

A construção do sentido em um texto multimodal: análise de anúncio publicitário divulgado na internet¹

Ângela Maria Pereira²

Luzia Bueno³

Resumo

Este artigo visa a apresentar o resultado da análise de um exemplar de anúncio publicitário veiculado na internet, que teve como foco a construção de sentido em um texto multimodal. A investigação insere-se em uma pesquisa de doutorado que está sendo realizada no Programa em Educação da Universidade São Francisco, Itatiba/SP e que tem como objetivo maior subsidiar a elaboração de materiais didáticos para o ensino de gêneros textuais. O trabalho, ancorado principalmente no quadro teórico do Interaçionismo Sociodiscursivo – ISD – (Bronckart, 1999/2003, 2006a), apoia-se ainda em Bakhtin (1992/2003), na teoria de Kress e van Leeuwen (1996/2006) sobre a Gramática do Design Visual (GDV) e nas contribuições de Leal (2011), que propõe o modelo de análise Semiótico Sociointeracional. Os resultados apontaram que prevalece, no material analisado, a presença de imagens como meio de persuasão, ainda que a produção de sentido tenha acontecido a partir da integração de elementos verbais e não verbais em um todo coerente.

Palavras-chave: Interaçionismo Sociodiscursivo; Anúncio publicitário; multimodalidade

1 Pesquisa financiada pela CAPES.

2 Professora de língua portuguesa - Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, mestre em Linguística Aplicada e doutoranda em Educação pela Universidade São Francisco. E-mail: angela.estiva@yahoo.com.br

3 Professora do Programa de Pós-Graduação da Universidade São Francisco, mestre e doutora em Linguística Aplicada. E-mail: luzia.bueno@usf.edu.br

The construction of meaning in a multimodal text: analysis of an advertisement posted on the Internet

La construcción del sentido en un texto multimodal: el análisis de un anuncio publicitario publicado en internet.

Abstract

This paper aims to present the result of the analysis of an advertisement copy posted on the Internet. The analysis examined the construction of the meaning in a multimodal text. The research is inserted in a doctoral research conducted in the Education Program at *São Francisco University*, in Itatiba/SP, and it has as its main objective to give support to the development of teaching materials for teaching text genres. The work is anchored on the theoretical framework of the Socio-discursive Interactionism - SDI - (Bronckart, 1999/2003, 2006a), and it is based on Bakhtin (1992/2003), on the theory developed by Kress and van Leeuwen (1996/2006) on Grammar of Design Visual (GDV), and on the contributions of Leal (2011), who proposes the Socio-Interactional Semiotic analysis model. The results showed that in the analyzed material it is prevalent the presence of images as a means of persuasion, even though the production of the meaning has been developed from the integration of verbal and non-verbal elements in a coherent whole.

Keywords: Socio-discursive Interactionism; Advertising; Multimodality

Resumen

Este artículo presenta el resultado del análisis de un ejemplar de anuncio publicitario divulgado en internet, donde se analizó la construcción de sentido en un texto multimodal. La investigación es parte de un estudio de doctorado que se está realizando en el programa de Educación de la Universidad São Francisco, Itatiba/SP y tiene como objetivo principal subsidiar la elaboración de materiales didácticos para la enseñanza de géneros textuales. El trabajo está ligado principalmente con el cuadro teórico del Interaccionismo Sociodiscursivo – ISD (Bronckart, 1999/2003, 2006a), se apoya en Bakhtin (1992/2003), en la teoría de Kress y Van Leeuwen (1996/2006) sobre la Gramática del Diseño Visual (GDV) y en las contribuciones de Leal (2011), que propone el modelo de análisis Semiótico SocioInteraccional. Los resultados indican que en el anuncio prevalecen las imágenes como medio de persuasión, aunque la producción de sentido se haya realizado a partir de la integración de elementos verbales y no verbales en un todo coherente.

Palabras llaves: Interaccionismo Sociodiscursivo, anuncio publicitario, multimodalidad

Introdução

É cada vez maior o envolvimento das pessoas com o mundo digital, que é impregnado de textos nos quais palavras e imagens se integram para atingir propósitos comunicativos, tais como informar e induzir ao consumo. Segundo os criadores da Gramática do Design Visual (doravante GDV), “[...] qualquer texto cujos significados são realizados através de mais de um código semiótico é multimodal [...]” (Kress; Van Leeuwen, 1996/2006, p. 177, tradução nossa). Consideramos que essa multimodalidade deve ser abordada em pesquisas acadêmicas e, conseqüentemente, no contexto escolar.

Este artigo, que está inserido em uma pesquisa de doutorado em andamento, visa a analisar justamente como ocorre a produção de sentido em um exemplar de texto multimodal do gênero anúncio publicitário, observando aspectos verbais e imagéticos. O trabalho aqui desenvolvido fundamenta-se, principalmente, no quadro teórico do Interacionismo Sociodiscursivo – de agora em diante ISD – (Bronckart, 1999/2003, 2006a), uma posição epistemológica que evidencia uma postura sobre o desenvolvimento humano e sobre a linguagem.

Ancora-se, ainda, nos conceitos de Bakhtin (1992/2003) sobre linguagem e gênero discursivo, nas contribuições de Kress e van Leeuwen (1996/2006), que propõem a criação da GDV e nas contribuições de Leal (2011), que desenvolve uma investigação na qual propõe um modelo de análise de textos do gênero cartoon, baseando-se na união entre as teorias do ISD e da GDV.

Com relação ao exemplar de anúncio escolhido para objeto de análise deste trabalho, queremos esclarecer que o mesmo faz parte do *corpus* constituído para a produção de uma tese de doutorado. Pretende-se, nesta pesquisa maior, realizar uma investigação, utilizando-se de textos multimodais do gênero anúncio publicitário que são veiculados na internet, a fim de dar subsídios para a elaboração de materiais didáticos para o ensino de gêneros textuais. A opção por esse tipo material como foco de estudo deveu-se ao fato de se julgar fundamental atualmente o desenvolvimento de pesquisa educacional voltada ao trabalho com textos nos quais o imagético e

o verbal encontram-se presentes e que são divulgados na mídia digital. Através do gênero escolhido, podemos abordar esses aspectos que consideramos relevantes no mundo educacional institucionalizado.

Para a apresentação de nosso trabalho, são utilizadas três seções. A primeira ocupa-se do quadro teórico, a segunda evidencia a metodologia utilizada e apresenta os resultados da análise e a terceira seção expõe as considerações finais.

O percurso teórico da investigação

Nesta seção, explicitaremos, resumidamente, o percurso teórico no qual se fundamentou nosso trabalho. Vamos expor a perspectiva teórica de Bronckart (1999/2003, 2006a) sobre o agir humano e o agir de linguagem e sobre a organização do texto, bem como seu contexto de produção. Citaremos também a concepção de Bakhtin (1992/2003) a respeito dos gêneros discursivos. Abordaremos ainda a teoria de Kress e van Leeuwen (1996/2006) sobre a Gramática do Design Visual e a contribuição de Leal (2011) no que se refere à junção das teorias do ISD e da GDV na elaboração de um modelo para análise textual.

As contribuições de Leal (2011) também foram utilizadas por Melão (2014) em uma pesquisa que objetivou estudar o ensino aprendizagem do francês língua estrangeira por meio da elaboração de uma sequência didática e da produção de textos do gênero textual anúncio publicitário. Melão (2014), a fim de analisar a linguagem não verbal presente nos anúncios publicitários, visando à elaboração de seu modelo didático, apoia-se na união das duas bases teóricas que são propostas por Leal (2011). Dessa forma, consideramos que o modelo de análise Semiótico Sociointeracional tem se mostrado um instrumento eficiente para análise de textos que contêm elementos verbais e não verbais.

O Interacionismo Sociodiscursivo

Apoiando-se nos trabalhos de Vygotski, Bakhtin/Volochinov, Marx, o Interacionismo Sociodiscursivo defende a importância da linguagem no desenvolvimento humano e social.

Para explicitar o papel da linguagem, Bronckart (2006a) inicia discutindo sobre o agir humano. Para o autor (2006a), o termo *agir* tem um sentido genérico: nomeia todo comportamento ativo de um organismo. Todas as espécies mostram a existência de maneiras de agir socializado e comunicativo, mas, aparentemente, a espécie humana é a única a ter operacionalizado um agir comunicativo verbal, através da mobilização de signos verbais organizados em textos. No que se refere a essa espécie, então, pode-se fazer uma distinção entre um agir não verbal (agir geral), presente em atividades de nutrição, por exemplo, e um agir verbal (agir de linguagem).

Bronckart (2006a) afirma ainda que, assim como o agir geral humano, o agir de linguagem também pode ser apreendido sob o ângulo coletivo, isto é, as atividades de linguagem, que são diversificadas e dependem do tipo de atividade geral ao qual estão relacionadas. A ação de linguagem é uma parte da atividade de linguagem, que tem como correspondente empírico/linguístico o texto, sempre resultado de um processo de adoção e adaptação de um dado gênero textual.

A concepção de gênero apresentada por Bronckart (1999/2003) e adotada neste trabalho está de acordo com a teoria bakhtiniana sobre gêneros discursivos. Segundo Bakhtin (1992/2003), todos os diferentes campos da atividade humana estão ligados à utilização da linguagem e multiformes são o caráter e as maneiras desse uso, assim como multiformes são os campos da atividade humana.

Ainda de acordo com Bakhtin (1992/2003), o emprego da língua realiza-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, pronunciados pelos integrantes de um campo da atividade humana. Esses enunciados reproduzem as condições peculiares e os propósitos de cada referido campo pelo conteúdo (temático), pelo estilo da linguagem (seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua) e pela construção composicional. “[...] cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os quais denominamos *gêneros do discurso*.” (Bakhtin, 2003, p. 262, grifo do autor).

Seguindo essa perspectiva, acreditamos que, através de uma ação de linguagem e dentro de certa esfera de atividade, como a publicitária, por exemplo, podemos agir e, assim, transformar, ou não, o mundo que nos rodeia. Desse modo, torna-se relevante, na educação, haver trabalhos com os gêneros publicitários, mas para isso, é preciso também um suporte analítico que instrumentalize o professor para que possa ir além da mera exploração do conteúdo temático de um texto.

No ISD, Bronckart (1999/2003) elabora um modelo de análise que tem sido usado para a preparação de várias intervenções didáticas, como podemos ver em Machado (2004), Guimarães-Santos (2012), Scaransi et al (2012ab).

Esse modelo de análise textual trata da situação de ação de linguagem e da arquitetura interna dos textos (conteúdo temático, tipos de discurso, eventuais tipos de sequências e mecanismos de textualização e enunciativos). Acreditando que uma melhor compreensão desses conceitos pode colaborar na percepção do jogo textual presente no anúncio estudado, vamos, a seguir, apresentar concisamente a concepção defendida por Bronckart (1999/2003) sobre o texto e sua organização. Observamos que não mencionaremos aqui os tipos de sequências, pois esses modos de planificação de linguagem não foram identificados no objeto de averiguação neste trabalho.

Situação de ação de linguagem é uma expressão geral que nomeia as propriedades dos mundos formais (físico, social e subjetivo) capazes de influenciar a produção textual. Nessa produção, o agente mobiliza representações sobre os três mundos, seja como contexto da produção, seja como conteúdo temático ou referente.

“O **contexto de produção** pode ser definido como o conjunto dos parâmetros que podem exercer uma influência sobre a forma como um texto é organizado”. (Bronckart, 1999/2003, p.93, grifo do autor). Dois desses conjuntos recebem destaque: o primeiro refere-se ao mundo físico (lugar e momento de produção, emissor e receptor) e o segundo, ao social ou subjetivo (lugar social, posição social do emissor e do receptor, objetivo).

O conjunto das informações explicitamente evidenciadas em um texto é denominado de conteúdo temático. Por serem semiotizados, os conhecimentos presentes em um texto organizam-se em mundos discursivos, cujas coordenadas são diferentes das do mundo ordinário, no qual a ação do agente é realizada.

Para Bronckart texto é **“toda unidade de produção de linguagem** que veicula uma mensagem linguisticamente organizada e que tende a produzir um efeito de coerência sobre o destinatário.” (1999/2003, p.71, grifo do autor). Como os contextos sociais são muito diversos, diferentes espécies de textos foram elaboradas no decorrer da história. Dessa forma, a organização dos gêneros é apresentada, aos usuários de uma língua, na forma de uma nebulosa comportando pequenas ilhas mais ou menos estabilizadas. Bronckart (1999/2003) adota a expressão gênero de texto em vez de gênero de discurso, por julgar que todo texto se inscreve em um conjunto de textos ou em um gênero.

O intertexto consiste no conjunto de gêneros de textos elaborados pelas gerações precedentes. Esses gêneros são indexados, ou seja, possuem um ou mais valores de uso, de forma que, em dada formação social, um gênero é tido como mais ou menos pertinente para uma determinada situação de ação. A atividade de linguagem fundamenta-se na criação de mundos virtuais. Os mundos representados pelos agentes humanos denominam-se de mundo ordinário e os mundos virtuais criados pela atividade de linguagem, mundos discursivos.

Os mundos discursivos constroem-se com base em dois subconjuntos de operações. As primeiras explicitam a relação existente entre as coordenadas gerais organizadoras do conteúdo temático de um texto e as coordenadas gerais do mundo ordinário em que se desenvolve a ação de linguagem da qual o texto se origina. Com relação às operações de construção das coordenadas gerais organizadoras do conteúdo temático que é mobilizado em um texto, duas são as possibilidades: ou elas apresentam-se como disjuntas das coordenadas do mundo ordinário da

ação de linguagem (fatos narrados), ou elas são apresentadas como conjuntas (fatos expostos).

As segundas operações referem-se, mais particularmente, ao relacionamento entre, de um lado, as diversas instâncias de agentividade (personagens, grupos etc.) e sua inscrição espaço-temporal, da maneira como são mobilizadas em um texto, e, de outro, os parâmetros físicos da ação da linguagem em curso (agente produtor, possível interlocutor e espaço e tempo de produção).

No que se refere às operações de explicitação da relação com os parâmetros da ação de linguagem em curso, essas também parecem poder ser descritas por meio de uma oposição binária. Ou o texto implica os parâmetros da ação de linguagem, através de referências dêiticas, ou o texto revela uma relação de autonomia com esses parâmetros.

Assim, pode ser estabelecida uma primeira delimitação dos mundos discursivos, em que se combinam dois tipos de distinções: oposição entre a ordem do narrar e a ordem do expor; oposição entre implicação e autonomia. Quatro mundos discursivos são, então, definidos: a) Mundo do expor implicado; b) Mundo do expor autônomo; c) Mundo do narrar implicado; d) Mundo do narrar autônomo.

Esses mundos, como as operações nas quais se baseiam, são identificáveis através das formas linguísticas que os semiotizam. Tem-se, então, quatro tipos de discurso, que podem ser apresentados no seguinte quadro:

		Coordenadas gerais dos mundos	
		Conjunção	Disjunção
		EXPOR	NARRAR
Relação ao ato de produção	Implicação	Discurso interativo	Relato interativo
	Autonomia	Discurso teórico	Narração

Ainda de acordo Bronckart (1999/2003), faremos agora uma sintética caracterização para os tipos de discursos.

Discurso interativo

Mundo discurso conjunto ao mundo ordinário	Presença de frases interrogativas, imperativas e exclamativas
Implicação dos parâmetros físicos da ação de linguagem em curso	Ocorrência de verbos essencialmente no presente e no pretérito perfeito
Existência de anáforas pronominais e de auxiliares	Alta densidade verbal
Existência de verbos, pronomes e adjetivos de primeira e segunda pessoa (singular e plural) exoférico)	

Discurso teórico

Mundo discurso conjunto ao mundo ordinário	Autonomia em relação aos parâmetros físicos da ação de linguagem
Não há referência ao agente- produtor, aos interactantes ou ao espaço-tempo da produção	Ausência de frases não declarativas
Predomínio das formas do presente e ausência quase total de formas verbais no futuro	O presente e o pretérito perfeito possuem um valor genérico
Presença de formas da primeira pessoa do plural e de muitos organizadores com valor lógico-argumentativo	Ocorrência de abundantes modalizações lógicas
Onipresença do auxiliar de modo "poder"	Exploração de procedimentos que foquem certas partes do texto, bem como procedimentos de referência a outros segmentos do texto, ou ao intertexto científico
Ocorrência de muitas frases passivas, de anáforas pronominais, de anáforas nominais ou de procedimentos de referência dêitica intratextual	Densidade verbal baixa/ Densidade sintagmática bastante alta

O relato interativo

Coordenadas gerais disjuntas das coordenadas do mundo ordinário do agente- produtor e dos agentes ouvintes	Explicitação da origem espaço-temporal
Implicação dos parâmetros físicos da ação de linguagem em andamento	Várias unidades linguísticas do segmento de texto referem-se diretamente ao agente- produtor
Inexistência de frases não declarativas	Predominância do passado composto (pretérito perfeito, em português) e o imperfeito
Presença de organizadores temporais (advérbios, sintagmas preposicionais, coordenativos, etc)	Presença de pronomes e adjetivos de primeira e segunda pessoa do singular e do plural
Presença dominante de anáforas pronominais, às vezes agregadas a anáforas nominais	Densidade verbal semelhante à do discurso interativo e, correlativamente, uma densidade sintagmática menor

Narração

Coordenadas gerais do mundo discursivo disjuntas das coordenadas do mundo ordinário	Desenvolvimento de um narrar que implica personagens, acontecimentos e/ou ações
O narrar permanece autônomo em relação aos parâmetros físicos da ação de linguagem	Não há unidade linguística referindo-se diretamente ao agente- produtor
Os personagens colocados em cena são identificáveis, independentemente de se considerar o agente- produtor	Inexistência de unidade referindo-se ao espaço-tempo da produção
Presença apenas de frases declarativas	Predomínio do pretérito simples (para o português, pretérito perfeito) e o imperfeito
Existência de organizadores temporais (advérbios, sintagmas preposicionais, coordenativos) subordinativos, etc.)	Coexistência de anáforas pronominais e de anáforas nominais
A densidade verbal e a densidade sintagmática são médias	

Com relação aos mecanismos de textualização e enunciativos, Bronckart (1999/2003) afirma que são responsáveis por assegurar a unidade e a coerência global de um texto. Os primeiros estão relacionados à progressão do conteúdo temático e podem ser agrupados em três grandes conjuntos: conexão, coesão nominal, coesão verbal. Os segundos (modalizações e vozes) auxiliam no estabelecimento da coerência pragmática do texto, explicitando as diferentes avaliações (julgamentos, opiniões, sentimentos) formuladas sobre um ou outro aspecto do conteúdo temático e as fontes dessas avaliações.

Quanto à coesão verbal, é oportuno acrescentar que é incorporada por Bronckart (2008) à definição e descrição dos tipos de discurso.

A Gramática do Design Visual

Para interpretar os elementos não verbais presentes no material que aqui é foco de análise, buscamos apoio na teoria de Kress e van Leeuwen (1996/2006), os quais, ao abordar formas de comunicação que empregam imagens e ao comentar como os componentes visuais de um texto são organizados e estruturados para a produção de sentido, propõem a Gramática do Design Visual. Os autores afirmam que, assim como as estruturas linguísticas, as estruturas visuais apontam para interpretações particulares de expe-

riências e para formas de interação social. Sendo assim, o modo como algo é expressado tanto visual como verbalmente, é, também, cultural e historicamente específico.

Em sua tese de doutorado, Leal (2011) realiza uma investigação com o objetivo de descrever o gênero textual *cartoon*, caracterizando-o tanto do ponto de vista funcional quanto do formal. Fundamentando-se no ISD, utiliza, entre outras, as contribuições de Kress e van Leeuwen (1996/2006). Sobre a GDV, a autora comenta que

[...] configura-se como um quadro teórico-metodológico, dentro da Semiótica Social, procurando analisar o texto a partir da compreensão do uso dos diferentes modos semióticos com vista a uma interpretação crítica de condutas ideológicas. Para isso, os autores Kress & van Leeuwen (2001) retomam as três metafunções propostas por Halliday (1985), interpessoal, ideacional e textual e as aplicam às análises de textos multimodais, procurando interpretar experiências e formas de interação social dentro de uma perspectiva semiótica (LEAL, 2011, p. 176).

Kress e van Leeuwen (1996/2006) acreditam que o design visual, assim como todos os modos semióticos, cumpre três funções principais.

Para usar os termos de Halliday, toda semiótica cumpre tanto uma função 'ideacional', a função de representar 'o mundo ao redor e dentro de nós' e uma função 'interpessoal', uma função de representar interações sociais assim como relações sociais. Todas entidades de mensagem – textos – também tentam apresentar um 'mundo de texto' coerente, que Halliday denomina a função 'textual [...]'. (KRESS & VAN LEEUWEN, 1996/2006, p. 15, tradução nossa).

Kress e van Leeuwen (1996/2006) baseiam-se no conceito teórico dessas três metafunções e as apresentam, de forma adaptada, para a análise do visual, renomeando-as, conforme nos esclarece Leal:

Para isso, os autores consideram outras três (meta)funções distintas: *representacional*, *interacional* e *composicional*. Os principais elementos que participam, principalmente, na função representacional são chamados de *participantes*. Contudo, os participantes também estarão

presentes quando analisamos as outras metafunções. (LEAL, 2011, p. 176, grifo da autora).

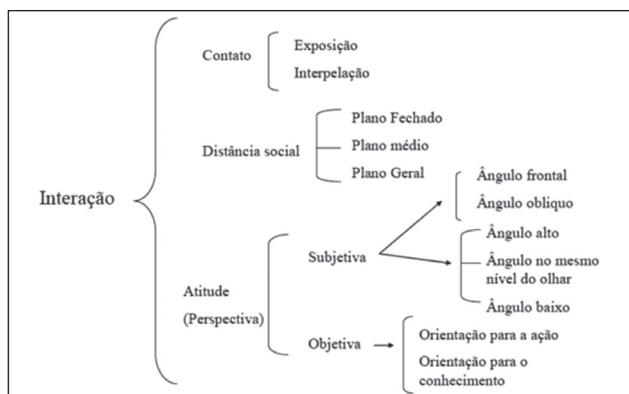
Vamos agora apresentar resumidamente a abordagem da GDV (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996/2006) sobre os participantes do ato semiótico e sobre as três funções supracitadas.

Segundo os autores, existem dois tipos de participantes envolvidos em cada ato semiótico: participantes interativos (participantes do ato de comunicação, que falam e escutam ou escrevem e leem, produzem imagens ou visualizam-nas) e representados (os que constituem o objeto da comunicação: pessoas, lugares e coisas representados na e pela fala ou escrita ou imagem, aqueles sobre quem ou o que estamos falando ou escrevendo ou produzindo imagens).

A função representacional trata dos recursos visuais utilizados para representar interações e relações conceituais entre pessoas, lugares e coisas apresentadas em imagens. As estruturas visuais de representação podem ser narrativas (quando apresentam desdobramentos de ações e eventos, processos de mudança, arranjos espaciais transitórios) ou conceituais (no caso de representar os participantes em sua essência mais generalizada e mais ou menos estável e atemporal). Nesse último caso, a estrutura pode ser classificacional, analítica ou simbólica.

No processo classificacional, a relação é taxonômica: pelo menos um conjunto de participantes irá desempenhar o papel de subordinado em relação a pelo menos um outro participante, o superordenado. No analítico, é apresentada uma estrutura na qual os participantes se relacionam em termos de parte-todo. Há um portador (o todo) e os atributos possessivos (as partes). Já os processos simbólicos dizem respeito ao que um participante significa ou é.

A função interacional refere-se à interação entre o produtor e o observador da imagem. Para facilitar a condução e compreensão desse assunto, forneceremos, na sequência, o esquema apresentado por Leal (2011, p. 190) sobre essa função. Notemos que os termos "exposição" e "interpelação" nele empregados foram, no decorrer deste trabalho, substituídos por "oferta" e "demanda", respectivamente, pois essas são as formas utilizadas segundo as traduções brasileiras. (cf. ALMEIDA, 2008, apud LEAL, 2011, p. 191).



Conforme aponta a figura, a interação é assegurada através de três recursos: contato, distância social e atitude. Há dois tipos de contato, demanda e oferta. As imagens de demanda dirigem-se ao observador diretamente. As de oferta o fazem de forma indireta. Nesse segundo caso, o observador é sujeito do olhar e o participante representado é objeto de análise imparcial do observador.

A distância social refere-se ao enquadramento da imagem e a atitude está relacionada à escolha de um ângulo (ponto de vista), o que pode acarretar a possibilidade de expressar atitudes subjetivas.

Kress e van Leeuwen (1996/2006) também inserem na função interacional a “modalidade”, que é atinente à confiabilidade das mensagens, apontando os seguintes marcadores: cor, contextualização, representação, profundidade, iluminação e brilho.

A terceira função, a composicional, refere-se ao modo como os elementos representacionais e interativos são integrados num todo significativo. Essa integração pode ser percebida por meio de três sistemas inter-relacionados:

- (1) Valor da Informação: a colocação de elementos atribui a eles valores informativos peculiares, acoplados a vários lugares da imagem (esquerda e direita, topo e base, centro e margem).
- (2) Saliência: os elementos são trabalhados para atrair a atenção do espectador (colocação em primeiro plano ou plano de fundo, tamanho, contrastes, nitidez, etc.).
- (3) Moldura: presença ou ausência.

ISD e GDV: uma junção para análise do verbal e do não verbal

Nesta subseção, apresentaremos a proposta de junção do ISD e do GDV feita por Leal (2011). Conforme já comentamos, a autora (2011) realiza, em sua investigação, uma análise de textos do gênero *cartoon* e explica que, apesar de a perspectiva privilegiada para a análise dos textos ser o Interacionismo Sociodiscursivo, o modelo de análise por este apresentado privilegia o verbal, sendo insuficiente para atender às necessidades de análise dos textos multimodais. Também (2011) esclarece ainda que a aproximação dos dois quadros teórico-metodológicos foi possível porque há compatibilidade quanto aos pressupostos epistemológicos sobre textos como práticas sociais.

O modelo de análise proposto por Leal (2011), que serviu de base para a análise efetuada neste trabalho, assume, conforme podemos ver no quadro abaixo, dois tipos principais de contextos. No primeiro, o de produção, já considerado pelo ISD, são retomados os mesmos parâmetros, seja do contexto físico, seja do sociosubjetivo. Foram acrescentados, a essa tabela, a atividade em que o texto é produzido, o gênero selecionado e o suporte.

O segundo contexto, o de recepção, que é acrescentado por Leal (2011), parte do ponto de vista do interpretante, o qual faz o reconhecimento da atividade e do gênero, insere-se em um contexto físico, ocupa um lugar social e estabelece objetivos para a leitura.

Quadro dos contextos

Atividade(s) relacionada(s) Gênero escolhido e Suporte definido	Contexto de Produção	Contexto físico	Lugar de Produção Momento de Produção Produtor e Receptor
		Contexto sociosubjetivo	Lugar social da produção Posição social do produtor e receptor Objetivo(s)
	Contexto de Recepção	Contexto físico	Lugar de recepção Momento de recepção Receptor e Produtor
		Contexto sociosubjetivo	Lugar social da recepção Posição social do receptor e do produtor Objetivo(s)

(LEAL, 2011, p. 202)

Para auxiliar no acompanhamento e compreensão dos resultados apresentados, finalizando esta seção, apresentaremos mais algumas considerações sobre o modelo de análise proposto.

Leal (2011, p. 205) apresenta uma tabela, disponibilizada um pouco adiante, na qual podemos verificar, na primeira coluna, os componentes integrantes do quadro teórico do ISD, na segunda, os da GDV e suas três metafunções e, na terceira coluna, denominada Semiótica Sócio-Interacional, a reunião dos componentes dessas duas teorias. A autora comenta que, nessa junção, conglutinam-se três partes, as quais refletem três tipos de organização.

O primeiro tipo, a Organização Temático-Representacional, refere-se às diversas maneiras de colocar em discurso as representações sociais dos interactantes. Duas formas semióticas são identificadas: verbal (tipos de discurso) e não verbal (tipos de representação: narrativa ou conceitual).

O segundo, a Organização Interacional, abrange os modos de manifestar a interação, seja a nível verbal (vozes do discurso e modalização), ou seja no plano visual (contato, distância social, atitude e modalidade).

E o terceiro tipo, a Organização Estrutural, está ligado diretamente ao modo como o texto é apresentado e à forma como o texto foi construído em seu contexto interno. A Estruturação Verbal envolve os mecanismos de textualização do ISD. A Estruturação Não Verbal envolve valor de informação, saliência e emolduramento.

“Torna-se, pois, patente que a linguagem verbal interage com a linguagem não verbal nos três tipos de organiza-

ção” (LEAL, 2011, p. 206). Vamos, então, conferir essa interação, observando a tabela abaixo.

Tabela com as categorias do ISD, da GDV e com a proposta de Leal (2011)

ISD	GDV	Semiótica Sócio-Interacional
Infra-estrutura: a) Organização Temática b) Organização Discursiva	Representacional: a) Narrativas b) Conceituais	Organização temático-representacional: modos de por em discurso as suas representações sociais: a) Organização Temático Verbal b) Organização Temático Não Verbal
Mecanismos enunciativos: a) Responsabilidade Enunciativa b) Distribuição de Vozes c) Modalidade	Interactiva: a) Contato b) Distância Social c) Perspectiva d) Modalidade	Organização interacional: modos de manifestação da interação: a) Manifestação da interação pelo Verbal b) Manifestação da interação pelo Não Verbal
Mecanismos de Textualização: a) Conexão b) Coesão Nominal	Composicional: a) Valor de Informação b) Saliência c) Estruturação	Organização estrutural: modos de configuração estruturais: a) Estruturação Verbal b) Estruturação Não Verbal

Em um Quadro Global de Análise, Leal (2011, p.212 e 213) apresenta uma visão de conjunto do modelo de análise Semiótico Sociointeracional desenvolvido em sua pesquisa. O quadro evidencia a parte da ação de linguagem e a parte da arquitetura interna dos textos nos modos organizativos. É nele que nos baseamos para descrever os resultados de nossa análise. A maneira como apresentaremos a descrição, bem como os aspectos selecionados, devem-se ao objetivo deste trabalho e ao gênero foco da investigação.

Procedimentos metodológicos e análise do verbal e do não verbal

Como já citado, este artigo insere-se em uma pesquisa de doutorado em andamento. A investigação tem como objeto de estudo um *corpus* constituído por dez exemplares do gênero textual anúncio publicitário, divulgados na mídia digital, selecionados dentre um conjunto de quarenta e dois anúncios que foram coletados no período de 11/11/2014 a 11/02/15, em sites acessados segundo objetivos comuns do dia a dia (estudar, entreter, obter informações diversas etc.), em endereços como, por exemplo, “www.uol.com.br” e “www.aulete.com.br”.

Durante o período em que se coletou o material para análise, realizaram-se, em um sistema na internet, buscas através dos seguintes grupos de palavras: “tênis Nike juvenil” e “Loja Tênis Nike”. No resultado dessas buscas, foram evidenciados vários sites de lojas virtuais que comercializam tênis. Alguns sites dessas lojas, selecionados aleatoriamente, foram acessados diversas vezes. Depois desse acesso, automaticamente, na tela do computador, surgiam os produtos em anúncios.

Procedeu-se, dessa forma, uma vez que se pretendia ver os anúncios que são enviados ao internauta após o sistema identificar um objeto que ele está procurando, ou seja, a propaganda dirigida, que ocorre porque os sites de busca identificam o usuário e coletam dados de sua pesquisa na internet (o site acessado, o objeto pesquisado etc.). Por isso, após a busca, surgem, na tela do computador, produtos semelhantes aos investigados.

Para melhor observar as características textuais, optamos por trabalhar com anúncios referentes a um único tipo de produto (tênis), cuja escolha esteve ligada ao interesse, na pesquisa maior, em fornecer subsídios para elaboração de materiais didáticos referentes a conteúdos trabalhados nos anos finais do ensino fundamental. Tênis é um dos produtos de interesse da clientela dessa faixa escolar.

Escolheu-se a palavra Nike por esta representar, segundo Matias (2014), uma das marcas mais lembradas em nosso país em 2014. Essa informação é apresentada em um encarte da Folha de S. Paulo, Folha Top of Mind, que mostra as marcas mais lembradas pelos brasileiros, segundo pesquisa realizada pelo Datafolha.

No desenvolvimento dessa pesquisa, após a constituição do *corpus*, decidimos efetuar um trabalho voltado para a análise da construção do sentido em textos multimodais, a fim de possibilitar reflexões pertinentes, atreladas tanto à esfera publicitária (inserimo-nos em um mundo do consumo, em que se age também a partir de anúncios) quanto à esfera educacional (faz parte das atribuições do educador tratar de questões relativas ao consumismo na sociedade hoje e às formas verbais e não verbais pelas quais esse assunto é comentado).

Selecionamos, então, um exemplar que contivesse um bom número de elementos (palavras e imagens), para averiguar como se dá essa produção de significado. Consideramos o exemplar escolhido um bom exemplo de texto multimodal. À luz das concepções defendidas no quadro teórico deste trabalho e mediante o modelo de análise Semiótico Sociointeracional proposto por Leal (2011), o exemplar de texto foi examinado.

Antes de expor o resultado da análise, queremos apresentar a imagem examinada, em um recorte (Figura 3) e na tela inteira, como foi salva em documento (Figura 4). Durante o tempo em que o anúncio era observado para que se pudesse ser salvo em documento, houve mudanças na forma como ele era mostrado, revelando a dinamicidade com que, muitas vezes, esse tipo de texto apresenta-se na tela do computador. Essas alterações não serão aqui comentadas. Três imagens foram gravadas (Figura 1, Figura 2 e Figura 3), mas, neste trabalho, em razão do objetivo proposto, apenas a terceira será analisada.



Figura 1

Figura 2

Figura 3

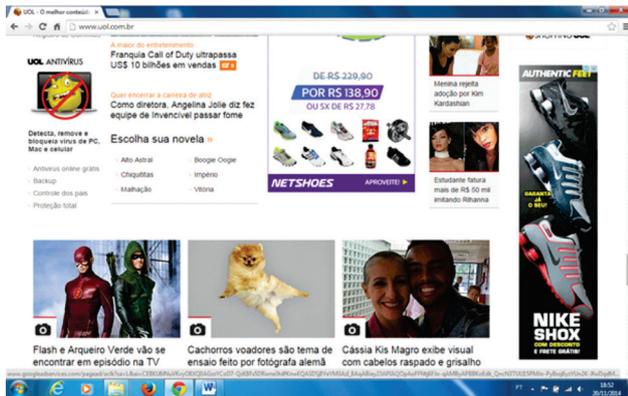


Figura 4
(Fonte das quatro imagens:< www.uol.com.br>)

Com relação aos resultados da análise, começamos discutindo sobre o contexto de produção e de recepção, no qual encontramos, em uma esfera publicitária virtual, produtor (loja virtual Authentic Feet) e receptor (usuário da internet) interagindo através de um texto, cujo suporte é o computador. De um lado, um participante com o objetivo de vender o produto da loja. De outro, um participante possivelmente tentando obter informações sobre aquilo que está sendo anunciado.

Olhando para a organização temático-representacional, notamos, quanto ao modo verbal, um discurso interativo sendo mobilizado através de vários aspectos, como remissão ao interlocutor através do emprego do imperativo e do pronome (“GARANTA”, “SEU”) e alusão ao tempo (“JÁ”). No modo visual, percebemos uma representação conceitual classificacional: o superordenado é inferido através de semelhanças percebidas entre os subordinados; a equivalência proposta entre os subordinados é visualmente realizada por uma composição simétrica; os participantes foram colocados como pertencentes a uma mesma classe.

O produtor coloca em cena elementos que colaboram na busca de adesão do receptor, implicando-o, envolvendo-o, seja por palavras como “seu”, seja pelo modo familiar usado para apresentar os produtos: é um conjunto, uma família onde há igualdade entre seus membros.

Observando a organização interacional, podemos inferir a voz da instância social (empresa) responsável pelo anúncio, pelo modo com que se busca a persuasão do possível consumidor. Ela se apresenta também de forma explícita, através do nome da loja (na parte superior da imagem) que anuncia seu produto (colocado na parte inferior), o tênis da marca divulgada.

Essa voz também lança mão de palavras que têm efeito positivo, considerando o propósito comunicativo do gênero em questão (“COM DESCONTO”/“FRETE GRÁTIS”), e emprega o imperativo com o sentido de orientar o que deve ser feito para que o agir seja de acordo com o que se faz no mundo social, estando em conformidade com as normas em uso (“GARANTA JÁ O SEU!”).

Essa tentativa de direcionamento do agir, pretendido pelo modo verbal, é também buscada pelo imagético: o participante representado é oferecido ao espectador como item de informação, objeto de contemplação (contato de oferta). Há uma sugestão de que o produto está sendo exibido em uma prateleira de loja (no caso, uma loja virtual). Ele é mostrado em um “plano médio”, integralmente, mas sem muito espaço ao redor. É exibido a uma distância próxima, como se o espectador estivesse à sua frente.

O ângulo oblíquo, ao nível do olhar, indica que não há envolvimento, mas existe igualdade entre os participantes. O produto está apenas sendo exibido, mas é acessível ao observador. O uso de cores reais em produtos colocados sobre um fundo irreal traz a evidência e a credibilidade para o cenário de interação. O emprego do amarelo direciona a leitura para determinadas partes muito importantes do anúncio, sob o ponto de vista do produtor.

Por fim, focando a organização estrutural, vemos que os três tênis estão colocados em uma posição de destaque, em primeiro plano, em cores que vão aumentando de intensidade, em busca de uma apresentação mais convincente. Na parte superior, o mais geral, o nome da loja, apresentando os “autênticos” produtos. Na inferior, o mais específico, nome que se refere ao produto. A ausência de molduras acentua a identidade do grupo: os produtos pertencem à mesma marca. Não encontramos os elementos verbais correspondentes a essa organização (de conexão e de coesão). Consideramos que aqui, como de certa maneira em todo o texto, o verbal se cala e o apelo é feito principalmente por imagens.

Observamos, então, que o produtor do texto, que em uma última instância é representado pela empresa (loja), busca constantemente envolver o receptor, utilizando-se tanto de uma linguagem, familiar, concomitante ao agir quanto da integração de recursos verbais e não verbais em um todo coerente, significativo. Há um agir de linguagem revelando um agir humano (o ato de seduzir, de induzir por palavras e imagens). No entanto, faz-se necessário acrescentar que há um predomínio de recursos imagéticos, deixando a desejar o fornecimento de mais informações dos tênis através de palavras. A expressão de características do produto através de meios linguísticos, por exemplo, é deixada de lado.

Esse resultado fornece contribuições à esfera educacional. No que se refere à linguagem, evidencia formas em que conteúdos podem ser codificados, auxiliando na indicação de assuntos adequados para o trabalho escolar, tais como interpretação de estruturas linguísticas e visuais, percepção de objetivos do texto bem como dos recursos utilizados para se conseguir adesão à proposta textual.

Num contexto mais amplo, o resultado aponta para reflexões em torno da necessidade de se abordar, no contexto escolar, a questão do consumo consciente na sociedade hoje, o que pode ser realizado através de práticas envolvendo a linguagem oral.

Considerações finais

No intuito de examinar o modo como ocorre a produção de sentido em um exemplar de texto multimodal do gênero anúncio publicitário, utilizamo-nos dos quadros teóricos do ISD e da GDV e de um modelo de análise que congrega essas duas teorias, o modelo Semiótico Sociointeracional, desenvolvido por Leal (2011), o qual se mostrou capaz de desincumbir a tarefa proposta na investigação.

É apresentado um texto que, devido às características peculiares, é reconhecido como pertencente ao gênero anúncio publicitário. Esse texto, que está ligado a uma atividade humana inserida na esfera publicitária, tem objetivo e características peculiares concorrendo à consecução do propósito comunicativo.

O estudo realizado evidenciou vários aspectos importantes sobre o contexto de produção, sobre mecanismos linguístico-discursivos e imagéticos. A produção de sentido ocorre a partir da exploração de elementos verbais e não verbais, numa busca de integração desses componentes em um todo coerente, a fim de que seja atingida a finalidade comunicativa. Porém, é preciso observar que a presença de imagens prevalece como recurso de indução.

Fica patente, então, as contribuições que as perspectivas teóricas aqui utilizadas podem trazer ao trabalho de análise sobre como se constrói a significação em textos multimodais, bem como a pertinência do modelo de análise Semiótico Sociointeracional, proposto por Leal (2011), para estudo do gênero foco deste trabalho.

Bronckart (2006b, p.20) comenta a necessidade de se realizar pesquisas que tratem da interpretação textual:

O ISD está centrado, com efeito, quase exclusivamente sobre a vertente produção dos

textos, em detrimento de sua recepção, o que constitui indiscutivelmente uma limitação da caminhada em seu estado atual; há, portanto, necessidade de ultrapassar essa situação e empreender pesquisas sobre os mecanismos de interpretação textual.

Consideramos que este texto, ao abordar a compreensão textual de um anúncio publicitário, propiciando reflexões sobre a interpretação de formas comunicacionais codificadas por estruturas linguísticas ou imagéticas, oferece subsídios para a preparação de materiais didáticos que orientem o trabalho com linguagem. E, conforme se defendeu neste artigo, esse trabalho deve acontecer dentro de um determinado gênero textual.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BRONCKART, Jean-Paul. **Atividade de linguagem, textos e discursos**. Por um interacionismo sócio-discursivo. Tradução de Anna Rachel Machado, Péricles Cunha. São Paulo: EDUC, 2003.
- _____. **Atividade de linguagem, discurso e desenvolvimento humano**. Tradução de Anna Rachel Machado e Maria de Lourdes Meirelles Matêncio [et al.]. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2006a.
- _____. Interacionismo Sociodiscursivo: uma entrevista com Jean Paul Bronckart. **Revista Virtual de Estudos da Linguagem – ReVEL**. Vol. 4, n. 6, março de 2006b. Tradução de Cassiano Ricardo Haag e Gabriel de Ávila Othero. Disponível em: < <http://www.revel.inf.br/files/b01f783d362c4965699e1e8c41986767.pdf>>. Acesso em: 14 mar. 2015.
- _____. Genres de textes, types de discours et “degrés” de langue. In: **Texto!** Janvier, vol. XIII, nº 1, 2008. Disponível em: <<http://www.revue-texto.net/index.php?id=86>>. Acesso em: 22 mar. 2015.
- Dicionário online Caldas Aulete. Disponível em: www.aulete.com.br. Acesso em: 13 nov. 2014.
- GUIMARÃES-SANTOS, L. **O gênero itinéraire de Voyage para pensar o agir social no ensino-aprendizagem do FLE**. Dissertação (Mestrado). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.
- KRESS, Gunther & VAN LEEUNEN, Theo. **Reading Images: The Grammar of Visual Design**. 2. ed. New York; Routledge, 2006.
- LEAL, Audria Albuquerque. **A organização textual do gênero cartoon: aspectos linguísticos e condicionamentos não linguísticos**. Tese (Doutorado). Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2011.
- MACHADO, Anna Rachel (Org.); LOUSADA, Eliane; ABREU-TARDELLI, Lília Santos. **Resumo**. São Paulo: Parábola, 2004.
- MATIAS, Alexandre. Desafio do topo. **Jornal Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 out. 2014. Folha Top Mind 2014, 24 ed., p. 41.
- MELÃO, Priscila Aguiar. **O gênero textual anúncio publicitário no ensino de FLE: o desenvolvimento da capacidade discursiva “argumentar” por meio de recursos verbais e visuais**. Dissertação (Mestrado). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <[file:///C:/Users/CLIENTE/Downloads/2014_PrisilaAguiarMelao_VCorr%20\(5\)](file:///C:/Users/CLIENTE/Downloads/2014_PrisilaAguiarMelao_VCorr%20(5).doc)>. Acesso em 1 nov. 2014.
- SCARANSI, Rafaela et al. **Sequências Didáticas do Ciclo I**. 2012a. (Desenvolvimento de material didático ou instrucional - Livro Didático).
- SCARANSI, Rafaela et al. **Sequências Didáticas do Ciclo II**. 2012b. (Desenvolvimento de material didático ou instrucional - Livro Didático).
- UOL – O melhor conteúdo. Disponível em: <<http://www.uol.com.br>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

Recebido em 20 de março de 2015.

Aceito em 10 de junho de 2015.

