

# O GÊNERO PROPAGANDA SOB A ÓTICA DA SEMIÓTICA DISCURSIVA: UMA PROPOSTA DE SEQUÊNCIA DIDÁTICA

*THE GENDER ADVERTISING FROM THE PERSPECTIVE OF DISCURSIVE SEMIOTICS: A PROPOSAL OF DIDACTIC SEQUENCE*

**Michaela Araújo FARIAS**

Universidade Federal da Paraíba/UEPB  
[araujomichaela@gmail.com](mailto:araujomichaela@gmail.com)

**Ingrid Cunha de Carvalho MORAIS**

Universidade Federal da Paraíba/UEPB  
[ingridvalho@gmail.com](mailto:ingridvalho@gmail.com)

**Oriana de Nadai FULANETI**

Universidade Federal da Paraíba/UEPB  
[od.fulaneti@uol.com.br](mailto:od.fulaneti@uol.com.br)

**Resumo:** O presente trabalho é fruto de reflexões levantadas durante o mestrado das autoras sob a orientação da professora, também envolvida no processo de escrita. A proposição partiu da presença das propagandas, tanto no meio físico, quanto no meio digital. O trabalho com os textos de forma contextual, por meio dos gêneros, que emergem do social é uma recomendação recorrente nos documentos oficiais. As propagandas em sua construção fazem uso de diversas semioses, consideramo-las aqui enquanto exemplo de texto sincrético, que pode ser definido, segundo Teixeira (2009), como a associação de múltiplas linguagens orquestradas de maneira a alcançar uma unicidade de sentido. O embasamento teórico desta pesquisa parte da semiótica discursiva de Greimas (1975), nos estudos e desdobramentos desenvolvidos por Floch (1986), Fiorin (2000) e Teixeira (2008 e 2009). Teixeira (2009) elabora uma proposta metodológica de análise dos textos sincréticos, na qual discorre sobre as categorias de análise do plano da expressão, que são cores (cromática), formas (eidética) e organização do espaço (topológica) e suas contribuições na produção do sentido e a relação dessas com o plano de conteúdo. Balizadas por essa propositura, analisamos uma propaganda e propomos uma sequência didática de leitura e produção do gênero para os anos finais da educação básica.

**Palavras-chave:** Ensino de língua portuguesa, gênero propaganda, semiótica, sequência didática, textos sincréticos.

**Abstract:** The present work is the result of reflections raised during the master's degree by the authors under the guidance of the teacher, who is also involved in the writing process. The proposition came from the presence of advertisements, both in the physical and in the digital environment. Working with texts in a contextual way, through genres that emerge from the social is a recurrent recommendation in official documents. The advertisements in their construction make use of several semiosis, we consider them here as an example of syncretic text, which can be defined, according to Teixeira (2009),

as the association of multiple languages orchestrated in order to achieve a uniqueness of meaning. The theoretical basis of this research is based on the discursive semiotics of Greimas (1975), in the studies developed by Floch (1986), Fiorin (2000) and Teixeira (2008 and 2009). Teixeira (2009) elaborates a methodological proposal for the analysis of syncretic texts, in which he discusses the analysis' categories of the plane of expression, which are colors (chromatic), shapes (eidetic) and space organization (topological) and their contributions to production meaning and their relation to the content plane. Based on this proposition, we analyzed an advertisement and proposed a didactic sequence of reading and production of the genre for the final years of basic education.

**Keywords:** Portuguese language teaching, propaganda genre, semiotics, didactic sequence, syncretic texts.

## 1. Introdução

Com o desenvolvimento e a ampliação de novas formas de comunicação, como o computador, smartphones etc., surgem e se difundem cada vez mais textos que fazem uso de múltiplas linguagens em sua configuração: diversas cores, diversas formas, emprego de emoticons, acréscimos de vídeos, áudios, entre outros recursos. Trata-se de um fenômeno tão amplamente difundido que até mesmo os documentos que parametrizam o ensino mencionam a importância de se considerar essas múltiplas linguagens no trabalho de interpretação, permitindo, assim, que o aluno se torne um cidadão reflexivo e crítico.

Apesar disso, ainda são escassos os recursos metodológicos para a análise de textos multissemióticos na Educação Básica. Nesse contexto, o presente trabalho consiste na apresentação de uma proposta de aplicação da teoria da Semiótica Francesa na análise de textos sincréticos por meio da proposição de uma sequência didática. Objetiva-se, desse modo, contribuir para a discussão e produção de materiais de análise de textos sincréticos nos anos finais do Ensino Fundamental, buscando outras opções além das práticas cristalizadas e engessadas de leitura de decodificação e resolução de questões.

A fundamentação teórica tem como base os ensinamentos de Greimas (1975), sobretudo a partir dos trabalhos publicados no Brasil por Fiorin (1996, 2000) e nas categorias de análise de textos sincréticos propostas por Floch (1986) e desenvolvidas por Teixeira (2008; 2009). De modo complementar, fazemos uso das pesquisas de Dolz (2004) para a construção de nossa proposta de atividades didáticas.

O *corpus* selecionado para exemplificar a proposta teórico-metodológica é uma propaganda de eletrodoméstico. Trata-se de um gênero que explora bastante as múltiplas semioses e permeia nosso cotidiano nos mais diversos meios e suportes. Tendo em vista que sua intencionalidade não é apenas comunicar, mas persuadir, buscando levar o público a aceitar um valor ou comprar um produto, por exemplo, a habilidade de interpretá-la é fundamental para o desenvolvimento de cidadãos críticos.

A apresentação da nossa proposta didática de leitura e produção textual de propaganda no Ensino Fundamental à luz da teoria semiótica francesa será feita ao final do seguinte percurso: inicialmente, observaremos, de modo breve, como os textos multissemióticos são abordados nos documentos oficiais, no intuito de propor uma atividade que contemple

as necessidades atuais. Em um segundo momento, serão expostos alguns conceitos da Semiótica Francesa que podem contribuir para o desenvolvimento da nossa proposta. Em um terceiro momento, realizaremos a análise de duas publicidades, as quais servirão de base para a nossa proposta de atividade.

## **2. Os parâmetros oficiais para o ensino de textos multissemióticos**

Os Parâmetros Curriculares Nacionais, a partir da versão publicada em 1998, recomendam que o ensino de língua deva preparar o estudante a compreender os diversos gêneros presentes na sociedade, sejam eles literários ou não.

Segundo o PCN (2000), as interações sociais são mediadas por sistemas de linguagem, os quais podem ser classificados em verbal e não verbal, tendo por ramificações, de acordo com objetivo comunicativo, o verbo-visual, audiovisual, gestual entre outras.

As tendências linguísticas, a partir da década de 1970, concebem o estudo textual não mais fragmentado, mas como uma confluência de mecanismos, recursos e arranjos múltiplos, que resultam na construção de sentidos, nos quais estão envolvidos os processos de produção e recepção, em que atuam locutor e interlocutor. Tais documentos ancoram-se na Lei de Diretrizes e Bases da Educação, que disserta em seu artigo primeiro, que a educação tem prioritariamente caráter formativo, devendo preparar o cidadão para dar continuidade aos estudos, a participar ativamente da sociedade e do mundo do trabalho. Para tanto, os documentos direcionam as práticas de ensino que desenvolvem as competências e habilidades que, segundo os PCN, ao explicitar os objetivos de ensino, postulam que o educando deve ser capaz de: “[...] compreender e usar os sistemas simbólicos das diferentes linguagens como meios de: organização cognitiva da realidade pela constituição de significados, expressão, comunicação e informação;” (BRASIL, 1996).

O texto da Base Nacional Comum Curricular (2015) enfatiza os elementos competência e habilidades, como promotores de aprendizagens essenciais, sendo a organização estrutural do conhecimento esquematizada em: Competências gerais, mais complexa por englobar os demais conceitos, e Competências específicas - que se relacionam com os componentes curriculares. As Unidades Curriculares são como eixos temáticos de cada componente curricular; os Objetos de conhecimento correspondem aos conteúdos que serão mobilizados. As habilidades são delineadas por cada ano e série e devem ser garantidas para todos os estudantes, independente de seu contexto escolar. Dentre as competências específicas do componente curricular língua portuguesa, destacamos aqui a terceira, que defende que, ao final do ensino fundamental, o estudante deve estar apto a:

Ler, escutar e produzir textos orais, escritos e multissemióticos que circulem em diferentes campos de atuação e mídias, com compreensão, autonomia, fluência e criticidade, de modo a se expressar e partilhar informações, experiências, ideias e sentimentos, e continuar aprendendo. (BNCC, 2015, p. .87)

Nossa proposta de atividades centra-se em duas habilidades necessárias para o desenvolvimento das práticas de linguagem nos anos finais do ensino fundamental. Primeiro, a habilidade necessária para prática de leitura:

Identificar e analisar os efeitos de sentido que fortalecem a persuasão nos textos publicitários, relacionando as estratégias de persuasão e apelo ao consumo com os recursos linguístico-discursivos utilizados, como imagens, tempo verbal, jogos de palavras, figuras de linguagem etc., com vistas a fomentar práticas de consumo conscientes. (BNCC, p.141)

Com isso, visamos propiciar ao aluno o desenvolvimento das habilidades de leitura do texto multissemiótico com foco no trabalho dos efeitos de sentido propiciados pelos recursos linguístico-discursivos utilizados. As imagens com suas cores, disposição e distribuição serão exploradas, bem como os elementos verbais do texto, sempre aliados nos gêneros publicitários para a efetivação da persuasão e apelo ao consumo. A segunda habilidade prevista na BNCC diz respeito ao trabalho da prática de produção textual. Vejamos:

Produzir, revisar e editar peças e campanhas publicitárias, envolvendo o uso articulado e complementar de diferentes peças publicitárias: cartaz, banner, indoor, folheto, panfleto, anúncio de jornal/revista, para internet, spot, propaganda de rádio, TV, a partir da escolha da questão/problema/causa significativa para a escola e/ou a comunidade escolar, da definição do público-alvo, das peças que serão produzidas, das estratégias de persuasão e convencimento que serão utilizadas. (BNCC, p. 179)

A prática da produção textual visa a aplicação e consolidação dos conceitos aprendidos e discutidos durante os momentos de leitura, de forma que propicia ao aluno uma ampliação das possibilidades de aprendizado, pois o exercício de criação de conteúdos e textos suscita sempre novas questões que ganham a possibilidade de serem trabalhadas e resolvidas durante a escrita.

A breve exposição, realizada acima, revela que desde os primeiros documentos referenciais têm-se destacado o uso dos recursos e de múltiplas semioses na produção de diferentes efeitos de sentido. Nessa perspectiva, o professor deverá se valer de abordagens teórico-metodológicas que abarquem o texto em suas especificidades constitutivas e totalidade significativa. A semiótica discursiva pode ser bastante frutífera para ampliar as estratégias de ensino de leitura de textos que sejam construídos com multiplicidade de materialidades sígnicas.

### **3. Fundamentação Teórica**

#### **3.1. A Semiótica Discursiva**

A semiótica discursiva, também denominada semiótica francesa ou greimasiana, foi desenvolvida por Algirdas J. Greimas. Para o estudioso, uma teoria do discurso deveria partir das seguintes condições gerais:

- deve ser gerativa, ou seja, conceber modelos que apreendam o conteúdo em patamares sucessivos, que vão do mais abstrato ao mais concreto;
- deve ser sintagmática, vale dizer, procurar explicar não unidades lexicais isoladas, mas discursos;
- deve ser geral, isto é, reconhecer que o sentido pode ser manifestado por diferentes planos de expressão (Cf. GREIMAS; CORTÈS, 1975, p. 396).

Partindo desses princípios, Greimas propõe um método de análise, o Percurso Gerativo do Sentido, que aborda o sentido em patamares, indo “do mais simples ao mais complexo, do mais abstrato ao mais concreto”. Trata-se de um percurso dividido em três níveis, o fundamental, o narrativo e o discursivo.

O nível fundamental apresenta uma categoria semântica de base, a qual coloca em oposição termos que apresentem traços em comum. Não é possível estabelecer, por exemplo, oposição entre escuro e maleável, tendo em vista que o primeiro diz respeito à luminosidade e o segundo a uma propriedade da matéria. Por outro lado, é possível haver oposição entre vida e morte, por terem em comum o “tempo de duração dos seres”.

Para a semiótica, narrativo é relativo à narratividade, ou seja, o atributo que confere ao texto o movimento ou mudança de um estado para o outro. As narrativas mínimas referem-se a transformações no estado de junção (conjunção ou disjunção) do sujeito com o objeto. Vale ressaltar que os textos não são narrativas mínimas, mas um conjunto de narrativas hierarquizadas. Fiorin (2000) também explicita que sujeito não é pessoa e objeto não é coisa, mas se referem a papéis narrativos podendo ser revestidos por pessoas, objetos, animais, países etc.

No terceiro nível do percurso gerativo do sentido, o discursivo, um sujeito da enunciação é responsável por converter as estruturas narrativas em discurso e trazer a concretude do texto.

Na enunciação, o enunciador instaura o enunciado a partir das projeções de pessoa, tempo e espaço a partir de um eu-aqui-agora. A depender dos mecanismos de discursivização que use, o enunciador provoca determinados efeitos de sentido: subjetividade ou objetividade. Ao colocar-se no interior do discurso, o “eu” se aproxima e confere efeito de subjetividade ao texto, enquanto os discursos em terceira pessoa trazem efeito de distanciamento e objetividade. De modo semelhante, as projeções de espaço e tempo também conferem ao discurso maior ou menor efeito de subjetividade ou objetividade.

Na semântica discursiva, as formas abstratas dos níveis anteriores passam a ser revestidas por termos mais concretos, mediante os temas e/ou figuras. Por exemplo, em uma narrativa de amor, na qual um sujeito (s1) quer entrar em junção com o amor (objeto) de outro sujeito (s2) mas não consegue por haver um obstáculo, no nível discursivo, os sujeitos podem ser revestidos por João, José, Maria, Ana etc., e o obstáculo como o comprometimento de Maria com outra pessoa ou uma doença, por exemplo. Assim, percebemos que esse nível também traz as variações de conteúdos: os termos de concretude

podem se manifestar mediante diversos temas e figuras, o que no nível narrativo apresenta-se como uma estrutura invariante.

Greimas inicialmente restringe a proposta teórica ao plano do conteúdo. Posteriormente, diversos pesquisadores voltaram-se para a observação do plano de expressão, o significativo, a fim de encontrar as correspondências entre plano de conteúdo e suas correlações na expressão. Floch (1986), em seu estudo sobre o HQ (história em quadrinhos) belga, Tintim, verifica que a temática sagrado *versus* profano, presente no plano do conteúdo, estabelece uma correlação com as categorias verticalidade *versus* horizontalidade, no plano de expressão visual. A estas correspondências identificadas na obra, Floch deu o nome de semissimbolismo.

Os trabalhos de Floch contribuem muito para que a semiótica francesa volte seu olhar ao estudo de textos que conjugam diferentes modos de expressão, os textos sincréticos.

### 3.2. Textos sincréticos

Segundo Teixeira (2009), o texto é denominado sincrético quando conecta múltiplas linguagens, as quais resultam em uma unicidade de sentido. Estes textos estão muito presentes em nosso cotidiano, em propagandas televisivas, cartazes de filmes, em *outdoors* etc. Tomemos por exemplo de texto sincrético a imagem abaixo.



Figura 1: Propaganda de fogão Wanke. Fonte: <https://www.behance.net/gallery/17489055/Anuncio-Wanke-Elerodomsticos>. Acesso em 21 de agosto de 2020

Para realizar a leitura da obra em sua totalidade, devemos levar em consideração a manifestação realizada através da linguagem verbal e não verbal conjuntamente, ou seja,

não há, por um lado, o sentido do plano verbal e, por outro, o sentido do plano visual. A análise precisa contemplar as estratégias verbovisuais.

Embora muitos pesquisadores tenham desenvolvido propostas de análise semiótica de textos sincréticos, não podemos afirmar que haja uma metodologia totalmente pronta, acabada. No Brasil, temos uma proposta metodológica desenvolvida pela semioticista Lúcia Teixeira (2009), tendo como base os trabalhos de Floch (1986).

A autora lança mão das categorias de análise postuladas por Floch, aprimorando-as e construindo um método a partir de quatro categorias de análise do plano da expressão visual, as quais são: cromática, eidética, topológica e matéria.

O estudo da categoria cromática ocupa-se da investigação da influência da cor na produção de sentido por meio da observação dos contrastes, a exemplo de puro vs. mesclado, brilhante vs. opaco, saturado vs. Não saturado entre outros, além da justaposição entre eles. A investigação sobre as formas e sua contribuição compõe o que a teoria denomina categoria eidética. A título de exemplo, temos em paralelo as características: côncavo vs. convexo, curvilíneo vs. retilíneo, ascendente vs. descendente etc., as quais, em oposição ou combinadas, constituem as formas. A categoria topológica, por sua vez, abrange a organização e disposição no espaço, sendo revelada por intermédio das contraposições: englobante vs. englobado, baixo central vs. periférico esquerdo vs. direito etc. A categoria matéria consiste nas manifestações de corporalidade e materialidade, como os contrastes e combinações de pinceladas contidas vs. soltas, descendentes vs. ascendentes, diluídas vs. pastosas, rarefeitas vs. saturadas etc. Esta última é mais pertinente nos estudos de artes plásticas e, portanto, não será considerada em nossa análise.

Em nossa análise da propaganda, utilizaremos, de modo complementar, o percurso gerativo do sentido e as categorias metodológicas propostas pela semiótica sincrética, sobretudo aquelas voltadas para o estudo da expressão visual.

#### 4. Sincretismo na propaganda dos eletrodomésticos Wanke

A Wanke é uma indústria de eletrodomésticos fundada por um imigrante austríaco em 1918. Iniciou a sua história em Santa Catarina, fabricando máquinas agrícolas. Em 1960 implementou a produção de máquinas de lavar e posteriormente de outros eletrodomésticos. Atualmente, comercializa seus produtos em todo o Brasil. Ainda segundo o *site*<sup>1</sup>, quer ser conhecida como uma empresa versátil, moderna que propicia orgulho e felicidade por meio de simplicidade, inovação, qualidade, entre outras visões. A empresa faz uso do suporte digital para divulgar seus produtos e representantes de venda, além de atender seus consumidores. No portal *web* da Wake, é possível encontrar diversos painéis de propaganda que se movimentam de forma dinâmica. Estes materiais também são utilizados para suportes como *outdoor*, *e-mail*, *banner*; entre outros. Em sua maioria, as propagandas são constituídas de linguagem verbal e não verbal e trazem um conteúdo apelativo reforçado pelos valores adotados pela companhia. Extraímos na plataforma a propaganda eleita como objeto de estudo deste trabalho. Vejamo-la abaixo.

---

1. Disponível em: <http://www.wanke.com.br/>



**Figura 2: Propaganda de máquina de lavar;**

Fonte: <http://www.wanke.com.br/>. Acesso em 21 de agosto de 2020.

Observa-se o uso de duas materialidades: verbal e não verbal. A primeira no slogan “QUALIDADE QUE LAVA POR GERAÇÕES” e na logomarca que traz as frases: “eletrodomésticos Wanke, Faz de Verdade”. A segunda nas imagens justapostas, de um lado o que parece ser uma sala com um estilo clássico e, do lado oposto, outra com estilo moderno. No centro há uma máquina de lavar em interseção entre os dois cenários. Podemos inferir que continuidade e descontinuidade constituem a oposição do nível fundamental do percurso gerativo de sentido.

No nível narrativo, podemos estabelecer que o sujeito ao entrar em conjunção com o objeto máquina também entrará com o valor qualidade que perpassa os limites do tempo e gerações.

A narrativa de transformação de tempo e espaço, mas de permanência de um objeto em consequência da característica qualidade é reforçada também no nível discursivo, com a representação de dois estilos – de um lado, papel de parede, relógio de madeira, piso, tudo em estilo clássico; de outro, uma escrivaninha multifuncional branca com objetos de igual cor, poltrona com *design* arrojado nas cores branca e laranja, a parede em tom de azul, enquanto a almofada aglutina as cores do ambiente moderno. Ao centro, na continuidade entre os dois ambientes, o antigo e o novo, verifica-se a máquina de lavar, um produto de qualidade.

No plano de manifestação verbal, teremos as cores da logomarca, que somatizam todas as cores do lado direito. Já o *slogan* no lado esquerdo se projeta para frente e perpendicularmente para o lado direito e geometricamente concorrente à logomarca. Observa-se um maior destaque aos conceitos relacionados ao atual, também presente nos verbos “lava” e “faz”. As correspondências no plano de manifestação e de conteúdo terão as correlações apresentadas abaixo.



**Tabela 1: Correspondência entre as categorias de análise**

	Plano de expressão	Plano de Conteúdo
Clássico - antigo	<b>Esquerda</b>	<b>Passado</b>
Moderno - moderno	<b>Direita</b>	<b>Presente - Futuro</b>
Clássico e moderno	<b>Central</b>	<b>Permanência</b>

Elaborada pelas autoras

Percebe-se a partir da leitura das tabelas acima que o plano de conteúdo converge com o plano de expressão, tanto nas cores quanto na escolha dos objetos, sendo a lavadora o objeto que representa a permanência na transição entre os dois tempos e conceitos. Observando mais detalhadamente o plano de expressão, na dimensão cromática, estabelecem-se dois cenários distintos a partir da oposição de cores. No cenário clássico, temos uma composição de cores de uma mesma base que se reflete nas gradações de marrom. Isso reforça a ideia do antigo a partir da não inovação com poucas possibilidades de tons diferentes. Opondo-se a isso, o cenário moderno traz diferentes cores e tons que se manifestam no azul da parede e nas duas tonalidades de laranja que estão entre o piso e a poltrona, além dos detalhes na cor branca. Outra referência de oposição nessa categoria é a opacidade do piso no cenário antigo *versus* o reluzente e brilhoso piso moderno.

Na dimensão eidética, vemos o predomínio do retilíneo na composição do cenário antigo, com formas planas e poucos objetos. Os formatos geométricos predominantes no piso e parede são quadrados, o que nos remete ao que é mais antiquado. Já na composição do cenário moderno, o curvilíneo predomina e os formatos mais arredondados aparecem. A poltrona de desenho moderno é o elemento que mais traz a voluptuosidade na forma, enquanto as linhas retas na parede e piso dialogam com o outro cenário, ao lado, gerando um efeito de intersecção entre os dois cenários.

Ao partir para dimensão topológica, podemos notar que a lavadora ocupa o centro da imagem, pois é o elemento de intersecção entre os dois cenários, dialogando com a ideia do slogan, que une o antigo ao moderno rompendo gerações. Para reforçar a distinção dos cenários, no clássico, temos o fundo central vazio de objetos e mobília, enquanto no cenário moderno, a mobília ocupa o centro da imagem ao fundo.

Assim, podemos perceber que a distribuição das cores, das formas e dos objetos dialogam com a expressão verbal do texto, por isso os elementos que formam os planos de expressão e conteúdo devem ser entendidos como conjuntos de um mesmo texto, produzido para determinados fins, sobretudo o fim da persuasão. As cores, as formas e os objetos são distribuídos de maneira que reforçam a ideia do texto. As linhas retas, os objetos planos conversam com as gradações da cor marrom, de maneira que compõem o cenário antigo. O leque maior de tons, as formas voluptuosas conversam com a distribuição horizontal dos objetos, compondo o cenário moderno. Esses dois cenários são postos em oposição, mas ligados por um elemento, que se encontra no centro da imagem: a máquina de lavar, elemento de modernidade que se une à qualidade da marca, evidenciada através das gerações que atingiu e seu tempo no mercado.

## 5. Proposta de Sequência Didática

Escolhemos os princípios de abordagem da sequência didática para guiar o desenvolvimento das atividades por se adequar às concepções mais atuais e que acreditamos sobre uso dos gêneros discursivos em sala de aula, de forma que os recursos linguísticos e semióticos são explorados sem apagar o texto em sua prática social e em seus contextos de produção e de uso. Essa abordagem possibilita ao aluno refletir e aprender sobre os recursos linguísticos, textuais e comunicativos de maneira ativa e mais autônoma, à medida que ele é convocado a elaborar seus próprios textos, colocando em prática os conhecimentos adquiridos.

As etapas da sequência didática poderão ser distribuídas em diferentes aulas sucessivas, sendo a quantidade de aulas subjetiva para cada professor e turma. Assim, seu desenvolvimento terá por objetivo aprimorar as habilidades de leitura e de escrita do gênero propaganda e de textos verbo visuais que compõem diversas tipologias e gêneros. Os recursos a serem utilizados são: material multimídia (TV, *datashow* ou computadores para os estudantes), impressões dos anúncios e lousa. A sequência encontra-se organizada da seguinte forma: apresentação da situação com produção inicial; módulo 1; módulo 2 e, por último, a produção final.

### 5.1. Apresentação da situação e produção inicial

Primeiro, será apresentada a situação de produção textual em que os alunos, ao fim do último módulo, formados por grupos de 3-4, deverão construir uma propaganda com o objetivo de persuadir os alunos da série anterior de sua escola.

Nesse primeiro momento, teremos a apresentação da imagem da *Figura 1*, para que os alunos se aproximem do gênero. Por meio de perguntas, eles serão estimulados a expor sua experiência com o gênero, em quais meios são observados sua propagação, quais suas impressões, qual a presença e influência do mesmo no seu cotidiano. Avaliaremos o momento com a observação das falas dos presentes. Após essa primeira aproximação com o texto, os alunos deverão organizar suas ideias e responder questões propostas a partir do seguinte questionário, que servirá de base para a produção final do texto realizada pelos alunos:

1. Pense e escolha um produto para ser apresentado em um anúncio.
2. Qual o seu público-alvo? Quais as suas características e o que o atrai?
3. Você fala como um vendedor ou um narrador?
4. Qual a função do *slogan* no anúncio?

Com essas questões, o aluno é conduzido a formar imagens sobre o que trata o texto, o destinatário, sua posição e sobre a finalidade do texto. Conforme elucida Dolz (2004, p. 98) “esta etapa permite ao professor avaliar as capacidades já adquiridas e ajustar as atividades e exercícios previstos na sequência às possibilidades e dificuldades reais de uma turma”. Dessa forma, podemos situar o nível de habilidades da turma sobre o

desenvolvimento e compreensão do gênero textual abordado, ao observar as dificuldades e habilidades apresentadas nessa atividade.

Nessa fase inicial, os alunos também devem ter uma noção mínima sobre os conteúdos propícios ao gênero trabalhado para que possam desenvolver seus próprios conteúdos para a produção textual. Por isso, a importância do debate, do levantamento de questionamentos e da demonstração com um exemplo de anúncio. Ao fim da aula, os alunos serão orientados a fazer pesquisas em casa ou na biblioteca da Escola sobre diferentes peças publicitárias: panfleto, anúncios para jornais/ *internet*, *banner*, cartaz e propaganda de rádio. Será pedido que eles observem as diferenças entre cada uma, dos seus meios de circulação à forma e conteúdo.

## 5. Módulo 1

O *site* do qual a propaganda foi extraída será projetado em um televisor ou com uso de *datashow*. Efetuaremos uma leitura silenciosa das imagens apresentadas e posteriormente, os alunos terão uma demonstração de leitura de imagens, sendo guiados a perceber os elementos que a constituem, a partir das diferentes dimensões do plano de expressão (cores, formas e distribuição dos elementos). Em seguida, destacaremos apenas a imagem da *figura 2*, a qual foi analisada no tópico anterior e então algumas questões serão levantadas para guiar a execução da atividade individual: a) Quais elementos marcam uma distinção entre os dois cenários apresentados? b) Há uma relação entre as cores? Se sim, o que ela significa? c) Há um diálogo entre as cores, as formas e o texto verbal da propaganda? d) De que forma os elementos do texto colaboram para atender às intencionalidades do gênero publicitário? e) Quais estratégias utilizadas para persuadir o público podem ser visualizadas nas imagens?

Desse modo, os alunos são guiados a perceber a organização e a composição dos elementos figurativos do plano de expressão. Questionado sobre a relação entre as cores e o significado dessa relação, o aluno parte da dimensão cromática para estabelecer uma relação de sentido de oposição. Por isso, a leitura deve ser guiada para que o aluno perceba que, de um lado, predominam gradações de marrom em uma mesma base, e de outro, predominam cores diferentes manifestadas no azul da parede e nas tonalidades de laranja para estabelecer cenários opostos na imagem. O questionamento sobre a disposição dos objetos na imagem, como a identificação de determinado elemento e seu efeito de sentido, traz a reflexão sobre os efeitos da dimensão topológica na dimensão de sentido discursivo. Nesse caso, o aluno deve ser guiado para a interpretação das disposições dos objetos na *figura 2* em questão, na qual temos a lavadora ocupando o centro da imagem, estabelecendo um significado de intersecção entre dois cenários destoantes.

Assim, este módulo enfatiza a atividade de reflexão sobre o plano de expressão para que o aluno desenvolva as habilidades de leitura das imagens necessárias para compreender esse gênero e sua organização visual. Dessa forma, os alunos são guiados a uma leitura atenta às especificidades do texto multissemiótico no gênero anúncio publicitário, as quais passam despercebidas muitas vezes sem a devida condução do professor no momento de leitura. O levantamento das questões é crucial para o debate sobre a constituição do texto

a partir dos elementos verbais e visuais explorados, que servirão para o melhor uso desses recursos e para a criação dos conteúdos dos anúncios que serão produzidos por eles.

## 6. Módulo 2

Organizados em grupos, os alunos discutirão entre si as possibilidades de leitura sobre o conteúdo do anúncio da figura 2, seu tema, sua intencionalidade, seu público alvo, além de responder às questões que suscitam reflexões sobre os recursos linguísticos: a) Quais os verbos utilizados nos textos e em qual tempo se encontram? b) Quais os efeitos de sentido convocados pelo *slogan*? c) Nas frases, as características do produto são expressas de forma positiva? Quais palavras podem exemplificar isso? Para avaliação, os alunos irão elaborar justificativas para as conclusões e questões discutidas em seu grupo, as quais deverão ser entregues escritas. Segundo Dolz (2004, p.104)

As atividades de observação e de análise de textos – sejam orais ou escritos, autênticos ou fabricados para pôr em evidência certos aspectos do funcionamento textual – constituem o ponto de referência indispensável a toda aprendizagem eficaz da expressão.

Logo, nessa etapa, os alunos podem efetuar uma leitura mais autônoma e discutir as especificidades do anúncio a partir de um exemplo demonstrado e existente em uma prática social como gênero de texto, além de refletir sobre como os recursos da língua são utilizados para a persuasão de um público. A partir das trocas em grupo, ampliam-se as possibilidades de leitura das perspectivas do texto. Tudo isso servirá de base para suas próprias produções.

## 7. Produção final

Ainda em grupos, os alunos irão produzir seu próprio anúncio publicitário com base em algumas questões e delimitações que irão guiá-los, a partir da situação inicial. Os alunos devem decidir qual será o suporte em que será veiculado o anúncio: televisão, revista ou *internet*.

Nessa etapa, os alunos também são convocados a refletir sobre os planos de expressão e de conteúdo de forma conectada, pois compreendemos que a expressão e o conteúdo se unem em uma enunciação única para compor o texto sincrético. Conforme elucida Teixeira (2008, p.179) “Rejeita-se, preliminarmente, a ideia de que, num texto sincrético, haveria uma enunciação para cada sistema envolvido; o que se considera é a estratégia global de comunicação sincrética que gera o discurso manifestado.”

Após a escolha do produto deliberada entre o grupo, será posta a seguinte situação para guiá-los na produção: pense que você trabalha em uma empresa de publicidade e propaganda e deve criar um anúncio que chame a atenção e convença seu público (composto pelos alunos da série anterior) a adquirir este produto ou minimamente se interessar por ele. Algumas questões são cruciais para a sua produção:

1. Qual o produto escolhido?
2. Em qual suporte o anúncio será veiculado?
3. Defina as qualidades do produto que você pretende explorar.
4. Crie um cenário com texto verbal e não verbal.
5. Crie um *slogan*, além de um texto curto que possa convencer seu enunciário.
6. Quais seriam as correspondências destes recursos com o conteúdo que deseja comunicar?
7. Quais os principais recursos expressivos utilizados?

Nessa etapa final, os alunos podem pôr em prática as noções e os recursos explorados e debatidos ao longo dos módulos. A delimitação de situações específicas facilita para que o aluno possa pensar o texto e desenvolver determinadas habilidades, servindo de guia orientador, além de trazer uma situação prática como acontece na produção e constituição dos gêneros textuais, compreendidos e delimitados a partir de suas necessidades específicas e práticas sociointerativas. Com isso, o professor pode também realizar avaliações e compreender o nível e necessidades dos alunos, além da eficácia da aplicação das atividades em módulos.

As possibilidades de leitura, questões e conclusões levantadas pelos grupos de alunos durante a execução serão debatidas oralmente com toda a turma para um melhor aproveitamento e auxílio mútuo.

## **8. Considerações Finais**

Essas atividades foram elaboradas tendo em vista o desenvolvimento das habilidades de leitura e produção textual, a partir dos recursos linguísticos e semióticos que compõem o anúncio publicitário. Seu desenvolvimento é necessário para a compreensão dos usos desses recursos para finalidades práticas e sociais, nas quais se inscreve o texto como gênero, e para a prática de escrita mais consciente e articulada textualmente. O foco nas estratégias de persuasão que compõem o anúncio abrange a reflexão sobre os elementos verbais e visuais de forma que são compreendidos em uma unicidade de sentido produzido para uma mesma finalidade. O trabalho de gêneros midiáticos e jornalísticos é fundamental para promover um ensino que possibilite, ao aluno, a ampliação de seus horizontes de expectativas, bem como de sua criticidade e consciência em relação ao uso da língua nas dimensões social, comunicativa e textual.

Através da análise demonstrada, percebe-se no gênero propaganda uma composição multissemiótica que engloba aspectos verbais e visuais ricos para análise e trabalho em sala de aula. Esses aspectos, apesar de compor diferentes planos, constroem o texto em uma unidade de sentido criando uma aproximação entre os planos de expressão e de conteúdo a fim de um convencimento, considerando as finalidades de produção desse gênero textual. Os fundamentos semióticos nos trazem uma interpretação que abarca a compreensão desses planos de maneira interligada. Compreendendo o texto em sua multissemioticidade, o aluno pode compreender a língua como um sistema semiótico próprio das práticas de interação

social, as quais envolvem signos para sua atividade de produção de sentidos. Assim, as diferentes dimensões que compõem a produção de sentidos são contempladas de forma a possibilitar letramentos múltiplos, o que reflete uma tendência orientada pelos documentos oficiais para o ensino de língua materna.

A proposta de ensino com sequência didática possibilita a abordagem mais diversificada dos gêneros discursivos, pois atividades distintas são praticadas de forma que também permite o aprimoramento de diversas habilidades. Através dos módulos, diferentes níveis de habilidades são trabalhados. A compreensão de que o ensino de conteúdos e desenvolvimento de atividades deve se dar em etapas é essencial no respeito ao processo de apreensão das habilidades e desenvolvimento das competências necessárias para alunos de cada nível.

A análise do texto de propaganda nos auxiliou a compreender o texto como uma unidade sincrética e como as diferentes dimensões são articuladas de modo a atender as finalidades e intenções do seu gênero textual. Para convencer o leitor, as cores são direcionadas para o mesmo efeito causado pela distribuição das linhas e das formas, reiterando os sentidos do plano verbal. Tomado o contexto mercadológico da produção de textos de propaganda, suas funções e usos podem ser compreendidos abarcando a concepção interacionista de texto e de linguagem. Essa abordagem metodológica, que toma o texto em seu sincretismo e aspectos de interação social, pode trazer ao aluno uma compreensão mais expandida e crítica dos recursos expressivos.

## 9. Referências

BRASIL. BNCC. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/>. Acesso em 29 jun. de 2020.

BRASIL. Câmaras dos Deputados, Coordenação Edições Câmara. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional:** lei nº 9.394/96, de 20/12/96, art.9, IV. Brasília: 2019. Disponível em: <http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/559748>. Acesso em 29 jun. de 2020.

BRASIL. SECRETARIA DE EDUCAÇÃO FUNDAMENTAL. **Parâmetros Curriculares Nacionais: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: introdução aos parâmetros curriculares nacionais** / Secretaria de Educação Fundamental. – Brasília: MEC/SEF, 1998. 174 p

DOLZ, Joaquim. Gêneros orais e escritos na escola. São Paulo: Mercado de Letras, 2004.

FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação**. São Paulo, Contexto, 1996.

FIORIN, José Luiz. **Elementos da Análise do Discurso**. 9 ed. – São Paulo, Contexto, 2000.

TEIXEIRA, Lúcia. **Para uma metodologia de análise de textos verbovisuais**. In: OLIVEIRA, A. C. M. A e TEIXEIRA, Lucia (Orgs.). **Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética**. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009. P. 41-77

TEIXEIRA, Lucia. **Achados e perdidos: análise semiótica de cartazes de cinema**. In: LARA, Gláucia Muniz Proença; MACHADO, Ida Lucia; EMEDIATO, Wander (orgs.). **Análises do discurso hoje**. Vol. 1., Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 2008.