinentes)*: é o que guardamos na memória depois de fazermos as enumerações, redundâncias, repetições, exemplos, explicações, ou seja, uma síntese da leitura;
- g) *Produção de inferências locais*: quando há falta de compreensão ocasionada por um vocabulário ou uma estrutura não conhecida, o leitor utiliza estratégias de inferências, descobrindo pelo contexto do texto e pelo significado que ele já construiu, agregando um novo significado ao vocábulo que, até então, era desconhecido;
- h) *Produção de inferências globais*: o texto tem seus implícitos e pressupostos que devem ser compreendidos durante a leitura para que ela se torne efetiva. Para isso, o leitor lança mão das pistas deixadas pelo autor do texto.

Rojo (2009, p. 89) observa, ainda, que, na prática escolar, “[...] a formação do aluno deve ter como alvo principal a aquisição de conhecimentos básicos (ditos ‘competências e habilidades’), a preparação científica e a capacidade para utilizar as diferentes tecnologias relativas às áreas de atuação”.

Diante disso, é necessário desafiar a escola a criar ambientes significativos para a prática de leitura. Existem diferentes suportes e contextos a serem usados; é preciso pensar nas condições de produção dos alunos com o objetivo de criar espaços relevantes para interagir sobre o texto lido conforme o propósito da turma e de maneira a se conectar com o que é vivenciado por eles. Nesse sentido, deve-se

[...] criar condições de leitura não implica apenas alfabetizar ou propiciar acesso aos livros. Trata-se, antes, de dialogar com o seu leitor sobre sua leitura, isto é, sobre o sentido que ele dá, repito a algo escrito, um quadro, uma paisagem, a sons, imagens, coisas, ideias, situações reais ou imaginárias (Martins, 2007, p. 34).

A linguagem verbal escrita é assentada em linhas sobre o papel ou, mais modernamente, são disponibilizadas em telas digitais. Ler, falar, escrever, explicar e compreender o mundo das palavras é uma condição indispensável para o desenvolvimento da inteligência do ser humano. Certamente, a leitura exerce o poder da passagem para o mundo mágico das aventuras, dos poemas, dos romances, dos noticiários, enfim, de personagens inesquecíveis. O pleno exercício da democracia requer que cada indivíduo tenha a oportunidade de se informar, comunicar, debater e participar ativamente. Nesse contexto, a leitura não deve ser considerada apenas como uma realização intelectual pessoal, mas sim como um alicerce essencial para o seu desenvolvimento social. Em sociedades altamente tecnológicas, a habilidade de leitura e escrita deixou de ser um privilégio e se tornou uma necessidade fundamental.

Na próxima seção, após termos abordado sobre a importância e as habilidades desenvolvidas por meio da leitura, destacamos, a capacidade de aptidão à escrita; trata-se de etapa trabalhosa, já que, para escrever, é necessário organizar as ideias e realizar algumas escolhas, priorizando-as.

2.3 DA LEITURA À PRODUÇÃO TEXTUAL

É por meio da escola que os alunos têm um contato mais próximo com a leitura e com os gêneros textuais; em razão disso, faz-se necessário atribuir sentido, compreender o que se está lendo. Ler palavras, obras de arte, pinturas ou imagens por meio dos equipamentos tecnológicos modernos, ou mesmo dos acontecimentos à nossa volta, exige mais do que apenas identificar o que é visto. O olhar de cada pessoa é diferente em função do que já conhece sobre determinado assunto. Portanto, a leitura não é uma atividade por meio da qual precisamos adivinhar, decifrar. Deve ser uma atividade coerente, lógica, cuja prática nos torna mais capazes de lidar com a complexidade do mundo contemporâneo.

A antropóloga francesa Michèle Petit³ (2008) analisa em suas pesquisas as muitas dimensões envolvendo a leitura, tema tocante a esta pesquisa. Argumenta acerca da importância de compreender a leitura para que se torne um elemento capaz de transformar pessoas, e, até mesmo, retirá-las de um contexto de exclusão e segregação, dando-lhes novas perspectivas de vida. Nesse sentido, Petit (2008, p. 19) pontua o seguinte:

[...] Compreendemos que por meio da leitura, mesmo esporádica, podem estar mais preparados para resistir aos processos de marginalização. Compreendemos que ela os ajuda a se construir, a imaginar outras possibilidades, a sonhar. A encontrar um sentido. A encontrar mobilidade no tabuleiro social. A encontrar a dinâmica que dá sentido ao humor. E a pensar, nesses tempos em que o pensamento se faz raro.

Diante disso, Petit (2008) destaca que o leitor não age passivamente, pois, a partir da leitura, ele pratica vários processos, tais como reescrever, alterar os sentidos, distorcer, reempregar, introduzir variantes, e, até mesmo, deixar de lado seus usos corretos. Isso faz com que leitores se tornem autores e enunciadores de seus próprios textos, pois “o escritor e o leitor constroem-se um ao outro; o leitor desloca a obra do escritor; e o escritor desloca o leitor, revelando nele um outro, diferente do que acreditava ser” (Petit, 2008, p. 37).

³ Michèle Petit é uma pesquisadora que tem como foco, principalmente, a relação dos jovens com a leitura e sua função na construção e reconstrução da identidade. Petit é bastante influente na França e em países da América Latina, como o Brasil, Colômbia e Argentina.

Depreende-se que, a partir dessas características, o leitor torna-se protagonista em sua formação leitora e, até mesmo, em sua escrita. Nesse momento, há a possibilidade de realizar escolhas durante o processo de leitura, fazendo com que os leitores busquem mais e melhores informações, relações entre os textos lidos e construam sua aprendizagem.

O que leva o jovem leitor a ler não é o reconhecimento da importância da leitura, e sim várias motivações e interesses que correspondem à sua personalidade e ao seu desenvolvimento intelectual, o que implica: “Ler não isola do mundo. Ler introduz no mundo de forma diferente. O mais íntimo pode alcançar neste ato o mais universal” (Petit, 2008, p. 43). É preciso, então, descobrir e pôr em prática novos métodos para assegurar que a leitura seja, também, uma experiência agradável, o que será uma porta para o conhecimento.

As modificações sociais, econômicas e políticas da sociedade contemporânea tornam a aquisição do conhecimento, e mais especificamente dos conteúdos e habilidades relativas à leitura, escrita e resoluções de cálculos, condições indispensáveis à inserção do indivíduo na sociedade e ao exercício da cidadania. Essas habilidades fazem parte de processos diferenciados e, mesmo que sejam indissociáveis, são capacidades que a escola deve eleger como prioridades para serem desenvolvidas. A produção de textos, segundo Rojo (2009), também envolve desenvolver capacidades ou competências e habilidades ao longo da educação básica, e até mesmo ao longo da vida. Essa autora destaca, ainda, que “a língua passou a ser valorizada como instrumento de comunicação” (Rojo, 2009, p. 87). A partir disso, passou-se a ensinar os elementos da comunicação e as funções da linguagem. Foi denominada de “virada pragmática ou comunicativa” (Rojo, 2009, p. 87). Os materiais didáticos, em sala de aula, passaram a dar importância ao texto e, em especial, à diversidade de textos, especialmente às mídias de grande circulação. Alertava-se, também, que o texto não serviria como pretexto e, sim, deveria fazer parte das aulas como objeto de práticas de leitura e produção.

A partir de então, os estudos referentes aos procedimentos de produção textual são baseados em mecanismos de escrita “a *geração de ideias*, o *planejamento* e a *organização das ideias*, a *produção* propriamente dita (*a escrita do texto*) que se acompanha de mecanismos de *editoração* e de *revisão*, a *revisão final*” (Rojo, 2009, p. 87). Consoante Antunes (2003), isso significa que produzir um texto escrito não se refere apenas ao ato de escrever, e que deve ser algo realizado em etapas. Primeira *etapa do planejamento*, segunda *etapa da escrita* e terceira *etapa da revisão e da reescrita*.

Na primeira etapa, denominada como planejamento, Antunes (2003, p. 54-55) defende que ao escrever deve-se dar atenção aos seguintes passos:

- a) delimitar o tema de seu texto e aquilo que lhe dará unidade;
- b) eleger os objetivos;
- c) escolher o gênero;
- d) delimitar os critérios de ordenação das ideias;
- e) prever as condições de seus leitores e a forma linguística (mais formal ou menos formal) que seu texto deve assumir.

Com isso, são necessários elaborar critérios para a organização das ideias, pensar como as informações serão distribuídas e delineadas ao longo do texto. A segunda etapa da escrita, por sua vez, “corresponde à tarefa de *pôr no papel*, de registrar o que foi planejado. [...] Sempre atento, sempre em estado de *reflexão*, para garantir sentido, coerência, relevância” (Antunes, 2003, p. 55). Conseqüentemente, na terceira etapa, residem a revisão e a reescrita, momento em que se analisa o que foi escrito para “confirmar se os objetivos foram cumpridos, se conseguiu a concentração temática desejada, se há coerência e clareza no desenvolvimento das ideias [...]” (Antunes, 2003, p. 56). Tudo isso implica uma escrita interativa com distintos movimentos, cada um com reflexões e diferentes decisões por parte de um sujeito, de um autor para interlocutores ativos e cooperantes.

A professora e pesquisadora da linguagem e das tecnologias Ana Elisa Ribeiro (2018) questiona, em seu livro *Escrever, hoje: palavra, imagem e tecnologias na educação* (2018, p. 85), “o que é escrever, hoje?” A autora propõe que a escrita é histórica e socialmente situada, ou seja, não existe *a* ou *uma* escrita. “Ela é viva e depende de muitas condições, inclusive e principalmente das tecnologias” (Ribeiro, 2018, p. 85). Isso engloba os diversos processos, vários gêneros discursivos inovadores e as novas formas de criar um texto que podem tornar essa atividade complexa. A leitura e a escrita estão ligadas ao nosso modo de agir e viver socialmente, e a escola, juntamente com seus educadores, precisam caminhar nessa direção, visto que “[...] todos estamos em pleno aprendizado de novas possibilidades de leitura e escrita, redefinidas por experiências anteriores mescladas a elementos de inovação, talvez de modo mais acelerado e visível” (Ribeiro, 2021, p. 114).

Todavia, as instituições educacionais estão dedicadas a ensinar aos alunos a escrita em uma disciplina denominada “Redação”, em que produzem textos. Ribeiro (2018) enfatiza que o objetivo dessa disciplina é o aprendizado para a realização de uma prova, o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Por meio dessa prova, os estudantes têm a oportunidade de ingressar no ensino superior. Na visão da pesquisadora, o ENEM não é muito prestigiado pelos jovens, mas ele exerce um poder sobre eles, sobre tudo o que é ensinado e tratado ao final do ensino básico. “O que quer, objetivamente, a redação do ENEM?” (Ribeiro, 2021, p. 87). Segundo a autora, é uma prova que exige um texto curto, coeso e coerente, que utilize o português padrão,

que apresente bons argumentos, e que tenha uma solução para o problema-tema apresentado, do qual o estudante não tem conhecimento até o momento da realização da prova. Essa pesquisadora considera, ainda, que as exigências quanto ao português padrão deveriam ser familiares aos participantes da prova.

Os estudantes do ensino médio, aos quais Ribeiro (2018) ministra suas aulas, são produtores de fotos, editores de vídeos e, também, escrevem relatórios ilustrados, ou seja, são editores de seus textos. Ao propor aos alunos a tarefa de produção de um texto, eles precisam se interessar pela função dele, por seu modo de fazer, pelas linguagens que mais bem exprimem o que se deseja dizer. E essas linguagens, não dizem respeito apenas ao universo das palavras, mas das imagens, dos movimentos, dos cortes e colagens, do som” (Ribeiro, 2018, p. 87-88).

Ribeiro também baseia seu trabalho nas pesquisas de Kress (2003), um renomado estudioso na área de letramento e multimodalidade. Esse estudioso, quando se refere à escrita, infere que “a produção de texto é um complexo processo de orquestração” (Kress, 2003, p. 135). O que seria, então, essa “orquestração?” Seriam os novos modos de escrever que surgiram a partir das tecnologias digitais e que estão mediando o novo segmento aos usos de diferentes modos semióticos; precisamos acreditar que é utilizada uma “multiplicidade de modos, e em particular a imagem – parada ou em movimento – assim como outros modos, como a música e os efeitos sonoros, por exemplo” (Kress, 2003, p. 5). Esse meio interacional não é desconhecido dos alunos em seu dia a dia, porém, precisamos pensar em uma escola que oportunize aos alunos uma produção textual com usos de palavras, imagens, sons etc.

Na concepção de Ribeiro (2018), os jovens são muito mais consumidores (e curtidores) de informações e de editoriais do que produtores. Lê-se muito mais do que escreve, mais se curte do que se compartilha, e, possivelmente, mais compartilhamos do que produzimos. Como se tem acesso às tecnologias digitais, muitas informações estão à disposição. Deveríamos escrever não somente para fazermos um registro, mas para tornar legítima a autoria do discurso e mostrar uma reflexão sobre o mundo. Os estudantes, em sua grande maioria, sentem dificuldades ao produzir um texto, pois, em relação à escrita, precisam ser observadas algumas regras, tais como: ortografia, pontuação, coerência, coesão, sintaxe e semântica, divisão em parágrafos; enfim, escrever um texto é diferente de oralizar um texto.

Ribeiro (2018) ainda debate que os leitores e espectadores precisam conhecer processos de edição para que saibam com quais intenções, vieses ou para que finalidade os vídeos, áudios, telejornais, novelas, propagandas, e tudo o que for considerado prática social, foram produzidos, pois isso faz parte do letramento. Desse modo, é importante propormos diferentes

atividades de produção escrita, não somente redação/dissertação, mas variados gêneros textuais discursivos.

Ao observarmos as práticas escolares, chegamos à conclusão de que a produção textual realizada pelos estudantes faz parte de uma escrita trabalhada há muito tempo. Rojo (2009) faz um estudo dessa educação que foi se modificando no decorrer do tempo e que trouxe para o ensino de língua a diversidade de textos com os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), e que agora está sendo abordado pela Base Nacional Comum Curricular (Brasil, 2018). Atualmente, é preciso dar conta das demandas:

da vida, da cidadania e do trabalho numa sociedade globalizada e de alta circulação de comunicação e informação, sem perda da ética plural e democrática, por meio do fortalecimento das identidades e da tolerância às diferenças. Para tal, são requeridas uma visão situada de língua em uso, linguagem e texto e práticas didáticas plurais e multimodais, que as diferentes teorias de texto e de gêneros favorecem e possibilitam (Rojo, 2009, p. 90).

Nesse contexto, a BNCC teve suas primeiras reflexões no período entre junho de 2013 a fevereiro de 2015, conforme relatado por Bonini e Costa-Hubes (2019); sua primeira redação foi publicada em 15 de setembro de 2015. Entretanto, as discussões em torno desse documento não cessaram, e diversos seminários envolvendo professores, gestores e especialistas, com participação pública, foram realizados em todo o Brasil. Como resultado dessas discussões, surgiu a segunda versão da BNCC, que foi publicada em 2016. Após uma série de debates em relação a essa versão, o processo culminou na elaboração da terceira edição do documento, que foi publicada em 2018. Versão essa diferente da que foi debatida em audiências públicas regionais.

Outra questão que podemos levar em consideração, na elaboração da BNCC, é “uma reterritorialização de fronteiras entre público, privado, filantrópico e não governamental, as quais foram deslocadas em nome de interesses diversos, mas principalmente empresariais” (Bonini; Costa-Hubes, 2019, p. 27). Instituições financeiras, além de outras, têm buscado formas de adquirir poder nas decisões e complementar as demandas do mercado empresarial, implementando uma educação formada em conduta nos estudantes, colaborando com as necessidades do setor privado, principalmente no que diz respeito à mão de obra. De acordo com Bonini e Costa-Hubes (2019), fica evidente, considerando as palavras e o contexto da produção da BNCC, que a compreensão do termo competência está relacionada às exigências do mercado de trabalho e que vê, na escola, um lugar ideal para atender às suas necessidades. Esses estudiosos consideram, também, que a Base deve ser uma referência obrigatória, mas ela

não é o currículo. Sua função é de orientar a revisão e a elaboração dos currículos, ou seja, é um documento que “estabelece os objetivos que se espera que os estudantes venham atingir, enquanto o currículo define como alcançar esses objetivos” (Bonini; Costa-Hubes, 2019, p. 33). Dessa forma, as redes de ensino dos estados e municípios podem elaborar e adequar seus currículos, porém precisam estar de acordo com o que foi estabelecido na BNCC.

Nesse sentido, encontramos nas orientações da Base Nacional Comum Curricular (Brasil, 2018) a necessidade de diversificar a produção textual no ensino por meio das tecnologias digitais, tema de nosso estudo. Com base na proposta feita pela BNCC, documento de caráter normativo que define um conjunto de aprendizagens essenciais a serem desenvolvidas ao longo do Ensino Médio em suas competências da área de linguagem e suas tecnologias, destacamos a competência 7, que diz respeito às práticas de linguagem em ambiente digital. Declara o documento sobre essa competência:

Mobilizar práticas de linguagem no universo digital, considerando as dimensões técnicas, críticas, criativas, éticas e estéticas, para expandir as formas de produzir sentidos, de engajar-se em práticas autorais e coletivas, e de aprender a aprender nos campos da ciência, cultura, trabalho, informação e vida pessoal e coletiva (Brasil, 2018, p. 497).

Diante desse propósito, os estudantes precisam ter a capacidade de compreender de forma crítica, criativa e ética ao utilizar e criar tecnologias, e não apenas dominar a técnica de uso das ferramentas disponíveis, como afirma esta atribuição.

Esse documento (Brasil, 2018) mostra como habilidade relacionada à competência 7, no campo da atuação social jornalístico-midiático, práticas de leitura, escuta, produção de textos (orais, escritos e multissemióticos) e análise linguística correspondente à habilidade (EM13LP44), o gênero publicidade (*corpus* de pesquisa neste trabalho de dissertação) como probabilidade dentre as demais possibilidades para ser estudado em sala de aula. A Base Nacional Comum Curricular (Brasil, 2018, p. 522) aponta o seguinte objetivo:

(EM13LP44) Analisar formas contemporâneas de publicidade em contexto digital (*advergame*, anúncios em vídeos, social *advertising*, *unboxing*, narrativa mercadológica, entre outras), e peças de campanhas publicitárias e políticas (cartazes, folhetos, anúncios, propagandas em diferentes mídias, *spots*, *jingles* etc.), identificando valores e representações de situações, grupos e configurações sociais veiculadas, desconstruindo estereótipos, destacando estratégias de engajamento e viralização e explicando os mecanismos de persuasão utilizados e os efeitos de sentido provocados pelas escolhas feitas em termos de elementos e recursos linguístico-discursivos, imagéticos, sonoros, gestuais e espaciais, entre outros.

Perante o exposto, tem-se a necessidade de o ambiente escolar ampliar a possibilidade de participação dos alunos nas práticas educacionais para que fortaleçam suas habilidades e tenham vivências importantes com os gêneros que estão disponíveis na sociedade; além disso, que integrem práticas de leitura e escrita de gêneros discursivos variados, de mídias e fontes diversas, para que, desse modo, desenvolvam o senso crítico e o protagonismo de forma autônoma e responsável.

Ao fazermos um paralelo com o Ensino Fundamental, consideramos alguns apontamentos feitos pela BNCC (Brasil, 2018, p. 499-500), as quais definem a progressão das aprendizagens e habilidades no ensino de Língua Portuguesa para o Ensino Médio, levando em conta:

- a) a consolidação do domínio de gêneros do discurso/gêneros textuais já contemplados anteriormente e a ampliação do repertório de gêneros, sobretudo dos que supõem um grau maior de análise, síntese e reflexão;
- b) o aumento da complexidade dos textos lidos e produzidos em termos de temática, estruturação sintática, vocabulário, recursos estilísticos, orquestração de vozes e semioses;
- c) a atenção maior nas habilidades envolvidas na produção de textos multissemióticos mais analíticos, críticos, propositivos e criativos, abrangendo sínteses mais complexas, produzidos em contextos que suponham apuração de fatos, curadoria, levantamentos e pesquisas e que possam ser vinculados de forma significativa aos contextos de estudo/construção de conhecimentos em diferentes áreas, a experiências estéticas e produções da cultura digital e à discussão e proposição de ações e projetos de relevância pessoal e para a comunidade;
- d) a ampliação de repertório, considerando a diversidade cultural, de maneira a abranger produções e formas de expressão diversas – literatura juvenil, literatura periférico-marginal, o culto, o clássico, o popular, cultura de massa, cultura das mídias, culturas juvenis etc. – e em suas múltiplas repercussões e possibilidades de apreciação, em processos que envolvem adaptações, remediações, estilizações, paródias, HQs, minisséries, filmes, vídeominutos, *games* etc.;

Assim, constatamos que os eixos de integração sugeridos para o Ensino Médio compreendem as práticas de linguagem em leitura, produção de textos, oralidade (escuta e produção oral) e análise linguística/semiótica.

Com base nos autores mencionados até o momento, nesta pesquisa, sugerimos não apenas a prática de leitura, mas também a produção de textos publicitários digitais utilizando a ferramenta *Canva*. Acreditamos que a escrita deve estar conectada ao estilo de vida dos jovens atuantes na sociedade, considerando o uso da tecnologia e das diversas linguagens disponíveis.

Desse modo, destacamos a importância de elaborar um quadro síntese dos conceitos e reflexões abordados neste capítulo. Consideramos particularmente pertinentes os estudos relacionados ao gênero do discurso e às práticas de leitura e produção textual que serão

explorados no capítulo de análise, intitulado capítulo 5. Dessa maneira, no Quadro 1, apresentamos uma síntese teórica dos conceitos estudados até o momento.

Quadro 1 – Síntese dos conceitos abordados no capítulo 2

Teóricos	Apanhado teórico
Enunciado (Bakhtin, 2016).	Unidade real/concreta de comunicação oral ou escrita.
Atitude responsiva (Bakhtin, 2016).	Momento em que o sujeito assume uma posição discursiva ativa e, a partir disso, é capaz de concordar, discordar, complementar e aplicar os elementos linguísticos.
Dimensões dialógicas (Bakhtin, 2016).	Compreende-se como unidade de interação social.
Gêneros do discurso (Bakhtin, 2016).	Tipos relativamente estáveis de enunciado, definidos por seu conteúdo temático, estilo e construção composicional.
Elementos constitutivos do enunciado (Bakhtin, 2016).	O <i>tema</i> está relacionado ao assunto que define o gênero na sua comunicação. O <i>estilo</i> decorre das relações dialógicas entre o enunciador e o seu grupo social. A <i>construção composicional</i> relaciona-se ao funcionamento dialógico da linguagem verbal.
Gêneros primários e secundários (Bakhtin, 2016).	<i>Gêneros primários</i> são aqueles realizados nas situações comunicativas cotidianas, espontâneas e informais. <i>Gêneros secundários</i> acontecem em situações comunicativas mais complexas.
Leitura conforme BNCC (Brasil, 2018).	Estimular uma leitura de mundo sustentada em uma visão crítica e contextualizada da realidade, no domínio conceitual e na elaboração e aplicação de interpretações sobre as relações, os processos e as múltiplas dimensões da existência humana.
Produção textual segundo a BNCC (Brasil, 2018).	Reconstruir e refletir sobre as condições de produção e recepção dos textos que pertencem a diferentes gêneros e que circulam nas diferentes mídias e esferas de atividade humana.
Competências e habilidades no Ensino Médio definidos na BNCC (Brasil, 2018).	Priorizar nas escolas atividades que promovam a cooperação, a busca de resolução de problemas, a evolução de ideias, o conhecimento de novas tecnologias, o pensamento crítico e criativo, a compreensão e o respeito com o outro e com o meio ambiente.

Competências e habilidades de leitura (Rojo, 2009).	Caracteriza-se pelo envolvimento de diversos procedimentos e capacidades (perceptuais, motoras, cognitivas, afetivas, sociais, discursivas, linguísticas), todas dependem da situação e da finalidade da leitura.
Competências e habilidade de escrita (Rojo, 2009).	Produção textual com base na geração de ideias, planejamento, organização das ideias, produção (escrita do texto), editoração, revisão e revisão final.
Globalização e novas tecnologias (Rojo, 2009).	Adquirir conhecimentos básicos, competências e habilidades, e desenvolver capacidades para utilização de diferentes tecnologias.
Escrever hoje: palavra, imagem e tecnologia (Ribeiro, 2018).	Os educandos precisam ter a oportunidade de manusear mais ferramentas tecnológicas para ampliar suas formas de expressão.
Práticas de leitura (Petit, 2008).	Estímulo ao senso crítico e possibilidade de reflexão, com abertura a novas possibilidades acerca do viver.

Fonte: elaborado pela pesquisadora (2023)

A partir desses pressupostos, conectados ao processo comunicativo através dos gêneros discursivos, no próximo capítulo serão tratados temas fundamentais relacionados à prática leitora e à produção textual com base nos letramentos, multiletramentos e na multimodalidade para o ensino de língua portuguesa, tendo em vista a formação de alunos críticos, éticos e autônomos. Além do mais, abordaremos as novas tecnologias e o contexto digital proposto pela Base Nacional Comum Curricular (Brasil, 2018), bem como os letramentos digitais por meio do aplicativo *Canva*, utilizado na produção escrita na pesquisa-ação desenvolvida.

3 MULTIMODALIDADE, LETRAMENTOS E MULTILETRAMENTOS NO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA NO CONTEXTO DIGITAL

Queremos pessoas que sabem coisas que querem saber e pessoas que sabem coisas que são úteis em práticas fora da escola. Queremos pessoas que sejam pelo menos um pouco críticas e céticas quanto à informação e aos pontos de vista e tenham alguma ideia de como julgar suas convicções (Lemke, 2010, p. 470).

São muitas as discussões que dizem respeito à presença das diferentes tecnologias no contexto escolar; precisamos debater, também, práticas pedagógicas que dêem conta desses desafios da contemporaneidade. A globalização nos põe diante de muitas provocações; valorizar a diversidade humana é uma delas. Assuntos como a igualdade e inclusão devem fazer parte dos diálogos para que haja mais respeito e tolerância no convívio entre os humanos.

Para que isso seja possível, os estudantes precisam ser multiletrados, pois os textos multimodais fazem parte das ações sociais em que estamos inseridos. A BNCC (Brasil, 2018) propõe para as condições de produção e recepção de textos a análise dos gêneros do discurso nos diferentes campos da atividade humana, estudos de suas novas formas de interação e de compartilhamento dos conteúdos e das informações. Esse documento propõe uma reconfiguração do papel de leitor, que passa, também, a ser produtor. Sendo assim, haverá uma ampliação das possibilidades de os estudantes participarem da cultura digital e contemplarem os multiletramentos. Neste capítulo, baseado em alguns autores, Cazden *et al.* (2021), Coscarelli e Ribeiro (2021), Heberle (2012), Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), Knobel e Lankshear (2008), Kress (2003), Kress e van Leeuwen (2021), Lemke (2010), Pimenta (2006), Rezende (2016), Rojo (2009, 2012), van Leeuwen (2017) entre outros, propomos reflexões sobre a multimodalidade, os letramentos e os multiletramentos no ensino de língua portuguesa. Também contemplamos os letramentos digitais dos estudantes, o qual precisamos abordar junto às novas gerações.

Na sequência, abordaremos sobre multimodalidade discursiva, letramentos, multiletramentos e letramentos digitais.

3.1 A MULTIMODALIDADE DISCURSIVA NO ENSINO: DO LETRAMENTO AOS MULTILETRAMENTOS

A partir do final do século XX, as tecnologias de comunicação embora não possibilitem tal acesso a muitas pessoas devido às condições socioeconômicas, passaram por avanços significativos e se tornaram mais acessíveis ao público. Destacando-se nesse processo de desenvolvimento o texto de gênero discursivo de natureza multimodal, disponível em todos os lugares e em todos os dispositivos tecnológicos, cuja onipresença exige de seus usuários uma competência multiletrada. As práticas relacionadas ao letramento multimodal expandiram o foco da linguagem verbal para diferentes modos semióticos que abordam a multiplicidade de linguagens. Os pesquisadores Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020) apontam a sobreposição cada vez mais frequente das modalidades oral e escrita nas diferentes interações em redes sociais, o que mais se assemelha à fala do que a escrita formal. De acordo com esses autores, a escrita tem perdido seu lugar especial de veicular significados através do tempo e do espaço, com isso, tem dado espaço a outras tecnologias para transmitir significados por meio das modalidades orais, visuais e gestuais. É a multimodalidade com diferentes formas de significados, na escrita, no visual, no audiovisual, no tátil, no espacial e no oral que está presente nas relações. Conforme Rojo (2012, p. 19), multimodalidade ou multissemioses são “textos compostos de muitas linguagens (ou modos, ou semioses) e que exigem capacidades e práticas de compreensão e produção de cada uma delas (multiletramentos) para fazer significar”.

A multimodalidade tem suas raízes na semiótica social: “é uma teoria para a análise de sistemas de signos ou modos de comunicação” (Pimenta, 2006, p. 81). Seu principal objetivo é entender como nos comunicamos uns com os outros de várias maneiras utilizando nosso corpo como mediador, por meio da fala, dos gestos, da dança do teatro etc. Essa estudiosa destaca também que “outra forma de mediação na comunicação é a utilização das várias tecnologias, tais como, a escrita, o design visual, filmes internet e assim por diante” (Pimenta, 2006, p. 81). Essa teoria da semiótica social busca entender todas as formas de comunicação que são relevantes para o momento em que ela acontece. Segundo Heberle (2012, p. 85), a multimodalidade está baseada “no uso de diferentes recursos semióticos, além da linguagem verbal, para a produção de significado: os elementos léxicogramaticais e visuais são vistos como uma unidade sociosemiótica”. É pelo conjunto de recursos utilizados para produção de um determinado produto, pelo uso das cores, músicas, roupas específicas, falas etc, que o texto vai se ressignificando.

Segundo van Leeuwen (2017), a linguagem multimodal pode ser caracterizada de muitas formas; na fala por exemplo, podemos observar a qualidade da voz, a entonação e

expressões faciais; até mesmo as páginas densamente impressas são de fato multimodais, pois podemos observar seu espaçamento, sua tipografia, sua pontuação etc. Na concepção do autor,

A multimodalidade é, portanto, o estudo de como os significados podem ser feitos, e realmente são feitos em contextos específicos, com diferentes meios de expressão ou 'modos semióticos' – sejam eles articulados com o corpo (fala, expressões faciais, gestos etc.) com a ajuda de ferramentas e materiais (escrever, desenhar, fazer música e assim por diante). E é também o estudo das maneiras pelas quais vários modos semióticos podem ser integrados em textos multimodais coerentes (van Leeuwen, 2017, p. 5, tradução nossa⁴).

Entretanto, a multimodalidade não se restringe à multimídia, ou seja, à mídia digital contemporânea, mas pode ser aplicada à comunicação face a face e, também, a outros tipos de textos não digitais (van Leeuwen, 2017). Em outras palavras, as produções textuais assumem, cada vez mais, características visuais, em que a escrita e a imagem se agregam na construção semântica. Rojo e Moura (2019) salientam que, para ter participação ativa de práticas letradas nas esferas escolar, de informação jornalística impressa, literária e a burocrática, é de suma importância “ter desenvolvido níveis mais avançados de alfabetismo (habilidades de capacidades de compreensão, interpretação e produção de textos escritos”. (Rojo; Moura, 2019, p. 16-17), assim sendo, é necessário ser letrado.

De acordo com Guterra e Freitas (2019), as práticas sociais com textos multimodais têm um papel relevante na leitura significativa das várias linguagens e dos usos da tecnologia. Esses estudiosos consideram importante “[...] que o ensino de língua materna assuma um papel mais significativo na medida que aproxima o aluno da situação real da língua, promovendo assim a aprendizagem mais prazerosa, concreta e proveitosa [...]” (Guterra; Freitas, 2019, p. 72-73).

Em sintonia com Kress e van Leeuwen (2021), a multimodalidade engloba significados do campo da atividade social humana, porém elas são tratadas por disciplinas distintas, sendo que os limites disciplinares não mais coincidem com as atividades, práticas e demandas do mundo. Além disso, para os problemas característicos da contemporaneidade, cruzam-se as fronteiras disciplinares e os meios semióticos, por isso a “multimodalidade implica multidisciplinaridade, ou que lidar com problemas contemporâneos implica as ferramentas semióticas de uma conjunção de muitos modos” (kress; van Leeuwen, 2021, p. 40, tradução

⁴ Multimodality is therefore the study of how meanings can be made, and actually are made in specific contexts, with different means of expression or 'semiotic modes' – whether these are articulated with the body (speech, facial expressions, gestures and soon) or with the help of tools and materials (writing, drawing, making music and so on). And it is also the study of the ways in which multiple semiotic modes can be integrated into coherent multimodal texts.

nossa⁵). Os autores abordam que as alterações na paisagem social, e, por consequência, na semiótica, requerem novas formas de pensar a semiótica e compreender as mudanças nas disciplinas que tratam dessas questões.

Dessa forma, ao discutirmos os gêneros discursivos e pensarmos na perspectiva do ensino, consideramos importante abordarmos o conceito de letramento, tema que vários pesquisadores têm se dedicado a estudar, gerando diferentes visões acerca de sua concepção. Conforme Soares (2003), a palavra “letramento” nem sempre foi bem compreendida pelos educadores, que geralmente a conectam ao termo *alfabetização*, ou seja, considera-se que o aluno está *letrado* ou *iletrado*. A autora define “letramento” como “o resultado da ação de ensinar ou de aprender a ler e escrever: o estado ou a condição que adquire um grupo social ou um indivíduo com consequência de ter-se apropriado da escrita” (Soares, 2003, p. 18). Assim, a alfabetização está relacionada às habilidades de leitura e escrita, surgindo, posteriormente, novas demandas, que dizem respeito às práticas sociais de leitura e escrita, e, para denominá-la, empregou-se o termo “letramento”. A autora salienta ainda que “[...] não basta apenas saber ler e escrever, é preciso também saber fazer uso do ler e do escrever, saber responder às exigências de leitura e de escrita que a sociedade faz continuamente” (Soares, 2003, p. 20). Quando dizemos que alguém é letrado, não estamos nos referindo ao saber além do código, e sim a relacionar informações e responder às exigências impostas pela sociedade; referimo-nos à forma de desenvolver habilidades e atitudes importantes para um cidadão competente e ativo.

Os estudiosos Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020) argumentam que os textos escritos na atualidade são criados e divulgados de forma multimodal, envolvendo tanto palavras, quanto imagens estáticas, sons e vídeos. Desse modo, a alfabetização, conforme os autores, deve ser habilmente complementada pela aprendizagem sobre o *design* multimodal de textos. O conhecimento deve ocorrer de vários modos, em muitos ambientes e com o uso de diversas ferramentas de *design* de textos, em vez de depender somente da modalidade escrita. Foi por essas razões que tais pesquisadores passaram a usar o termo “letramentos” (no plural). Os letramentos abrangem a forma de lidar com os desafios de ser confrontado com um tipo de texto desconhecido e ter a capacidade de procurar pistas sobre seu significado sem a barreira de se sentir alienado ou excluído dele. Dessa forma, “letramentos dizem respeito a como lidar com a comunicação em um contexto não familiar e aprender com seus sucessos e fracassos, enquanto se navega por novos espaços sociais e se encontram novas linguagens” (Cope; Kalantzis;

⁵ Multimodality entails multidisciplinary, or that dealing with contemporary problems entails the semiotic tools of a conjunction of many modes.

Pinheiro, 2020, p. 23-24). Portanto, a escola precisa formar indivíduos que possam navegar pela mudança, pela diversidade, aprender a se comunicar de maneira eficaz, ter flexibilidade, capazes de observar as coisas de várias formas e, por meio de um repertório vasto, construir significados e deles fazer parte em suas variedades culturais.

Relacionado a isso, Guterra (2020), em sua tese de doutorado, discorre que o professor precisa ser um “agente de letramento”, um mestre, um agente social, aquele que estimula os estudantes a desenvolverem o conhecimento e que, por meio de sua liderança, mobiliza ações socialmente relevantes.

A professora e pesquisadora Roxane Rojo apresenta, em sua obra *Letramentos múltiplos, escola e inclusão social* (2009), algumas reflexões a respeito das exigências que os letramentos vêm instituindo pelos meios de comunicação e pela circulação de informações no mundo contemporâneo, definindo que

[...] o termo *letramento* busca recobrir os usos e práticas sociais de linguagem que envolvem a escrita de uma ou de outra maneira, sejam eles valorizados ou não valorizados, locais ou globais, recobrimdo contextos sociais diversos (família, igreja, trabalho, mídias, escola etc.), numa perspectiva sociológica, antropológica e sociocultural (Rojo, 2009, p. 98).

Desse modo, esses letramentos em tempos de globalização exigem dos professores o enfrentamento em relação a todas essas mudanças. Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020) destacam a necessidade de os docentes buscarem métodos inovadores e autênticos nas práticas de ensino e aprendizagens. Argumentam que essas mudanças sociais contemporâneas devem ser incluídas nos propósitos dos letramentos para a vida cotidiana. Essa é a primeira função da escola, preparar os alunos para outros âmbitos do “mundo real” da comunicação: trabalho, cidadania e vida comunitária, o que é sintetizado no Quadro 2.

Quadro 2 - Novos letramentos

Letramentos para o trabalho	Letramentos para a cidadania	Letramentos para a vida social e comunitária
------------------------------------	-------------------------------------	---

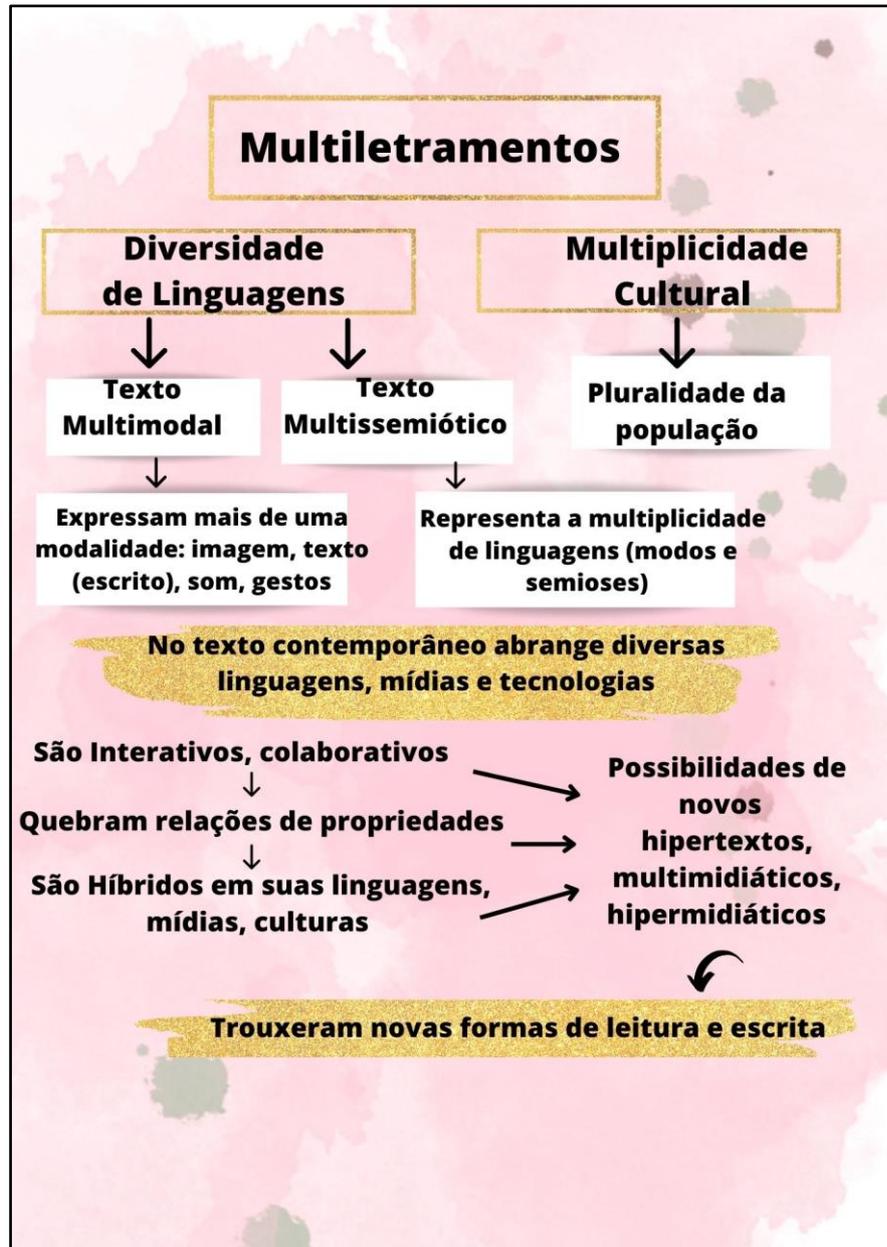
Computador multimodal e outras interfaces de equipamentos.	Muitos níveis de cidadania, do interesse autorregulatório, grupos comunitários, cidadania corporativa, governo local e, também, questões de ordem nacional e internacional.	Usar novos meios de comunicação e informação digitais e multimodais para ter acesso a outras culturas e expressar identidades.
Uma variedade de textos formais e informais.	“Ler os sinais” de cada um desses níveis de participação, também contribui para um debate e tomada de decisão consciente.	Negociar a diversidade nas interações cotidianas, na família, com os vizinhos, na internet etc.
Significados multimodais em equipe.		

Fonte: Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020)

Como é possível perceber, é importante que os letramentos contemplem os usos e práticas sociais de linguagem que envolvam a escrita de uma ou de outra maneira, sejam esses usos socialmente valorosos ou não, locais (que sejam próprios de uma comunidade específica) ou globais, utilizando-se de contextos diversos, como a família, igreja, trabalho, mídias, escola etc., em grupos sociais e comunidades culturalmente diversificadas.

Os textos e/ou discursos, ao saírem dos escritos impressos e passarem a contar com novas mídias como meios de distribuição e circulação de consumo, foram aos poucos combinando múltiplas linguagens que não somente a oral e a escrita, mas também imagens estáticas e em movimento, músicas e sons variados. Esse processo, conforme destaca Rojo (2019), levou-nos da escrita e dos letramentos aos textos/discursos em múltiplas linguagens e aos multiletramentos. Na concepção de Heberle (2012, p. 94), “o termo multiletramento está ligado a outras vertentes do “multi”, como em multidisciplinaridade, multimodalidade e multiculturalismo [...]”. Na Figura 1, esquematizamos a multiplicidade cultural, linguística e semiótica nas produções escritas relacionadas aos multiletramentos.

Figura 1 - Os multiletramentos



Fonte: elaborada pela pesquisadora (2023)

Ao abordarmos sobre os multiletramentos Cazden *et al.* (2021), faz-se necessário compreender o contexto histórico, social e cultural que deu à luz o conceito. O termo “multiletramentos” foi concebido no ano de 1996 por um grupo de colegas de diferentes universidades, chamado *The New London Group* (NLG). Esse grupo discutia algumas das mudanças nas maneiras como as pessoas estavam construindo e participando da construção de significados. Desse grupo, resultou um manifesto chamado *A pedagogy of multiliteracies: Designing social futures* (Uma pedagogia dos multiletramentos: desenhando futuros sociais).

Esse documento foi traduzido recentemente, em 2021, do inglês para a língua portuguesa⁶, tornando-o acessível a professores e estudantes brasileiros interessados e preocupados com as pesquisas direcionadas ao futuro dos jovens, levando em consideração o ambiente de aprendizagem multicultural e multimidiático. O Grupo destaca que os textos estavam mudando, o que se dava, em parte, ao impacto das novas mídias digitais, e já não eram mais fundamentalmente escritos, mas eram compostos de uma pluralidade de linguagens que se denominavam multimodalidade.

O propósito principal do grupo era discutir uma pedagogia direcionada para os multiletramentos para explicar o que é importante nas abordagens de leitura e escrita, contemplando os modos das pessoas construírem significados em ambientes de comunicação contemporâneos (Kalantzis; Cope; Pinheiro, 2020).

O Grupo Nova Londres (2021) afirma que as abordagens, conforme a pedagogia dos multiletramentos, fará com que os alunos alcancem objetivos de aprendizagem no que diz respeito ao letramento e, dessa forma, eles evoluirão “no acesso à linguagem do trabalho, do poder e da comunidade, e fomentando o engajamento crítico necessário para projetar seu futuro social, alcançando sucesso por meio de trabalhos realizados” (Grupo Nova Londres, 2021, p. 102). Conforme os autores que fazem parte do Grupo Nova Londres (2021), a palavra multiletramentos descreve dois aspectos importantes em relação à ordem cultural, institucional e global: “a multiplicidade de canais de comunicação e de mídia, e a crescente saliência da diversidade cultural linguística [...] complementa a pedagogia do letramento tradicional ao abordar esses dois aspectos relacionados à multiplicidade textual” (Grupo Nova Londres, 2021, p. 106).

Na obra “*Letramentos*”, os autores Kalantzis, Cope e Pinheiro (2021) definem multiletramentos como um termo que “refere-se atualmente a dois aspectos principais da construção de significado. O primeiro é a *diversidade social*, ou a variabilidade de convenções de significado em diferentes situações culturais, sociais ou de domínio específico” (Kalantzis; Cope; Pinheiro, 2020, p. 19).

A autora e pesquisadora Roxane Rojo (2012, p. 13) versa o conceito de multiletramentos como sendo dois tipos importantes de multiplicidade que fazem parte de nossas sociedades urbanas na contemporaneidade: “a multiplicidade cultural das populações e a multiplicidade semiótica de constituição dos textos por meio dos quais ela se informa e se

⁶ Disponível em: <https://www.led.cefetmg.br/wp-content/uploads/sites/275/2021/10/Uma-pedagogia-dos-multiletramentos.pdf>

comunica”. Assim sendo, Rojo (2009) destaca o papel da escola na contemporaneidade diante da multiplicidade de linguagens e dos modos ou semioses nos textos que estão em circulação:

[...] potencializar o diálogo multicultural, trazendo para dentro de seus muros não somente a cultura valorizada, dominante, canônica, mas também as culturas locais e populares e a cultura de massa, para torná-las vozes de um diálogo, objetos de estudo e de crítica (Rojo, 2009, p. 114).

Sendo assim, a escola poderá formar um cidadão democrático, proativo e protagonista, que leve para a sala de aula o debate da cultura local popular, que estude e reflita sobre isso de forma crítica. O objetivo de nosso estudo, nesta pesquisa, é formar alunos éticos e críticos em suas leituras e em suas produções textuais. Precisamos formar leitores multiletrados que compreendam os novos modos de interação e de comunicação nos mais diversos gêneros discursivos e, assim, buscarem acesso às práticas sociais cotidianas. A Base Comum Curricular - BNCC (Brasil, 2018, p. 498) destaca os multiletramentos nas práticas pedagógicas contemporâneas de linguagem no Ensino Médio para o ensino de Língua Portuguesa, observando a cultura digital aos jovens: “os novos letramentos e os multiletramentos, os processos colaborativos, as interações e atividades que têm lugar nas mídias e redes sociais, os processos de circulação de informações e a hibridização dos papéis nesse contexto (de leitor/autor e produtor/consumidor)”.

Desse modo, alunos multiletrados organizam sua aprendizagem, fazem suas atividades com autonomia, e como afirma Lemke (2010, p. 463): “Tanto as habilidades de autoria, quanto as habilidades críticas e interpretativas voltadas à multimídia transformam potencialmente não apenas a forma como os estudantes e professores comunicam suas ideias, mas também as formas como aprendem e ensinam.” Acreditamos que, a partir do enfoque de diferentes modalidades de gêneros textuais em sala de aula, os estudos são mais amplos, diversificados e, certamente, enriquecem a capacidade dos alunos na produção de textos orais e escritos, sendo que também aprimoram a capacidade de leitura e compreensão de textos.

Segundo Cazden *et al.* (2021), os professores precisam desenvolver a noção da pedagogia do *design*. Isso implica um tipo de inteligência criativa que os melhores profissionais precisam para redesenhar sua prática. Também está relacionado à aprendizagem de sistemas complexos, ambientes, tecnologias, crenças e textos. Em concordância com Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), para termos “novos aprendizes”, precisamos de “novos professores”, que sejam *designers* de ambientes de estudos para educandos engajados. Esse “novo professor” precisará gerenciar ambientes de aprendizagem multifacetados, em que nem todos os

aprendizes estarão na mesma página ao mesmo tempo. Segundo Cazden *et al.* (2021), a construção de significados a partir dos conhecimentos da linguagem para consumir ou produzir textos aplicados ao *Designs* envolve três elementos: *Designs Disponíveis*, *Design* e o *Redesign*. Juntos, esses elementos enfatizam que a produção de sentidos é viva e dinâmica, não regida por regras estáticas. Observamos, a seguir, uma síntese referente aos *Designs de sentidos* abordados por Cazden *et al.* (2021):

- a) *Designs disponíveis*: recursos para a produção de sentidos; *designs* de sentidos disponíveis;
- b) *Design*: trabalho realizado nos/com os recursos disponíveis no processo semiótico;
- c) *Redesign*: recursos que são reproduzidos através da etapa do *design*.

Ao versar usando os recursos de significar, Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020) discorrem que convivemos em um mundo de *designs*. Os significados disponíveis fazem parte de nossa herança cultural e ambiental que se compreendem em convenções de linguagem, imagens, gestos, sons, toques e espaços. Sendo assim, convivemos com eles desde o nascimento e aprendemos a criar significados para interagir com o outro.

Dessa forma, citando Rojo (2012), é necessário criar possibilidades práticas para que os alunos sejam criadores de sentidos por meio de práticas letradas de diferentes textos, ferramentas e linguagens que se abrem para a formação de uma sociedade mais crítica e com capacidade de transformação. Guterra (2020) destaca em seu estudo que pessoas letradas têm mais familiaridade com novos e variados suportes, lidam com menos preconceito com o surgimento de novos veículos e formas de publicações.

Na sequência, discutimos a respeito das novas tecnologias e os letramentos digitais, recursos tecnológicos de que os sujeitos fazem uso para comunicação em seu cotidiano na contemporaneidade.

3.2 NOVAS TECNOLOGIAS E OS LETRAMENTOS DIGITAIS

A orientação feita pela BNCC (Brasil, 2018), documento de caráter normativo que define o conjunto orgânico e progressivo de aprendizagens essenciais que todos os alunos devem desenvolver ao longo das etapas e modalidades da Educação Básica, na competência de número 5, destaca a cultura digital e o uso da tecnologia como forma de interação.

Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir

conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva (Brasil, 2018, p. 9).

Essas capacidades a serem desenvolvidas pelos estudantes devem ser compreendidas, de forma que eles utilizem e criem tecnologias de forma significativa, com valores éticos e com criticidade, tanto para obterem acesso às informações quanto para realizarem suas produções e serem sujeitos protagonistas. Acredita-se que isso só acontecerá através da responsividade de cada aluno, por meio da leitura de diferentes textos e sobre os quais diferentes pessoas discutem as mais variadas questões sob muitos ângulos, adotando diversas perspectivas de análise. É a partir dessas questões filosóficas e sociais que podemos crescer como seres humanos, assumindo posições que passamos a defender conscientemente e pelas quais assumimos total responsabilidade. É dessa forma que cada ser escolhe sua posição numa situação polêmica.

Segundo Coscarelli e Ribeiro (2021), quanto mais letrado for o leitor, mais ele ganhará versatilidade para lidar com todos os gêneros, de modo que não terá a sensação de estranhamento ao entrar em contato com novas possibilidades de texto ou suporte. Conforme essas autoras, o letramento, além de significar experiência “com objetos de leitura, também deve possibilitar que o leitor deduza e explore o que pode haver de híbrido e reconhecível em cada gênero ou em cada suporte, e, assim, manipulá-lo como quem conquista, e não como quem tem medo” (Ribeiro, 2021, p. 136). Para isso, os sujeitos precisam estar conscientes da importância da leitura e da escrita, e é por esse motivo que devem, na escola, compreender e elaborar seus próprios textos, exercitando-se e fazendo constantes trocas de experiência e de aprendizagens.

Nas palavras de Bagno (2002, p. 52), o ensino de língua portuguesa deve levar o aluno a desenvolver “[...] um conjunto de habilidades e comportamentos de leitura e escrita que lhe permitam fazer o maior e mais eficiente uso possível das capacidades técnicas de ler e escrever”. A realidade hoje é dinâmica: a tecnologia tem o papel de disseminador de informações e de novas formas de interação, de modo que se acentua a importância da disciplina de Língua Portuguesa nas escolas. Conforme consta na BNCC (Brasil, 2018), o contexto mundial em que vivemos demanda o desenvolvimento de competências para aprender a aprender, entender as informações que estão disponíveis, agir com discernimento e responsabilidade perante as culturas digitais, desenvolver conhecimentos para resolução de problemas, ser autônomo, proativo na busca de soluções, relacionar e estudar as diversidades e diferenças.

Os letramentos digitais tiveram sua origem com o surgimento das novas tecnologias e tornou-se uma das grandes possibilidades de aprendizagem significativa nas escolas, podendo

contribuir para a leitura e a escrita mediadas por computadores, *tablets*, celulares, internet, ou seja, dispositivos digitais. Heberle (2012) destaca que para o significado de letramento deve-se incorporar não somente habilidades e competências que se referem aos aspectos linguísticos, mas também “a considerações socioculturais e significações multimodais aliadas às novas tecnologias da informação e comunicação” (Heberle, 2012, p. 83-84). Coscarelli e Ribeiro (2021) afirmam que o letramento digital é importante para ampliar as possibilidades de entrar em contato com a escrita e a leitura por meio do ambiente digital; esse é um dos desafios das escolas, dos professores e dos envolvidos na educação.

Contemplamos neste estudo a expressão “letramentos digitais” com base nos autores Lankshear e Knobel (2007, 2008), que diferenciam os letramentos trazendo as práticas contemporâneas de leitura e escrita ligadas às tecnologias digitais. Isso quer dizer que precisamos considerar o contexto de evolução das sociedades ao longo do tempo. Assim, para que um letramento seja concreto e inovador, é necessário levar em conta tanto as novas tecnologias quanto uma nova mentalidade (um novo ethos). Poderíamos dizer que as características do que chamamos de “novo ethos” são:

colaboração ativa e participação, alavancando a inteligência coletiva por meio de práticas como obter anotações de usuários, distribuição e compartilhamento voluntário de conhecimentos, descentralização de autoria, mobilização de informações para relacionamento, hibridização e assim por diante (Knobel; Lankshear, 2007, p. 20, tradução nossa)⁷.

Lankshear e Knobel (2007) explicam que os letramentos não se limitam apenas às habilidades técnicas para usar tecnologias digitais. Eles têm como base a formação de uma nova mentalidade. Sem essa mudança essencial de mentalidade, não estaríamos verdadeiramente envolvidos em novos letramentos, mas apenas replicando práticas antigas com o auxílio de ferramentas tecnológicas. De acordo com Lankshear e Knobel (2007), a relevância do novo material técnico está principalmente relacionada à maneira como ele capacita as pessoas a criarem e se envolverem em práticas de letramento que abrangem uma variedade de valores, sensibilidades, normas e procedimentos, diferenciando-se daqueles que caracterizam os letramentos tradicionais.

Diante disso, podemos considerar que as tecnologias não garantem sozinhas o que podemos chamar de novos letramentos. É importante avaliar como essas tecnologias

⁷ active collaboration and participation, leveraging collective intelligence via practices like eliciting user annotations, distributing and wilfully sharing expertise, decentering authorship, mobilizing information for relatedness, hybridization, and the like.

possibilitam a participação das pessoas nas práticas de letramento, considerando-as como parte do coletivo e não individualmente. Segundo Knobel e Lankshear (2007, p. 9, tradução nossa)⁸, “queremos dizer que os novos letramentos são de natureza mais “participativa”, “colaborativa” e “distribuída” do que os letramentos convencionais. Ou seja, são menos “publicados”, “individuados” e “centrados no autor” do que os letramentos convencionais”. Essas características oferecem aos usuários da língua maior autonomia e interação, além de proporcionar novas maneiras de se relacionar com as tecnologias. Conforme Knobel e Lankshear (2008, p. 14, tradução nossa), ao abordarmos o letramento digital em termos de “letramentos digitais permite tipos de análise de práticas sociais que identificam pontos-chave em que a aprendizagem eficaz é desencadeada dentro de sistemas de aprendizagem sociotécnicos eficientes [...]”⁹, bem como princípios fundamentais de aprendizado que podem ser ajustados e aproveitados para uma aprendizagem educacional que se desenvolva de forma equitativa. Na concepção de Rezende (2016), ao letramento deve ser acrescentado o uso da tecnologia e se considerarmos que os letramentos são práticas sociais que envolvem o uso específico da escrita e da leitura, com propósitos definidos socialmente e exigem o domínio dessas habilidades individuais, “os letramentos digitais podem ser conceituados da mesma forma, considerando-se a demanda das tecnologias digitais” (Rezende (2016, p. 103). Essa pesquisadora considera que a inclusão do recurso digital não caracteriza o letramento digital, pois “seus efeitos sociais e cognitivos variarão em função dos contextos socioculturais e finalidades envolvidos na sua apropriação” (Rezende (2016, p. 103).

Por isso é fundamental que professores e alunos possam colaborativamente construir formas de letramentos por meio das tecnologias. Esses letramentos devem auxiliá-los a atender às exigências acadêmicas e, também, torná-los capazes de desempenhar um papel significativo na sociedade. Por fim, entendemos que a utilização de letramentos digitais, no plural, não está relacionada aos diferentes modos de veiculação aos quais o ambiente digital proporciona, mas sim, compreender as diversidades das práticas sociais nas diferentes esferas, sejam elas jornalística, escolar, científica, publicitária, política, artística etc. Práticas alinhadas aos seus valores culturais, históricos e sociais, os quais variam conforme o propósito comunicativo e requerem abordagens inovadoras em termos de pensamento e ação.

⁸ we mean that new literacies are more “participatory,” “collaborative,” and “distributed” in nature than conventional literacies. That is, they are less “published,” “individuated,” and “author-centric” than conventional literacies.

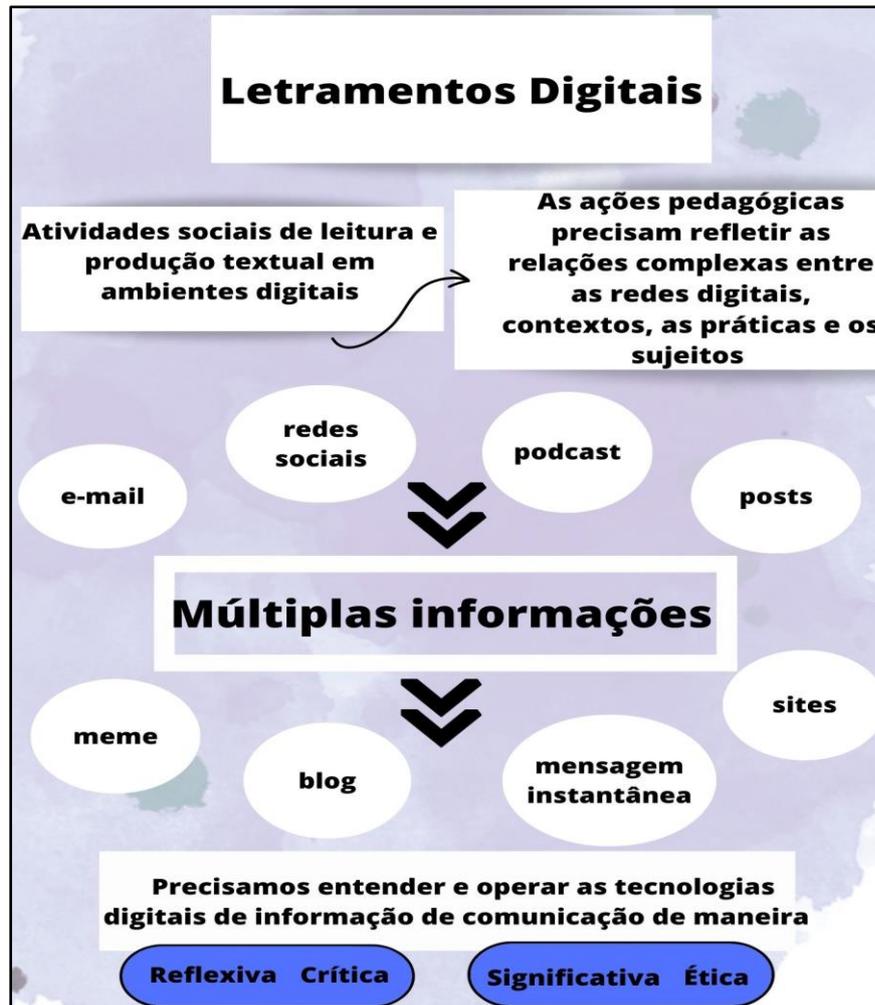
⁹ learning incidentals that come free with the online and offline learning systems attaching to digital literacy practices within affinity spaces of any kind.

De acordo com Lemke (2010, p. 455), “letramentos são legiões” consistem em práticas sociais que interligam pessoas, mídias e critérios de construção de significados. Define também que letramento é “um conjunto de competências culturais para construir significados sociais reconhecíveis através do uso de tecnologias materiais particulares” (Lemke, 2010, p. 456). Esse autor destaca que as crianças estão desde cedo prontas para aprender novos letramentos através das tecnologias, e que estão nos movendo da era da escrita para a era da autoria multimidiática. Lemke (2010) alerta para a importância de desenvolver habilidades interpretativas críticas estendidas para a análise de diferentes tipos de textos, tais como impressos, vídeos, filmes, fotografias, notícias, tabelas, gráficos e propagandas, pois “texto e figura juntos não são duas formas de dizer a mesma coisa; o texto significa mais quando justaposto à figura, e da mesma forma a figura quando colocada ao lado de um texto” (Lemke, 2010, p. 462).

Ademais, esse teórico afirma ainda que a função do professor é ensinar o aluno a compreender como ler o texto e interpretar a imagem de forma diferente, em função de estarem presentes um e o outro. Dessa forma, depreendemos que o letramento diz respeito à aplicação das tecnologias de leitura e escrita nas práticas sociais. Assim sendo, um cidadão letrado, e que tem o domínio da leitura, possui a capacidade de não somente decodificar os sentidos aos discursos proferidos, mas também de atuar diante deles, assumindo uma posição responsiva. Guterra (2020, p. 84), salienta que o docente, atualmente, “necessita conhecer, ser explorador e usuário das tecnologias nas práticas sociais cotidianas e estamos cientes que o celular está no bolso de todas as pessoas, assim é preciso trabalhar a educação digital”.

As pesquisadoras Coscarelli e Ribeiro (2021) reiteram ainda que, quanto aos professores e às atividades de ensino, é necessário que seja feita uma reflexão sobre os ambientes de aprendizagens e que sejam reconfigurados os conceitos e práticas, pois, com o aparecimento das novas tecnologias, surgiram novas formas de interação, novos gêneros e formatos textuais. Por isso, a escola precisa incluir, ampliar e rever. Coscarelli (2021) afirma que o docente precisa saber qual é a concepção de ensino-aprendizagem que vai adotar, pois o computador é um instrumento que pode ser utilizado de diferentes formas para ensinar, sendo que apenas utilizar “informática nas aulas não transforma instantaneamente o ensino em alguma coisa “moderna” e “eficiente” (Coscarelli, 2021, p. 26). A seguir, na Figura 2, apresentamos um esquema sobre os letramentos digitais e suas implicações.

Figura 2 - Letramentos digitais



Fonte: elaborada pela pesquisadora (2023)

As estudiosas Ana Elisa Ribeiro e Carla Viana Coscarelli, em seu livro *Letramento digital: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas* (2021), versam que, quando utilizamos o computador em sala de aula para projetar *slides* de *Powerpoint*, apresentamos através de um quadro que tem a funcionalidade de uma linda lousa, um suporte digital para que o professor faça sua explicação. Precisamos considerar que é quando usamos o computador/*notebook* ou outros instrumentos digitais que acontecerá a comunicação/interação entre os discentes e docentes, criando, então, a construção do conhecimento coletivo. Referidas estudiosas ressaltam que se não transformarmos o acesso à informática em uma aliada para a educação, excluiremos os alunos de muitas instâncias da sociedade contemporânea que exigem cidadãos com grau maior de letramento. Coscarelli e Ribeiro (2021) consideram ainda que o ambiente escolar não pode ser mais apenas transmissor de saber, mas um lugar de construção do

conhecimento. Os estudantes precisam saber onde encontrar as informações, serem autônomos, avaliando, questionando e julgando o que é útil ou não.

Lemke (2010) alerta que não podemos continuar instruindo os alunos com letramentos da metade do século XX; do mesmo modo, não se pode colocá-los diante de letramentos avançados e diversos de que dispomos hoje. Esse teórico assevera que “Precisamos ajudar essa geração a aprender a usar sabiamente os letramentos e esperar que se saiam melhor do que nós” (Lemke, 2010, p. 475). Por isso, acreditamos que o ensino de língua portuguesa pode contribuir para a construção de valores primordiais para a vida cidadã, como a ética, a solidariedade, a autonomia, a aceitação das diferenças, a afetividade, o respeito e, principalmente, a participação social. De acordo com Heberle (2012, p. 94), “letramentos, aprendizagem e ensino constituem práticas sociais interligadas”. Rezende (2016), por sua vez, considera que a nova mentalidade que se forma a partir das tecnologias digitais está desafiando as instituições de ensino a saírem do ensino tradicional e defende que

não há mais como fechar nossos olhos para as demandas da sociedade e elaborar propostas de ensino pautadas na transmissão de conteúdos, que se preocupem apenas com o ensino de gêneros institucionalizados que, normalmente, estão vinculados ao papel. Um ensino nesses moldes jamais contribuirá para a formação de um aluno para atuar competentemente na sociedade, pois, fora da escola, o aluno tem acesso à informação, participa de atividades colaborativas, comunica-se em diversas modalidades, produz e divulga textos não escolares. Por isso, não basta inserir as tecnologias na escola. É preciso entendê-las para utilizá-las adequadamente e de forma relevante (Rezende, 2016, p. 104).

Diante dos conceitos relacionados ao ensino, a BNCC (Brasil, 2018) prioriza um lugar para as práticas pedagógicas e auxilia a melhorar, ampliar a linguagem e a desenvolver uma reflexão crítica. Conforme sua orientação, as habilidades a serem desenvolvidas em sala de aula levam em conta o aprofundamento e a

análise sobre as linguagens e seus funcionamentos, intensificando a perspectiva analítica e crítica da leitura, escuta e produção de textos verbais e multissemióticos, e alargar as referências estéticas, éticas e políticas que cercam a produção e recepção de discursos, ampliando as possibilidades de fruição, de construção e produção de conhecimentos, de compreensão crítica e intervenção na realidade e de participação social dos jovens, nos âmbitos da cidadania, do trabalho e dos estudos (Brasil, 2018, p. 498).

Com base no ora apresentado, percurso teórico, propomos, nesta pesquisa, desenvolver os letramentos digitais dos alunos no gênero discursivo anúncio publicitário; além disso, após o conhecimento desse gênero, os educandos produzirão anúncios publicitários usando dispositivos digitais, corroborando esse letramento. Acreditamos que, ao trabalharmos esse

gênero discursivo, o aluno colocará em prática o que foi aprendido, sendo que formaremos leitores e produtores mais críticos e capazes de participarem das práticas sociais cotidianas. A seguir, trataremos do gênero discursivo “anúncio publicitário”.

3.3.1 Anúncio publicitário: linguagem verbal e não verbal

Com base nas diretrizes estabelecidas pela Base Nacional Comum Curricular para o Ensino Médio, as práticas consideradas relevantes para o desenvolvimento de habilidades e competências na área de Linguagens e Suas Tecnologias, especialmente em Língua Portuguesa, incluem o estudo do anúncio publicitário. Nesse contexto, diversos gêneros podem ser explorados em atividades de leitura, produção e interpretação de textos, com destaque para o anúncio publicitário. O propósito é conduzir os alunos a “compreender as formas de persuasão no discurso publicitário e o apelo ao consumo, abrangendo discussões sobre as formas contemporâneas de publicidade utilizadas em diversas mídias e ambientes digitais” (Brasil, 2018, p. 510). A BNCC (Brasil, 2018) também sugere que o uso desse gênero textual amplia o repertório dos alunos, desenvolvendo um grau maior de análise, de síntese e de reflexão em sala de aula.

Ao estudarmos o gênero anúncio publicitário, observamos uma modalidade textual que traz a informação sobre o que se pretende vender com a intenção de despertar no interlocutor o desejo de comprar. Seu propósito principal é persuadir o interlocutor a partir de um texto organizado argumentativamente; contém também algumas peculiaridades linguísticas, tais como frases no imperativo, usos de figuras de linguagem, repetições ordenadas de sons, entre outras. Carvalho (2014, p. 9) contribui com esse conceito, complementando que “a publicidade é um tipo de comunicação na qual as mensagens são formadas através de imagens, textos e composições, usando-se conotações culturais, icônicas e linguísticas”.

Esse gênero textual, do anúncio publicitário, quando abordado em sala de aula, faz surgir a necessidade do estudo da imagem, pois ela é o reflexo de nossa história. Em tudo o que analisamos, há imagens. Em todos os lugares do mundo, o homem deixou suas marcas através de desenhos que antigamente se faziam nas pedras. Essas figuras que foram encontradas se constituem em traços nas paredes das cavernas, chamadas de pinturas rupestres, ou seja, feitas na rocha. De acordo com Proença (2011, p. 10), “[...] as primeiras expressões da arte eram muito simples. Consistiam em traços feitos nas paredes das cavernas ou nas mãos em negativo e tais pinturas serviram para a comunicação entre os povos e ajudaram até mesmo na escrita.

As gravuras foram os primeiros meios de comunicação humana. Na contemporaneidade, a tecnologia invade o dia a dia das pessoas com muita intensidade e de formas variadas.

Carvalho (2000) explica que a mensagem publicitária é o melhor caminho para vida moderna. É o meio que traz a felicidade, o progresso, a juventude, o lazer e as invenções possibilitadas pelo avanço da tecnologia. Hoje, ao analisarmos o mundo que nos é apresentado nos noticiários dos jornais e revistas, podemos ver que a mensagem publicitária cria e expõe um mundo perfeito e ideal, sem violência, fome ou corrupção. Nela tudo é maravilhoso, cheio de encanto e beleza. Na análise de Carvalho (2000, p. 12), “Acima de tudo, publicidade é discurso, linguagem, e, portanto, manipula símbolos para fazer a mediação entre objetos e pessoas, utilizando-se mais da linguagem do mercado que a dos objetos.” Podemos destacar, então, que a linguagem usada é simples, caracterizada pela sedução e pela persuasão, que substituem a objetividade informativa.

Gonzales (2003) define o texto publicitário como um gênero textual em que “o homem pensa e se comunica por meio de textos completos e não de palavras isoladas” (Gonzales, 2003, p. 13). Dessa forma, “texto equivale a todo e qualquer processo discursivo, cuja textualidade resulta de mensagens verbais ou não verbais” (Gonzales, 2003, p. 13). Em outras palavras, Gonzales (2003) sustenta que o anúncio publicitário é criado a partir de várias técnicas que fazem com que ele não seja um amontoado de palavras, e sim que tenha significado, tenha coerência e seja compreendido pelos que terão acesso.

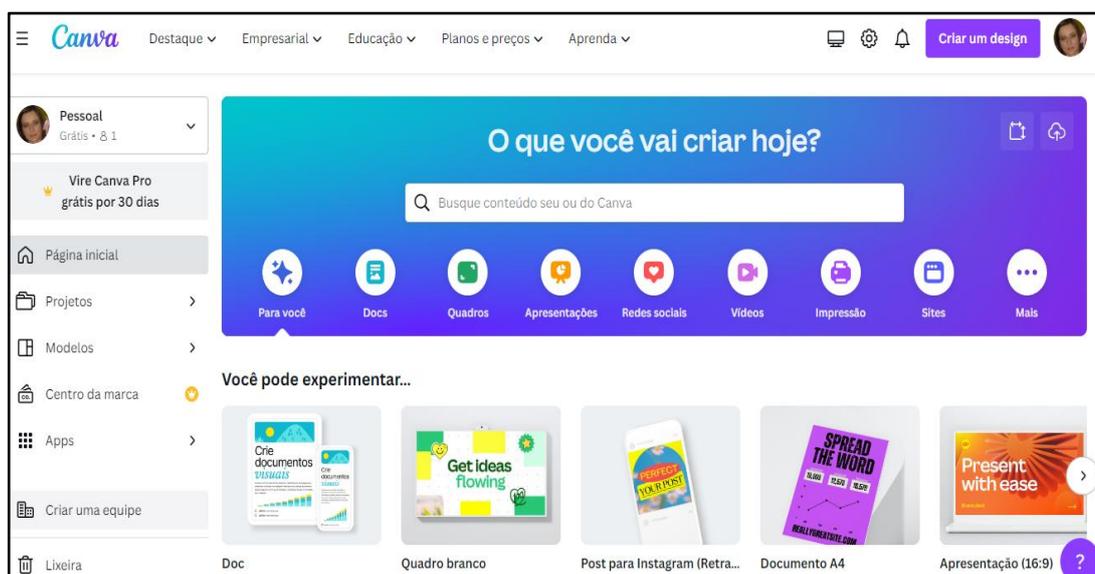
Por sua vez, Rojo (2009) considera importante trabalhar com os alunos as diversas mídias e suportes por onde os textos circulam, sendo que eles não circulam apenas no papel. É essencial abordar uma variedade de textos em diversas linguagens e semioses, seja de forma verbal, oral, impressa, em TV, rádio, vídeos, cinema, fotografia etc. Essa autora argumenta, ainda, que precisamos focar os letramentos *multiculturais* ou *multiletramentos* em que os alunos devem ter contato com “produtos culturais tanto da cultura escolar e da dominante, como das diferentes culturas locais e populares com as quais alunos e professores estão envolvidos, assim como abordar criticamente os produtos da cultura de massa” (Rojo, 2009, p. 119). Dessa forma, os alunos saberão como trabalhar com as diferenças socioculturais em que estão inseridos.

Na sequência, conheceremos o aplicativo *Canva* que é utilizado para a produção textual de um anúncio publicitário digital na realização desta pesquisa-ação.

3.3.2 O aplicativo *Canva* como ferramenta pedagógica de produção textual de um anúncio publicitário

A produção de anúncios publicitários é uma proposta que traz um grande desafio aos alunos em sala de aula, sendo que a compreensão da prática leitora vai auxiliar em sua reflexão de forma crítica. A BNCC (Brasil, 2018) destaca que é importante considerar o estudo de diferentes peças publicitárias que estejam envolvidas em diferentes campanhas, para além da propaganda impressa, visando desenvolver habilidades em diferentes multissemiões de textos e mídias. Além disso, analisar mecanismos de persuasão ajudará a promover um consumo mais consciente. O objetivo aqui é que os estudantes, depois de realizarem a compreensão de anúncios publicitários, criem seus próprios anúncios no dispositivo digital usando o aplicativo *Canva*. Na Figura 3, demonstramos a tela inicial do aplicativo com algumas possibilidades de usos.

Figura 3 – Página inicial do *Canva*



Fonte: <https://www.canva.com/> (2023)

Essa ferramenta (disponível no endereço eletrônico <https://www.canva.com/>) é um programa utilizado para várias produções; em específico, em nossas atividades, ele será usado para a produção do anúncio publicitário digital. A ferramenta está acessível para usuários que optam por pagar, oferecendo mais opções de uso, mas também está disponível gratuitamente. O recurso pode ser utilizado *online*, permitindo que os membros projetem e colaborem. Existem diversas opções disponíveis para a criação de textos multimodais ou multissemióticos. São elas:

criar *designs*, formar equipes e trabalhar colaborativamente, fazer *gifs* para redes sociais, editar fotos, elaborar documentos, vídeos, *slides*, entre outros.

A atividade desenvolvida com os alunos teve como objetivo o aprendizado e o conhecimento já adquiridos relacionados aos usos dessa ferramenta de criação, como forma de aprofundar os letramentos digitais por meio da produção do anúncio publicitário. Coscarelli e Ribeiro (2021) destacam que precisamos fazer uso do computador como meio de comunicação e, também, como fonte de informação, de modo que ajudará nas respostas dos educandos e os levará a novos questionamentos, ao desenvolvimento de projetos e à confecção de diferentes produtos. Em nossa pesquisa, os alunos terão a oportunidade de compreender como são compostos os textos multimodais e como produzirão efeitos de sentido e significados aos leitores.

Na criação do anúncio publicitário, a pesquisadora instrui os alunos a acessarem o aplicativo através do endereço eletrônico. Quem não tiver um cadastro, deverá realizá-lo para iniciarmos as produções. Em um primeiro momento, os alunos escolherão um *design* (anúncio publicitário); a partir disso, surgem vários *templates*¹⁰ dos quais farão a sua escolha de acordo com seus objetivos de criação.

Como realizaram os projetos de anúncios em aula, os estudantes iniciam suas escolhas para a criação do texto e seleção das imagens. Para a criação de um anúncio publicitário, é necessária a observação de muitos detalhes imagéticos. O aplicativo *Canva* dispõe de muitas opções de tamanhos de letras e fontes, inserção de imagens, cores, movimento, uso de fotos, vídeos etc. Os docentes, em grupos, produzirão seu anúncio publicitário de forma compartilhada com o colega e com a pesquisadora, para posteriormente ser apresentado e revisado juntamente com a turma.

Segundo Coscarelli (2021), para cada momento de aprendizagem, faz-se necessário uma estratégia diferente, e o computador poderá ser útil em várias situações; contudo, os docentes precisam planejar suas atividades conforme a situação. Esta autora considera, ainda, que “Para que a informática se instaure como tecnologia educacional, é preciso que os professores se preparem para operar desembaraçadamente com esse instrumental” (Coscarelli, 2021, p. 40). Sendo assim, para que os alunos e professores façam uso do computador, é necessário saber lidar com mecanismos de busca e exploração das informações.

¹⁰ Um *template* é um modelo de layout pronto e genérico que pode ser pago ou gratuito. Ele é usado como base para a criação de publicações na rede social, loja virtual, landing page, e-mail marketing e muito mais. (High Sales, 2021).

Ribeiro (2021) destaca, também, que a partir dos suportes e recursos novos, confiáveis e ágeis, surgirão novos leitores mais rapidamente e terão intimidade com todos os tipos de impressos e registros escritos. “O suporte em que o texto se encontra também influencia a emergência de novos gêneros de escrita, e o leitor amplia seu leque de possibilidades de leitura à medida que entra em contato com esses suportes e gêneros reconfigurados” (Ribeiro, 2021, p. 133).

O embasamento teórico abordado nos dois primeiros capítulos será utilizado para, no terceiro capítulo, apresentarmos metodicamente o desenvolvimento das práticas leitoras, interpretação e produção textual multimodais, com foco especial no anúncio publicitário. A síntese dos conceitos abordados neste capítulo é apresentada no Quadro 3.

Quadro 3 – Síntese dos conceitos abordados no capítulo 3

Teóricos	Apanhado teórico
Multimodalidade discursiva: Kress (2003), Kress e van Leeuwen (2021); Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020); Rojo (2009, 2012) e BNCC (Brasil, 2018).	São usos integrados de diferentes recursos comunicativos, como a linguagem escrita, a imagem, o som, as cores, textos multimodais e eventos comunicativos. Os autores consideram que todo texto/forma de comunicação é multimodal. Textos compostos de muitas linguagens, modos e semioses que exigem práticas de compreensão e produção para significar.
Multiletramentos: Cazden <i>et al.</i> (2021); Heberle (2012), Rojo (2012), Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020).	Saber lidar com diferentes semioses e culturas em sociedade é importante para a vida privada, laboral e cidadã. Isso demanda dos indivíduos variados letramentos e/ou maneiras de interagir.
Letramentos digitais: Coscarelli e Ribeiro (2021); Lemke (2010) Lankshear; Knobel (2007, 2008) e Rezende (2016).	Ampliação do leque de possibilidades de práticas de leitura e produção de textos em ambientes digitais. As tecnologias necessitam de novas práticas letradas que demandam um estudo/trabalho participativo, colaborativo em que os espaços e os tempos se interpenetram. O desenvolvimento das novas tecnologias é fruto de demandas sociais, mas que, para utilizá-las, faz-se necessário dominar novas habilidades demandadas e afetadas pelas relações sociais.

Fonte: elaborado pela pesquisadora (2023)

Em continuidade, exploraremos o capítulo 4 intitulado “Investigar e descobrir: o estudo do anúncio publicitário”, no qual apresentamos os desenhos metodológicos e o percurso

investigativo sugerido para a prática leitora, interpretação textual e produção escrita, especialmente voltados para textos multimodais, como o anúncio publicitário.

4 INVESTIGAR E DESCOBRIR: O ESTUDO DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

A circunstância efetiva desta pesquisa se manifestou do meu desejo como pesquisadora pela interação entre os estudos linguísticos e o contexto digital na contemporaneidade, e, especialmente, por ter sido professora de escola pública no estado do Rio Grande do Sul por onze anos. No período em que estive em sala de aula, e até mesmo atualmente, trabalhando em cargo administrativo em uma instituição educacional, uma das preocupações é formar pessoas competentes, mais críticas e, conseqüentemente, mais autônomas.

A motivação principal está construída na temática relacionada à prática leitora dos educandos de ensino médio, sendo que, estatisticamente, as avaliações realizadas no país comprovam dados preocupantes em relação à leitura e a interpretação de textos, revelando carência significativa nesses quesitos. Conforme mostra a pesquisa realizada pelo Indicador Nacional de Analfabetismo Funcional (INAF, 2018, p. 8), “cerca de 3 em cada 10 brasileiros – têm muita dificuldade para fazer uso da leitura e da escrita e das operações matemáticas em situações da vida cotidiana”. Focamo-nos na preparação de alunos letrados, de modo que a leitura, a compreensão e a produção de textos multimodais demandam várias competências e habilidades no processo de conhecimento para que se tornem sujeitos multiletrados.

Assim sendo, o objetivo geral consiste em desenvolver práticas de leitura direcionadas à interpretação e à produção escrita por estudantes do 2º ano do ensino médio em uma instituição pública federal, em situação de ensino de língua portuguesa, por meio da utilização de textos multimodais com base na perspectiva dos multiletramentos, incluindo abordagens interativas digitais. Pretendemos que a efetivação desse objetivo seja realizada mediante leitura, interpretação e produção de textos multimodais do gênero discursivo anúncio publicitário, sobretudo com os usos da tecnologia digital. Levando em conta tudo isso, delineamos os procedimentos metodológicos que nortearão as experiências leitoras com os estudantes.

4.1 DESENHOS METODOLÓGICOS

Ao delimitarmos os procedimentos metodológicos, seguimos a orientação de Prodanov e Freitas (2013, p. 48): “A pesquisa científica é uma atividade humana, cujo objetivo é conhecer e explicar os fenômenos, fornecendo respostas às questões significativas para a compreensão da natureza.” Dessa forma, conforme os autores, o pesquisador irá se utilizar de conhecimentos adquiridos anteriormente que estão acumulados em sua memória, manipulando diferentes métodos e técnicas para obtenção dos resultados pretendidos.

Este estudo tem como aporte metodológico os autores Prodanov e Freitas (2013) e se refere a uma pesquisa de natureza aplicada, que tem por finalidade gerar conhecimentos em uma aplicação prática. No que concerne aos objetivos, realizamos uma pesquisa exploratória. De acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 52), “A pesquisa exploratória possui planejamento flexível, o que permite o estudo do tema sob diversos ângulos e aspectos.”

Quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa se caracteriza como bibliográfica e documental, pois parte da busca de informações sobre a temática abordada, possibilitando o desenvolvimento do enfoque teórico-metodológico. Assim sendo, a pesquisa bibliográfica é realizada “quando elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet [...]” (Prodanov; Freitas 2013, p. 54), ou seja, faz uso das contribuições de muitos autores sobre determinado tema. Além disso, a pesquisa documental se baseia “em materiais que não receberam ainda um tratamento analítico ou que podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa” (Prodanov; Freitas 2013, p. 55). Nessa perspectiva, partimos dos principais teóricos que compreendem conceitos de gênero dos discursos, práticas leitoras, multimodalidade discursiva, multiletramentos, letramentos digitais e anúncio publicitário para que auxiliem como referencial na pesquisa-ação.

Em relação aos procedimentos técnicos, também escolhemos a pesquisa-ação não só para fazermos um levantamento diagnóstico de como os alunos compreendem os gêneros do discurso, a multimodalidade e os multiletramentos, mas também, apresentar atividades práticas de interpretação e produção textual baseadas nos conhecimentos já constituídos pelos alunos. A pesquisa-ação, dentre as várias definições possíveis, segundo Thiollent (2011, p. 20), é “realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo”. O autor considera ainda que é necessária a participação de pessoas que estejam implicadas nos problemas a serem investigados.

Assim, este trabalho está baseado no conhecimento dos alunos pesquisados, de forma participativa, levando em consideração as ações e transformações pretendidas. Conforme Thiollent (2011, p. 85), a pesquisa-ação “promove a participação dos usuários do sistema escolar na busca de soluções aos seus problemas.” Essa forma de pesquisa diz respeito à investigação de um problema juntamente a sujeitos envolvidos em busca de um aprendizado coletivo.

No que diz respeito à abordagem do problema, a pesquisa é categorizada como qualitativa, centrando-se principalmente no processo e em seu significado. Como manifestam

Prodanov e Freitas (2013, p. 70), “a pesquisa tem o ambiente como fonte direta dos dados. O pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo.” Dessa forma, necessita-se a compreensão do local em que se dará o estudo para desenvolver atividades relacionadas a possíveis situações-problema relativas ao desenvolvimento da prática leitora, interpretação e da produção textual eficiente em sala de aula. Salientamos que esta pesquisa foi submetida em dezembro de 2022 e recebeu aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade de Passo Fundo por meio da Plataforma Brasil (Apêndice H).

Desenvolvemos um plano para a prática pedagógica (Quadro 4) a fim de estabelecer as ações a serem implementadas com os alunos, bem como os critérios para a produção e avaliação textual. Conforme Thiollent (2011), a ação refere-se ao que é essencial ser realizado ou transformado para solucionar um problema. Antes de iniciar a pesquisa-ação, abordaremos, na próxima seção, as práticas que serão exploradas neste estudo.

4.1.1 O espaço da pesquisa – IFSul Câmpus Passo Fundo

O ambiente escolhido para a aplicação da pesquisa é a sala de aula, espaço em que se desenvolvem amostras e o reconhecimento qualitativo da pesquisa. O lugar em que acontece o estudo é uma escola pública federal que oferece o ensino médio integrado na área da mecânica e informática, ensino técnico subsequente na área de manutenção e suporte em informática, edificações, mecânica, multimeios didáticos e secretaria escolar; no ensino superior, são ofertados cursos nas áreas de ciência da computação, engenharia civil, engenharia mecânica, formação pedagógica para graduados não licenciados, pedagogia, sistemas para internet e especialização técnica na área de eficiência energética em edificações e pós-graduação em linguagens e tecnologias em educação¹¹. A escola é o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense – Câmpus Passo Fundo, localizada na cidade de Passo Fundo, no Rio Grande do Sul. As atividades no Câmpus tiveram início no ano de 2005; naquele momento, a cidade de Passo Fundo foi contemplada com uma Unidade de Ensino Descentralizada – CEFET (RS), ação realizada pelo Ministério da Educação no programa de expansão da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica. Em dezembro de 2008, o CEFET (RS) passou a ser denominado Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense

¹¹ Informações disponíveis no site do campus: <http://intranet.ifsul.edu.br/catalogo/campus/6>. Acesso em: 12 de jun. 2023.

(IFSul). A Instituição Pública Federal significou para o município de Passo Fundo uma oportunidade de ensino técnico e superior aos menos favorecidos economicamente.

O Curso Técnico em Mecânica, na forma integrada ao Ensino Médio, do eixo tecnológico Controle e Processos Industriais, passou a vigor a partir do primeiro semestre do ano de 2019, e tem como princípios: o trabalho como princípio educativo, a pesquisa como princípio pedagógico e a interdisciplinaridade como método. Assim sendo, busca atender à perspectiva do currículo integrado e da formação integral dos estudantes.

A pesquisa foi conduzida em uma turma do 2º ano do Ensino Médio Integrado – Mecânica, na disciplina de Língua Portuguesa. Essa escolha se deve ao fato de ser uma turma que se encontra na metade do percurso para a conclusão do Ensino Médio. A seleção desta turma específica, entre os segundos anos da área de mecânica e de informática disponíveis no Câmpus, foi realizada pela professora titular, em conjunto com a coordenação do curso e a direção do Câmpus. A decisão de escolher essa turma foi influenciada pelo elevado grau de participação, comprometimento e dedicação dos alunos, além do significativo envolvimento nas atividades escolares, tanto no ambiente da sala de aula quanto fora dela.

A infraestrutura desse ambiente educacional é composta por seis prédios que contam com biblioteca, auditório, três laboratórios de informática, laboratórios de desenho técnico, metrologia dimensional, soldagem, química, retífica, automação, eletricidade, salas de atendimento ao educando, cantina, refeitório, pátio aberto, setores de atendimento ao público, salas com atividades administrativas, enfermaria, além de salas de aula equipadas com *Data Show*, acesso à internet e quadro branco. A estrutura do Câmpus está em contínua evolução; atualmente, destaca-se a construção de uma quadra coberta destinada às atividades de educação física.

A partir da contextualização apresentada, especificamos os sujeitos envolvidos nesta pesquisa.

4.1.2 Os sujeitos da pesquisa

Ao realizar o estudo por meio da pesquisa-ação, proporcionamos uma experiência dialógica baseada em um processo interativo entre a pesquisadora e os personagens integrados à situação-problema que postula uma atitude interventiva. As pessoas envolvidas na pesquisa foram a pesquisadora, a professora titular participou parcialmente, na primeira e na última intervenção, e os 15 alunos da turma do 2º ano do Ensino Médio Integrado – Mecânica de uma Instituição Pública Federal. A turma é composta por 10 alunos do sexo masculino e 5 do sexo

feminino com idades entre 16 e 17 anos, sendo que a maioria tem 16 anos (11 alunos). Esse número de alunos cumpre com a possibilidade de realização da pesquisa, sendo possível apontar análises e conclusões acerca da prática leitora e os multiletramentos utilizando procedimentos interativos digitais (computadores). Os estudantes são em sua maioria moradores do município de Passo Fundo, sendo que três vêm de municípios vizinhos (Lagoa Vermelha e David Canabarro); 12 são oriundos de escola pública, enquanto os demais vieram de escola particular (3 alunos)¹². Na pesquisa, não fazemos distinção quanto a tais características.

Optamos por conduzir esta pesquisa nessa instituição educacional, embora ela pudesse ser conduzida em qualquer outra. A motivação da pesquisadora para escolher tal local é investigar a experiência de leitura e os multiletramentos em textos multimodais no contexto do ensino médio integrado de uma escola pública federal. Além disso, a escolha se deve ao fato de fazer parte dessa escola como servidora pública, em que mantemos relações de trabalho diária no setor administrativo da instituição.

A pesquisa-ação teve seu início no dia 4 de abril de 2023, totalizando dez períodos de Língua Portuguesa, um percurso de quatro semanas devido aos feriados registrados no mês. O segundo ano, que faz parte do estudo, foi escolhido pela professora titular, coordenação do curso e pela direção do Câmpus. Os estudantes, segundo essas fontes, são ativos, dedicados, participativos e envolvidos nas atividades propostas.

A docente titular da turma ressaltou que os alunos realizam as propostas de leitura e produção textual com dedicação e empenho. Eles fazem uso do livro didático, além de retirarem livros para leitura na biblioteca a cada quinze dias, aproveitando-se do acervo diversificado de obras disponível no local. Além disso, a professora mencionou que incorpora regularmente atividades de redação e, ocasionalmente, faz uso do laboratório de informática com acesso à internet. Os computadores são utilizados como instrumentos para pesquisa e produção de textos escritos. Os alunos também utilizam o seu dispositivo digital (celular) em sala de aula para pesquisas rápidas, como, por exemplo, o significado de um vocábulo desconhecido. Destacamos, também, a formação dos professores dessa turma: a grande maioria são mestres e doutores.

No próximo tópico, após a contextualização dos domínios a serem desenvolvidos, apresentaremos o desenho metodológico da pesquisa.

¹² Informações retiradas do Sistema Unificado de Administração Pública – SUAP.

4.1.3 Delineamento metodológico: etapas da pesquisa

O trabalho de pesquisa abrange, em sua investigação, fases distintas. No primeiro momento, elencamos os objetivos para a coleta de dados e iniciamos com o diagnóstico dos alunos envolvidos no estudo. Em seguida, no segundo momento, os estudantes fizeram a leitura e interpretação individual do gênero discursivo “anúncio publicitário”. Na sequência, partimos para o estudo e análise da situação encontrada na turma, com a pretensão de perceber a realidade do problema, característica dos alunos e seu encadeamento com a prática leitora.

Ao realizarmos a pesquisa-ação, procedemos a uma intervenção pedagógica com prática leitora de textos multimodais (anúncios publicitários) estáticos, animados (vídeos) e através de *slides* para compreensão e discussão. As atividades foram realizadas em sala de aula a partir do dia quatro de abril, no primeiro semestre de 2023. O contato com a direção do Câmpus foi realizado no segundo semestre de 2022, momento em que necessitamos de autorização para realização da pesquisa e aprovação do Comitê de Ética da Universidade.

Em março de 2023, o segundo contato acontece com a coordenação do curso integrado de mecânica e com a professora titular. Nesse momento, conversamos sobre a pesquisa-ação e os procedimentos a serem realizados, logo, iniciam-se as intervenções que organizamos nos Quadros 4, 5 e 6. Na sequência, detalhamos o caminho realizado.

Quadro 4 - Planejamento da observação e do diagnóstico - primeira etapa

Data	Períodos	Objetivos	Objeto do conhecimento/Ações	Metodologia
04/04/23	1º período	<ul style="list-style-type: none"> - Observar os procedimentos da aula de português, quais são os materiais utilizados pelos alunos e a professora. - Falar sobre a pesquisa realizada. - Distribuir o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para pais e responsáveis. - Entregar o Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE) aos alunos e à 	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecimento dos alunos e esclarecimentos sobre a condução da pesquisa junto à professora titular. 	<ul style="list-style-type: none"> - Constatações e anotações. - Apresentação da pesquisa. - Entrega do (TALE) e do (TCLE) para os alunos levarem aos seus pais ou responsáveis para que tenham o conhecimento da realização da pesquisa e para que assinem, caso estejam de acordo.

		professora titular para a realização da pesquisa.		
11/04/23	2º período	- Aplicar o questionário diagnóstico aos alunos.	- Elaboração do diagnóstico para que a pesquisa fosse efetuada.	- Aplicar o questionário diagnóstico aos alunos, o que contribuirá na investigação desta pesquisa.

Fonte: elaborado pela pesquisadora (2023)

Após concluída a primeira etapa, passamos para o momento em que os alunos interpretam o anúncio publicitário “Separe o lixo e acerte na lata” (MMA, 2011).

Quadro 5 - Planejamento da interpretação da peça publicitária - segunda etapa

Data	Períodos	Objetivos	Objeto do conhecimento/Ações	Metodologia
14/04/23	3º e 4º períodos	- Aplicar o gênero discursivo anúncio publicitário para leitura e interpretação individual. - Ler e interpretar o texto selecionado e as 12 questões propostas.	- Leitura e interpretação individual do gênero discursivo “anúncio publicitário”.	- Distribuição de cópia colorida do anúncio publicitário para leitura e interpretação individual através de questões escritas e objetivas. - Análise de dados a partir da prática leitora do texto.

Fonte: elaborado pela pesquisadora (2023)

Depois de realizada a segunda etapa, partimos para a intervenção pedagógica, ao planejamento e realização do gênero discursivo anúncio publicitário.

Quadro 6 - Planejamento da intervenção pedagógica (anúncio publicitário) - terceira etapa

Data	Períodos	Objetivos	Objeto do conhecimento/Ações	Metodologia
18/04/23	5º e 6º períodos	<ul style="list-style-type: none"> - Entender o gênero discursivo anúncio publicitário. - Reconhecer as características estruturais das linguagens verbal e não verbal e os temas propostos. - Identificar a finalidade desse gênero. - Saber em que contexto circula, qual o perfil de seus interlocutores e quais são os recursos linguísticos utilizados. - Planejar a produção de um anúncio publicitário com o tema central “meio ambiente e sustentabilidade”. - Ler e assistir vídeos informativos sobre o gênero anúncio publicitário e debater o que é necessário para a produção de um anúncio publicitário - “Passos para produção”. - Pesquisar os meios e usos da plataforma <i>Canva.com</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Explorando o gênero discursivo anúncio publicitário. - Multimodalidade e multiletramentos. - Planejamento para a produção de um anúncio publicitário em ambiente digital (laboratório de informática). 	<ul style="list-style-type: none"> - Exposição e leitura de textos publicitários estáticos, animados (vídeos) e, também, através de <i>slides</i> para discussão. - Atividades de observações e debates a respeito da organização do texto publicitário. - Vídeo informativo – anúncio publicitário com informações referentes ao gênero discursivo estudado e à proposta de produção de um anúncio publicitário em ambiente digital (laboratório de informática). - Organização dos alunos e início do planejamento. - Vídeo informativo sobre o uso da plataforma <i>Canva</i>.

Data	Períodos	Objetivos	Objeto do conhecimento/Ações	Metodologia
24/04/23	7º e 8º períodos	<ul style="list-style-type: none"> - Produzir o anúncio publicitário digital a partir do aplicativo <i>Canva</i>. - Finalizar a criação, revisão e envio por e-mail ou <i>WhatsApp</i> para a pesquisadora. 	<ul style="list-style-type: none"> - Produção escrita. - Término da produção do anúncio publicitário. - Revisão da produção textual. 	Laboratório de informática e, também, o uso do celular individual de cada aluno. - Revisão da produção escrita.
28/04/23	9º e 10º períodos	<ul style="list-style-type: none"> - Apresentar o anúncio publicitário produzido. - Divulgar nas redes sociais do Câmpus. - Avaliar a produção escrita através de um questionário aos alunos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Discussão dos significados visuais (cor, fonte, imagem etc.) e escritos apresentados na produção escrita. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cada aluno apresenta sua peça publicitária expondo sua criação e mostrando suas escolhas na realização da atividade (uso de cores, imagens, formato das letras, som, movimento etc.). O trabalho foi projetado em <i>data show</i>, em <i>slides</i> e impresso em ofício A4. - Avaliação da prática realizada através de questionário (Apêndice G).

Fonte: elaborado pela pesquisadora (2023)

Nesses Quadros 4, 5 e 6, foram detalhados os dias e as intervenções pedagógicas realizadas no mês de abril de 2023.

Na sequência, nos dedicamos ao *corpus* da pesquisa: os dados coletados a partir do questionário diagnóstico, da interpretação do texto, da produção do anúncio publicitário e, posteriormente, a análise.

4.1.4 A coleta de dados e o *corpus* gerador: anúncio publicitário

O desejo de pesquisar temas relacionados à prática leitora, multimodalidade, multiletramentos e tecnologia na escola na contemporaneidade nos fizeram pensar em questões que dizem respeito ao desenvolvimento de habilidades e competências dos alunos do ensino médio de uma escola pública federal. Outra curiosidade que nos move é o fato de estar disposta

a entender qual é a realidade dessa escola pública em relação ao acesso e uso da tecnologia no ensino, pois vemos os alunos influenciados pelas mídias e imersos nesse contexto digital. Então, idealizamos uma proposta de atividades de leitura e produção textual utilizando o gênero discursivo “anúncio publicitário”.

Ao pensarmos nas práticas pedagógicas levando em consideração a progressão das aprendizagens e habilidades da língua e da linguagem na BNCC (Brasil, 2018), destacam-se a consolidação e o domínio do estudo do gênero do discurso e de gêneros textuais, ampliando seu repertório no ensino médio com grau maior de análise, síntese e reflexão.

Por isso, escolhemos utilizar como *corpus* gerador textos do gênero anúncio publicitário que divulgam uma ideia/ação com a temática “meio ambiente e sustentabilidade”, sendo que esses são assuntos que fazem parte do currículo do ensino médio e estão presentes em campanhas de jornais, revistas, *outdoors*, televisão, rádio e mídias eletrônicas. Optamos por esse *corpus* por ser um gênero discursivo multimodal presente no contexto digital dos alunos e, também, por ser um texto acessível caracterizado pela sedução e pela persuasão, assunto esse que precisa ser trabalhado no ensino como forma de compreensão e de construção do conhecimento. O anúncio publicitário é um texto com predominância de imagens e cores que marcam a produção de efeitos e de sentidos visuais, pois nelas podemos observar algumas informações propostas pelo autor, sendo que a imagem é utilizada como linguagem não verbal (visual), e a palavra como linguagem verbal, estabelecendo, assim, a comunicação.

As concepções teórico-metodológicas estão concebidas de forma a focar o problema de pesquisa, o objetivo geral e os objetivos específicos que serviram de base e nos guiaram nas propostas das atividades, em sala de aula, visando analisar textos do gênero discursivo “anúncio publicitário”. Sendo assim, a pesquisa visa desenvolver os multiletramentos dos alunos por meio da leitura e interpretação, que fará parte da produção escrita por meio da plataforma *Canva*, procedimento interativo que tem por finalidade os letramentos digitais dos alunos e a aprendizagem por meio da utilização dessa ferramenta. Quanto aos seus objetivos, de acordo com Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa exploratória tem como finalidade proporcionar informações sobre o assunto que se pretende pesquisar, possibilitando sua definição e delineamento.

Na primeira etapa da pesquisa, tivemos como objetivo a observação da aula, que “tem planejamento, é realizada em condições controladas para responder aos propósitos preestabelecidos” (Prodanov; Freitas, 2013 p. 104), como são os procedimentos na disciplina de Língua Portuguesa, a condução realizada pela professora titular e os materiais que são utilizados em suas aulas. A pesquisadora conversou com os quinze alunos e a professora titular

da disciplina sobre a pesquisa a ser realizada; distribuiu o Termo de Consentimento Livre e Esclarecimento (TCLE) para pais e responsáveis, e o Termo de Assentimento para realização da pesquisa com os estudantes. Posteriormente, na próxima aula, recolhemos os Termos de Consentimento e Assentimento com as assinaturas e autorizações e aplicamos o questionário diagnóstico para a turma (Apêndice C). Realizamos, também, explicações sobre a pesquisa que foram descritas nos diários das aulas junto a análise. Realizada essa etapa, analisamos os dados coletados na turma de 2º ano do Ensino Médio Integrado – Mecânica. Primeiramente, analisamos o questionário diagnóstico aplicado, cuja finalidade é examinar a realidade dos alunos, algumas de suas características e sua relação com a leitura e interpretação textual.

Na segunda etapa deste estudo, no próximo período, os educandos realizaram a interpretação textual mediante questionário interpretativo sem a intervenção da pesquisadora. A interpretação do texto anúncio publicitário que fez parte de uma campanha do Ministério do Meio Ambiente (MMA) em 2011, denominada “Separe o lixo e acerte na lata”, foi realizada de forma individual pelos alunos. A partir da coleta de dados, examinamos o que os educandos desenvolveram a partir da prática leitora do anúncio publicitário, sendo que o leitor precisa ser observado sob uma atitude responsiva ativa, mediante “pergunta-resposta, afirmação-objeção, afirmação-concordância, proposta-aceitação, ordem-execução, etc.” (Bakhtin, 2016, p. 30), ou seja, a língua é um constante processo de interação mediado pelo dialogismo.

Já na terceira etapa, realizamos a intervenção pedagógica; partimos da leitura dos textos publicitários criados pela campanha do Ministério do Meio Ambiente em 2011 (Anexos B, C e D) e do “Panfleto Sustentável” (Anexo E), criado pelo Departamento de Trânsito do Rio Grande do Sul (Detran/RS) em 2012, por meio de *slides* elaborados pela pesquisadora na plataforma *Canva* e de cópias coloridas impressas para que os alunos tivessem contato com o *corpus* estudado; dessa forma, fizemos as observações e as discussões a respeito de sua organização. Além disso, na campanha do MMA, foram disponibilizados vídeos (Anexos B, C e D) que fizeram parte da intervenção pedagógica. Os estudantes receberam impressos os QR Codes de dois vídeos explicativos sobre anúncios publicitários, algumas questões de “O que é preciso saber para criar um anúncio publicitário” e, também, como tarefa de casa, acessar dois *links* para assistir “como criar anúncios publicitários no *Canva* e como usar o *Canva* pelo celular” (Apêndice E). O objetivo da aula foi entender o gênero do discurso anúncio publicitário, reconhecer as características estruturais, os temas propostos, identificar a finalidade desse gênero, saber em que contexto circula, qual o perfil de seus interlocutores, quais são os recursos linguísticos utilizados e observar a integração das linguagens verbal e não verbal. Depois das

discussões, propusemos aos alunos o planejamento da produção escrita de um anúncio publicitário com a temática “meio ambiente e sustentabilidade”.

Retornamos na aula seguinte para retomar o que foi aprendido sobre o gênero estudado; em grupos, os alunos iniciaram a produção escrita da publicidade, além de criar uma proposta de produção digital utilizando o aplicativo *Canva*. Ao término da atividade, eles receberam algumas questões básicas para a revisão da produção textual (Apêndice F). Posteriormente as produções foram compartilhadas com a pesquisadora. Na aula seguinte, as criações foram apresentadas e revisadas juntamente com a pesquisadora, com a professora titular e com os colegas da turma; eles explicaram suas criações e suas escolhas (uso de cores, imagem, palavras, formato das letras etc.). Além disso, para finalizar, responderam a um questionário avaliativo (Apêndice G).

Portanto, para o presente estudo, o conjunto de *corpus* de análise estão baseados em três fases de desenvolvimento da seguinte forma:

- a) *Corpus 1*: questionário diagnóstico da turma (Apêndice C);
- b) *Corpus 2*: prática leitora e interpretação do anúncio publicitário “Separe o lixo e acerte na lata” (MMA, 2011) - (Apêndice D);
- c) *Corpus 3*: produções dos anúncios publicitários na plataforma *Canva* (Anexo F).

No que tange à pesquisa bibliográfica e a sequência de ordenamento dos *corpus* está alinhada com as contribuições de Antunes (2003), Bakhtin (2016), documento da Base Nacional Comum Curricular (Brasil 2018), Fiorin (2016), Kleiman (2002), Lopes-Rossi (2011), Marcuschi (2008), Petit (2008) e Rojo (2009) no que tange às práticas de leitura e os gêneros do discurso; Dionísio (2011), Pimenta (2006), Kress (2003), Kress e van Leeuwen (2021), Rojo (2009, 2012) e van Leeuwen (2017) acerca da multimodalidade discursiva; Cazden *et al.* (2021), Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), Heberle (2012) e Rojo (2012) em relação aos multiletramentos; Coscarelli e Ribeiro (2021), Knobel e Lankshear (2006, 2008) e Lemke (2010) para letramentos digitais.

Incentivar a leitura e a interpretação de textos multimodais com o gênero discursivo anúncio publicitário em sala de aula, promover por meio de procedimentos interativos digitais a produção textual e, dessa forma, contemplar a aprendizagem, a leitura crítica, a produção escrita autônoma e a construção de saberes e habilidades para os multiletramentos. Neste momento, passamos para a apresentação dos critérios de análise e interpretação.

4.2 DISPOSITIVO DE ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Ao abordarmos o dispositivo de análise e a interpretação dos dados desta pesquisa tendo em vista suas fases, seguimos a concepção e organização de Thiollent (2011) que ressalta: o planejamento da pesquisa-ação é muito flexível e não segue uma ordem rígida de fases. Contudo, elas podem ser ordenadas em movimentos cíclicos, permitindo uma constante autoavaliação e novas implementações. A seguir, a Figura 5 demonstra as fases da metodologia da pesquisa-ação conforme Thiollent (2011)

Figura 4 - Fases da metodologia da pesquisa-ação



Fonte: elaborada pela pesquisadora com base em Thiollent (2011)

As etapas estão organizadas de forma que haja um diálogo entre pesquisador e participante; é de fundamental importância planejar de onde iremos partir e aonde queremos chegar, sendo que, durante o processo da pesquisa, podem acontecer muitas circunstâncias que irão desencadear ajustes e novos planejamentos. Isso contribuirá para uma melhor universalidade do estudo a ser desenvolvido.

Com relação à técnica de análise, aplicamos o Paradigma Indiciário do historiador italiano Carlo Ginzburg (1989) como método para análise e interpretação dos dados. O método se baseia em características humanas naturais muito antigas, sendo reconhecido como fundamento para investigação por meio de sinais, pistas ou indícios que revelam os fenômenos da realidade. Segundo Ginzburg (1989), o paradigma indiciário não está baseado em características vistas da situação pesquisada, mas está atento aos indícios, muitas vezes imperceptíveis, em sintomas, em signos pictóricos, em pormenores, em dados marginais e em

pistas na tentativa de desvendar os acontecimentos. Giovanni Morelli, crítico de arte, um dos homens que foi inspiração para Ginzburg (1989) ao apresentar o paradigma indiciário. Morelli, desenvolveu um método para identificar as cópias das obras de arte, em que, ao afirmar que um quadro é cópia de outro, é necessário ficar atento às características que dificilmente serão imitadas por outro pintor, por isso “é necessário examinar os pormenores mais negligenciáveis e menos influenciados pelas características da escola a que o pintor pertencia: os lóbulos da orelha, as unhas, as formas dos dedos das mãos e dos pés” (Ginzburg, 1989, p. 144). Esses são traços individuais de cada artista.

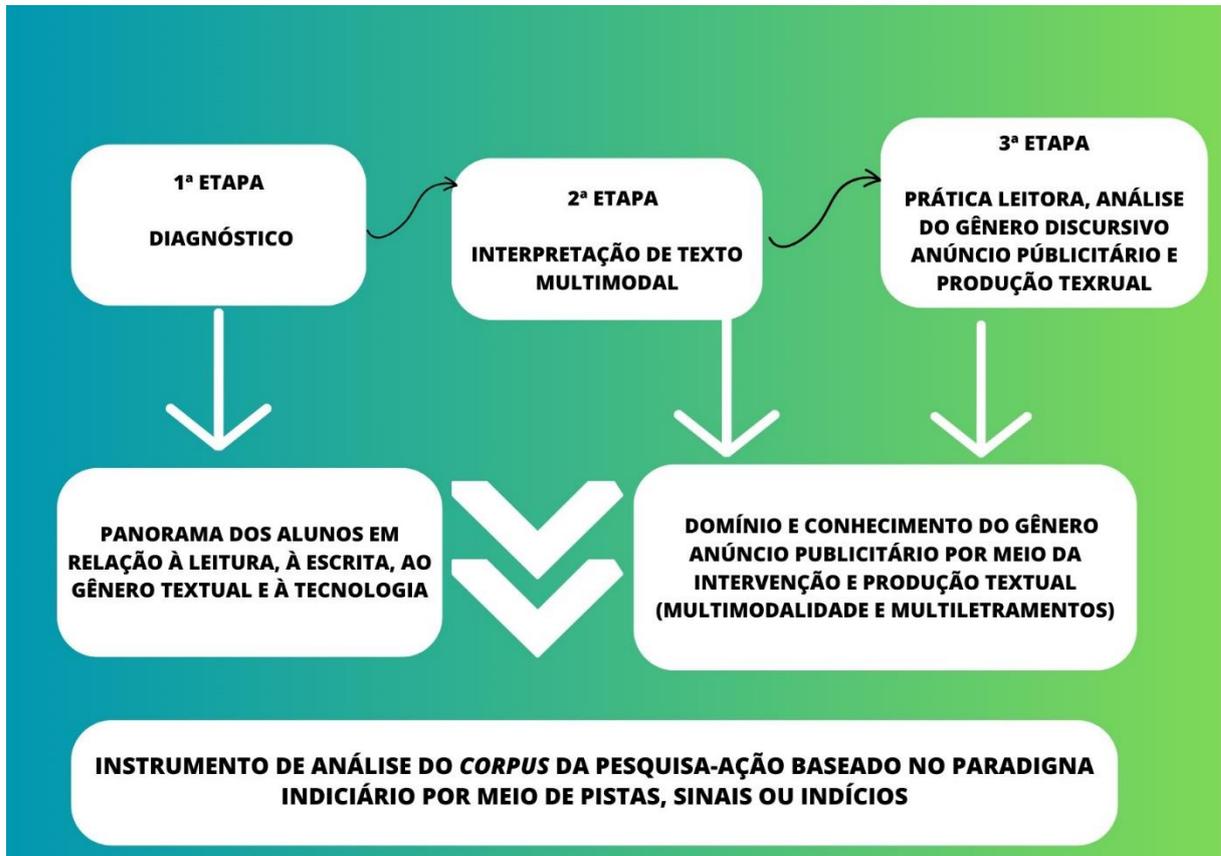
O paradigma indiciário surgiu por volta do século XIX das ciências humanas. Seu surgimento remete ao desenvolvimento das narrações dos homens: “O caçador teria sido o primeiro a “narrar uma história” porque era o único capaz de ler, nas pistas mudas (se não imperceptíveis) deixadas pela presa, uma série coerente de eventos” (Ginzburg, 1989, p. 152). A partir de pistas negligenciáveis, os humanos remontam e contam a outros humanos, pela narração, um evento concreto que pode não ter vivenciado diretamente (rastros, pegadas, plantas destruídas dão indício que um animal passou pelo local, por exemplo).

Na metodologia de pesquisa indiciária, o pesquisador precisa buscar vestígios, sinais e sintomas na esperança de desvendar os acontecimentos. Em nosso estudo, os fatos são explorados em circunstâncias concretas, onde os sujeitos participantes e os eventos são situados. Ginzburg (1989) afirma que caso a realidade seja opaca, existem zonas privilegiadas, sinais, indícios, que poderão ser decifrados. Dessa forma, os estudantes do 2º ano do ensino médio são peças importantes nesta pesquisa, pois procuramos seguir seus sinais, seus vestígios nas informações que registraram nos questionários respondidos e nas interações realizadas em sala de aula. Essa metodologia integra a compreensão e receptividade no trabalho investigativo.

Portanto, por meio do *corpus* anteriormente mencionados e com base no Paradigma Indiciário, planejamos incentivar a leitura e a interpretação dos alunos através de prática leitora e da produção textual envolvendo procedimentos interativos digitais com texto multimodal – anúncio publicitário visando aos multiletramentos no ensino de língua portuguesa de alunos do Ensino Médio de uma escola pública federal. Desenvolvemos a pesquisa em três etapas: Etapa 1 – Questionário diagnóstico; Etapa 2 – Interpretação de texto multimodal; e Etapa 3 – Prática leitora, gênero discursivo, anúncio publicitário e produção textual.

No percurso analítico da pesquisa, elaboramos a Figura 5 que demonstra as etapas desenvolvidas.

Figura 5 - Etapas do processo metodológico e análise do *corpus* da pesquisa



Fonte: elaborada pela pesquisadora (2023)

Apresentamos, também, o Quadro 7 para a análise e a interpretação dos dados que terão por base as categorias teóricas definidas.

Quadro 7 – Categorias teóricas

Categorias teóricas	Autores
Gêneros do discurso	Bakhtin (2016).
Práticas de leitura e os gêneros do discurso	Antunes (2003); Bakhtin (2016); Brasil (2018); Fiorin (2016); Kleiman (2002); Lopes-Rossi (2011); Marcuschi (2008); Petit (2008); Rojo (2009).
Produção escrita	Kress (2003); Ribeiro (2018); Rojo (2009).

Multimodalidade discursiva	Dionísio (2011); Kress (2003); Kress e van Leeuwen (2021); Pimenta (2006), Rojo (2009, 2012); van Leeuwen (2017).
Multiletramentos	Cazden et al (2021); Heberle (2012); Kalantzis; Cope Pinheiro (2020); Rojo (2012).
Letramentos digitais	Coscarelli e Ribeiro (2021); Knobel e Lankshear (2006, 2008); Lemke (2010); Rezende (2016).

Fonte: elaborado pela pesquisadora (2023)

De acordo com essa Figura 5, na primeira etapa, a análise incidiu sobre o questionário diagnóstico realizado pelos alunos (Apêndice C), em que levantamos questões sobre as práticas leitoras e a produção escrita dos alunos levando em conta os gêneros discursivos estudados em sala de aula e a interação com a tecnologia.

Na segunda etapa, os alunos fizeram a interpretação individual do anúncio publicitário. Na peça publicitária “Separe o lixo e acerte na lata” (MMA, 2011), produzido pelo Ministério do Meio Ambiente, observamos a prática leitora de texto multimodal para verificar os saberes e as habilidades quanto aos multiletramentos dos alunos. Já na terceira etapa, a pesquisadora fez uma intervenção pedagógica para trabalhar com os estudantes o gênero discursivo “anúncio publicitário” e os usos da plataforma *Canva*. Posteriormente, em grupos, planejaram a produção da publicidade digital observando os estudos realizados em aula a fim de promovermos, por meio de procedimentos interativos digitais, a prática leitora e a produção textual; também, apresentamos sugestões práticas para contemplar a aprendizagem das leituras crítica, criativa e autônoma de textos multimodais em língua portuguesa.

Finalmente, para organizarmos as etapas da pesquisa, destacamos o *corpus* na Figura 5 e os conceitos teóricos a serem analisados no Quadro 8. Frisamos que os estudantes que fizeram parte deste trabalho são agentes importantes, pois seguimos todas as informações realizadas em cada etapa da pesquisa para verificarmos o desenvolvimento de suas habilidades e competências no gênero discursivo e na prática leitora mediante a interpretação e produção escrita de textos multimodais, a fim de promovermos o multiletramentos. Em seguida, discorreremos a análise do *corpus* e seus resultados.

5 RESULTADOS DE UMA TRAJETÓRIA DE LEITURA, INTERPRETAÇÃO E PRODUÇÃO TEXTUAL

O ensino, no espaço escolar, precisa estar focado na formação de alunos autônomos e solidários que tenham como meta a valorização da ciência, da cultura, e que, por meio da tecnologia, adquiram o hábito da pesquisa; é preciso que se tenha uma perspectiva multicultural da vida em sociedade. Desse modo, buscamos desenvolver, neste estudo, abordagem sobre os multiletramentos dos estudantes por meio de textos multimodais envolvendo linguagens, práticas leitoras, produção textual e tecnologias para a formação de leitores competentes e habilidosos no exercício da cidadania.

Para realizar esse propósito, exibimos as análises referentes à pesquisa-ação desenvolvida da seguinte forma: a) questionário diagnóstico dos alunos (Apêndice C); b) interpretação textual do anúncio publicitário “Separe o lixo e acerte na lata” (MMA, 2011) – (Apêndice D); c) produções textuais produzidas pelos alunos (duas escolhidas dentre as nove realizadas), anúncios publicitários criados na plataforma *Canva* (ANEXO F). Em seguida, verificamos a avaliação dos discentes (Apêndice G) realizada ao final da atividade.

Na sequência, iniciaremos a análise do primeiro componente do *corpus* de análise e os seus resultados.

5.1 ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO DIAGNÓSTICO DOS ALUNOS

Nesta seção, focamos nos dados coletados por meio da pesquisa-ação que propusemos realizar. A pesquisa teve início no dia 4 de abril de 2023 e seu término se deu no dia 28 de abril de 2023, totalizando 10 períodos na disciplina de Língua Portuguesa. No dia 4 de abril, realizamos a primeira intervenção com os alunos, o propósito foi observar e conversar com a professora titular sobre o funcionamento das aulas de língua portuguesa, quais são os materiais utilizados em aula e que recursos tecnológicos estão disponíveis aos estudantes, além de conversar sobre a pesquisa a ser implementada, seus objetivos e sua importância para o ensino. Foi distribuído o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido dos Pais ou Responsáveis (TCLE) – (Apêndice B), visto que os alunos são menores de idade e a participação na pesquisa precisa ser autorizada. Além disso, foi entregue o Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE) – (Apêndice A), em que os alunos se dispuseram a participar da pesquisa. Na aula seguinte, dia 11 de abril, recolhemos as autorizações dos pais e dos alunos; todos os estudantes

estavam autorizados a participar e estavam curiosos, pois comentaram que nunca haviam participado de uma pesquisa. Nesse dia, aplicamos um questionário diagnóstico (Apêndice C) para a turma, composta por 15 alunos, com 13 questões, através das quais pretendemos compreender a realidade dos alunos com relação à prática leitora, à escrita e ao uso da tecnologia no dia a dia. No Quadro 8, organizamos uma síntese do questionário diagnóstico dos alunos com as questões aplicadas.

Quadro 8 – Questionário diagnóstico dos alunos

Questões	Respostas dos alunos
1. Qual sua idade?	11 alunos têm 16 anos; 4 alunos têm 17.
2. Durante as aulas de português, você encontra dificuldade na leitura e interpretação de textos?	47% dos alunos responderam ter dificuldades e 53% que não têm dificuldades de leitura e interpretação de textos.
3. Você tem gosto pela leitura?	60% afirmaram gostar pouco de ler; 40% responderam que gostam muito de ler; 0% não gostam.
4. Sua família tem hábito de ler?	60% das famílias não têm hábito de leitura; 40% têm hábito de ler.
5. Marque as alternativas assinalando de acordo com sua concepção:	93% marcaram as alternativas: lê lentamente, não tem calma para leitura, não se concentra durante a leitura e não interpreta grande parte do que lê; 7% informaram não encontrar dificuldades na leitura e interpretação de textos.
6. Qual a importância da prática da leitura para você?	89% afirmaram contribuir para o conhecimento e a criatividade, atividade que traz prazer, auxilia com o crescimento do vocabulário e melhora a escrita; 11% declararam tomar muito tempo, é uma prática obrigatória, requer esforço e é cansativa.
7. Você costuma prestar atenção aos “anúncios publicitários”? Eles chamam sua atenção?	53% responderam que prestam atenção; 47% apontaram não prestar atenção.
8. Marque os gêneros que você mais gosta e que acredita que são relevantes para as pessoas de sua idade.	Reportagem, histórias em quadrinhos ou mangás, crônicas, tiras, infográficos, canções, poesia.
9. Você acha que tem dificuldades para escrever, argumentar? Por quê?	60% manifestaram ter dificuldades para argumentar; 40% não têm dificuldades.
10. Você utiliza a internet/tecnologias como fonte de pesquisas para os estudos? Explique.	100% informaram recorrer à internet para a realização dos estudos.

11. O que você costuma fazer quando tem um tempo livre?	Os alunos mencionaram praticar atividades físicas, assistir a séries, jogar no celular, ouvir música e falar com os amigos.
12. Você acredita que as aulas de língua portuguesa são importantes para sua formação?	100% destacaram ser importante para a formação.
13. Você acredita que a sala de aula é um ambiente para dialogar e argumentar a respeito de temas variados?	100% manifestaram que a sala de aula é um ambiente para dialogar.

Fonte: elaborado pela pesquisadora (2023)

Essa turma era composta por 15 alunos, cinco (5) são do sexo feminino e dez (10) do sexo masculino. A grande maioria tem idade de 16 anos (11 alunos), enquanto os demais têm 17 anos (4 alunos). São estudantes oriundos de escola pública em sua maioria. No momento em que perguntamos se durante as aulas de português encontram dificuldades na leitura e interpretação de textos (questão 2), 47% dos alunos responderam que têm dificuldades na leitura e interpretação de textos e 53% informaram que não encontram dificuldades. A prática leitora é muito importante para adquirirmos conhecimento. De acordo com a BNCC (Brasil, 2018), a primeira competência específica relacionada às habilidades na área de linguagens e suas tecnologias considera que os estudantes precisam compreender as diferentes linguagens e as práticas culturais (artísticas, corporais e verbais), para estimular esses conhecimentos na produção de discursos sociais e das diferentes mídias, ampliando as formas de participação social, entendimento e interpretação crítica vivenciada em sua realidade. No âmbito da interpretação textual, o aluno precisa entender os elementos, as pistas, as ideias, os indícios ou indicadores que nos permitem chegar a uma conclusão ou a uma interpretação, ou seja, obter sentido, ler nas entrelinhas, ampliar seu conhecimento. Compete ao professor auxiliar o estudante a perceber a importância da leitura e a construção de significados.

Na próxima questão (número 3), ao serem questionados se gostam de ler, 60% dos alunos manifestaram gostar pouco de ler e 40% disseram gostar muito (nenhum aluno afirmou que não gosta); assim, a maioria parece desconsiderar a importância da prática de leitura. Isso pode ocorrer devido à atividade não proporcionar prazer, sendo realizada de forma obrigatória, o que a torna um processo mecânico, voltado para um objetivo específico que não inclui a participação crítica do aluno. Dessa forma, o estudante não atribui significado, não compreende o que está nas entrelinhas, não amplia seu repertório de conhecimento e não percebe as intenções do autor, resultando, possivelmente, em uma leitura desprovida de significado.

Na questão 4, quando indagados se a família tem hábito de ler, os alunos revelaram que 60% das famílias não têm hábito de leitura, enquanto 40% afirmaram que seus familiares lêem. Segundo Petit (2008), as pesquisas confirmam a importância da familiaridade com os livros precocemente, a presença física de livros em casa, ver os adultos lendo, trocar experiências dos livros lidos, leituras em voz alta em que os gestos e as inflexões da voz se misturam com as palavras. Tudo isso é importante para que as crianças se tornem leitores mais tarde, pois “O que atrai a atenção da criança é o interesse profundo que os adultos têm pelos livros, seu desejo real, seu prazer real” (Petit, 2008, p. 141).

Quanto à questão 5, os participantes da pesquisa, em sua maioria, expressaram que leem lentamente, não têm calma para a leitura, não se concentram durante a leitura e não interpretam grande parte do que leem. Petit (2008) salienta que, por meio da leitura, podemos permitir um distanciamento da realidade concreta, estimular o senso crítico e, ainda, proporcionar um espaço para a reflexão, possibilitando a abertura a novas formas acerca do viver. Essa teórica também destaca que, na adolescência, a leitura tem a função de ocupar um papel formador, ela é capaz de mudar a vida de muitos e remodelar os pontos de vista ao encontrar palavras que nos mostram que estamos experimentando afetos, tensões e angústias universais.

A esse respeito, segundo Kleiman (2002, p. 7), “A aprendizagem da criança na escola está fundamentada na leitura.” A autora reitera ainda que a leitura é a chave para que se realize uma transformação na educação, pois ela proporciona o entendimento e a compreensão do mundo e da realidade vivenciada. Considerando essas barreiras enfrentadas pela maioria da turma quando se trata de leitura, lembramos que, de acordo com Rojo (2009), para ler, não basta conhecer o alfabeto e decodificar letras, mas sim entender o que se está lendo implica acionar o conhecimento prévio, relacionando-o aos temas do texto, incluindo o conhecimento de outros textos e discursos (intertextualizar), realizar previsões, formular hipóteses, inferir, comparar informações e generalizar. Rojo (2009) destaca ainda ser importante que os estudantes interpretem, critiquem, dialoguem com o texto fazendo contraposição com seu próprio ponto de vista, identificando a perspectiva e a ideologia do autor, e situando o texto conforme seu contexto.

No momento em que perguntamos sobre a importância da prática de leitura (questão 6), 89% afirmaram que contribui para o conhecimento e a criatividade, é uma atividade que traz prazer, que auxilia no incremento do vocabulário e melhora a escrita; no entanto, 11% afirmaram que a leitura toma muito tempo, é uma prática obrigatória, requer esforço e é cansativa. Assim, entendemos que os alunos têm consciência da importância da leitura, mas a atividade não é feita com muito interesse e dedicação. Rojo (2009) destaca que os resultados

referentes à leitura nos exames realizados pelos alunos, como o ENEM, SAEB e PISA, são tidos como altamente insuficientes para os cidadãos da sociedade contemporânea, tida como urbana e globalizada e, principalmente, altamente letrada. Essa estudiosa destaca ainda que, caso perguntarmos aos alunos o que é ler na escola, eles responderão “ler em voz alta, sozinho ou em jogral (para avaliação de fluência entendida como compreensão) e, em seguida, responder um questionário onde se deve localizar e copiar informações do texto” (Rojo, 2009, p. 79). Segundo Rojo (2009), apesar de, nos anos de 1990, a leitura ter começado a ser vista como um ato relacionado a um discurso (texto) ou outros discursos enunciados anteriormente, emaranhados nele e posteriores a ele, criando possibilidades de réplicas e, dessa forma, gerando novos discursos ou textos, “a leitura escolar parece ter parado no início da segunda metade do século passado” (Rojo, 2009, p. 79).

Ao serem questionados se prestam atenção aos anúncios publicitários, questão 7, 53% responderam que prestam atenção, enquanto 47% informaram não prestar atenção. Nesse contexto, organizamos a atividade de leitura e interpretação de texto, bem como a produção textual voltada para esse gênero discursivo. Esta busca instigar no interlocutor o interesse em adquirir algo, seja um produto, uma ideia ou a adesão a uma causa, destacando a relevância de desenvolvê-lo como um texto multimodal persuasivo, uma vez que esse tipo de texto está presente em nosso cotidiano.

Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020) destacam que a multimodalidade vem ocupando espaço e registrando significados via modalidades orais, visuais e gestuais. Dionísio (2011) observa que, para sermos letrados, na atualidade, precisamos ser capazes de atribuir sentido nos textos compostos por múltiplas fontes de linguagens e, também, produzir mensagens com essas fontes. “Com o advento das novas tecnologias, com muita facilidade se desenvolvem novas imagens, novos *layouts*, bem como se divulgam tais criações para uma ampla audiência” (Dionísio, 2011, p. 138, grifo do autor). Com frequência, verificam-se combinações visuais com a escrita, pois estamos presenciando uma sociedade cada vez mais visual. Por isso, destaca-se a importância de trabalharmos com textos multimodais em sala de aula.

Quando abordamos a questão 8, em que os alunos deveriam marcar os gêneros que eles mais gostam ou acreditam ser relevantes, os itens registrados foram: reportagem, romance, crônica, histórias em quadrinhos ou mangás, canções, tiras e infográficos. Percebe-se que os alunos têm maior conhecimento, nas aulas de língua portuguesa, dos gêneros secundários que, conforme Bakhtin (2016), apresentam-se em situações comunicativas mais complexas e predominantemente são mediados pela escrita; eles “surgem nas condições de um convívio cultural mais complexo e relativamente muito desenvolvido e organizado” (Bakhtin, 2016, p.

15). Ribeiro (2021) sustenta que o suporte em que o gênero se encontra, também influencia nos novos gêneros de escrita, e, dessa forma, o leitor vai ampliando seu leque de possibilidades de leitura a partir do momento em que entra em contato com esses suportes e gêneros reconfigurados. A autora considera ainda que, para elevar o nível de letramento do leitor, “é necessário torná-lo manipulador de textos e suportes, um explorador de possibilidades” (Ribeiro, 2021, p. 135). O leitor letrado ganha versatilidade para lidar com todos os gêneros.

No momento em que questionamos os alunos sobre dificuldades para escrever e argumentar (questão 9), 60% afirmaram ter dificuldades para argumentar e esclareceram: “é porque às vezes não consigo pôr o que eu penso no papel”; “tenho dificuldade de organizar as minhas ideias e argumentos em textos”; “em alguns assuntos, não tenho argumentos e informações suficientes para sustentar uma opinião”; “me sinto mais à vontade em falar do que escrever”; “tenho um pouco de dificuldade na escrita, pois não costumo ler com frequência”; “muitas vezes faltam ideias para colocar no texto e articular ou tenho muitas ideias e não sei como expressar e escrever de uma maneira clara”; “tenho muitas dificuldades ortográficas”. Verificamos que apenas 40% responderam não ter dificuldades em escrever e argumentar. Ribeiro (2018) explica que quando a tarefa for a realização de um texto, os alunos precisam se interessar pelas suas funções, pelo modo de fazer e pela linguagem que exprime melhor o que deseja dizer. Essa linguagem não só diz respeito às palavras, mas também às imagens, aos movimentos, aos cortes e colagens, aos sons etc.

Quanto à utilização da internet/tecnologia como fonte de estudo (questão 10), 100% dos alunos informaram que utilizam para assistir videoaulas, para realizar trabalhos escolares, para pesquisar curiosidades, por se tratar de um meio de fácil acesso e abrangente para o estudo. Consoante ao que comenta Ribeiro (2021), o computador surgiu para alterar os processos e aumentar a velocidade e eficiência dos trabalhos. Com a internet, houve novos meios de publicações de textos, sem a necessidade do meio físico com novas características de produção, acesso e leitura, visto que “[...] o leitor reconheceu características do velho texto no novo objeto e passou a consolidar novas práticas” (Ribeiro, 2021, p. 129). Sendo assim, é necessário preparar os estudantes para que entendam o universo das tecnologias e saibam usá-lo a favor do aperfeiçoamento de seus conhecimentos.

Ao questionarmos o que costumam fazer quando têm um tempo livre (questão 11), os estudantes responderam que praticam atividades físicas, jogam no celular e em videogames, assistem séries e falam com os amigos; três alunos responderam que leem ficção científica, suspense, drama e assuntos referentes à astronomia. Acreditamos que todas essas formas de leitura são apropriadas, e todos os alunos devem adquirir habilidades de leitura e escrita para

diversos tipos de textos, como crônicas, filmes, outdoors, propagandas, poesias, memes, e-mails, podcast, post, blogs entre outros. Segundo Antunes (2003, p. 70), “A leitura é uma atividade de acesso ao conhecimento produzido, ao prazer estético e, ainda, uma atividade de acesso às especificidades da escrita.” A autora ressalta ainda que é por meio da leitura que se aprende o vocabulário específico de certos gêneros de textos e certas áreas do conhecimento, que aprendemos os padrões gramaticais – morfológicos e sintáticos – peculiares à escrita, que aprendemos as formas de organização sequencial e de apresentação dos diversos gêneros de textos escritos.

Nas questões 12 e 13, perguntamos se as aulas de língua portuguesa são importantes para sua formação e se eles acreditam que a sala de aula é um ambiente para dialogar e argumentar a respeito de temas variados. Todos os alunos responderam que sim. Bakhtin (2016) destaca que quando o texto adquire seu caráter social, ele terá uma configuração dialógica em relação aos sujeitos que estão envolvidos. Esse filósofo da linguagem destaca, também, que o que determina a compreensão do texto é a importância do diálogo na interação com a sociedade. Nesse sentido, Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020, p. 141) asseveram: “Aprender a ver o mundo a partir de múltiplos pontos de vista, não assumindo que as coisas são exatamente o que os textos dizem que são. Aprender a questionar textos e interpretar os (múltiplos) interesses humanos neles expressos.” Acreditamos que essa é a função do ensino de língua portuguesa na escola, lugar para que os estudantes sejam participantes ativos e críticos na sociedade, tornando-se, dessa forma, multiletrados, participantes da sociedade e autônomos como cidadãos.

Em seguida, analisaremos o segundo *corpus*: prática leitora e interpretação do anúncio publicitário “Separe o lixo e acerte na lata” (MMA, 2011) – (Apêndice D), realizado individualmente pelos alunos.

5.2 ANÁLISE DA INTERPRETAÇÃO TEXTUAL: ANÚNCIO PUBLICITÁRIO “SEPARE O LIXO E ACERTE NA LATA” (MMA, 2011)

Ao analisarmos este *corpus*, procuramos elucidar a questão guia desta pesquisa: como desenvolver atividades que aprimorem a competência de leitura dos alunos nas aulas de língua portuguesa, através da integração de práticas envolvendo a compreensão e a produção escrita de textos multimodais, utilizando procedimentos interativos digitais visando aos multiletramentos? Destaca-se que a finalidade aqui é verificar os saberes e habilidades na prática leitora e na produção escrita por meio da aplicação de um texto multimodal do gênero “anúncio publicitário”, a fim de promover os multiletramentos dos alunos. Marcuschi (2008)

destaca que, para compreender um texto, é necessário ter habilidade, interação e trabalho; “não é uma ação apenas linguística ou cognitiva. É muito mais uma forma de inserção no mundo e um modo de agir sobre o mundo na relação com o outro dentro de uma cultura e uma sociedade” (Marcuschi, 2008, p. 230).

Petit (2008) sustenta que, por meio da leitura, estaremos mais preparados para resistir à marginalização; a leitura também ajuda a construir, a imaginar outras possibilidades, a sonhar. A autora ressalta, ainda, que é por meio da leitura que os jovens serão mais autônomos e não objetos de discursos repressivos ou paternalistas. Os estudantes receberam o texto para a realização da interpretação de forma impressa. Nesse momento, passamos para a descrição e análise da atividade de interpretação textual.

Na data de 14 de abril de 2023, a atividade proposta aos alunos em sala de aula foi a leitura e interpretação individual de um texto multimodal, anúncio publicitário “Separe o lixo e acerte na lata”, (MMA, 2011) - (Apêndice D), que consta na Figura 6.

Figura 6 - Peça publicitária do Ministério do Meio Ambiente (MMA, 2011)



Fonte: <http://blogs.diariodonordeste.com.br/gestaoambiental/2011/07/>. Acesso em 19/05/2022

Refere-se a uma peça de uma campanha publicitária criada pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA, 2011). Segundo a BNCC (Brasil, 2018), ao tratar do campo jornalístico-midiático, prevê-se como habilidade a ser desenvolvida no Ensino Médio:

Analisar formas contemporâneas de publicidade em contexto digital (*advergame*, anúncios em vídeos, social *advertising*, *unboxing*, narrativa mercadológica, entre outras), e *peças de campanhas publicitárias* e políticas (cartazes, folhetos, anúncios, propagandas em diferentes mídias, *spots*, *jingles* etc.), identificando valores e representações de situações, grupos e configurações sociais veiculadas, desconstruindo estereótipos, destacando estratégias de engajamento e viralização e explicando os mecanismos de persuasão utilizados e os efeitos de sentido provocados pelas escolhas feitas em termos de elementos e recursos linguístico-discursivos, imagéticos, sonoros, gestuais e espaciais, entre outros (Brasil, 2018, p. 522, grifo nosso).

Optamos, portanto, conduzir a pesquisa com atividades vinculadas ao gênero discursivo multimodal “anúncio publicitário”. A seleção desse tipo de anúncio ocorreu de acordo com os seguintes critérios: ser um texto publicitário (reconhecer as características estruturais); ter sido publicado em diferentes mídias e canais de todo o país (ter circulado na TV, rádio, internet, 2011); ter utilizado uma temática significativa (finalidade do gênero); ser um anúncio publicitário que tenha como finalidade convencer o público das qualidades ou vantagens de uma ideia.

Na intervenção realizada em 14 de abril de 2023, cada aluno recebeu uma cópia impressa e colorida do texto do anúncio publicitário: na primeira página, consta a imagem de uma casca de banana simbolizando a torre de uma rede elétrica, o título do anúncio, o texto, o *slogan*, informações sobre lixo seco e lixo úmido, e a assinatura dos criadores da peça. Nas três páginas seguintes, constam as 12 questões de interpretação que cada aluno respondeu individualmente.

A seguir, no Quadro 9, estão as questões, referentes ao anúncio publicitário “Separe o lixo e acerte na lata” (MMA, 2011), feitas conforme questionário aplicado aos alunos do 2º ano do Ensino Médio Integrado – Mecânica de uma escola pública federal, tendo como finalidade incentivar a leitura e interpretação de textos multimodais e buscar o desenvolvimento das habilidades leitoras para os multiletramentos.

Quadro 9 – Síntese da interpretação do anúncio publicitário: “Separe o lixo e acerte na lata” (MMA, 2011)

Questionário referente à prática leitora e interpretação textual (Apêndice D)	Objetivos	Resposta presumida	Resposta dos alunos

1. Quais são os elementos que se destacam na imagem desse anúncio publicitário?	Averiguar a linguagem verbal e não verbal na composição do anúncio publicitário.	Verificação da prática leitora reconhecendo as informações verbais e não verbais, como a presença de desenho, cores, fotografia, informações escritas, título, <i>slogan</i> e o anunciante.	100% responderam desenhos, cores e fotografia; por sua vez, 40% dos alunos da turma identificaram informações escritas, título, <i>slogan</i> e anunciante.
2. Ao observar a peça publicitária “Separe o lixo e acerte na lata” (2011), o que mais chamou sua atenção em um primeiro momento?	Observar a relevância da imagem no texto multimodal.	A imagem chama mais atenção dos leitores.	87% observaram que a imagem da peça publicitária chama mais a atenção.
3. Para a leitura e interpretação desse anúncio publicitário, o que você considerou?	Identificar a relação entre imagens e palavras.	A resposta prevista era a leitura do verbal e do visual ao mesmo tempo.	93% responderam a leitura do todo (verbal e visual).
4. Qual afirmativa que resume melhor a ideia do anúncio publicitário?	Compreender a temática do texto a partir das informações observadas no anúncio publicitário.	A expectativa era que os alunos compreendessem a mensagem do texto, que consiste em incentivar a separação de resíduos secos e úmidos, enquanto destaca os benefícios ambientais, sociais e econômicos do reaproveitamento dos resíduos sólidos.	80% responderam separar o lixo seco do úmido e mostrar os benefícios ambientais, sociais e econômicos do reaproveitamento dos resíduos sólidos.
5. De que maneira essa temática tem importância na vida das pessoas?	Emitir opinião sobre o tema tratado no texto.	A resposta almejada era que esse tema é crucial para a vida das pessoas, pois a correta separação do lixo contribui para a preservação do meio ambiente, gerando energia limpa e proporcionando oportunidades de renda para os recicladores.	Os estudantes afirmaram que separar o lixo pode economizar recursos naturais, pode gerar renda e a partir disso o mundo será mais limpo.
6. Marque a alternativa correta: No fragmento “Separe o lixo e acerte na lata”, há marcas linguísticas	Inferir sobre as sequências realizadas no texto.	A resposta prevista é que o anúncio publicitário tem predominância	40% responderam injuntivo. E os demais apontaram descritivo e

que revelam a predominância da sequência tipológica do texto: a) narrativo b) injuntivo c) descritivo d) expositivo		linguística injuntiva.	expositivo
7. Atente para a frase de chamada, que está acima da imagem principal: “Resto de comida pode virar energia de sobra”. O que significa <u>energia de sobra</u> no texto?	Identificar a significação do trocadilho.	Resposta pretendida dos alunos é “energia demais”.	80% responderam energia demais.
8. Vamos observar a imagem em destaque no anúncio publicitário: a) Em relação ao espaço, quais são os elementos propostos na imagem? Qual sua função no texto? b) O que podemos inferir quanto aos aspectos da imagem: ela compreende a sua função integrante ou é somente ilustrativa na constituição do sentido do anúncio publicitário? Explique.	Verificar e entender o aspecto da imagem, a multimodalidade e as funções do uso da língua.	a) os elementos são a casca de banana e as torres de energia. A imagem tem o objetivo de mostrar o que esse tipo de lixo pode se transformar (adubo, gás combustível e energia), possibilitando, inclusive, gerar economia. b) A linguagem verbal comprova a representação da imagem por meio de argumentos para convencer o público-alvo a adotar o comportamento desejado.	a) 80% responderam: a casca da banana e as torres elétricas. Por meio da reciclagem, a casca da banana pode gerar energia elétrica. b) 80% responderam que a imagem compreende sua função integrante. Explicaram que a imagem ajuda a chamar a atenção do público.
9. Ao realizar a leitura, os elementos visuais e verbais do anúncio publicitário foram suficientes para você compreender qual é a finalidade desse gênero textual? Explique.	Perceber a prática leitora e a compreensão do texto interpretado.	A resposta esperada era sim. Texto e imagem são importantes para atribuir significado ao texto.	87% responderam sim. Explicaram que texto e imagem são importantes para a interpretação.
10. Quanto à cor disposta no anúncio publicitário “Separe o lixo e acerte na lata” (2011): de que forma a cor da figura e do texto intervém na leitura?	Reconhecer as informações referentes ao visual (as cores) como elemento essencial na produção de significados.	A resposta é sim, pois a cor tem grande importância para a persuasão do anúncio publicitário.	53% responderam que a cor é relevante para a construção de sentidos do anúncio publicitário.
11. A linguagem utilizada nos textos publicitários é criada de forma a dialogar	Identificar recursos linguísticos adequados ao gênero	Esperávamos a resposta sim, por meio do uso de pronomes	80% responderam que sim. Explicaram que a

com o leitor, pois ela é estabelecida pela interlocução explícita. O texto desse anúncio dialoga com o público-alvo?	anúncio publicitário.	pessoais, possessivos e verbos que façam referência à 2ª pessoa do discurso, estabelecendo, assim, uma conexão com o leitor.	linguagem no texto do anúncio publicitário é acessível.
12. Com que frequência você faz a leitura e interpreta esse gênero de texto?	Questão complementar para constatar o estudo do gênero textual em sala de aula.	A resposta almejada seria que ocorresse com frequência, uma vez que se trata de um gênero textual comum na contemporaneidade e que deveria ser abordado com mais frequência em sala de aula.	80% informaram que raramente leem e interpretam esse gênero textual; 20% responderam que nunca leem.

Fonte: elaborado pela pesquisadora (2023)

A partir das questões elaboradas e demonstradas no Quadro 9, passamos, na sequência, a tecer a análise. Consideramos que a prática leitora e a interpretação textual são partes importantes que repercutem na construção dos multiletramentos, visando a autonomia e o exercício da cidadania do aluno. A primeira questão exigiu identificar quais elementos se destacam na imagem desse anúncio publicitário “Separe o lixo e acerte na lata” (MMA, 2011). Os estudantes poderiam marcar todas as alternativas propostas. Verificamos que 100% deles responderam desenhos, cores, fotografia. Alguns alunos parecem não ter prestado maior atenção à leitura do texto, sendo que 40% identificaram informações escritas, título, *slogan* e anunciante, que também fazem parte da imagem do anúncio publicitário. Percebemos, assim, que essa parcela de alunos, em uma avaliação, teria sua leitura prejudicada. A prática leitora do anúncio publicitário exige do leitor atenção em todas as suas características para a construção do sentido. Segundo Rojo (2009, p. 76), no ato de ler, são exigidas muitas capacidades, por exemplo: “capacidades de ativação, reconhecimento e resgate de conhecimento armazenado na memória, capacidades lógicas, capacidades de interação social etc”. Acreditamos que a leitura é a estratégia mais eficaz para o processo de ensino-aprendizagem, pois contribui para o desenvolvimento de habilidades como análise crítica, concentração, memória, compreensão e criatividade, além de promover o entendimento da realidade.

Na concepção de Bakhtin (2016), o anúncio publicitário é um gênero discursivo que traz em sua construção composicional uma estrutura que contempla a imagem ou desenho (linguagem não verbal) e os elementos verbais do texto, os quais precisam ser observados pelos

estudantes; também devem ser considerados os seus recursos linguísticos (estilo) que geram sentido(s) por meio das escolhas lexicais, fraseológicas e gramaticais da língua, além do tema, representado pela mensagem principal do texto, constituindo o sentido idealizado no discurso que propõe sua significação. Com base em Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020, p. 128), “Aprender novos gêneros e expandir a gama de gêneros que podemos usar nos dá o poder de escolha e o potencial linguístico de lidar com novos domínios de atividade e poder social.” Esses gêneros que se renovam e se mesclam em sua tecitura, no mundo digital, estão disponíveis em diferentes suportes, carregam elementos cheios de significados e trazem a necessidade de pensar questões relacionadas à prática leitora, visto que muitos dos textos que circulam socialmente possuem características multimodais e abordam um conjunto de signos verbais e não verbais. Lemke (2010, p. 462) preconiza que “Devemos ajudar os alunos a compreenderem exatamente como ler o texto de forma diferente e interpretar a imagem de forma diferente, em função da presença um do outro.”

Quanto à segunda questão, perguntamos, ao observarem a peça publicitária “Separe o lixo e acerte na lata” (2011), o que mais chamou atenção em um primeiro momento: a mensagem escrita ou a imagem? 87% dos alunos afirmaram ter prestado atenção primeiro ao desenho, à imagem. Com isso, observamos que a imagem da casca da banana, retratada na representação da torre de rede elétrica, atraiu a atenção do aluno leitor. Na concepção de Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), olhamos para aquilo que tem significado para nós, o resto que poderia ter sido visto torna-se irrelevante ou despercebido. Por isso, a percepção visual é um ato de cognição, “mas é também um processo cultural e complexo, apenas possível quando aprendemos as artes da atenção perspectiva da cultura em que vivemos, ou seja, a cultura, de alguma forma, nos ensina o que ver” (Kalantzis; Cope; Pinheiro, 2020, p. 252). Conforme Dionísio (2011), os professores sabem que imagens auxiliam a aprendizagem dos alunos, quer seja para prender a atenção, quer seja para providenciar informações complementares ao texto verbal, considerando que “[...] os textos visuais, na era de avanços tecnológicos como o que vivemos, nos cercam em todos os contextos sociais” (Dionísio, 2011, p. 149).

Na terceira questão, “quanto à leitura e interpretação desse anúncio publicitário, o que você considerou?” 93% dos alunos responderam que consideraram a leitura do texto verbal e do visual ao mesmo tempo. De acordo com Lemke (2010), às crianças desde pequenas estão prontas para aprender letramentos multimidiáticos integrados, pois, em realidade, elas já o fazem quando aprendem a ler livros de imagens enquanto interagem com adultos e brincam com objetos que se assemelham às imagens presentes nos livros. “Elas começam a escrever e desenhar enquanto contam histórias e deixam traços de seus gestos no papel, nas paredes, nas

portas das geladeiras” (Lemke, 2010, p. 462). Esse autor reitera ainda que se faz necessário, na escola, despertar habilidades interpretativas críticas em textos impressos para vídeos, fotos de notícias e imagens de propagandas, para quadros, tabelas e gráficos. Esse letramento é exigido pelos gêneros discursivos contemporâneos, sendo que existe uma crescente “noção de letramentos para o campo da imagem, da música, das outras semioses que não somente a escrita” (Rojo, 2009, p. 107). Por isso, conhecer outros meios semióticos está se tornando necessário ao uso da(s) linguagem(ns), levando em consideração os avanços tecnológicos.

Na questão número quatro, indagamos qual afirmativa resume melhor a ideia do anúncio publicitário. Esse questionamento dizia respeito à compreensão da temática do texto; havia quatro alternativas e 80% dos alunos acertaram, sendo que a resposta correta é: “separar o lixo seco do úmido e mostrar os benefícios ambientais, sociais e econômicos do reaproveitamento dos resíduos sólidos”. Apenas 20% deles tiveram dificuldades na compreensão da ideia central do anúncio publicitário. Com base nisso, recorremos a Marcuschi (2008, p. 233) que explica: “a compreensão não é um simples ato de identificação de informações, mas uma construção de sentidos com base em atividades inferenciais”. O autor destaca ainda que, para que um texto seja bem compreendido, “tem-se que sair dele, pois o texto sempre monitora o seu leitor para além de si próprio e esse é um aspecto notável quanto a produção de sentido” (Marcuschi, 2008, p. 233). Portanto, a prática de leitura contempla também a atividade de escrita, porque, segundo Kleiman (2002, p. 10), “a compreensão de um texto escrito envolve a compreensão de frases e sentenças, de argumentos, de provas formais e informais, de objetos, de intenções, muitas vezes de ações e de motivações [...]”. A compreensão de um texto também pode estar relacionada ao repertório do leitor, ou seja, ao conhecimento de mundo adquirido por meio do constante diálogo estabelecido entre diferentes textos.

Dando sequência à análise, observamos a questão 5: “De que maneira essa temática tem importância na vida das pessoas?” Foram estas as respostas dos alunos:

essa temática é importante na vida das pessoas, pois separando o lixo da forma correta, nós ajudamos o meio ambiente gerando energia limpa, poupamos recursos naturais e ajudamos a gerar renda para quem precisa; ajuda as pessoas a pensarem melhor na hora de descartar o lixo; pois assim cuidando do descarte pode se gerar energia algo essencial na vida das pessoas; de maneira que pode ajudar todos a melhorar nossa vida com a reciclagem, podemos transformar lixo em adubo, gás combustível e energia termoelétrica, desse jeito com uma prática fácil e rápida só temos a ganhar; creio que assuntos como reciclagem impactam muito na vida da população, mesmo que indiretamente, pois reciclagem gera um mundo mais limpo e o mundo é de todos nós; é de muita importância, pois todos nós produzimos muito lixo e utilizamos muita energia; pois garante que mais material seja aproveitado, e isso ajuda a gerar renda para quem precisa.

A partir das respostas obtidas, verificamos que o gênero discursivo proposto cumpriu sua finalidade de informar e foi compreendido. Diante disso, o ensino de língua portuguesa deve priorizar o desenvolvimento da habilidade de leitura de maneira a conectar os estudantes com práticas sociais além da sala de aula. A temática abordada é relevante para a vida das pessoas, pois a correta separação do lixo contribui para a preservação do meio ambiente, promovendo a geração de energia limpa e proporcionando renda para os recicladores.

Na concepção de Lopes-Rossi (2011), às atividades de leitura precisam levar os alunos a entenderem a composição de gênero, em seus aspectos verbais e não verbais, nas informações ou omissões, e devem ser planejadas “de acordo com sua função social e pelos propósitos comunicativos. Isso contribui para a formação de um cidadão crítico e participativo na sociedade” (Lopes-Rossi, 2011, p. 71-72). Dessa forma, as situações de comunicação precisam envolver práticas multiletradas que transformem a recepção dos textos e seus temas. Segundo Rojo (2012), os multiletramentos são um grande desafio para a escola, pois os textos multimodais e multissemióticos são compostos por uma multiplicidade de linguagens e exigem muitas capacidades e práticas de compreensão e produção para fazer significar; eles ajudam o aluno a desenvolver a capacidade crítica e a autonomia perante a sociedade.

Na questão 6, os estudantes deveriam marcar a alternativa correta: “no fragmento ‘Separe o lixo e acerte na lata’, há marcas linguísticas que revelam a predominância da sequência tipológica do texto: a) narrativa; b) injuntiva; c) descritiva; d) expositiva. 40% dos alunos responderam “injuntiva”. O leitor precisa compreender o conteúdo expresso no anúncio publicitário representado pela imagem, título, texto, *slogan* e anunciante; em seguida a sua leitura, ordena as informações relacionando a ação sugerida e articulando seu conhecimento prévio sobre esse tema. A injunção consiste em textos com uso de linguagem simples e objetiva, verbos no imperativo, infinitivo ou presente do indicativo, e é caracterizada para instruir, recomendar, informar, propor ao público-alvo referente ao método de concretização em determinadas ações. Marcuschi (2008, p. 239) ressalta “que compreender é partir dos conhecimentos (informações) trazidos pelo texto e dos conhecimentos pessoais (chamadas de conhecimentos enciclopédicos) para produzir (inferir) um sentido como produto de nossa leitura”. O leitor observa a imagem, o título e as outras partes do texto (em geral sobre o tema abordado no anúncio), as marcas linguísticas (palavras, verbos, pronomes, informações e argumentos) e os recursos semióticos (cor, fonte, expressões); enfim, todas as ocorrências textuais - verbais e não verbais - devem ser observadas cuidadosamente.

Ao abordarmos a questão 7, solicitamos aos alunos que observassem a frase de chamada, que está acima da imagem principal: “Resto de comida pode virar energia de sobra”. A questão foi a seguinte: “o que significa energia de sobra no texto? Energia de restos/energia demais/energia que não tem utilidade”. 80% dos estudantes apontaram “energia demais”. Ao analisar o texto, fica evidente que se praticarmos a reciclagem de maneira apropriada e a utilizarmos como fonte de energia, podemos gerar um excedente sem causar danos ao meio ambiente, promovendo assim uma forma de energia limpa. Na perspectiva de Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), a interpretação não é somente a representação do que comunicamos por meio da fala ou da escrita, mas o que representamos para nós mesmos por meio de significados que ouvimos e lemos dos outros.

Desse modo, “Ensinar a aprender em todas as áreas do conhecimento nos obriga a conhecer e compreender os distintos processos envolvidos na representação e na comunicação e suas naturezas sobrepostas” (Kalantzis, Cope; Pinheiro, 2020, p. 168). Esses autores reforçam, ainda, que a interpretação é o sentido que se constrói da mensagem comunicada por outra pessoa. Segundo Marcuschi (2008, p. 238, grifo do autor), compreender é uma “ação objetiva de *apreender* ou *decodificar* o que fora codificado”, que envolve conhecimento de mundo. Esse estudioso entra em concordância com Kleiman (2002, p. 22) ao afirmar que “conhecimento de mundo, geralmente adquirido informalmente, através de nossas experiências e convívio numa sociedade, conhecimento este cuja ativação no momento oportuno é também essencial à compreensão de um texto”. A organização do texto e da imagem da banana representando a torre de energia elétrica assegura a compreensão da frase “Resto de comida pode virar energia de sobra”, sendo que, se houver a conscientização da reciclagem do lixo orgânico pelas pessoas, pode haver uma grande produção de energia termoelétrica.

Em relação à questão número 8, “vamos observar a imagem em destaque no anúncio publicitário: a) Em relação ao espaço, quais são os elementos propostos na imagem? Qual sua função no texto? b) O que podemos inferir quanto aos aspectos da imagem: ela compreende a sua função integrante ou é somente ilustrativa na constituição do sentido do anúncio publicitário? Explique”. Na primeira alternativa, 80% dos alunos respondentes informaram “casca da banana e as torres elétricas”; por meio da reciclagem, a casca da banana pode gerar energia elétrica.

Na segunda parte da questão, identificada pela letra “b”, 80% responderam que a imagem compreende sua função integrante e explicaram que ela ajuda a chamar a atenção do público. Os alunos disseram que

as imagens e a cor conversam com o texto, fazendo com que as pessoas, antes de ler o texto, já tenham alguma ideia do que o anúncio irá tratar; a imagem ajuda a chamar a atenção do público; a imagem mostra a relação entre lixo orgânico e energia; a imagem traz sentido a linguagem escrita.

Ao contrário de épocas passadas, atualmente, somos expostos a uma grande variedade de estímulos, influências e desafios que estão introduzindo novas perspectivas, emoções e percepções ao indivíduo em relação ao seu entorno. Na perspectiva de van Leeuwen (2017, p. 7, tradução nossa), “É por isso que a linguagem e a comunicação visual podem ser vistas como recursos de representação e interação. Eles oferecem opções de como representar pessoas, lugares, coisas e eventos¹³”. Dessa forma, a comunicação visual complementa aquilo que a linguagem verbal comunica, e com isso, simplifica e agiliza a transmissão das informações. Segundo Kress (2003, p. 11, tradução nossa), “Não podemos mais esperar compreender os textos escritos olhando apenas os recursos da escrita sozinha. Eles precisam ser vistos num contexto de escolha de modos feita, os modos que aparecem junto com a escrita [...]”¹⁴.

Na questão 9, perguntamos se “ao realizar a leitura, os elementos visuais e verbais do anúncio publicitário foram suficientes para você compreender qual é a finalidade desse gênero textual? Explique”. 87% responderam sim, destacando que

os elementos visuais e textuais deixam claro que é um texto publicitário com a finalidade de incentivar as pessoas a separar o lixo de maneira correta; se tivesse somente a imagem eu não compreenderia o que o texto está dizendo; com a utilização de cores chamativas, desenhos e textos pequenos foi fácil de compreender o anúncio publicitário; o texto nos auxilia a interpretar a imagem, contribuindo a chegar à conclusão o que o anunciante quer passar; o verbal explica o que o texto publicitário trata e o visual complementa.

Na perspectiva de Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020, p. 256), na contemporaneidade, “o visual está assumindo nova significância como uma maneira cada vez mais importante de expressar significados”. Esses autores destacam, ainda, que a comunicação visual é a construção de imagens destinadas aos usos em nossas interações com os outros. Dessa forma, os alunos “precisam demonstrar como palavras e imagens funcionam juntas para construir significados” (Kalantzis; Cope; Pinheiro, 2020, p. 212), e explicam também que “No modo escrito, os leitores interpretam o que é significado na língua escrita, o que é mais do que

¹³ This is why language and visual communication can be seen as resources for representation and interaction. They offer choices for how to represent people, places, things and events.

¹⁴ We can no longer hope to understand written texts by looking only at the resources of writing alone. They need to be seen in the context of the choice of modes made, the modes that appear along with the writing [...]

simplesmente decodificar os signos e símbolos da escrita” (Kalantzis; Cope; Pinheiro, 2020, p. 195). Dessa forma, podemos conceituar a linguagem como um sistema de signos que tem a capacidade de representar, por meio de alguma substância significante, elementos como som, cor, imagem, gesto, entre outros. Esses elementos representam significados fundamentais que derivam de uma compreensão da realidade e da categorização mental dos resultados dessa interpretação. Portanto, é fundamental adquirir conhecimento sobre a linguagem desenvolvida pelo ser humano, uma vez que a falta de compreensão do valor simbólico dos signos pode prejudicar a interação.

Em seguida, na questão 10, perguntamos o seguinte: “de que forma a cor da figura e do texto intervém na leitura?” Conforme 53% dos alunos, a cor é relevante para a construção de sentidos do anúncio publicitário. Na prática da leitura, não buscamos uma compreensão uniforme. Nesse sentido, constatamos que 47% dos estudantes indicaram que a cor não desempenha um papel significativo na construção de sentido do anúncio publicitário. A formação de significados e os desafios na leitura por parte de alguns alunos frequentemente resultam de uma alfabetização deficiente.

Apoiamo-nos na concepção de Kress (2017) quando se refere à alfabetização multimodal, que requer um conhecimento textual e contextual, por isso precisamos “produzir e apreciar os usos estéticos do layout, da cor e da tipografia que são, hoje, encontrados não apenas na arte, mas também em muitas formas de comunicação escrita cotidiana¹⁵”(Kress, 2017, p. 4, tradução nossa). Esse teórico ressalta ainda que isso inclui uma dimensão crítica a respeito da forma como a tecnologia digital contemporânea favorece e nos impõe modos de comunicação que nos adequa aos propósitos corporativos. Nesse sentido, Rojo (2009) destaca que os letramentos multissemióticos exigidos pelos textos contemporâneos estão ficando cada vez mais necessários no uso da linguagem, levando em consideração os avanços tecnológicos, “as cores, as imagens, os sons, o *design* etc., que estão disponíveis na tela do computador e em muitos materiais impressos que tem transformado o letramento tradicional (da letra/livro) [...]” (Rojo, 2009, p. 108). Na concepção da BNCC (Brasil, 2018), a partir da Educação Infantil estão estruturados os campos de experiências, em que são definidos os objetivos de aprendizagem e desenvolvimento. Os traços, sons, cores e formas precisam ser desenvolvidas, pois os alunos precisam “vivenciar diversas formas de expressão e linguagens, como as artes visuais (pintura, modelagem, colagem, fotografia etc.), a música, o teatro, a dança e o audiovisual, entre outras”

¹⁵[...] to produce and appreciate the aesthetic uses of layout, colour and typography that are, today, not only found in art, but also in many forms of everyday written communication.

(Brasil, 2018, p. 41). A partir dessas experiências, haverá uma contribuição para o desenvolvimento do senso estético e crítico, o conhecimento de si, dos outros e da realidade que cerca esses alunos.

Na questão número 11, perguntamos se a linguagem utilizada nos textos publicitários é criada de forma a dialogar com o leitor, pois ela é estabelecida pela interlocução explícita. A pergunta foi: “o texto desse anúncio dialoga com o público-alvo?” 80% apontaram sim e explicaram que a linguagem é acessível. De acordo com Bakhtin (2016), para todo o enunciado que adquire caráter social, o texto passa a ter dialogismo em relação aos sujeitos envolvidos, porque a língua é viva em seu uso real. Bakhtin (2016) reforça que o dialogismo é importante na interação entre os sujeitos, o que determina a compreensão do texto. No entendimento de Fiorin (2016, p. 27), “o dialogismo é o modo de funcionamento real da linguagem, é o princípio constitutivo do enunciado”, destacando que um enunciado somente está acabado quando permite uma resposta do outro. “Portanto, o que é constitutivo do enunciado é que ele não existe fora das relações dialógicas” (Fiorin, 2016, p. 24).

O dialogismo, segundo Bakhtin (2016), está relacionado ao conceito de compreensão responsiva ativa, visto que, por meio dessa prática, mobilizam-se experiências históricas e socialmente constituídas que foram acionadas pelos estudantes ao emitirem uma resposta a um texto – no caso, o anúncio publicitário interpretado, sendo que o texto dialoga com o público-alvo para atingir seus objetivos.

Na última questão, número 12, perguntamos “com que frequência você faz a leitura e interpreta esse tipo de texto?” 80% dos alunos responderam que raramente leem e interpretam esse tipo de texto; e 20% afirmaram que nunca leem. Essa resposta evidencia que muitas vezes, no ensino de língua portuguesa, não se tem o hábito de estudar e de interpretar esse tipo de gênero discursivo. Na concepção de Ribeiro (2018, p. 37), “uma das funções da escola e da formação educacional, em todos os níveis, é auxiliar as pessoas a desenvolverem habilidades de leitura e escrita cada vez mais aprofundadas, mas também sofisticadas e funcionais”.

Diante do que comentamos até aqui, recorreremos à BNCC (Brasil, 2018) quando defende que a leitura deve lidar não somente com o “texto escrito, mas também com imagens estáticas (foto, pintura, desenho, esquema, gráfico, diagrama) ou em movimento (filmes, vídeos etc.) e com o som (música), que acompanha e cossignifica em muitos gêneros textuais” (Brasil, 2018, p. 72). Isso posto, damos ênfase ao que Kalantzis; Cope; Pinheiro (2020, p. 128) enfatizam: os gêneros textuais são criados socialmente para propósitos comunicativos específicos e, com isso, “diferentes gêneros podem dar a seus usuários acesso a certos domínios de ação e interação social, espaços particulares de influência e poder social”. Por essa razão, precisamos expandir

nossas capacidades e nossas oportunidades sociais por meio de mais opções de gêneros textuais nas escolas. “Em termos de linguagem, a escolarização tem o potencial de preparar os alunos para usar uma variedade de gêneros com uma ampla gama de possíveis ações sociais” (Kalantzis; Cope; Pinheiro, 2020, p. 128).

Com base nas discussões até o momento, é relevante ressaltar a ocorrência de uma compreensão responsiva ativa (Bakhtin, 2016). Por meio dessa prática, os alunos mobilizaram suas experiências históricas e socialmente constituídas, essenciais para a construção das respostas ao anúncio publicitário, nas quais delimitaram suas posições e juízos de valor em um contexto comunicativo. Como resultado, observamos uma compreensão abrangente, o que nos leva a crer que tais reflexões podem contribuir para o desenvolvimento de indivíduos autônomos em suas ações.

A prática leitora de texto multimodal, conforme a interpretação realizada pelos alunos em sala de aula e que foi aqui demonstrada e analisada, é uma pequena demonstração de uma atividade executada nas aulas de língua portuguesa, nas mais diferentes possibilidades de ensino. Rojo (2009, p. 107) define que um dos principais objetivos da escola “é justamente possibilitar que seus alunos possam participar de *várias* práticas sociais que se utilizam da leitura e da escrita (letramentos) na vida da cidade, *de maneira ética, crítica e democrática*”.

A seguir, apresentamos a análise e produção do terceiro *corpus*: a produção do anúncio publicitário, pelos alunos, no aplicativo *Canva*.

5.3 PRODUÇÃO E ANÁLISE DA CRIAÇÃO DE ANÚNCIO PUBLICITÁRIO NO APLICATIVO CANVA

Nesta seção, analisaremos dois anúncios publicitários digitais produzidos em grupo pelos alunos, por meio de procedimentos interativos digitais na ferramenta *Canva*. Nesta terceira etapa, realizamos o planejamento e a produção escrita do gênero discursivo “anúncio publicitário” a partir dos conhecimentos construídos ao longo da pesquisa-ação realizada. O objetivo geral consiste em desenvolver práticas de leitura direcionadas à interpretação e à produção escrita por estudantes do 2º ano do ensino médio em uma instituição pública federal, em situação de ensino de língua portuguesa, por meio da utilização de textos multimodais com base na perspectiva dos multiletramentos, incluindo abordagens interativas digitais. Por intermédio da produção escrita, tornou-se possível para a pesquisadora avaliar o conhecimento apreendido por parte dos estudantes; também foi oportunizada a apresentação de sugestões práticas aplicadas em sala de aula, contemplando, assim, a aprendizagem em textos

publicitários promovendo a leitura crítica e criativa, bem como a produção escrita autônoma de textos multimodais. Segundo Bakhtin (2016), toda prática de linguagem está sustentada na relação dialógica que se estabelece entre os sujeitos e entre esses e o mundo do qual fazem parte.

A proposta principal foi a criação do anúncio publicitário, pois planejamos que os discentes, além de conhecerem o gênero textual, precisavam se apropriar dele em sala de aula. Lopes- Rossi (2011, p. 72) afirma que “a leitura e gêneros discursivos na escola nem sempre pressupõe a produção escrita.” Destaca ainda que “um projeto pedagógico para a produção escrita deve sempre ser iniciado por um módulo didático de leitura para que os alunos se apropriem das características típicas do gênero a ser produzido” (Lopes-Rossi, 2011, p. 72).

Com base no documento norteador (Brasil, 2018), na contemporaneidade, o contexto das discussões em torno da aprendizagem da cidadania, a prática leitora e a interpretação de textos passaram a ter grande importância nas avaliações em geral, seja em exames vestibulares ou nas avaliações nacionais e estrangeiras (ENEM, SAEB, PISA etc.) em que o nível de desempenho do estudante é determinante para seu sucesso. Com isso, constatamos que o gênero “anúncio publicitário” é um texto que tem seu espaço em revistas, jornais, televisão, internet etc.; além disso, trata-se de um gênero discursivo muito cobrado nas avaliações, principalmente do ENEM, em todas as edições.

Em nosso estudo, o desenvolvimento de uma peça desse gênero consiste em uma proposta pedagógica. Dessa forma, os alunos precisam saber reconhecer sua composição, ler e criar um anúncio publicitário que vai ser divulgado em rede social e nos murais do Câmpus da instituição escolar. Estruturamos uma intervenção pedagógica significativa aos estudantes em que o conhecimento adquirido poderia ser aplicado à sua produção e a situações sociais vividas por eles em sua prática diária. Na intervenção planejada, desenvolvida na plataforma *Canva* e apresentada por meio de *datashow* em 18 de abril de 2023, teve como finalidade explorar o gênero discursivo “anúncio publicitário”. Buscamos compreender suas características estruturais nas linguagens verbal e não verbal, assim como os temas propostos. Além disso, pretendeu-se identificar a finalidade desse gênero, compreender o contexto em que circula, conhecer o perfil de seus interlocutores e analisar os recursos linguísticos utilizados.

Na investigação dos conhecimentos já adquiridos pelos estudantes para chamar a atenção aos objetivos a serem estudados, foi perguntado o seguinte: “você presta atenção nos anúncios publicitários? Já pararam para ler/assistir ou ouvir um? Em que suporte ele se encontrava? Onde ele pode circular? Quem produz esse gênero discursivo? Por quê? Qual é o público-alvo? O que chama a atenção nesse tipo de texto? Que assuntos ele divulga? Quais são

os elementos que fazem parte desse tipo textual?” Nesse contexto, damos destaque à natureza multimodal do texto em análise, a partir de sua estrutura composicional (Bakhtin, 2016). “Qual é a finalidade do anúncio publicitário? Quais são as informações desses textos?” Ao perguntarmos sua finalidade, damos atenção ao tema e ao assunto que o texto articula (Bakhtin, 2016). “Quais são os efeitos de sentido nas cores e nas imagens na composição semântica do anúncio publicitário?” Aqui chamamos a atenção para o sentido no uso estético das cores (Kress, 2017). “O anúncio publicitário estabelece um vínculo com o leitor por ser um gênero que dialoga, que traz marcas da interação. Considerando o texto verbal, quais são os vocábulos (palavras) que demonstram esse diálogo com o interlocutor? e) Você consegue entender o anúncio publicitário se não existir o texto verbal? E se constar somente o não verbal, você entenderia? Por quê?” (Apêndice E). Aqui observamos os princípios teóricos de estilo (Bakhtin, 2016), os anúncios publicitários são textos com linguagens verbais e visuais. Por isso, cada uma dessas linguagens, com seus modos de significar, complementam informações uma à outra.

Nessa intervenção, foi apresentada, por meio de *slides* criados na ferramenta *Canva* e de forma impressa (colorida), a campanha publicitária “Separe o lixo e acerte na lata” (MMA, 2011) com os temas “lata”, “garrafa pet”, “longa vida”, também, apresentamos os vídeos que foram produzidos para essa campanha utilizando a temática “lata”, “garrafa pet” e “banana”, e um “panfleto sustentável” (DETRAN RS, 2012) – (Apêndice E).

Iniciamos a observação com os alunos, os efeitos sonoros, a música escolhida, a narração, imagens dinâmicas que surgem conforme o texto é narrado, cores, as informações que se dão no decorrer do vídeo. Além disso, nos anúncios impressos, a pesquisadora chamou a atenção para a estrutura desse gênero discursivo: título, um texto mais curto que aparece em destaque e que deve atrair a atenção do leitor/ouvinte; o texto e assinatura apresentam os argumentos para persuadir o público-alvo e a assinatura que aparece ao final/lado do texto, constituindo a marca do produto/campanha que está sendo divulgado(a). Posteriormente, surge o *slogan*, uma expressão de impacto, frequentemente breve e de fácil memorização, que promove a ideia central de uma campanha publicitária. As imagens são exploradas em sua plenitude, aproveitando elementos como cor, movimento, luz, textura etc.

Na linguagem, emprega-se frequentemente o modo imperativo nos verbos, uma vez que o texto busca ser de fácil compreensão para o leitor, visando à persuasão. Isso implica que a coloquialidade se torna uma característica relevante nos textos publicitários.

A pesquisadora também ressaltou a respeito das informações relacionadas ao gênero discursivo “anúncio publicitário”, que está inserido na modalidade semiótica, envolvendo multimodalidade e linguagem verbal e não verbal. O principal propósito desse gênero é

promover algo, seja uma ideia, uma marca, um produto, um serviço, um evento ou um desejo. Também questionamos se os alunos reconheciam a importância de observar os detalhes do texto e qual era a intenção subjacente ao gênero publicitário. Com base nisso, acreditamos que os estudantes percebam a relevância de compreender as intenções expressas nos textos desse gênero, visando não apenas aceitar argumentos facilmente, mas sim interpretar criticamente as intenções do texto e adotar uma postura crítica em relação aos temas abordados.

Logo após, foram disponibilizados aos alunos dois vídeos explicativos sobre o gênero analisado através de QR Codes, possibilitando que, mais tarde, pudessem acessá-los por meio de seus celulares. Em seguida, deu-se início ao processo de planejamento para a elaboração escrita de um anúncio publicitário, sendo enfatizada pela pesquisadora a relevância do planejamento prévio antes da produção. Os alunos se organizaram em grupos para que pudessem interagir no momento da criação. A pesquisadora apresentou no *datashow* a seguinte questão: “o que é preciso saber para criar um anúncio publicitário?” Uma das condições para desenvolver uma campanha publicitária eficaz é possuir um conhecimento aprofundado sobre o produto a ser vendido. Os alunos foram desafiados a criar um anúncio no qual promoveriam uma ideia ou ação relacionada ao meio ambiente e à sustentabilidade. Posteriormente, foram projetadas mais algumas questões (Apêndice E) que pudessem auxiliar no momento do planejamento para discutirmos e pensarmos sobre o tema proposto. “Qual é o problema que pode representar uma ameaça ao meio ambiente e sua comunidade? Desmatamento? Poluição do solo, da água, do ar? Poluição visual ou sonora? Risco de extinção de espécies de animais ou vegetais?” “Decida quais informações são pertinentes e qual é o público-alvo que vocês pretendem atingir, adultos e crianças? Só adultos? Só crianças? Como essas pessoas podem ser sensibilizadas para o problema?”

Os estudantes deram início ao processo de planejamento em sala de aula, trabalhando em duplas. Por meio de pesquisas e esboços, cada grupo selecionou o tema para sua produção. Essa organização exigiu dos alunos a escolha do assunto a partir do que foi proposto, os cuidados com a escolha da imagem, os usos da linguagem verbal e não verbal, os elementos gráficos, a coesão textual etc. Como tarefa de casa, foram incentivados a pesquisar sobre a plataforma *Canva*, assistir aos vídeos “Como criar anúncios no Canva¹⁶”, e “Como usar o *Canva* pelo celular¹⁷”, caso algum grupo preferisse usar o celular para a realização, porém optaram todos por realizar nos computadores disponíveis no laboratório do Câmpus.

¹⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bU94Bd4pC9M>. Acesso em 18 de abr. de 23.

¹⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hJgXutuW9hs>. Acesso em 18 de abr. de 23.

Em 24 de abril de 2023, os estudantes foram direcionados a um dos laboratórios de informática do Câmpus, que tinha sido reservado previamente pela pesquisadora. Lá, tiveram acesso à plataforma *Canva*, uma ferramenta destinada à elaboração de anúncios publicitários, para realizar a produção textual. Os estudantes não tiveram dificuldades para acessar a plataforma, pois já tinham sido cadastrados anteriormente para a realização de trabalhos de outras disciplinas. Na ferramenta, existem muitas opções para criação de textos multissemióticos (cartaz, panfleto, apresentação, convites, post para redes sociais, documentos, planos de aulas etc.). Após escolherem um *template*¹⁸, e com o planejamento do anúncio publicitário em mãos, iniciaram a realização da tarefa. O aplicativo *Canva* tem muitas opções de fonte, tamanho, imagens de fundo, cores, inserção de imagens pesquisadas em sites, formas, movimentos, inserção de vídeos, ícones, gráficos etc. Antes de finalizarem, os estudantes receberam algumas questões para “revisão da produção escrita” (Apêndice E). Criaram seu anúncio publicitário e compartilharam com a pesquisadora, alguns baixaram e enviaram por e-mail ou pelo *WhatsApp*. Portanto, o principal objetivo dessa aula foi elaborar o anúncio publicitário digital com base nos estudos realizados na intervenção pedagógica (Apêndice E), e nos conhecimentos prévios construídos sobre o gênero discursivo.

Na aula do dia 28 de abril de 2023, os alunos apresentaram oralmente sua peça publicitária, expondo sua criação e mostraram suas escolhas na realização da atividade (uso de cores, imagens, formato de letras, som, movimento). O trabalho foi projetado no *datashow* e, juntamente com a professora titular, os alunos realizaram a revisão dos textos, implicando a leitura, análise, alterar ou substituir palavras e expressões, aperfeiçoando a produção textual etc.

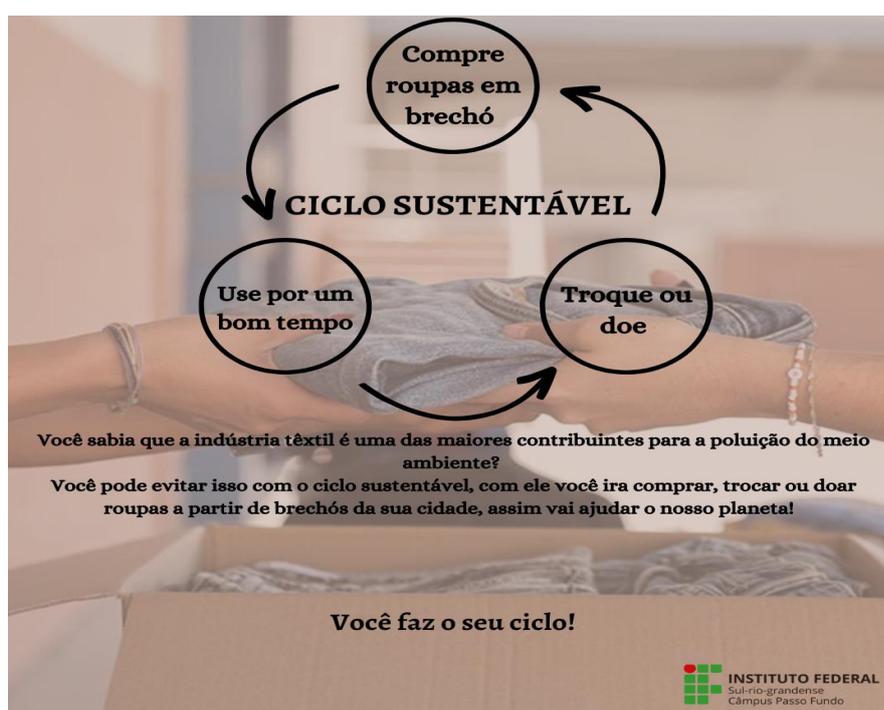
Dessa forma, os estudantes fizeram as alterações necessárias e enviaram o material para a pesquisadora para ser divulgado na rede social do Câmpus da instituição escolar e nos murais, como eles preferiram. Foi interessante observar que os alunos construíram anúncios publicitários diferentes sobre o mesmo tema, dessa maneira, tivemos prática leitora e produção textual promovendo a multimodalidade e os multiletramentos, também o uso de tecnologias, interação entre os estudantes, usos da escrita e oralidade e execução do conhecimento construído no decorrer da pesquisa-ação.

¹⁸ Um *template* é um modelo de layout pronto e genérico que pode ser pago ou gratuito. Ele é usado como base para a criação de publicações na rede social, loja virtual, *landing page*, *e-mail marketing* e muito mais. (High Sales, 2021).

Ao final, os alunos realizaram uma avaliação da prática realizada por meio de um questionário escrito, que consta no (Apêndice G). O propósito foi observar a opinião individual dos alunos para entender e pensar sobre a prática e os estudos conduzidos em sala de aula. Assim, proporcionou-se aos estudantes a oportunidade de criar uma produção textual com uma finalidade social. Optou-se por desenvolver um anúncio publicitário no qual pudessem elaborar uma proposta relacionada ao cuidado com o meio ambiente e à sustentabilidade. Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020, p. 241) consideram que a escrita é parte de um complicado jogo social e cognitivo, “pois aprender a escrever, uma das mais complexas representações humanas e capacidades cognitivas, é, fase por fase, uma tarefa aprendida ao retroceder e avançar ao longo do texto, à medida que esse se desenvolve”. Esse processo vai sendo enriquecido por meio da interação social, envolvendo trocas de saberes diante de uma variedade de perspectivas. Na concepção de Ribeiro (2018, p. 79), “Ler e escrever são a base para pensarmos todas as formas de expressão de que dispomos hoje.”

Apresentamos, a seguir, dois anúncios publicitários produzidos pelos alunos; os grupos escolhidos serão chamados A e B. Em cada anúncio publicitário haverá as colocações orais realizadas na apresentação, referentes às escolhas feitas durante a produção do gênero textual. Iniciamos com a produção do anúncio conforme Figura 7.

Figura 7 - Anúncio publicitário do Grupo A



Fonte: produção elaborada pelos alunos (2023)

O Grupo A, representado na Figura 7, optou, depois de muitas pesquisas, por escolher a temática “sustentabilidade e no uso de roupas”, e utilizaram um fundo mais claro na imagem para realçar o modelo de ciclo sustentável que criaram: “uma imagem pode ampliar, reduzir ou reconduzir o sentido do que se vê/lê” (Ribeiro, 2018, p. 31). Os estudantes do Grupo A pensam no público-alvo, que é formado por jovens e adultos, sendo que a eficácia persuasiva do texto depende também dos efeitos causados pela imagem. Segundo Antunes (2003, p. 46), “quem escreve, na verdade, *escreve para alguém*, ou seja, *está em interação com outra pessoa*”. Optaram por frases curtas e objetivas para facilitar o entendimento, e fizeram alguns ajustes na escrita para “confirmar se os objetivos foram cumpridos, se conseguiram a concentração temática desejada, se há coerência e clareza no desenvolvimento das ideias” (Antunes, 2003, p. 56). O título é curto e centralizado que aparece em destaque para atrair a atenção do leitor e criar uma identificação imediata entre a ideia a ser divulgada a seu interlocutor.

O propósito do anúncio foi mostrar o impacto da indústria têxtil sobre o meio ambiente, observando o consumo consciente, trocando, doando, comprando roupas usadas e mais baratas em brechós, por isso o uso das flechas foram posicionadas para representar um ciclo. Durante a apresentação do anúncio publicitário criado pelo Grupo A para os demais alunos, foi citado pelos estudantes da turma o documentário *O Verdadeiro Custo (The True Cost, 2015)*, dirigido por Andrew Morgan, que faz referência ao custo gerado pelo consumo desenfreado na indústria da moda. Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020) reiteram que os estudantes necessitam estar envolvidos como participantes ativos nas mudanças sociais, pois, somente desta forma, irão desenvolver o espírito crítico, tornando-se multiletrados e capazes de fazerem parte das práticas sociais como verdadeiros cidadãos.

Os discentes utilizaram linguagem acessível e verbos no imperativo (compre, troque, use), com a finalidade de persuadir. O leitor precisa ser convencido a fazer algo, e essa ideia deve ser reforçada pela linguagem; empregaram também o pronome (você) na segunda pessoa do singular para estabelecer vínculo com o leitor. Criaram um *slogan* e optaram por colocar sua assinatura e o logotipo do Instituto Federal Sul-rio-grandense. O *slogan* é uma frase de efeito, geralmente mais curta e fácil de ser memorizada pelos leitores, que promove a ideia central de uma campanha publicitária. No texto interpretado pelos alunos na campanha do MMA (2011) foi observado o *slogan* criado pelos publicitários “Separe o lixo e acerte na lata”. Os alunos constataram que a indústria têxtil produz uma quantidade significativa de resíduos que, se não forem descartados adequadamente, podem causar poluição ambiental e efeitos prejudiciais para a saúde humana e para outras formas de vida. De acordo com o que prevê a BNCC (Brasil,

2018), a habilidade de leitura é um dos eixos que fazem parte das práticas de linguagem, que precisam ser desenvolvidas desde o Ensino Fundamental por meio de textos multimodais. Conforme Ribeiro (2018, p. 85), a noção de texto multimodal considera que “a leitura e a escrita estão misturadas aos nossos modos de vida, às nossas vivências, ao nosso modo de operar em sociedade”.

Na sequência, fazemos a análise das produções escritas realizadas pelos grupos, apresentamos na Figura 8 o segundo anúncio elaborado pelo Grupo B.

Figura 8 - Anúncio publicitário do Grupo B



Fonte: produção elaborada pelos alunos (2023)

O Grupo B de alunos, representado na Figura 8, durante sua apresentação, explicou a escolha por abordar a poluição dos mares, destacando que toneladas de lixo plástico, esgoto e produtos químicos são despejados nos oceanos. Além disso, os estudantes selecionaram uma imagem impactante para ilustrar essa problemática, haja vista a grande importância que representa para a persuasão do leitor, explorando todo o seu potencial de significação. Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020) ressaltam que a comunicação visual desempenha um papel na construção de imagens destinadas à utilização nas interações com outras pessoas. De acordo com Lemke (2010, p. 456), “você nunca pode construir significado com a língua de forma isolada”. Elementos visuais e verbais são essenciais para alcançar a compreensão.

Desse modo, o texto multimodal criado, do gênero publicitário, tem a função de apresentar os principais argumentos para convencer o destinatário a adotar o comportamento desejado. Como é possível perceber na Figura 8, os alunos empregaram cores vibrantes nas frases com o propósito de atrair a atenção dos leitores e, ainda, realizaram correções ortográficas no texto. No estilo da linguagem (Bakhtin, 2016), foram consideradas, por exemplo e além dos recursos linguísticos, as semioses representadas pelos modos de significar, cores e formato da fonte. No que diz respeito à elaboração do título, utilizaram fontes de tamanho maior e em destaque ao lado esquerdo identificando de modo direto a principal preocupação do anunciante: “consoma menos, preserve mais”. O sentido promovido pelo título visa sensibilizar o público-alvo quanto ao consumo exagerado. A finalidade do anúncio criado pelo Grupo B foi chamar a atenção em relação ao consumo consciente, o qual leva em consideração o uso responsável dos recursos naturais, reconhecendo seu impacto no meio ambiente.

A respeito da sustentabilidade, é de suma importância a conscientização ao tomar decisões de compra, selecionando cuidadosamente o que adquirir, como utilizar e reutilizar os produtos e, por fim, descartar de forma adequada o que não é mais útil. Buscar o equilíbrio, ao consumir, entre o que realmente necessita e o impacto que esse consumo pode causar na natureza e na vida das outras pessoas. Bakhtin (2016) destaca que quando o texto assume uma natureza social, ele estabelece um diálogo com os participantes. Além disso, enfatiza esse teórico sobre a relevância do diálogo na interação entre os envolvidos, sendo crucial para a compreensão do texto, uma vez que essa interação ocorre no âmbito da sociedade.

Observamos, na construção textual desse gênero multimodal, que os alunos fizeram uso de verbos no imperativo (consoma, preserve, ajude) com a finalidade de persuadir, uma vez que esse é o modo verbal para apresentação de apelos e ordens; também, estabeleceram diálogo com o leitor questionando-os “você quer ou você precisa?”. O Grupo acionou o pronome (você) na segunda pessoa do singular para estabelecer vínculo com os leitores, e criou um *slogan* “consoma apenas o necessário e ajude a preservar a natureza”, optando por colocar o logotipo do Instituto Federal Sul-rio-grandense. Os estudantes evidenciaram compreensão e inquietação em relação ao impacto das atividades humanas no meio ambiente. Segundo Heberle (2012, p. 88), uma perspectiva multimodal de compreensão do texto “supõe que a linguagem verbal e não verbal não ocorre isoladamente, mas sim de forma integrada e dependente de outras formas de produzir significações”. Diariamente, fazemos uso de produtos e consumimos energia elétrica, sendo que essa utilização intensiva e contínua de recursos naturais repercute nos ecossistemas e nas formas de vida do planeta.

Diante dessas considerações feitas até o momento, tecemos alguns comentários adicionais, sobre a construção dos anúncios publicitários (Figuras 7 e 8), pelos alunos, o que exigiu dos grupos a etapa do planejamento, da escrita, da revisão e da reescrita (Antunes, 2003), além da interação entre os estudantes. A seguir, passamos a analisar elementos compositivos das duas produções textuais, gênero publicitário realizados na elaboração dos anúncios pelos (Grupos A e B), considerando que os aspectos observados são feitos do ponto de vista linguístico para o gênero discursivo apresentado por meio de três elementos (tema, construção composicional e estilo), que são indissolúveis no todo do enunciado, e são marcados pela especificidade de uma esfera de comunicação (Bakhtin, 2016), e em alguns momentos se agrega, também, outras referências teóricas por que as entendemos como necessárias no desenvolvimento das inter-relações teórico-metodológicas que foram propostas.

Esses aspectos foram observados em todos os anúncios criados pelos discentes. Os alunos não apresentaram dificuldades com o acesso à ferramenta *Canva* e com o uso da internet e computadores disponíveis no laboratório de informática. De acordo com Coscarelli e Ribeiro (2021, p. 9), ser letrado digitalmente é o nome que damos “à ampliação do leque de possibilidades de contato com a escrita também em ambiente digital (tanto para ler quanto para escrever)”. Ambos os anúncios produzidos durante a pesquisa possuem uma escrita de texto socialmente relevante, pois têm, conforme Antunes (2003, p. 63), “uma função social determinada, conforme as práticas vigentes na sociedade”. Essas produções possuem um grau de significância - anúncios publicitários que exploram questões relacionadas à sustentabilidade e ao meio ambiente e abordam temas de grande importância para todos os habitantes do planeta. Na concepção de Pimenta (2006, p. 81), o ato de comunicação é composto de três principais funções sociais: “a representacional que representa algum aspecto do mundo, a orientacional que estabelece relações entre os participantes que estão comunicando e a organizacional que organiza a comunicação em forma de texto” levando em consideração a coerência e a coesão em sua estrutura. É fundamental conscientizar o leitor sobre a responsabilidade social de promover o respeito aos limites da natureza, a fim de evitar a exaustão dos recursos naturais e garantir sua utilização pelas futuras gerações.

Ao analisarmos a materialidade semiótica dos anúncios, foi compreendido pelos alunos que o gênero discursivo possui suas características específicas, houve o reconhecimento do tema, da construção composicional e do estilo (Bakhtin, 2016). Quanto ao tema, principal elemento na atividade comunicativa e que diz respeito ao objeto do discurso, ou seja, núcleo no processo interativo (Bakhtin, 2016), observa-se que, com base no assunto abordado na unidade temática “sustentabilidade e meio ambiente”, tema tratado na leitura e interpretação do anúncio

publicitário “Separe o lixo e acerte na lata” (MMA, 2011) e, também, na intervenção pedagógica momento de estudo do gênero discursivo em questão. Entretanto, conforme salienta Fiorin (2016), o tema abordado em um texto ultrapassa os limites concedidos a uma visão como o assunto meramente tratado. Por conseguinte, reconhece-se que o foco semântico se articula em torno da preservação do meio ambiente, bem essencial à sobrevivência da humanidade. A partir disso, os anúncios criados abordaram: poluição dos oceanos, ciclo sustentável no uso de roupas, desperdício no consumo de água, desmatamento, poluição sonora e consumo consciente. Os estudantes foram desafiados a usarem a sua criatividade na elaboração dos textos publicitários (Figuras 7 e 8).

No que diz respeito à construção composicional, refere-se à estrutura que engloba a organização e disposição dos elementos semióticos na composição material de cada gênero. Essa estrutura utiliza como base os modos significativos acionados e inscritos em cada texto, bem como a articulação semântica estabelecida entre eles na concretude da atividade sociodiscursiva. Essa concretude é resultante das escolhas enunciativo-discursivas daquele que enuncia.

Nessa perspectiva, os anúncios publicitários produzidos pelos alunos apresentam sua própria organização interna, utilizando elementos semióticos na construção do sentido e articulando os modos verbal e imagético. Quanto aos aspectos verbais, frisamos a criação do título, de um pequeno texto, de um *slogan* e da assinatura, observamos que a linguagem utilizada foi informal e acessível para criar aproximação e compreensão do leitor; houve uso frequente de verbos no imperativo com a finalidade de persuadir o leitor. Já para os elementos não verbais, consideramos o uso de imagens que são exploradas em todo o seu potencial (cor, luz, textura, movimento etc.). Dionisio (2011, p. 138) afirma que “cada vez mais se observa a combinação de material visual com a escrita; vivemos, sem dúvida, numa sociedade cada vez mais visual”. A tipologia ou fonte (tipo de letra), no seu aspecto visual, auxilia na composição da estrutura do texto entre o conteúdo verbal e não verbal. Atentamos que nos dois anúncios publicitários, objetos desta análise, os alunos optaram por tipos de fontes e tamanhos diferentes.

Os aspectos imagéticos característicos dos textos de gêneros publicitários possuem a capacidade de prender a atenção do leitor com maior facilidade, além de transmitir a mensagem de forma mais rápida e objetiva, uma vez que buscam a persuasão do leitor estabelecendo uma interlocução direta com esse destinatário. Para que haja a compreensão textual, é importante que os leitores tenham “intimidade com tudo o que pode se relacionar com a escrita, a palavra e sua contraparte imagética. Porque toda a escrita se dá a ver” (Ribeiro, 2018, p. 65).

No que diz respeito ao estilo, retomando sua ideia, é importante destacar que esse aspecto está relacionado à capacidade de individualizar o discurso como uma visão de mundo (Bakhtin, 2016), envolvendo a escolha e projeção de recursos linguísticos de acordo com os efeitos de sentido pretendidos pelo enunciador, respeitando o estilo característico de cada gênero: “onde há estilo há gênero” (Bakhtin, 2016, p. 29). Nesse sentido, observamos que a mensagem publicitária dos anúncios analisados se destaca pela intenção de persuadir e também a manifestação de uma linguagem impositiva, denominada pelos verbos no imperativo, como nos enunciados “compre, use, troque, consuma, preserve”, inscritos no *corpus* analisado. Os verbos conjugados no imperativo afirmativo constituem uma conexão entre enunciador e enunciatário, bem como uma forma de apelo ao leitor para que tome uma atitude em relação ao que está sendo apresentado discursivamente. Assim sendo, os anúncios foram elaborados de forma sugestiva, questionadora, propondo atitudes ao leitor, por meio da reflexão e dos cuidados com a natureza, com o ecossistema.

No que diz respeito à natureza multimodal, em que a linguagem verbal e não verbal se complementa com suas funções semânticas distintas, as criações dos alunos em dois textos publicitários por eles produzidos e atualmente analisados são identificadas como resultantes de novos meios de informação e comunicação. “Os significados são construídos cada vez mais multimodalmente, devido à crescente multiplicidade e integração de modos de construção de significados [...]” (Kalantzis; Cope; Pinheiro, 2020, p. 20). Atentamos que os anúncios analisados apresentam elementos importantes na composição textual, na organização do espaço, nas imagens e na estrutura do anúncio publicitário que está ligado à criatividade, à dedicação e à atenção dos produtores (alunos) visando a interação comunicativa para persuadir o leitor. Isso possibilita a configuração multimodal de um texto, que vem a ser as combinações e as articulações semânticas e pragmáticas existentes nos modos de significação na materialização discursiva (Dionisio, 2011). Essa estudiosa destaca que as “infinitas possibilidades de orquestração entre imagem e palavra, surpreendem o leitor, agradando-o ou não” (Dionisio, 2011, p. 140).

Nesse sentido, são mobilizados elementos multissemióticos na construção do texto, do gênero publicitário, almejando o entendimento e aceitação da mensagem pelo interlocutor. Ou seja, os recursos linguísticos que estruturam o texto e junto às demais semioses que fazem parte do anúncio (imagem, cores, formato da fonte) buscam no leitor/destinatário uma tomada de posição/atitude, uma ação, visto que se reconhece “uma ativa posição responsiva - de simpatia, acordo ou desacordo, de estímulo para ação” (Bakhtin, 2016, p. 50).

Contudo, para garantir que a interação de sentido no texto seja realizada de maneira eficaz pelo leitor, é fundamental considerar que em textos multimodais, palavras, imagens e sons se complementam com suas funções semânticas distintas, sendo que as “possibilidades de significação não são meramente aditivas” (Lemke, 2010, p. 462), visto que isso se faz necessário para que esse interlocutor se torne multiletrado. Ou seja, esse sujeito deve ser capaz de interagir com diversos modos de significação: “escrito, visual, espacial, tátil, gestual, auditivo e oral” (Kalantzis; Cope; Pinheiro, 2020, p. 181), interpretando e os significando.

No que concerne aos letramentos digitais, é possível considerar mudanças tecnológicas em constante evolução. Nesse contexto, observamos transformações contínuas na maneira como interagimos com as pessoas, impactando, assim, a prática de leitura de textos multimodais. Essas alterações decorrem da presença simultânea de linguagem verbal e não verbal, imagens em movimento ou estáticas, sons, cores, ícones, entre outros elementos. Ao longo do tempo, tudo isso muda, até mesmo a maneira como processamos informações, tornando-se um desafio significativo no ensino.

A partir disso, surgem novas formas de escrever através de “máquinas e de redes telemáticas, alterando letramentos e as relações das pessoas com o escrito, o texto, os formatos, as leituras, as formas de produção, publicação, edição e circulação de objetos de leitura” (Ribeiro, 2018, p. 13). A questão reside em como instruir os alunos para que possam ler e produzir textos provenientes de grandes mídias e lidar eficazmente com essa diversidade. Segundo Lankshear e Knobel (2007, 2008), é essencial compreender que as novas práticas de letramento, sejam elas digitais ou não, ainda sejam uma abordagem participativa, colaborativa e distribuída.

A proposta feita pela BNCC (Brasil, 2018), considera a criação de projetos que incorporem diversas mídias, permitindo que os jovens manipulem editores de texto, imagem, áudio, vídeo, infográficos e outras formas, explorando elementos e características das diversas linguagens envolvidas. Isso visa ampliar as oportunidades de análise e realização de diversos projetos enunciativos, abrangendo desde a divulgação de relatos de fatos até a expressão responsiva em relação a narrativas e opiniões que estão em circulação. Conforme Rezende

(2026, p. 98), “o domínio da escrita pode modificar a perspectiva econômica e social do indivíduo”.

A criação dos anúncios publicitários demandou dos alunos um processo de planejamento, de investigação mais detalhada sobre o gênero discursivo multimodal, a utilização da tecnologia para sua concepção, a apresentação do trabalho desenvolvido e a divulgação nas redes sociais e nos murais da escola. Entretanto, a prática pedagógica evidenciou o desenvolvimento das habilidades de leitura e escrita criativa por parte dos estudantes. Isso foi percebido nas suas criações e, também, por meio de uma avaliação na qual os alunos foram convidados a expressar sua opinião sobre a importância das aulas e das atividades realizadas. Essas informações foram constatadas por meio de um questionário, cujo formato pode ser consultado no (Apêndice G). As perguntas foram elaboradas de forma a valorizar a individualidade dos alunos, permitindo que refletissem sobre a proposta de trabalho e o que foi construído em sala de aula durante a realização da pesquisa. No Quadro 10¹⁹, elaboramos uma síntese da avaliação:

Quadro 10 - Questionário avaliativo - discentes

Perguntas	Respostas
1. A interpretação textual e a atividade proposta cumpriram sua expectativa? Por quê?	100% dos alunos responderam que sim. Expressaram gostar de atividades que usam tecnologia e criatividade. Entenderam melhor o gênero anúncio publicitário e suas formas de produção e persuasão. Acharam a atividade divertida e dinâmica.
2. O que você mais gostou da aula e da atividade?	A maior parte dos estudantes gostou de produzir o anúncio, do tema proposto, de corrigir a atividade juntamente com a turma, de trabalhar em grupo, de usar a tecnologia, de colocar em prática as ideias aprendidas.
3. Obteve alguma coisa que você não gostou ou achou ruim?	Todos responderam que nada foi ruim. Poderia ter sido proposto criações de mais anúncios com outros temas.
4. Você acha as aulas de língua portuguesa interessante? Sim/Não. Justifique:	A maioria respondeu que sim. Consideram importante para o aprendizado da escrita, da fala, da leitura e da interpretação textual.

¹⁹ No Quadro 10, não são apresentadas todas as respostas dadas pelos alunos ao questionário. Realizamos uma abordagem geral das percepções apresentadas por eles.

	Alguns demonstraram não gostar das aulas, não acham interessante, muitas regras gramaticais e pelas dificuldades que tem na disciplina ao longo dos anos de estudo.
--	---

Fonte: elaborado pela pesquisadora (2023)

No momento em que perguntamos sobre a interpretação textual e se a atividade proposta cumpriu sua expectativa, todos os alunos responderam que sim e informaram que as aulas foram divertidas e dinâmicas. Relataram que

Achei divertido construir uma propaganda e aprendi bastante pesquisando sobre o assunto; eu já tinha feito algo parecido e acabei não gostando pela falta de organização e explicação, que neste trabalho foi o contrário, foi muito bem organizado e explicado; cumpriu o que foi proposto, aprendemos mais sobre o gênero anúncio publicitário e diferentes formas de produzir; a interpretação de outros anúncios ajudaram a atividade, que é divertida e dinâmica; eu gosto de realizar atividades como esta, usando a internet e a criatividade; consegui entender melhor como funciona o anúncio publicitário; me ajudou entender melhor sobre assuntos que não são falados com frequência; cumpriu minha expectativa, pois no final da atividade eu fui capaz de produzir um texto publicitário; aprendi novos conhecimentos e apliquei no meu texto.

Quando questionamos sobre o que você mais gostou da aula e da atividade? Por quê? A maior parte dos estudantes respondeu que gostaram de produzir o anúncio publicitário, sendo que

O que mais gostei foi a proposta da atividade, pois eu aprendi bastante pesquisando sobre o tema; eu gostei do momento da criação, eu usei bastante minha criatividade; a explicação sobre a atividade, foi algo que ficou bem claro o que tinha que fazer; produzir o anúncio e ver os diferentes tipos que podemos produzir; da proposta da propaganda, porque eu acho um trabalho que precisa da criatividade e saber ou aprender a usar ferramentas da internet; aprendi mais sobre o conteúdo estudado e além disso conheci ferramentas novas e aprimorei meu conhecimento no computador; a criação do anúncio, poder escolher um tópico no meio ambiente, poder escolher as cores. Também gosto de corrigir junto com a turma; montar o anúncio, pois é divertido e exige que pensamos no tema e como expor ele; gostei muito de fazer o anúncio em grupo, pois é muito bom a forma que as ideias vão se juntando e virando algo concreto; eu achei interessante interpretar e criar um anúncio, procurar as imagens, trocar ideias entre outras coisas; gostei do assunto por ser algo bem relevante; quando comecei a desenvolver a propaganda e fiz ligação com o que havia aprendido nas primeiras aulas.

Diante dessas colocações, acionamos Petit (2008, p. 25) quanto a “manipular a escrita permite aumentar o prestígio junto a seus semelhantes”, pois essa teórica destaca que uma pessoa que não se apropria da escrita pode se sentir fora do mundo: “hoje em dia, na maioria das sociedades, ficar excluído da escrita é ficar excluído do mundo” (Petit, 2008, p. 43). A autora observa, também, a importância da leitura como algo de pertencimento, a esta

humanidade, ao tempo presente e passado, a lugares: “Ler não isola do mundo. Ler introduz no mundo de forma diferente. O mais íntimo pode alcançar neste ato o mais universal” (Petit, 2008, p. 43).

Ao perguntarmos se houve alguma coisa que não gostou ou achou ruim, os alunos afirmaram que nada foi negativo ou ruim, que as aulas foram interessantes e divertidas, alguns gostariam que tivessem sido abordados outros temas para criações de mais anúncios. Um pequeno número de alunos registrou que perceberam algumas dificuldades na interpretação do texto multimodal e que necessitam desenvolver sua habilidade leitora.

Na última questão da avaliação, quando indagados se acham as aulas de língua portuguesa interessante? Sim/Não, a maioria dos alunos respondeu que sim. Apenas três alunos responderam que não. Eles destacaram não gostar da disciplina por não acharem interessante, por ter muitas regras gramaticais e pelas dificuldades que enfrentam ao longo dos anos. Já os estudantes que consideraram as aulas de língua portuguesa interessante, observaram ser importante para “melhorar a linguagem”, “desenvolver a escrita e a fala”, “produção de redações, leitura, gramática”; “importante interpretar textos e ver as coisas com uma visão diferente”; “entender nossa língua que está presente no dia a dia”.

Ao analisarmos o Quadro 10 e as respostas às questões avaliativas, fica evidente o alto nível de dedicação e engajamento dos estudantes, bem como a notável percepção e participação no trabalho desenvolvido. Os alunos demonstraram um profundo envolvimento nas atividades propostas e manifestaram um genuíno interesse em criar anúncios que chamassem a atenção não apenas da comunidade acadêmica, mas também para todos os que tiveram acesso às redes sociais, sendo que foram divulgadas no *Instagram*. Notamos que os anúncios examinados exibem tanto imagens quanto texto verbal, variando a quantidade de informações visuais e verbais de um anúncio para outro. É crucial que a imagem seja cativante para o público-alvo.

A apresentação oral ocorreu durante a última intervenção nos períodos 9º e 10º, Quadro 7, desempenhando um papel fundamental na interação e compartilhamento de conhecimentos e experiências. Essa fase serviu como avaliação da produção textual dos estudantes. Na concepção de Ribeiro (2018), a produção textual ganha maior alcance quando é mais variada e refletida em sala de aula. Desta forma, cada grupo fez sua apresentação oral sobre sua produção. Enfatizamos a relevância da apresentação para os colegas, visando à partilha de dificuldades e facilidades durante a criação dos anúncios. Os estudantes demonstraram apreciar o momento em que observavam as criações dos demais, expressando opiniões e avaliando o seu próprio aprendizado.

Quanto ao espaço de circulação dos anúncios publicitários, optamos por divulgá-los em uma rede social (*Instagram*) e disponibilizá-los nos murais do Câmpus. Foi fascinante observar a criatividade envolvida na elaboração dos anúncios e as escolhas feitas por cada grupo em relação ao tema proposto. Dessa forma, conseguimos promover práticas de leitura, interpretação e produção escrita em um gênero multimodal, visando ao desenvolvimento dos multiletramentos dos alunos. Além disso, exploramos o uso da tecnologia para fins dos letramentos digitais, incentivando a interação entre os grupos, a oralidade durante as apresentações e a construção do conhecimento coletivo. Os alunos empregaram uma ferramenta digital de maneira comunicativa, transcendendo a mera habilidade técnica e envolvendo-se de maneira crítica e criativa com as ideias apresentadas.

A avaliação foi bem-sucedida e deixou a pesquisadora satisfeita com a forma autônoma com que os alunos conduziram as atividades propostas, tornando-a uma mediadora do conhecimento. Segundo Heberle (2012, p. 94) o multiletramento diz respeito “a uma gama de práticas ou atividades de leitura e escrita de textos multimodais, que englobam o uso de diferentes sistemas semióticos”. Essa pesquisadora destaca ainda que o “conceito de multiletramento deva incluir a multiplicidade de discursos, novas tecnologias de comunicação e multimídia em gêneros textuais diversos” (Heberle 2012, p. 95). Rojo (2012) convida os educadores a se desafiarem no sentido de criar atividades modernas em sala de aula, com o objetivo de fornecer aos alunos uma ferramenta para o exercício da cidadania por meio dos multiletramentos. Essa prática parte da perspectiva que os sujeitos participantes e envolvidos são reconhecidos e valorizados diante das constantes transformações do mundo, com o objetivo de capacitá-los a serem cidadãos ativos no exercício da cidadania. Pretende-se ampliar sua visão de mundo, suas crenças e atitudes, destacando o aspecto sociocultural dos multiletramentos, com ênfase na formação crítica e cidadã.

Na sequência, destacamos algumas considerações finais vistas mediante uma perspectiva geral do que foi desenvolvido na pesquisa-ação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Movidos pelo desejo de adquirir conhecimento, aprimorar-se e acompanhar as rápidas transformações tecnológicas na educação, embarcamos, enquanto participantes desta pesquisa, em uma jornada de profundo estudo. Nosso objetivo sempre foi formar indivíduos críticos, competentes e, conseqüentemente, independentes em seu pensamento. Motivados por essa missão, buscamos constantemente alternativas pedagógicas eficazes para aprimorar as práticas de leitura e escrita dos alunos. Além disso, desejávamos incentivar neles o amor pelo conhecimento e a consciência da importância da aprendizagem, ao mesmo tempo em que proporcionamos aos professores oportunidades de reflexão sobre suas práticas de ensino, oferecendo alternativas que pudessem enriquecer sua atuação em sala de aula.

É importante destacar que essa experiência de estudo foi conduzida com prazer e dedicação, tanto pela pesquisadora quanto pelos participantes da pesquisa. O vínculo estabelecido entre nós foi marcado pelo comprometimento mútuo.

Ao abordar o ensino de língua portuguesa, é essencial que o professor elabore e conduza atividades em sala de aula com o intuito de aprimorar as habilidades de leitura, interpretação e produção textual dos alunos. Nesse contexto, enfatizamos a importância da realização de atividades leitoras que englobem práticas e experiências variadas com diferentes gêneros discursivos. Essa abordagem visa aprimorar a qualidade da escrita e, simultaneamente, contribuir significativamente para a formação integral dos estudantes.

Elegemos como tema deste estudo a leitura, interpretação e produção escrita na perspectiva dos multiletramentos em textos multimodais. Levamos em conta as estratégias das práticas leitoras, de interpretação e produção textual no contexto digital, utilizando, especificamente o gênero discursivo “anúncio publicitário”, para promover a formação de alunos multiletrados no ensino médio de uma escola pública federal através de procedimentos interativos digitais nas ações e atividades de ensino da língua portuguesa. Dessa maneira, propusemos atividades desenvolvidas e aplicadas em fases sistemáticas, mediante pesquisa-ação, que mostram o processo de construção de práticas leitoras, de interpretação textual e de produção textual em textos multimodais com vistas aos multiletramentos no contexto digital.

Com base no problema de pesquisa, buscamos respostas em como desenvolver atividades que aprimorem a competência de leitura dos alunos nas aulas de Língua Portuguesa, através da integração de práticas envolvendo a compreensão e a produção escrita de textos multimodais, utilizando procedimentos interativos digitais visando aos multiletramentos? Essa problematização teve início pelo interesse da pesquisadora em averiguar as práticas leitoras e a

interpretação de texto com base na multimodalidade com a finalidade de promover os multiletramentos de alunos do ensino médio de uma escola pública federal, sendo que a leitura não deve ser entendida somente como realização intelectual do indivíduo, mas também como base fundamental do seu desenvolvimento sociocultural.

Esse problema de pesquisa foi o guia para delinear o objetivo geral do estudo: desenvolver práticas de leitura direcionadas à interpretação e à produção textual por estudantes do 2º ano do ensino médio em uma instituição pública federal, em situação de ensino de Língua Portuguesa, por meio da utilização de textos multimodais com base na perspectiva dos multiletramentos, incluindo abordagens interativas digitais.

Verificamos que o objetivo geral foi alcançado por intermédio dos objetivos específicos que embasam o trajeto teórico-metodológico da pesquisa. Para obter esse resultado, delineamos a seguinte sequência de ações:

a) promover práticas leitoras por meio das tecnologias digitais, propondo a interpretação de texto e a produção escrita aos alunos, com o intuito de proporcionar multiletramentos no âmbito do ensino da língua portuguesa; b) explorar as características essenciais de leitura por meio da investigação do gênero discursivo “anúncio publicitário”, visando conceber a dinâmica da multimodalidade no contexto dos multiletramentos no ensino de língua portuguesa; c) apresentar sugestões práticas aplicadas em sala de aula que contemplem a aprendizagem em textos publicitários promovendo a leitura crítica e criativa, bem como a produção escrita autônoma de textos multimodais no contexto digital.

Ao primeiro objetivo específico (a), constatamos que estratégias apropriadas de leitura, interpretação e produção escrita empregadas pelos professores de língua portuguesa asseguram uma sólida formação do leitor contemporâneo no ensino médio. Essa observação decorre do trajeto percorrido com práticas leitoras e de produção textual propostas, as quais se revelaram eficazes ao tornar as aulas mais criativas e colaborativas, principalmente devido à incorporação da tecnologia.

Em relação ao segundo objetivo (b), os estudantes compreenderam o anúncio publicitário, um exemplo de texto multimodal, que se configura como um gênero discursivo que apresenta uma estrutura textual centrada na persuasão de um público-alvo específico para promover ideias, produtos e serviços. Esse gênero discursivo está presente no cotidiano das pessoas, nas mídias sociais, e amplifica a habilidade de incitar o pensamento por meio de recursos visuais e, também, pela sua linguagem. Os textos multimodais representam um desafio para as práticas de leitura e escrita na escola, o que reforça a importância de os professores

estarem preparados para desempenhar o papel de mediadores e transformadores no processo educacional dos alunos.

Quanto ao terceiro objetivo (c), as atividades pedagógicas propostas durante a pesquisa foram de fundamental importância em sua execução e aplicabilidade, permitindo a concretização prática dos conceitos estudados nas atividades propostas (aulas). Essa abordagem possibilitou a avaliação da aplicabilidade e eficácia em relação ao gênero discursivo escolhido como *corpus* motivador da pesquisa, o anúncio publicitário. Assim, a prática de leitura, a interpretação e a produção textual com gêneros discursivos multimodais contribuem para o desenvolvimento dos multiletramentos do leitor contemporâneo.

Acreditamos que o ensino de língua portuguesa, com base nos gêneros discursivos multimodais, possibilita desenvolver habilidades críticas e reflexivas dos alunos, contribuindo na construção de significados e capazes de formar leitores competentes no uso da linguagem. Quanto às tecnologias, precisam ser trabalhadas como ferramentas de pesquisas e meios de se comunicar, fazendo com que o aluno se torne multiletrado, ou seja, preparado para atuar no mundo do trabalho que está cada vez mais digital. Reiteramos que é necessário incentivar os professores a sintonizar a escola às inovações tecnológicas postas na sociedade, uma vez que é crucial desenvolver nos estudantes habilidades de leitura, de interpretação e de produção escrita, levando em consideração os letramentos digitais.

Se o profissional que orienta o aluno, combinado ao envolvimento da escola como um todo, souber ensiná-lo a “criar o hábito da leitura e da produção textual” e assim adquirindo propriedade no uso da língua, poderá também levá-lo, por consequência, a adquirir uma nova perspectiva da realidade que o circunda. É preciso que o discente faça urgentemente uma (re)leitura não só da palavra escrita, mas também da realidade de seu cotidiano, evitando por essa significação sem compreensão, sem razão, sem interpretação das entrelinhas.

Neste sentido, por meio de procedimentos interativos digitais aplicados aos textos multimodais, foram mobilizados para o alcance dos objetivos geral e específicos, práticas leitoras mediante interpretação e produção textual do gênero discursivo anúncio publicitário, *corpus* motivador significativo para os alunos que fizeram parte da pesquisa. Dessa forma, proporcionamos atividades de leitura, de interpretação e de produção textual aos alunos para contribuir com seu processo de letramento, na perspectiva dos multiletramentos, capacitando-os para o exercício crítico e o desenvolvimento pleno de sua cidadania

Retomamos que o trabalho teve como fundamentação teórica Antunes (2003), Bakhtin (2016), documento da Base Nacional Comum Curricular (Brasil 2018), Fiorin (2016), Kleiman (2002), Lopes-Rossi (2011), Marcuschi (2008), Petit (2008) e Rojo (2009) no que tange às

práticas de leitura e os gêneros do discurso; Dionísio (2011), Pimenta (2006) Kress (2003), Kress e van Leeuwen (2021), Rojo (2009, 2012) e van Leeuwen (2017) acerca da multimodalidade discursiva; Cazden *et al.* (2021), Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), Heberle (2012) e Rojo (2012) em relação aos multiletramentos; Coscarelli e Ribeiro (2021), Knobel e Lankshear (2006, 2008) e Lemke (2010) a respeito dos letramentos digitais.

Destacamos que a atividade pedagógica realizada foi importante para a pesquisa, pois, de maneira prática, materializamos a teoria e, a partir disso, averiguamos a possibilidade de aplicação e produção textual do gênero discursivo “anúncio publicitário”, *corpus* que motivou os estudantes a fazerem parte da pesquisa. A partir dessa prática, observamos que existe a possibilidade de ser realizado trabalho semelhante com outros gêneros discursivos que envolvem a multimodalidade na perspectiva dos multiletramentos.

As práticas de leitura, de interpretação e de produção textual realizadas neste estudo, no ensino de língua portuguesa no ensino médio, por meio de textos multimodais e do gênero “anúncio publicitário”, transformam-se em atividades interativas; constatamos isso a partir das discussões e da participação dos estudantes nas atividades propostas durante a pesquisa-ação desenvolvida. Sendo assim, o estudo pode contribuir para o desenvolvimento das habilidades leitoras, para a produção escrita autônoma e para os multiletramentos dos discentes.

Em relação aos potenciais limitações deste estudo, é relevante salientar a limitação de tempo estabelecida para a realização das práticas de leitura, de interpretação e de produção textual pelos alunos que participaram da pesquisa. O cronograma acadêmico da instituição escolar segue um plano rigoroso, com o final do trimestre se aproximando e a necessidade de os alunos prestarem avaliações logo após a conclusão da pesquisa. Essa consideração, aliada ao período determinado para o estudo e aos feriados do mês de (abril /2023) em que as atividades desta pesquisa foram desenvolvidas, restringiu o número de atividades que poderiam ser propostas.

O estudo realizado aqui não está acabado, o resultado da pesquisa demonstrou que o desenvolvimento de práticas leitoras, interpretação e produção textual que utilizam os gêneros discursivos oportunizam a interação e a responsividade dos estudantes. A realização de outras atividades com textos multimodais, tal qual feito com o anúncio publicitário, contribui para os multiletramentos dos jovens leitores do ensino médio e sua inserção sociocultural. A habilidade de realizar uma leitura crítica, autônoma e cidadã de um texto permite que o aluno compreenda a finalidade intencionada pelo autor, escritor etc. Portanto, é crucial que o estudante seja e esteja capacitado para identificar a localização das informações necessárias para o entendimento,

discernir em quem confiar e desenvolver a competência de selecionar informações relevantes, interpretando-as de forma analítico-crítica.

Um dos propósitos da pesquisa-ação foi oferecer uma contribuição social, pois o estudo procurou incentivar a leitura, a interpretação e a produção textual por meio da multimodalidade, uma demanda da sociedade contemporânea que testemunha constantes mudanças. Outro propósito teve em vista a escola e a academia que terão seus benefícios com o estudo, pois, por meio de seu percurso e resultados, poderá ser ampliado com atividades de prática leitora, interpretação e produção textual com base em outros gêneros discursivos. No âmbito pessoal e profissional, a pesquisa poderá auxiliar na atuação dos professores em sala de aula, principalmente no que diz respeito aos multiletramentos dos estudantes no contexto digital.

Acreditamos também que implementar mudanças nas aulas de língua portuguesa, incorporando textos do gênero discursivo multimodal, proporciona o desenvolvimento reflexivo dos alunos, possibilitando um processo eficiente e significativo. No que diz respeito às tecnologias digitais, quando utilizadas como ferramentas de ensino, constituem meios para tornar os estudantes multiletrados e preparados para um futuro promissor.

Acreditamos que esta pesquisa contribui para o estímulo de novos estudos voltados a propostas que abordem a prática de leitura, interpretação e produção escrita de textos multimodais, visando atender às demandas associadas requeridas através dos multiletramentos na contemporaneidade. Como sugestão para a continuidade da investigação, recomendamos a adoção da pesquisa-ação que explore outros gêneros discursivos emergentes englobando a leitura, a compreensão e a produção textual. Consideramos igualmente crucial a implementação de práticas interativas com base em textos circulantes na sociedade, permitindo que os estudantes aprendam a utilizar a variedade de linguagens, mídias e tecnologias para os letramentos digitais.

Destacamos que as práticas de leitura, interpretação e produção textual, utilizando gêneros discursivos multimodais por meio de procedimentos interativos digitais, fomentam uma abordagem interativa e envolvente por parte dos estudantes. Isso se reflete em um notável interesse, engajamento e aprendizado diante das atividades propostas. É imperativo que a instituição escolar assegure que os estudantes tenham acesso às tecnologias e oportunidades para desenvolver suas habilidades de leitura, de compreensão e de produção escrita no contexto do ensino de Língua Portuguesa. Tal abordagem pode contribuir para uma transformação social tanto possível quanto necessária, preparando os alunos para exercerem sua cidadania de maneira significativa.

Dessa forma, para garantir sucesso no processo de ensino, é crucial que o Estado ofereça cursos de aperfeiçoamento constantes aos professores e que esses busquem formação e atualização contínuas, adotando práticas educacionais que lhes permitam atuar com excelência nesse exercício docente. Essas práticas requerem incluir a leitura, interpretação e produção textual em diversas formas e plataformas digitais no contexto do ensino nas escolas, visando ao desenvolvimento da aprendizagem significativa.

Diante dos resultados verificados e analisados na pesquisa-ação desenvolvida, depreendemos que o ensino precisa ser transformado por meio das tecnologias e das práticas de multiletramentos quando os estudantes construirão seus conhecimentos como personagens principais através de procedimentos interativos e participativos em seu conhecimento.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Irandé. **Aula de português: encontro & interação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.
- BAGNO, Marcos. A inevitável travessia: da prescrição gramatical à educação linguística. *In*: BAGNO, Marcos; Stubbs, Michael; Gagné, Gilles. **Língua Materna: letramento, variação & ensino**. 4. ed. São Paulo. Parábola Editorial, 2002. p. 13-83.
- BAKHTIN, Mikail. **Os gêneros do discurso**. *In*: BAKHTIN, Mikail. Os gêneros do discurso. Organização, tradução, posfácio e notas Paulo Bezerra; notas da edição russa de Serguei Botcharov. 1. ed. São Paulo: Editora, 2016.
- BLOG DIÁRIO DO NORDESTE. **Campanha sobre separação do lixo ganha hot site**. 2011. Disponível em: <http://blogs.diariodonordeste.com.br/gestaoambiental/2011/07/>. Acesso em: 19 maio 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular (BNCC)**. Brasília, MEC/CONCED/UNDIME, 2018. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/conselho-nacional-de-educacao/base-nacional-comum-curricular-bncc-etapa-ensino-medio>. Acesso em: 3 ago. 2022.
- CAZDEN, Courtney; COPE, Bill; FAIRCLOUGH, Norman; GEE, James; KALANTZIS, Mary; KRESS, Gunther; LUKE, Allan; LUKE, Carmen; MICHAELS, Sarah; NAKATA, Martin. **Uma pedagogia dos multiletramentos**. Desenhando futuros sociais. (Orgs.). RIBEIRO, Ana Elisa; CORRÊA, Hércules Tolêdo; Trad. PINTO, Adriana Alves *et al.* Belo Horizonte: LED, 2021. Disponível em: <https://www.led.cefetmg.br/wp-content/uploads/sites/275/2021/10/Uma-pedagogia-dos-multiletramentos.pdf>. Acesso em: 20 de jun. de 2023.
- CARVALHO, Nelly. **Publicidade: a linguagem da sedução**. 3. ed. São Paulo: Editora Ática, 2000.
- CARVALHO, Nelly. **Texto publicitário na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2014.
- COSCARELLI, Carla Viana; RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). **Letramento digital: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas**. 3. ed.; 3. reimp. Belo Horizonte: Ceale Autêntica, 2021.
- COSCARELLI, Carla Viana. Alfabetização e letramento digital. *In*: COSCARELLI, Carla; RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). **Letramento digital: Aspectos sociais e possibilidades pedagógicas**. 3.ed.; 3 reimp. - Belo Horizonte: Ceale; Autêntica, 2021. p. 25-40.
- COSTA-HUBES, Terezinha da Conceição; BONINI, Adair. O contexto de produção da Base Nacional Comum Curricular (BNCC): cenas dos bastidores. *In*: COSTA-HUBES, Terezinha da Conceição; KRAEMER, Marcia Adriana Dias (orgs). **Uma leitura crítica da Base Nacional Comum Curricular: compreensões subjacentes**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2019. p. 17-39.

DETRAN RS, 2012. **Panfletagem sustentável do Detran/RS surpreende público do FST.** Disponível em: <https://www.detran.rs.gov.br/panfletagem-sustentavel-do-detran-rs-surpreende-publico-do-fst>. Acesso em: 9 mar. 2023.

DIONISIO, Angela Paiva. Gêneros textuais e multimodalidade. *In:* KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz; BRITO, Karim Siebeneicher (Orgs.). **Gêneros Textuais.** Reflexão e ensino. 4. ed. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2011. p.137-152.

ECO4U, 2011. **Separe o Lixo e Acerte na Lata:** campanha para aumentar o nível de reciclagem no Brasil. Disponível em: <https://eco4u.wordpress.com/2011/06/21/separe-o-lixo-e-acerte-na-lata-campanha-para-aumentar-o-nivel-de-reciclagem-no-brasil/>. Acesso em: 3 mar. 2023.

FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin.** 2. ed. São Paulo, SP: Contexto, 2016.

GINZBURG, Carlo. Sinais: raízes de um paradigma indiciário. *In:* GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 143-181.

GONZALES, Lucilene. **Linguagem Publicitária:** análise e produção. São Paulo: Arte & Ciência Editora, 2003. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=Gwu3aNu-Ol4C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 2 maio 2023.

GRUPO NOVA LONDRES. Uma Pedagogia dos Multiletramentos: Projetando Futuros Sociais. Tradução de Deise Nancy de Moraes, Gabriela Claudino Grande, Rafaela Saleme Bolsarin Biasotti e Roziane Keila Grando. **Revista Linguagem em Foco**, Fortaleza, v.13, n. 2, 2021. p. 101-145. DOI: <https://doi.org/10.46230/2674-8266-13-5578>. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/linguagememfoco/article/view/5578/4503> Acesso em: 8 jul. 2023.

GUTERRA, Ana Lucia Rodrigues; FREITAS, Ernani Cesar. Práticas leitoras e o uso do infográfico: da multimodalidade aos multiletramentos. **Revista ProLíngua**, João Pessoa, v. 14, n. 14, 2, ago./dez. 2019. p. 60-74. Disponível em: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1983-9979.2019v14n2.48586>. Acesso em: 20 mar. 2023.

GUTERRA, Ana Lucia Rodrigues. **O gênero discursivo infográfico:** da multimodalidade aos multiletramentos no ensino de língua materna. 2020. 221 f. Tese (Doutorado em Letras) - Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS, 2020. Disponível em: <http://tede.upf.br:8080/jspui/handle/tede/2035>. Acesso em: 2 maio 2022.

HEBERLE, Viviane Maria. Multimodalidade e Multiletramento: pelo estudo da linguagem como prática social multissemiótica. *In:* SILVA, Kleber Aparecido da; DANIEL, Fatima de Gênova; KANEKO-MARQUES, Sandra Mari; SALOMÃO, Ana Cristina Biondo. (Orgs.). **A formação de professores de línguas.** Campinas, SP: Pontes Editores, 2012. v. 25, p. 83-106.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA SUL-RIO-GRANDENSE. **Proposta pedagógica do curso:** ensino médio integrado mecânica, 2019. Disponível em: <http://intranet.ifsul.edu.br/catalogo/curso/271>. Acesso em: 31 mar. 2023.

INSTITUTO PAULO MONTENEGRO (IPM). **Indicador de Analfabetismo Funcional (INAF):** Resultados preliminares. São Paulo, SP: Ação Educativa, 2018. Disponível em: https://alfabetismofuncional.org.br/wp-content/uploads/2020/03/Inaf2018_Relato%CC%81rio-Resultados-Preliminares_v08Ago2018.pdf. Acesso em: 29 mar. 2023.

KALANTZIS, Mary; COPE, Bill; PINHEIRO, Petrilson. **Letramentos**. Tradução: Petrilson Pinheiro. Campinas: Editora Unicamp, 2020.

KLEIMAN, Angela. **Texto e leitor:** Aspectos cognitivos da leitura. Campinas, SP: Pontes, 2002.

KRESS, Gunther. **Literacy in the new media age**. London, UK: Routledge, 2003.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theodore. **Reading images:** The grammar of visual design. 3. ed. London, UK: Routledge, 2021.

LANKSHEAR, Colin; KNOBEL, Michele. Sampling “the new” in new literacies. *In:* KNOBEL, Michele; LANKSHEAR, Colin (Eds.). **A new literacies sampler**. New York: Peter Lang Publishing, 2007. p. 1-24.

LANKSHEAR, Colin; KNOBEL, Michele. Introdução: Digital Literacies - concepts, policies and practices. *In:* LANKSHEAR, Colin; KNOBEL, Michele. (Eds.). **Digital Literacies: concepts, policies and practices**. New York: Peter Lang Publishing, 2008. p 1-16.

LEMKE, Jay. Letramento metamidiático: transformando significados e mídias. **Trabalhos em Linguística Aplicada**. São Paulo, SP, v. 49, n. 2, p. 455-479, jul/dez. 2010. Disponível: <https://www.scielo.br/j/tla/a/pBy7nwSdz6nNy98ZMT9Ddfs/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 4 ago. 2022.

LOPES-ROSSI, Maria Aparecida. Gêneros discursivos no ensino de leitura e produção de textos. *In:* KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz; BRITO, Karim Siebeneicher (Orgs.). **Gêneros Textuais**. Reflexão e ensino. 4. ed. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2011. p.69-82.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. 2. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MARTINS, Maria Helena. **O que é leitura**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Garrafa pet**. 2011. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/531635931004009272/>. Acesso em: 9 mar. 2023.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Longa vida**. 2011. Disponível em: https://projecto4r.files.wordpress.com/2011/06/an_toda_caixinha_vazia_contem_uma_telha_inteira1.jpg. Acesso em: 3 mar. 2023.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Vídeos**. 2011. Disponível em: <https://www.gov.br/mma/pt-br/noticias/mma-lanca-campanha-na-midia-sobre-separacao-do-lixo>. Acesso em: 5 de mar. 2023.

PETIT, Michèle. **Os jovens e a leitura: uma nova perspectiva.** Tradução de Celina Olga de Souza. São Paulo: Editora 34, 2008.

PIMENTA, Sônia. **O signo da receptividade:** Uma visão sócio-construcionista da interação. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2006. Disponível em: <file:///C:/Users/ferna/Downloads/O%20Signo%20da%20Receptividade%20-%20uma%20vis%C3%A3o%20s%C3%B3cio-construtiva%20da%20intera%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 05 de out. 2023.

PORTAL TODOS PELA EDUCAÇÃO. **3 em cada 10 brasileiros não conseguem entender este texto.** 2018. Disponível em: <https://todospelaeducacao.org.br/noticias/inaf-3-em-cada-10-brasileiros-nao-conseguiriam-entender-este-texto/>. Acesso em: 29 mar. 2023.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PROENÇA, Graça. **História da Arte.** São Paulo: Ática, 2011.

REZENDE, Mariana Vidotti de. O conceito de letramento digital e suas implicações pedagógicas. **Texto Livre: Linguagem e Tecnologia**, Paraná, v. 9, n. 1. p. 94-107, 2016. DOI: <https://doi.org/10.17851/1983-3652.9.1.94-107> Disponível em: [//periodicos.ufmg.br/index.php/textolivres/article/view/16716/13473](http://periodicos.ufmg.br/index.php/textolivres/article/view/16716/13473). Acesso em: 03 de out. 2023.

RIBEIRO, Ana Elisa. **Escrever, hoje:** palavra, imagem e tecnologias digitais na educação. 1. ed. São Paulo, SP: Parábola, 2018.

RIBEIRO, Ana Elisa. Ler na tela: letramento e novos suportes de leitura e escrita. *In:* COSCARELLI, Carla; RIBEIRO, Ana Elisa (Orgs.). **Letramento digital: Aspectos sociais e possibilidades pedagógicas.** 3.ed.; 3 reimp. - Belo Horizonte: Ceale; Autêntica, 2021. p. 125-150.

ROJO, Roxane. O letramento escolar e os textos da divulgação científica: a apropriação dos gêneros do discurso na escola. **Linguagem em (Dis)curso – LemD**, Tubarão, SC, v. 8, n. 3, p. 581-612, set./dez. 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ld/a/hZy3yNBcGjdn4Mp7jjMQYjf/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 3 abr. 2023.

ROJO, Roxane. **Letramentos múltiplos, escola e inclusão social.** 1. ed. São Paulo: Parábola, 2009.

ROJO, Roxane. Pedagogia dos multiletramentos: diversidade cultural e de linguagens na escola. *In:* ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo (Coord.). **Multiletramentos na escola.** São Paulo: Parábola, 2012. p.11-31.

ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. Letramentos. *In:* ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. **Letramentos, mídias, linguagens.** São Paulo: Parábola editorial, 2019. p. 11-27.

SALES, Higt. **Digital Performance**. 2021. Disponível em: <https://highsales.digital/blog/o-que-e-template>. Acesso em: 20 maio 2023.

SANT'ANNA, A. **Propaganda**: teoria, técnica e prática. 7. ed. São Paulo: Pioneira, 2006.

SOARES, Magda. **Letramento**: um tema em três gêneros. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 18. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

VAN LEEUWEN, Theodore. Multimodal literacy. *In*: VAN LEEUWEN, Theodore. **Nationalt Videncenter for Laisning**. 2017. p. 4-11. Disponível em: https://www.videnomlaesning.dk/media/2127/21_theo-van-leeuwen.pdf. Acesso em: 19 ago. 2022.

ANEXOS

ANEXO A - Anúncio Publicitário (Banana)

BRASIL

Assista ao filme da campanha. Leia o texto de base e faça o teste de conhecimento em seu celular e fotografe este código.

RESTO DE COMIDA
PODE VIRAR
ENERGIA DE SOERA.

Cascas de legumes, restos de frutas, ossos. Tudo isso vira adubo, gás combustível e até energia termoeletrica. Faz crescer a plantação e aquece a economia. Em outras palavras: realimenta a vida. É um recurso valioso, que não se pode desperdiçar. Para garantir que mais material seja aproveitado, separe o lixo úmido do seco. Com uma atitude simples, você ajuda a gerar renda para quem mais precisa e poupa recursos naturais. Saiba mais no brasil.gov.br.

SEPARE O LIXO E ACERTE NA LATA

SECO
Latas
Papéis
Plástico
Vidro

UMIDO
Restos de comida
Cascas e ossos
Pó de café e chá
Galhos e podas

Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome

Ministério do Meio Ambiente

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Vídeo (banana)

Isso facilita o trabalho dos catadores,
0:22 / 0:31

MMA

Separe o lixo e acerte na lata (banana)

MMA Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima

Inscriver-se

ANEXO B - Anúncio Publicitário (Lata)

Assista ao filme da campanha. Descubra como separar o lixo e acerte na lata.

MUDE DE ATITUDE E AJUDE MUITA GENTE A GANHAR A VIDA.

Separar o lixo úmido do seco facilita o trabalho dos catadores. Limpe as embalagens por dentro, retirando toda a sujeira antes de jogar fora. Assim, mais material é aproveitado e reciclado. Você ajuda a gerar renda para quem mais precisa e poupa recursos naturais. Saiba mais no brasil.gov.br.

SEPARE O LIXO E ACERTE NA LATA

SECO
Latas
Papéis
Plástico
Vidro

UMÍDO
Restos de comida
Cascas e ossos
Pó de café e chá
Galhos e podas

Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome

Ministério do Meio Ambiente

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM FOME

Vídeo (lata)

MMA

Isso facilita a vida dos catadores.

0:22 / 0:31

SEPARE O LIXO E ACERTE NA LATA (lata)

MMA Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima

Inscrever-se

ANEXO C - Anúncio Publicitário (Garrafa pet)



Vídeo (pet)



ANEXO D - Anúncio Publicitário (Longa vida)

BRASIL
Ajuda ao filme da campanha. Não chateie a natureza em sua cidade! Fotografe sua cidade!

TODA CAIXINHA VAZIA CONTÉM UMA TELHA INTEIRINHA

Embalagem longa vida faz jus ao nome: reciclada, vira telha, madeira sintética, papel novo em folha. Separar o lixo facilita o trabalho dos catadores e aumenta o material aproveitado. Principalmente se você limpar as embalagens por dentro, retirando toda a sujeira antes de descartá-las. Mude de atitude. Assim, você ajuda a gerar renda para quem mais precisa e poupa recursos naturais. Saiba mais no brasil.gov.br

SEPARE O LIXO E ACERTE NA LATA

SECO Latas, Papéis, Plástico, Vidro

ÚMIDO Restos de comida, Cascas e ossos, Pó de café e chá, Galhos e podas

Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome

Ministério do Meio Ambiente

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

ANEXO E – Panfleto Sustentável (Detran/RS)

PANFLETO SUSTENTÁVEL

Este único panfleto substitui a impressão de 5 mil exemplares. 

 **Leia e passe adiante.**

<p>se VOCÊ se desloca em média 28 km/dia, em um ano:</p>		=	1,63t CO ₂	=	
		=	0,41t CO ₂	=	
		=	0,26t CO ₂	=	
		=	zero CO ₂		
		=	zero CO ₂		

Fonte: www.iniciativaverde.org.br

**Que tal repensar a forma de se deslocar no seu dia-a-dia?
O planeta agradece. O trânsito também.**

No Fórum Social Temático,
o Detran/RS também é verde.



ANEXO F - Anúncios publicitários criados pelos alunos



A paciência tem limites. A poluição sonora ultrapassa todos eles!

O barulho em excesso é um problema real que afeta a qualidade de vida das pessoas. Seja o trânsito, vizinhos barulhentos ou música alta, o ruído constante pode causar estresse e, até mesmo, problemas de saúde. Não deixe que a poluição sonora estrague o seu dia a dia. Junte-se a nós na luta por um ambiente mais silencioso e tranquilo. Vamos reduzi-la juntos, por um mundo mais saudável e harmonioso.

INSTITUTO FEDERAL
Santarém - PA

5 DE JUNHO - DIA MUNDIAL DO MEIO AMBIENTE



Mais de 27 milhões de árvores são destruídas por dia no mundo e apenas 1 milhão são plantadas.

Comece a mudança por você!

PLANTE UMA ÁRVORE E COLHA UM FUTURO MELHOR

NIA



Poluição Sonora

MENOS BARULHO



+ RESPEITO

- Evite buzinar sem necessidade.
- Não escute músicas em volume alto.
- Utilize mais bicicletas ou faça caminhadas.

INSTITUTO FEDERAL
Sul-rio-grandense
Câmpus Passo Fundo



Compre roupas em brechó

Troque ou doe

Use por um bom tempo

Use por um bom tempo

CICLO SUSTENTÁVEL

Você sabia que a indústria têxtil é uma das maiores contribuintes para a poluição do meio ambiente?

Você pode evitar isso com o ciclo sustentável, com ele você irá comprar, trocar ou doar roupas a partir de brechós da sua cidade, assim vai ajudar o nosso planeta!

Você faz o seu ciclo!

INSTITUTO FEDERAL
Sul-rio-grandense
Câmpus Passo Fundo



**CONSUMA
MENOS,
PRESERVE
MAIS.**

*você quer
ou
você precisa?*

O DESCARTE DE RESÍDUOS NA NATUREZA É MAIS UMA CONSEQUÊNCIA NEGATIVA DO CONSUMO EXAGERADO. PARA ATENDER UMA DEMANDA TÃO GRANDE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, É NECESSÁRIO FAZER A RETIRADA DE MATÉRIA PRIMA DA NATUREZA, FABRICAR, TRANSPORTAR MATERIAIS, UTILIZAR ÁGUA E ENERGIA. DENTRE OUTRAS FORMAS DE EXPLORAÇÃO DO MEIO AMBIENTE, ALÉM DISSO, PARA QUE O PROCESSO PRODUTIVO ACONTEÇA, SÃO EMITIDOS GASES POLUENTES, PROVOCANDO A POLUIÇÃO, DESTRUIÇÃO DE ECOSISTEMAS E ENTRE OUTROS.

CONSUMA APENAS O NECESSÁRIO E AJUDE A PRESERVAR A NATUREZA!

INSTITUTO FEDERAL
Sul-rio-grandense
Câmpus Passo Fundo

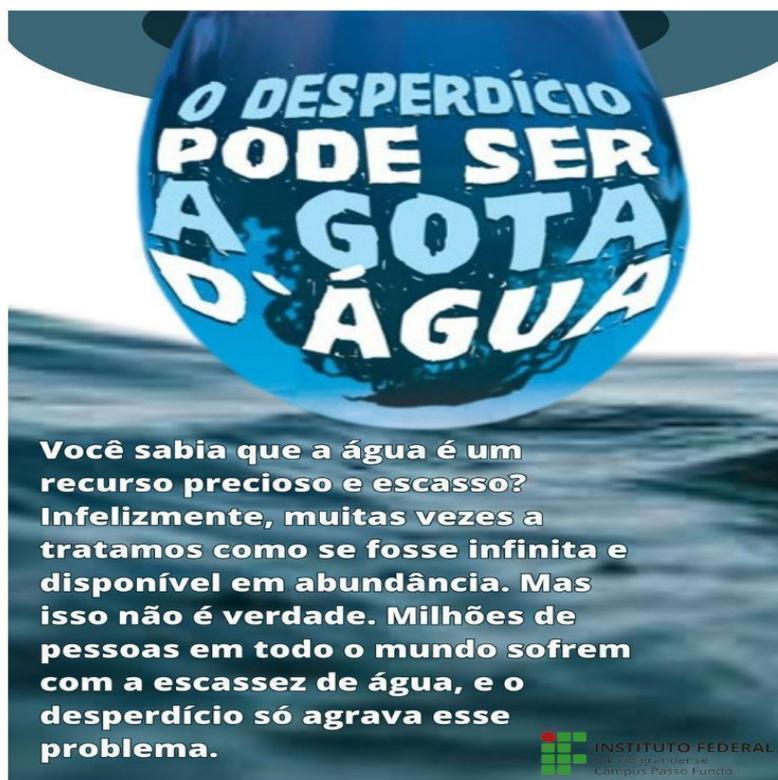


**DESMATAMENTO
NÃO É LEGAL!**

**NÃO
DESMATE,
PRESERVE**

Nos meses de janeiro e fevereiro de 2023 foram identificados pelo sistema DETER 489 km² de área com indícios de desmatamento na Amazônia Legal. Trata-se da segunda maior área desmatada nesses dois meses desde 2016.

**INSTITUTO FEDERAL
DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA**
Sul-rio-grandense



**O DESPERDÍCIO
PODE SER
A GOTA
D'ÁGUA**

Você sabia que a água é um recurso precioso e escasso? Infelizmente, muitas vezes a tratamos como se fosse infinita e disponível em abundância. Mas isso não é verdade. Milhões de pessoas em todo o mundo sofrem com a escassez de água, e o desperdício só agrava esse problema.

 **INSTITUTO FEDERAL**
de Educação, Ciência e Tecnologia
do Rio Grande do Sul
Campus Passo Fundo

ANEXO G - Publicação em rede social

Instagram Pesquisar Entrar Cadastre-se

ifsulpassofundo • Seguir

materna. Foram trabalhados textos multimodais do gênero anúncio publicitário sob a perspectiva do (multi) letramento, envolvendo procedimentos interativos digitais.

A proposta se desenvolveu com a produção digital de anúncios publicitários com o tema: meio ambiente e sustentabilidade. Para as criações, os alunos utilizaram o aplicativo Canva no laboratório de informática.

3 d

2 d Responder

3 d Responder

38 curtidas
HÁ 3 DIAS

Entrar para curtir ou comentar.

2º ano - Integrado Mecânica

Instagram Pesquisar Entrar Cadastre-se

ifsulpassofundo • Seguir

materna. Foram trabalhados textos multimodais do gênero anúncio publicitário sob a perspectiva do (multi) letramento, envolvendo procedimentos interativos digitais.

A proposta se desenvolveu com a produção digital de anúncios publicitários com o tema: meio ambiente e sustentabilidade. Para as criações, os alunos utilizaram o aplicativo Canva no laboratório de informática.

3 d

2 d Responder

3 d Responder

38 curtidas
HÁ 3 DIAS

Entrar para curtir ou comentar.

2º ano - Integrado Mecânica

2º ano - Integrado Mecânica

2º ano - Integrado Mecânica

Instagram

Pesquisar

Entrar Cadastre-se

O DESPERDÍCIO PODE SER A GOTTA D'ÁGUA

Você sabia que a água é um recurso precioso e escasso? Infelizmente, muitas vezes a tratamos como se fosse infinita e disponível em abundância. Mas isso não é verdade. Milhões de pessoas em todo o mundo sofrem com a escassez de água, e o desperdício só agrava esse problema.

2º ano - Integrado Mecânica

O MAIOR PREDADOR DOS OCEANOS

Não é só porque você não enxerga, que não está lá!

NÃO DEIXE O SEU LIXO NADAR COM OS PEIXES - MANTENHA OS OCEANOS LIMPOS!

2º ano - Integrado Mecânica

ifsulpassofundo • Seguir

materna. Foram trabalhados textos multimodais do gênero anúncio publicitário sob a perspectiva do (multi) letramento, envolvendo procedimentos interativos digitais.

A proposta se desenvolveu com a produção digital de anúncios publicitários com o tema: meio ambiente e sustentabilidade. Para as criações, os alunos utilizaram o aplicativo Canva no laboratório de informática.

3 d

2 d Responder

3 d Responder

👍 🗨️ 🚩

38 curtidas
HA 3 DIAS

APÊNDICES

APÊNDICE A - Termo de assentimento livre de esclarecimento (TALE)

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
Instituto de Humanidades, Ciências, Educação e Criatividade - IHCEC
Programa de Pós-Graduação em Letras

TERMO DE ASSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TALE)

Prezado(a) aluno(a),

Convido você a participar da pesquisa sobre: **TEXTOS MULTIMODAIS NO ENSINO DE LÍNGUA MATERNA: A FORMAÇÃO DO LEITOR NO CONTEXTO DIGITAL**, de responsabilidade da pesquisadora Renata Viebrantz Morello, sob orientação do Professor Dr. Ernani Cesar de Freitas, do Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade de Passo Fundo – UPF, na linha de pesquisa Leitura e Formação do Leitor.

A pesquisa justifica-se devido a necessidade de o leitor/enunciador dominar as múltiplas linguagens e mídias para, dessa forma, navegar em uma sociedade cada vez mais complexa, a qual, requer minuciosas e apuradas habilidades leitoras dos indivíduos e de formação leitora das escolas cujas disciplinas, na maioria das vezes, desconhecem ou tratam vagamente os novos letramentos que, em princípio, visam dar conta das demandas comunicativas mais recentes. Criar inteligibilidade através dos (multi)letramentos é o objeto de ensino sobre o contexto atual na sociedade.

O objetivo é aplicar e analisar práticas leitoras com foco na interpretação e na produção escrita de alunos do 2º ano do ensino médio, de uma escola pública federal no ensino de língua materna, através da aplicação de textos multimodais sob as perspectivas do (multi)letramento envolvendo procedimentos interativos digitais.

A sua participação na pesquisa ocorrerá em 4 encontros, que podem variar entre um ou dois períodos, em horário de aula da disciplina de Língua Portuguesa, sendo que cada período tem duração de 45 minutos. No momento da realização do estudo você poderá sentir um pouco de desconforto; e, se for identificado algum sinal de desconforto psicológico (constrangimento, sentir-se coagido, desrespeitado quanto à dignidade da pessoa humana, atingido em seus valores culturais, sociais, psíquicos, morais, éticos, intelectuais, religiosos, hábitos, crenças e costumes, dentre outros) durante sua

participação na pesquisa, a pesquisadora compromete-se em orientá-lo (a) e encaminhá-lo (a) para os profissionais especializados na área que irão atendê-lo (a).

Gostaria de contar com sua colaboração na realização deste estudo. Você precisa apenas responder as perguntas nas páginas que seguem. Sua participação é **VOLUNTÁRIA** e de extrema importância para a compreensão da temática. Ao se voluntariar para responder, você concorda que os resultados desta pesquisa sejam publicados em livros, revistas científicas e congressos, com total garantia de que sua identidade não será revelada. Seus benefícios em colaborar ao responder o questionário são: a capacidade de reflexão sobre seus hábitos leitores, interpretação e produção textual; aos benefícios resultantes do estudo; consideração ao seu modo de pensar. Como risco, se, em qualquer momento, se sentir desconfortável com as 12 perguntas e/ou respostas, não concordar com as perguntas e/ou respostas disponibilizadas, você poderá desistir, não consentindo participar. Assim, em caso de desconforto do entrevistado, o procedimento adotado será retirar seu consentimento não respondendo e assinando o termo em questão. Você não terá qualquer despesa para participar da presente pesquisa e não receberá pagamento pela sua participação no estudo.

Agradeço a sua atenção e disponibilidade!

Caso você tenha dúvidas sobre o comportamento dos pesquisadores ou sobre as mudanças ocorridas na pesquisa que não constam no TALE, e caso se considera prejudicado (a) na sua dignidade e autonomia, você pode entrar em contato com a pesquisadora Renata Viebrantz Morello, telefone (54) 99947-6147, ou com o curso de Pós-Graduação em Letras, ou também pode consultar o Comitê de Ética em Pesquisa da UPF, pelo telefone (54) 3316-8157, no horário das 08h às 12h e das 13h30min às 17h30min, de segunda a sexta-feira. O Comitê está localizado no Câmpus I da Universidade de Passo Fundo, na BR 285, Bairro São José, Passo Fundo/RS. O Comitê de Ética em Pesquisa exerce papel consultivo e, em especial, educativo, para assegurar a formação continuada dos pesquisadores e promover a discussão dos aspectos éticos das pesquisas em seres humanos na comunidade.

Dessa forma, se você concorda em participar da pesquisa como consta nas explicações e orientações acima, coloque seu nome no local indicado abaixo. Desde já, agradecemos a sua colaboração e solicitamos a sua assinatura de autorização neste termo, que será também assinado pelo pesquisador responsável em duas vias, sendo que uma ficará com você e outra com o (a) pesquisador (a).

Passo Fundo, ____ de _____ de _____.

Nome do participante:

Assinatura:

Nome do (a) pesquisador (a):

Assinatura:

APÊNDICE B - Termo de consentimento livre e esclarecimento (TCLE) dos pais ou responsáveis



UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
Instituto de Humanidades, Ciências, Educação e Criatividade -
IHCEC
Programa de Pós-Graduação em Letras

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)
DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

Prezados (a) pais ou responsáveis,

Solicito sua permissão para que seu (a) filho(a)
_____ , estudante do 2º ano do Ensino

Médio Integrado, possa participar de uma pesquisa sobre leitura e interpretação textual que tem o título: **TEXTOS MULTIMODAIS NO ENSINO DE LÍNGUA MATERNA: A FORMAÇÃO DO LEITOR NO CONTEXTO DIGITAL**, de responsabilidade da pesquisadora Renata Viebrantz Morello sob orientação do Professor Dr. Ernani Cesar de Freitas, do Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade de Passo Fundo – UPF, na linha de pesquisa Leitura e Formação do Leitor.

A pesquisa justifica-se devido a necessidade de o leitor/enunciador dominar as múltiplas linguagens e mídias para, dessa forma, navegar em uma sociedade cada vez mais complexa, a qual, requer minuciosas e apuradas habilidades leitoras dos indivíduos e de formação leitora das escolas cujas disciplinas, na maioria das vezes, desconhecem ou tratam vagamente os novos letramentos que, em princípio, visam dar conta das demandas comunicativas mais recentes. Criar inteligibilidade através dos (multi)letramentos é o objeto de ensino sobre o contexto atual na sociedade.

O objetivo é aplicar e analisar práticas leitoras com foco na interpretação e na produção escrita de alunos do 2º ano do ensino médio, de uma escola pública federal no ensino de língua materna, através da aplicação de textos multimodais sob as perspectivas do (multi)letramento envolvendo procedimentos interativos digitais.

A participação de seu filho (a) na pesquisa ocorrerá em 4 encontros, que podem variar entre um ou dois períodos, em horário de aula da disciplina de Língua Portuguesa, sendo que cada período tem duração de 45 minutos. No momento da realização do estudo seu filho (a) poderá sentir um pouco de desconforto; e, se for identificado algum sinal de desconforto psicológico (constrangimento, sentir-se coagido, desrespeitado quanto à dignidade da pessoa humana, atingido em seus valores culturais, sociais, psíquicos, morais, éticos, intelectuais, religiosos, hábitos, crenças e costumes, dentre outros) durante sua participação na pesquisa, a pesquisadora compromete-se em orientá-lo (a) e encaminhá-lo (a) para os profissionais especializados na área que irão atendê-lo (a).

Gostaria de contar com sua colaboração através da permissão da participação de seu filho(a) na realização deste estudo. Ele precisará apenas responder algumas perguntas, sua participação será **VOLUNTÁRIA** e de extrema importância para a compreensão da temática. Ao se voluntariar para responder, seu filho (a) concorda que os resultados desta pesquisa sejam publicados em livros, revistas científicas e congressos, com total garantia de que sua identidade não será revelada, sendo que as informações serão coletadas e posteriormente destruídas.

Os benefícios do seu filho(a) ao colaborar em responder o questionário são: a capacidade de reflexão sobre seus hábitos leitores, interpretação e produção textual; aos benefícios resultantes do estudo; consideração ao seu modo de pensar. Como risco, se, em qualquer momento, que seu (a) filho(a) se sentir desconfortável com as 12 perguntas e/ou respostas, não concordar com as perguntas e/ou respostas disponibilizadas, ele poderá desistir, não consentindo participar. Assim, em caso de desconforto do entrevistado, o procedimento adotado será ele retirar seu consentimento não respondendo e assinando o termo em questão. Seu filho não terá qualquer despesa para participar da presente pesquisa e não receberá pagamento pela sua participação no estudo.

Agradeço a sua atenção e disponibilidade!

Caso você tenha dúvidas sobre o comportamento dos pesquisadores ou sobre as mudanças ocorridas na pesquisa que não constam no TCLE, e caso se considera prejudicado (a) na sua dignidade e autonomia, você pode entrar em contato com a pesquisadora Renata Viebrantz Morello, telefone (54) 99947-6147, ou com o curso de Pós-Graduação em Letras, ou também pode consultar o Comitê de Ética em Pesquisa da UPF, pelo telefone (54) 3316-8157, no horário das 08h às 12h e das 13h30min às 17h30min, de segunda a sexta-feira. O Comitê está localizado no Câmpus I da Universidade de Passo Fundo, na BR 285, Bairro São José, Passo Fundo/RS. O Comitê de Ética em Pesquisa exerce papel consultivo e, em especial, educativo, para assegurar a formação continuada dos pesquisadores e promover a discussão dos aspectos éticos das pesquisas em seres humanos na comunidade.

Dessa forma, se você concorda em participar da pesquisa como consta nas explicações e orientações acima, coloque seu nome no local indicado abaixo. Desde já, agradecemos a sua colaboração e solicitamos a sua assinatura de autorização neste termo, que será também assinado pelo pesquisador responsável em duas vias, sendo que uma ficará com você e outra com o (a) pesquisador (a).

Passo Fundo, ____ de _____ de _____.

Nome do pai ou responsável:

Assinatura: _____

Nome do (a) pesquisador (a):

Assinatura: _____

APÊNDICE C - Questionário diagnóstico

1. Qual a sua idade? _____
2. Durante as aulas de Português, você encontra dificuldade na leitura e interpretação de textos?
 Sim Não
3. Você tem gosto pela leitura?
 Gosto muito Não gosto Gosto pouco
4. Sua família tem hábito de ler?
 Sim Não
5. Marque as alternativas assinalando de acordo com sua concepção:
 Lê lentamente
 Não tem calma para a leitura
 Não se concentra durante a leitura
 Não interpreta grande parte do que lê
 Não encontra dificuldade nenhuma na leitura e interpretação de textos
6. Qual a importância da prática da leitura para você?
 Contribui para o conhecimento e a criatividade
 Uma atividade que traz prazer
 Contribui com o crescimento do vocabulário e a melhora na escrita
 Toma muito tempo
 É uma prática obrigatória
 Requer muito esforço
 É uma prática cansativa
 Não sabe
7. Você costuma prestar atenção aos “anúncios publicitários”? Eles chamam sua atenção?
 Sim Não
7. Marque os gêneros que você mais gosta e que acredita que são relevantes para as pessoas de sua idade.

- () Histórias em quadrinhos ou Mangás
- () Crônica() Tiras
- () Texto Publicitário
- () Poesia
- () Romance
- () Canção
- () Reportagem
- () Infográficos
- () Outro: _____

8. Você acha que tem dificuldades para escrever, argumentar? Por quê?

9. Você utiliza a internet/ tecnologias como fonte de pesquisas para os estudos? Explique.

10. O que você costuma fazer quando tem um tempo livre?

11. Você acredita que as aulas de Língua Portuguesa são importantes para sua formação?

- () Sim () Não

12. Você acredita que a sala de aula é um ambiente para dialogar e argumentar a respeito de temas variados?

- () Sim () Não

Obrigada pela sua participação!

APÊNDICE D - Leitura e interpretação do anúncio publicitário

Peça publicitária do Ministério do Meio Ambiente (MMA, 2011)

RESTO DE COMIDA
PODE VIRAR
ENERGIA DE SOBERA.

Assista ao filme da campanha. Saiba o melhor da reciclagem em seu celular e fotografe este código.

Cascas de legumes, restos de frutas, ossos. Tudo isso vira adubo, gás combustível e até energia termoeletrônica. Faz crescer a plantação e aquece a economia. Em outras palavras: realimenta a vida. É um recurso valioso, que não se pode desperdiçar. Para garantir que mais material seja aproveitado, separe o lixo úmido do seco. Com uma atitude simples, você ajuda a gerar renda para quem mais precisa e poupa recursos naturais. Saiba mais no brasil.gov.br.

SEPARE O LIXO E ACERTE NA LATA

SECO: Latas, Papéis, Plástico, Vidro

ÚMIDO: Restos de comida, Cascas e ossos, Pó de café e chá, Galhos e podas

Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome | Ministério do Meio Ambiente | GOVERNO FEDERAL BRASIL PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Fonte: <http://blogs.diariodonordeste.com.br/gestaoambiental/2011/07/>. Acesso em 19/05/2022.



Cascas de legumes, restos de frutas, ossos. Tudo isso vira adubo, gás combustível e até energia termoeletrônica. Faz crescer a plantação e aquece a economia. Em outras palavras, realimenta a vida. É um recurso valioso, que não se pode desperdiçar. Para garantir que mais material seja aproveitado, separe o lixo úmido do seco. Com uma atitude simples, você ajuda a gerar renda para quem mais precisa e poupa recursos naturais. Saiba mais no

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense - Câmpus Passo Fundo

Disciplina: Português **Turma:** 2º ano do Ensino Médio Integrado (Mecânica)

Professora Titular: Edimara Luciana Sartori

Pesquisadora: Renata Viebrantz Morello

Nome do aluno: _____

Atividades com anúncio publicitário “Separe o lixo e acerte na lata” - Ministério do Meio Ambiente (MMA, 2011).

1. Quais são os elementos que se destacam na imagem desse anúncio publicitário?

- () Desenhos, cores, fotografia
- () Informações escritas (verbais)
- () Título
- () Slogan
- () Anunciante (quem produziu a publicidade)

2. Ao observar a peça publicitária “Separe o lixo e acerte na lata” (2011), o que mais chamou sua atenção em um primeiro momento?

- () A mensagem escrita () O desenho, a imagem

Justifique: _____ :

3. Para a leitura e interpretação desse anúncio publicitário, o que você considerou?

- a) A leitura da imagem
- b) A leitura da escrita
- c) A leitura do todo (verbal e visual em conjunto)
- d) Outro: _____

4. Qual afirmativa que resume melhor a ideia do anúncio publicitário?

- a) O abandono do consumo de produtos que contribuem para o acúmulo de lixo.
- b) A população em geral não separa seu lixo orgânico adequadamente.
- c) Um estudo aprofundado sobre a produção de eletricidade em nosso país.
- d) Separar o lixo seco do úmido e mostrar os benefícios ambientais, sociais e econômicos do reaproveitamento dos resíduos sólidos.

5. De que maneira essa temática tem importância na vida das pessoas?

6. Marque a alternativa correta:

No fragmento “Separe o lixo e acerte na lata”, há marcas linguísticas que revelam a predominância da sequência tipológica do texto.

- a) narrativo.
- b) injuntivo.
- c) descritivo.
- d) expositivo.

7. Atente para a frase de chamada, que está acima da imagem principal: “Resto de comida pode virar energia de sobra”. O que significa energia de sobra no texto?

- () Energia de restos.
- () Energia demais.
- () Energia que não tem utilidade.

8. Vamos observar a imagem em destaque no anúncio publicitário:

a) Em relação ao espaço, quais são os elementos propostos na imagem? Qual sua função no texto?

b) O que podemos inferir quanto aos aspectos da imagem: ela compreende a sua função integrante ou é somente ilustrativa na constituição do sentido do anúncio publicitário? Explique.

9. Ao realizar a leitura, os elementos visuais e verbais do anúncio publicitário foram suficientes para você compreender qual é a finalidade desse gênero textual?

Explique. _____

10. Quanto à cor disposta no anúncio publicitário “Separe o lixo e acerte na lata” (2011): de que forma a cor da figura e do texto intervém na leitura?

- () A cor não intervém na construção de sentidos do anúncio publicitário.
() A cor é relevante para a construção de sentidos do anúncio publicitário.

11. A linguagem utilizada nos textos publicitários é criada de forma a dialogar com o leitor, pois ela é estabelecida pela interlocução explícita. O texto desse anúncio dialoga com o público-alvo?

- () Sim () Não

Explique.

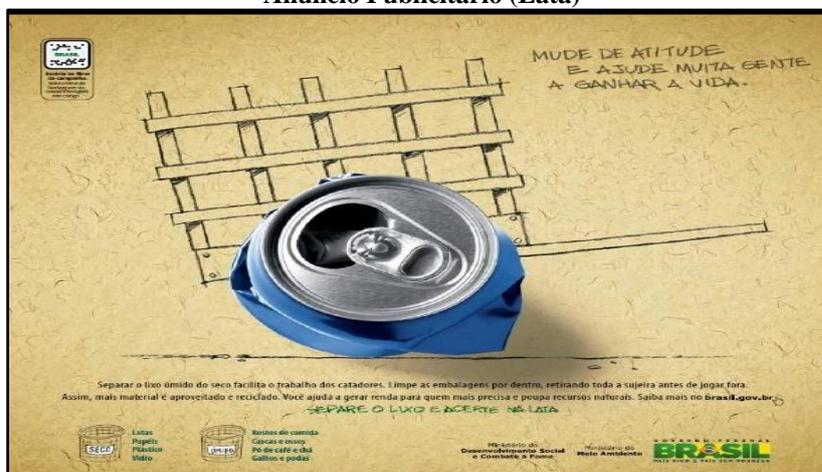
12. Com que frequência você faz a leitura e interpreta esse gênero de texto?

- () Frequentemente () Raramente () Nunca

APÊNDICE E - Planejamento da intervenção pedagógica

- a) Vocês prestam atenção nos anúncios publicitários? Já pararam para ler/assistir ou ouvir um? Em que suporte ele se encontrava? Onde ele pode circular? Quem produz esse gênero discursivo? E por quê? Qual é o público-alvo? O que chama a atenção nesse tipo de texto? Que assuntos ele divulga? Quais são os elementos que fazem parte desse tipo textual?
- b) Qual é a finalidade do anúncio publicitário? Quais são as informações desses textos?
- c) Quais são os efeitos de sentido nas cores e nas imagens na composição semântica do anúncio publicitário?
- d) O anúncio publicitário estabelece um vínculo com o leitor por ser um gênero que dialoga, que traz marcas da interação. Considerando o texto verbal, quais são os vocábulos (palavras) que demonstram esse diálogo com o interlocutor?
- e) Você consegue entender o anúncio publicitário se não existir o texto verbal? E se constar somente o não verbal, você entenderia? Por quê?

Anúncio Publicitário (Lata)



Fonte: <https://eco4u.wordpress.com/2011/06/21/separe-o-lixo-e-acerte-na-lata-campanha-para-aumentar-o-nivel-de-reciclagem-no-brasil/>. Acesso em 03/03/2023.



Separar o lixo úmido do seco facilita o trabalho dos catadores. Limpe as embalagens por dentro retirando toda a sujeira antes de jogar fora. Assim, mais material é aproveitado e reciclado. Você ajuda a gerar renda para quem mais precisa e poupa recursos naturais. Saiba mais no brasil.gov.br

Anúncio Publicitário (Garrafa pet)



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/531635931004009272/>. Acesso em 09/03/23



Garrafa PET vazia tem valor líquido e certo: reciclada; vira tecido, madeira sintética ou plástico novo de novo. Separar o lixo facilita o trabalho dos catadores e aumenta o material aproveitado, principalmente se você limpar as embalagens por dentro, retirando toda a sujeira antes de descartá-las. Mude de atitude. Assim, você ajuda a gerar renda para quem precisa e poupa recursos naturais. Saiba mais no **brasil.gov.br**

Anúncio Publicitário (Longa vida)



Fonte: https://proyecto4r.files.wordpress.com/2011/06/an_toda_caixinha_vazia_contem_uma_telha_inteira1.jpg. Acesso em 03/03/23.



Embalagem longa vida faz jus ao nome: reciclada vira telha, madeira sintética, papel novo em folha. Separar o lixo facilita o trabalho dos catadores e aumenta o material aproveitado. Principalmente se você limpar as embalagens por dentro, retirando toda a sujeira antes de descartá-las. Mude de atitude. Assim, você ajuda a gerar renda para quem mais precisa e poupa recursos naturais. Saiba mais no **brasil.gov.br**

Vídeo da campanha “Separe o lixo e acerte na lata” (2011) - Pet



Fonte: <https://www.gov.br/mma/pt-br/noticias/mma-lanca-campanha-na-midia-sobre-separacao-do-lixo>.
Acesso em: 03/03/23.

Vídeo da campanha “Separe o lixo e acerte na lata” (2011) - Banana



Fonte: <https://www.gov.br/mma/pt-br/noticias/mma-lanca-campanha-na-midia-sobre-separacao-do-lixo>.
Acesso em: 03/03/23.

Vídeo da campanha “Separe o lixo e acerte na lata” (2011) - Lata



Fonte: <https://www.gov.br/mma/pt-br/noticias/mma-lanca-campanha-na-midia-sobre-separacao-do-lixo>.
Acesso em: 03/03/23.

Panfleto sustentável - Detran/RS (2012)

PANFLETO SUSTENTÁVEL
Este único panfleto substitui a impressão de 5 mil exemplares.

Leia e passe adiante.

	IMPACTO no meio-ambiente	COMPENSAÇÃO necessária
Se VOCÊ se desloca em média 28 km/dia, em um ano:		
	= 1,63t CO ₂	= 
	= 0,41t CO ₂	= 
	= 0,26t CO ₂	= 
	= zero CO ₂	
	= zero CO ₂	

Fonte: www.iniciativaverde.org.br

Que tal repensar a forma de se deslocar no seu dia-a-dia? O planeta agradece. O trânsito também.

No Fórum Social Temático, o Detran/RS também é verde. **Detran**_{RS}

Fonte: <https://www.detran.rs.gov.br/panfletagem-sustentavel-do-detran-rs-surpreende-publico-do-fst>.
Acesso em 09/03/23.

- Observar com os alunos os efeitos sonoros, a música escolhida, a narração, imagens dinâmicas que surgem conforme o texto é narrado, cores, as informações que se dão no decorrer do vídeo.
- Qual é a estrutura desse gênero discursivo: título, um texto mais curto que aparece em destaque e que deve atrair a atenção do leitor/ouvinte; o texto e assinatura, apresentam os argumentos para persuadir o público-alvo e a assinatura aparece ao final/lado do texto, constituindo a marca do produto/campanha que está sendo divulgado(a). Em seguida aparece o slogan, que é uma frase de efeito, geralmente curta e fácil de memorizar, que promove a ideia central de uma campanha publicitária.
- As imagens são exploradas em todo seu potencial, cor, movimento, luz, textura etc.
- Na linguagem, faz uso de verbos no imperativo, o texto precisa ser de fácil entendimento ao leitor, para que haja a persuasão. Isso significa que a coloquialidade se torna uma característica importante nos textos publicitários.

Vídeos explicativos sobre anúncio publicitário

Aprenda nos vídeos abaixo sobre o gênero textual "Anúncio Publicitário", conhecido também como "Propaganda". Para isso, acesse os vídeos pelos QR Codes ou (links) abaixo:



Link: <https://www.youtube.com/watch?v=SQFtLCDvCIU>



Link: https://www.youtube.com/watch?v=f_mrCi-hKyI

Planejamento da produção textual de um anúncio publicitário com o tema “meio ambiente e sustentabilidade”.

Os alunos organizam-se em grupos para planejar antes de concretizarem a produção.

O que é preciso saber para criar um anúncio publicitário?

Uma das condições para criar uma boa campanha publicitária é conhecer o “produto” a ser vendido. No caso proposto, você precisa vender uma ideia/ação sobre o meio ambiente e sustentabilidade.

- Qual é o problema que pode representar uma ameaça ao meio ambiente e sua comunidade? Desmatamento? Poluição do solo, da água, do ar? Poluição visual ou sonora? Risco de extinção de espécies de animais ou vegetais?
- Por que as pessoas precisam tomar conhecimento desse problema?
- Organize informações, pesquisas em sites confiáveis sobre o assunto. Decida quais informações são pertinentes e qual é o público-alvo que vocês pretendem atingir, adultos e crianças? Só adultos? Só crianças?
- Como essas pessoas podem ser sensibilizadas para o problema?
- Seu anúncio deverá ter algum tipo de imagem. Escolha a(s) imagem(ns) que ajude(m) a provocar uma reação no público-alvo;
- Decida qual será o título do seu anúncio. Lembre-se que o título já define o perfil do público-alvo e procura conquistar sua atenção.
- Como seu anúncio faz parte de uma campanha para divulgar uma ideia/ação, ele será fechado com um *slogan*. Seja criativo e elabore um *slogan* que torne sua produção conhecida.

Como **tarefa de casa**, serão incentivados a pesquisar sobre a plataforma Canva, assistir ao vídeo “Como criar anúncios no Canva” <https://www.youtube.com/watch?v=bU94Bd4pC9M> e “Como usar o Canva pelo celular” <https://www.youtube.com/watch?v=hJgXutuW9hs>.

Será necessário acessar o site [Canva.com](https://www.canva.com) para realização de cadastro através do e-mail de cada um. É importante que saibam utilizar a ferramenta como letramento digital.

Ao final da produção será realizada uma revisão dos anúncios publicitários criados, que implicará em ler com atenção, analisar o que foi escrito e alterar ou substituir palavras, expressões ou imagens.

Os alunos serão instruídos a apresentar em três formatos o trabalho: físico em folha de ofício A4, *Data show* ou em *Slides*, conforme suas produções, além da apresentação oral do anúncio publicitário.

APÊNDICE F - Revisão da produção textual

Observar algumas questões básicas para a **revisão** da produção textual:

1. O texto que escrevi está de acordo com o tema proposto?
2. Texto e imagem se completam?
3. A mensagem está clara, objetiva e direta?
4. A linguagem está adequada ao público a quem se destina o anúncio publicitário?
5. Escrevi as palavras corretamente?
6. As imagens, cores, tamanhos de fonte/letras contribuem para tornar o anúncio publicitário interessante aos leitores?
7. A disposição espacial dos elementos está adequada?

Depois das observações acima, envie o arquivo em por e-mail para a pesquisadora (renatamorello01@gmail.com) ou para o *whatsapp* (54 99947-6147) para que possa ser revisado e posteriormente socializado em sala de aula, nos murais do câmpus e nas redes sociais da escola, se assim preferirem

APÊNDICE G - Questionário avaliativo - discentes**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO**

**Instituto de Humanidades, Ciências, Educação e Criatividade - IHCEC
Programa de Pós-Graduação em Letras**

**TEXTOS MULTIMODAIS NO ENSINO DE LÍNGUA MATERNA: A FORMAÇÃO
DO LEITOR NO CONTEXTO DIGITAL**

1. A interpretação textual e a atividade proposta cumpriram sua expectativa? Por quê?

2.O que você mais gostou da aula e da atividade? Por quê?

3.Obteve alguma coisa que você não gostou ou achou ruim?

4.Você acha as aulas de Língua Portuguesa interessante?

() Sim () Não

Justifique:

Obrigada pela atenção!

APÊNDICE H - Parecer de aprovação de pesquisa – Comitê de Ética

UNIVERSIDADE DE PASSO
FUNDO/ VICE-REITORIA DE
PESQUISA E PÓS
GRADUAÇÃO - VRPPG/ UPF

PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa:

TEXTOS MULTIMODAIS NO ENSINO DE LÍNGUA
MATERNA: A FORMAÇÃO DO LEITOR NO
CONTEXTO DIGITAL

Pesquisador: RENATA VIEBRANTZ
MORELLO

Área Temática:

Versão :
2

CAAE: 65344022.9.00
00.5342

Instituição Proponente: FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DE
PASSO FUNDO

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 5.820.087

Apresentação do Projeto:

Projeto de Dissertação em Letras que tem como seu objeto de investigação a análise da prática leitora com base na interpretação de textos de alunos no ensino de língua materna a partir dos exercícios de aplicação de textos multimodais sob as perspectivas do multiletramento envolvendo procedimentos interativos. O estudo se justifica pela necessidade de o leitor/enunciador dominar as múltiplas linguagens e mídias para, dessa forma, navegar em uma sociedade cada vez mais complexa, a qual, requer minuciosas e apuradas habilidades leitoras dos indivíduos e de formação leitora das escolas, cujas disciplinas, na maioria das vezes, desconhecem ou tratam vagamente os novos letramentos que, em princípio, visam dar conta das demandas comunicativas mais recentes. Trata-se de compreender como as práticas leitoras com foco na interpretação e produção escrita de textos multimodais, mediante procedimentos interativos digitais, podem contribuir para o letramento e os multiletramentos no ensino da língua materna de alunos do 2º ano do ensino médio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-Riograndense — Câmpus Passo Fundo. Será uma pesquisa-ação com a produção da escrita por meio da plataforma Canva, procedimento interativo digital/tecnológico, que tem como finalidade o letramento digital dos alunos e a aprendizagem por meio da utilização dessa ferramenta.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário

BR 285- Km 292 Campus I - 4º andar Centro Administrativo
Endereço:
São José
Bairro: CEP: 99.052-900
UF: RS Município: PASSO FUNDO
Telefone: (54)3316-8157 **E-mail:** cep@upf.br

Página 01 de 04

UNIVERSIDADE DE PASSO
FUNDO/ VICE-REITORIA DE
PESQUISA E PÓS
GRADUAÇÃO - VRPPG/ UPF

Continuação do Parecer: 5.820.087

Aplicar e analisar práticas leitoras com foco na interpretação e na produção escrita de alunos do 2º ano do ensino médio, de uma escola pública federal no ensino de língua materna, através da aplicação de textos multimodais sob as perspectivas do (multi)letramento envolvendo procedimentos interativos digitais.

Objetivos Secundários:

- Incentivar a leitura interpretação de textos multimodais buscando o desenvolvimento das habilidades leitoras, de alunos de 2º ano do ensino médio, relativas ao gênero anúncio publicitário; -Verificar os saberes e as habilidades necessárias utilizando gêneros multimodais que possam influenciar a dinâmica da multimodalidade para o (multi)letramento;
- Promover, por meio de procedimentos interativos digitais, práticas leitoras mediante interpretação e produção escrita pelos alunos visando o (multi)letramento no ensino da língua materna; -Apresentar sugestões práticas aplicadas em sala de aula que contemplem a aprendizagem em textos publicitários promovendo a leitura crítica e criativa, bem como a produção escrita autônoma de textos multimodais.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:**Riscos**

O participante poderá sentir um pouco de desconforto, cansaço, constrangimento, sentir-se coagido, desrespeitado quanto à dignidade da pessoa humana, atingido em seus valores culturais, sociais, psíquicos, morais, éticos, intelectuais, religiosos, hábitos, crenças e costumes, dentre outros. Em caso do aparecimento de alguns desses fenômenos, você poderá desistir ou contar com a orientação da pesquisadora que se compromete em orientá-lo (a) e encaminhá-lo (a) para os profissionais especializados na área que irão atendê-lo (a).

Benefícios: Os benefícios do participante na pesquisa são: a capacidade de reflexão sobre seus hábitos leitores, interpretação e produção textual; aos benefícios resultantes do próprio estudo; enriquecimento do seu modo de pensar; produção e publicação de textos e livros.

BR 285- Km 292 Campus I - 4º andar Centro Administrativo	
Endereço:	São José
Bairro: CEP:	99.052-900
UF: RS Município:	PASSO FUNDO
Telefone:	(54)3316-8157 E-mail: cep@upf.br

Página 02 de 04

**UNIVERSIDADE DE PASSO
FUNDO/ VICE-REITORIA DE
PESQUISA E PÓS
GRADUAÇÃO - VRPPG/ UPF**

Continuação do Parecer: 5.820.087

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

O projeto vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Letras da UPF, curso de Mestrado, encontra-se adequadamente estruturado como clareza de objetivos, de procedimentos metodológicos e de critérios analíticos. As pendências descritas no parecer anterior foram adequadamente atendidas.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Os direitos fundamentais do) participantes foram garantidos no projeto, no TCLE e no TALE. O protocolo foi instruído e apresentado de maneira completa e adequada. Os compromissos da pesquisadora e das instituições envolvidas estavam presentes. O projeto foi considerado claro em seus aspectos científicos, metodológicos e éticos.

Recomendações:

Após o término da pesquisa, o CEP UPF solicita:

- a) A devolução dos resultados do estudo aos sujeitos da pesquisa ou a instituição que forneceu os dados;
- b) Enviar o relatório final da pesquisa, pela plataforma, utilizando a opção, no final da página, "Enviar Notificação" + relatório final.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Diante do exposto, este Comitê, de acordo com as atribuições definidas nas Resoluções n. 466/12 e n. 510/16 do Conselho Nacional da Saúde, Ministério da Saúde, Brasil, manifesta-se pela aprovação do projeto de pesquisa na forma como foi proposto.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2052734.pdf	12/12/2022 17:06:42		Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Autorizacao_da_Instituicao.pdf	12/12/2022 16:59:02	RENATA VIEBRANTZ MORELLO	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de	TALE.pdf	12/12/2022 10:06:29	RENATA VIEBRANTZ MORELLO	Aceito

<p>BR 285- Km 292 Campus I - 4º andar Centro Administrativo</p> <p>Endereço: São José</p> <p>Bairro: CEP: 99.052-900</p> <p>UF: RS Município: PASSO FUNDO</p> <p>Telefone: (54)3316-8157 E-mail: cep@upf.br</p>
--

Página 03 de 04

**UNIVERSIDADE DE PASSO
FUNDO/ VICE-REITORIA DE
PESQUISA E PÓS
GRADUAÇÃO - VRPPG/ UPF**

Continuação do Parecer: 5.820.087

Ausência	TALE.pdf	12/12/2022 10:06:29	RENATA VIEBRANTZ	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	12/12/2022 10:05:08	RENATA VIEBRANTZ MORELLO	Aceito
Outros	Questionariodiagnostico.pdf	21/11/2022 16:44:37	RENATA VIEBRANTZ	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_de_pesquisa.pdf	21/11/2022 16:42:30	RENATA VIEBRANTZ MORELLO	Aceito

Orçamento	Orcamento.pdf	21/11/2022 16:38:56	RENATA VIEBRANTZ	Aceito
Declaração de Pesquisadores	Declaracaodapesquisadora.pdf	21/11/2022 16:38:19	RENATA VIEBRANTZ	Aceito
Cronograma	Cronograma_OK.pdf	21/11/2022 16:30:18	RENATA VIEBRANTZ	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_rosto_OK.pdf	21/11/2022 16:29:29	RENATA VIEBRANTZ	Aceito

Situação do Parecer:**Aprovado****Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

PASSO FUNDO, 15 de dezembro de 2022

**Assinado por:
Felipe Cittolin Abal
(Coordenador(a))**

<p>BR 285- Km 292 Campus I - 4º andar Centro Administrativo</p> <p>Endereço: São José</p> <p>Bairro: CEP: 99.052-900</p> <p>UF: RS Município: PASSO FUNDO</p> <p>Telefone: (54)3316-8157 E-mail: cep@upf.br</p>
--



UPF

UNIVERSIDADE
DE PASSO FUNDO

UPF Campus I - BR 285, São José
Passo Fundo - RS - CEP: 99052-900
(54) 3316 7000 - www.upf.br