

UMA LEITURA MULTIMODAL DE ANÚNCIOS: PERSPECTIVAS PARA O ENSINO DE LEITURA EM AULAS DE INGLÊS COMO LÍNGUA ESTRANGEIRA.

Valdirécia de Rezende Taveira

Universidade Federal de Minas Gerais; valdirecia.taveira@gmail.com

Resumo: Neste trabalho buscamos fazer uma reflexão sobre o processo de leitura em língua estrangeira sob a ótica da multimodalidade e da gramática sistêmico-funcional. Atualmente, na era da tecnologia, os textos tornaram-se altamente multimodais. Diante disso, percebe-se que diversos modos semióticos são usados e articulados ao mesmo tempo na elaboração desses textos conferindo-lhes significados específicos. Neste contexto, nosso trabalho busca mostrar a aplicabilidade de resultados da análise multimodal e sistêmico-funcional de alguns textos para o ensino de inglês como LE e de como essas teorias podem ser úteis para os professores. Nosso aporte teórico, baseia-se, portanto, nos pressupostos de Kress e van Leeuwen (2001, 2006), a partir da ‘Gramática do Design Visual’ e de Halliday e Mathiessen (2004) a partir da gramática sistêmico-funcional. Para Halliday e Mathiessen (2004), a linguagem satisfaz as necessidades humanas passando a ser vista como um sistema de construção de significados. A Gramática Sistêmico-funcional (GSF) busca, pois, investigar como a língua é organizada para produzir sentido. A gramática do design visual nos fornece instrumentos necessários para a análise da semântica e da sintaxe visuais, na medida em que procura descrever a maneira como os elementos presentes no texto visual, como pessoas, objetos e lugares, se combinam criando “sentenças visuais” e seus significados. Analisamos dois textos, anúncios publicitários, procurando mostrar como os diversos modos semióticos se inter-relacionam na construção do sentido do texto. Em seguida buscamos mostrar a aplicabilidade dessas análises no ensino de leitura em língua estrangeira. Assim, defendemos a ideia de que no ensino de leitura não se pode priorizar a linguagem verbal em detrimento das outras linguagens presentes no texto, mas deve-se compreender o texto em sua totalidade, considerando-se todos seus componentes.

Palavras-chave: texto multimodal, ensino de leitura, língua estrangeira, gramática sistêmico-funcional.

INTRODUÇÃO

Buscamos neste trabalho mostrar, a partir da análise de dois textos, anúncios publicitários, propor algumas reflexões que indiquem, para o ensino, possíveis caminhos quanto ao trato do texto multimodal como perspectiva do desenvolvimento da habilidade de leitura, tomando-se, assim, o texto como um todo. Vale lembrar que estamos apresentamos apenas algumas possibilidades de

leitura e trabalho de textos em sala de aula e não um roteiro ou um planejamento. Nossos pressupostos teóricos de análise baseiam-se na Gramática Sistêmico Funcional (Halliday & Matthiessen, 2004, 2014) e na Gramática do Design Visual (Kress & van Leeuwen, 2006).

Sabemos que a escola ainda tende a priorizar a leitura do texto enfatizando a linguagem verbal em detrimento de outras. No entanto, é importante ressaltar que o trabalho de outros modos semióticos deve ser levado em consideração no processo de leitura. Nossa proposta não é a de excluir ou a de minimizar o trabalho desenvolvido com a linguagem verbal, que se faz muito importante no processo escolar, mas a de vincular outros modos semióticos ao processo de leitura para a efetivação de uma compreensão mais crítica a respeito do que é lido, seja por meio da linguagem verbal, imagética ou gestual. Propõe-se, assim, preparar os alunos para a vivência comunicativa numa sociedade que se utiliza de mais de um modo semiótico na comunicação.

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E METODOLÓGICAS

Dada a proliferação de signos visuais nos textos contemporâneos, Kress e van Leeuwen (2001) argumentam sobre a importância e a necessidade de se desenvolver um método de análise que possibilite verificar como os recursos semióticos verbais e visuais reproduzem e constroem estruturas de significados sociais. Kress e van Leeuwen (2006) propõem a ‘Gramática do Design visual’ (GDV) que foi desenvolvida com o objetivo de formular uma metodologia para a análise de textos multimodais, voltada para o estudo da comunicação multimodal das culturas ocidentais com base na Gramática Sistêmico-Funcional de Michael Halliday e Christian Mathiessen (2004). A GDV busca descrever a maneira como os componentes de um texto se organizam criando “sentenças visuais”; nos fornece, portanto, instrumentos necessários para a análise da semântica e da sintaxe visuais do texto multimodal. A GDV busca fornecer inventários das estruturas composicionais que têm se transformado em convenções na semiótica social, investigando como tais estruturas são utilizadas por produtores contemporâneos de imagem para produzir significados, levando-se em conta seus diferentes modos semióticos usados na construção do sentido.

Os autores propõem algumas categorias para a análise de imagens. Entre as categorias apresentadas pelos autores, abordaremos especificamente a categoria dos Participantes Representados e a categoria das imagens conceituais que se mostram mais relevantes para os textos trabalhados.

A categoria dos Participantes se divide em dois tipos: participantes representados e interativos. Neste caso trabalharemos apenas com os participantes representados que são os objetos

da comunicação (pessoas, lugares, coisas). São os participantes sobre os quais se está falando, escrevendo ou produzindo imagens.

Vamos perceber nos textos trabalhados, a questão do design. Nestes textos temos, quanto ao *design*, além da exploração das imagens e do modo semiótico verbal, que, como será observado, constroem significados diversos, as cores também são exploradas, veiculando significados, estabelecendo uma maior interatividade e conexão no texto. O termo *design*, dentro da multimodalidade, refere-se à combinação de todos os modos semióticos utilizados no texto.

A Linguística Sistêmico-Funcional, por seu turno, nos oferece meios de estudar os significados da língua relacionando o uso da língua ao contexto social, contribuindo, assim, para nossa compreensão da língua na vida social (SCHLEPPEGRELL, 2013, p.21). Diante disso, uma investigação baseada na Linguística Sistêmico-Funcional busca, a partir de análises de textos autênticos e situados do ponto de vista sociocultural, compreender/evidenciar como a língua, enquanto processo social, organiza-se para produzir sentido.

Para Halliday e Mathiessen (2004, p.31), a linguagem satisfaz as necessidades humanas passando a ser vista como um sistema de construção de significados. Assim, usamos a linguagem para produzir sentido em nossas experiências e para realizar as interações com outras pessoas. Dessa forma, a linguagem é vista como o lugar de interação e é nesse processo de interação que os significados são construídos e reconstruídos.

A Teoria Sistêmica baseia-se no fato de que a gramática da língua é representada como um sistema de redes e não como um inventário de estruturas prontas; é uma teoria de escolhas no nível do significado, onde um conjunto de significados inter-relacionados serve de base para outros sistemas e subsistemas.

Nesta perspectiva, a língua é, então, tomada como um fenômeno que pode ser observado sob a perspectiva da potencialidade (aquilo que pode significar), e também pela perspectiva da instância (o que significa numa situação particular). Segundo Halliday e Mathiessen (2004), o sistema da linguagem é “instanciado” na forma de texto. Um texto é o produto de seleção e escolha contínua em uma grande rede de sistemas. A análise de um texto sob o viés da GSF busca, então, mostrar a organização funcional da estrutura e quais escolhas significativas foram feitas - cada uma delas vista no contexto do que poderia ter sido feito, mas não foi.

Diante do exposto, podemos afirmar que para a sistêmica, o sistema linguístico é modelado a partir do uso que o falante faz da língua, isto é, das escolhas feitas pelo locutor. Halliday e Mathiessen (2004, p.29) mostram em sua gramática como as estruturas das sentenças expressam

simultaneamente diferentes significados: textual, interpessoal e experiencial; significados esses chamados pelos autores de metafunções. É importante mencionar que esses três significados não ocorrem isoladamente, mas são associados um ao outro em uma mesma oração. (Halliday e Mathiessen, 2004, p.60)

A metafunção textual evidencia a sentença como uma mensagem, verificando qual tipo de informação é o ponto de partida; a metafunção interpessoal, por seu turno, transmite as relações sociais representadas na sentença, evidencia as trocas efetivadas no texto; e, por fim a metafunção experiencial, evidencia o significado representacional dos processos que ocorrem na experiência humana, seja no mundo interior ou exterior dos participantes. Não nos alongaremos na apresentação das teorias. À medida que for necessário esclarecer algum ponto teórico, o faremos no decorrer das análises.

Trabalhando os anúncios

No primeiro anúncio apresentado adiante, é importante perceber todos os componentes do texto, em especial os participantes representados: o carro no centro do anúncio, o homem à esquerda falando no celular. Além disso, deve-se também levar em consideração a vestimenta desse homem, o semblante dele, além dos recursos verbais utilizados, começando pelos primeiros sintagmas nominais.



Figura 1: VW Passat CC
Fonte: <http://media.bzresults.net>

Neste texto, podemos perceber claramente a relação entre elementos verbais, os enunciados que apresentam características do carro, e elementos visuais. Na perspectiva da linguística sistêmico-funcional, dir-se-á que temos processos relacionais. Já na GDV esses processos são ditos em termos de uma imagem conceitual.

Na perspectiva da GSF, os processos relacionais identificam ou caracterizam os participantes e podem ser subdivididos em atributivos e identificativos. Os processos relacionais atributivos ocorrem, como o nome indica, quando um dos participantes, o portador (*Carrier*), é caracterizado por um atributo, uma qualidade, uma característica (*attribute*), o outro participante do processo. Em outras palavras, este tipo de processo normalmente apresenta características do participante portador evidenciando ou enumerando suas qualidades, ou mesmo descrevendo este participante.

Os processos relacionais identificativos, por outro lado, têm como participantes o valor (*value*) e a característica (*token*). Os processos desse tipo, em vez de mostrar qualidades de um participante, buscam identificá-lo dentro de um grupo ou atribuir-lhe um pertencimento a uma classe. Em resumo, não há, nesse caso, a intenção de mostrar qualidades de um participante, mas identificá-lo de alguma maneira.

Na perspectiva da GDV, as imagens conceituais apresentam, como na linguagem verbal, processos relacionais. Na GDV, os processos relacionais caracterizam uma imagem classificacional analítica, ou seja, apresentam um participante em relação a outro(s) participante(s): o portador (o completo) relacionado aos seus atributos possuídos (as partes).

Voltando à análise do nosso texto, logo acima do veículo, há uma sequência verbal em que se veem adjetivos e locuções adjetivas seguidas de um grupo nominal em que são apresentados atributos: *Smart. Stylish, luxurious sophistication*. Assim, para compreender o texto, faz-se necessário que se busque associar a linguagem verbal e à visual, ou seja, é preciso tomar o texto como um todo, tomando em sua totalidade, observando todos os modos semióticos envolvidos. [É preciso, portanto, entender o texto multimodal. Assim, as seguintes perguntas podem ser trabalhadas: ‘*What is Smart and stylish?*’, ‘*What has luxurious sophistication?*’, ‘*The car?*’, ‘*The man?*’, ‘*The Reader?*’

Tão importante quanto trabalhar os aspectos linguísticos, o é trabalhar o modo semiótico visual, ou seja, as imagens. Assim, o professor poderia trabalhar, ou rever com os alunos alguns recursos gramaticais que são relevantes para a produção de sentido no texto: o uso do verbo *to be*, muito usados na língua inglesa para descrever.

Voltando às nossas perguntas, *What is Smart and stylish?*, pode-se discutir com os alunos a quem se relacionam estes adjetivos: ao carro, ao homem ou ao leitor? Sim aqui se pode trabalhar com os alunos a questão da interação com o leitor. A quem este texto é direcionado, a que classe social? O leitor é parte importante na construção de sentido de um texto. Nestes questionamentos, já se mostra importante a abordagem do texto em seus diferentes modos semióticos: a parte verbal está diretamente relacionada à parte visual. A imagem do homem de terno, falando ao celular pode remeter a uma pessoa de uma classe social mais alta, o que se relacionaria diretamente com os adjetivos iniciais do anúncio.

Continuando a leitura do texto, considerando-se os elementos verbais, observamos na sequência seguinte novamente o uso de elíptico do verbo *to be* e do *to have* na linguagem verbal:

The 2009 CC, [is] VW’s first ever 4-door comfort coupe.

[It has] The perfect amalgam of All-Wheel Drive performance and European styling.

Nas sentenças seguintes, os verbos estão explícitos:

It’s everything you’ve come to expect from VW and everything you’ve come to expect from VW gallery.

Here, there is a difference, and it makes a difference.

Nessa sequência temos um uso significativo de processos relacionais: nos dois primeiros casos estão elípticos, enquanto nos dois últimos estão explícitos. Concordamos com Antunes (2010, p.148) que afirma que o importante não é fazer o aluno perceber o uso da elipse, mas discutir o contexto em que ela ocorre e como esse recurso gramatical ajuda a recuperar a continuidade do texto, que é condição para sua coerência. A afirmação da autora nos leva a concluir que a gramática também é um fator de textualização, mas vale ressaltar que não é o único: deve-se considerar o contexto de uso, o contexto em que o texto foi produzido e com que finalidades.

Diante disso, pode-se refletir com os alunos a escolha pelo uso ou não da elipse como recurso gramatical utilizado na construção do sentido do texto, que diferença faz o uso da elipse neste texto, ou se não faz diferença. Levar o aluno a questionar o porquê dos verbos elípticos na primeira linha do texto e explícitos nas demais.

O texto trabalhado, como se pode ver, é predominantemente descritivo, uma vez que o veículo é apresentado por meio de processos relacionais e pelo uso significativo de adjetivos. Interpretando os dados levantados na análise, percebemos, na recorrência de processos relacionais identificativos, que o texto analisado não necessariamente descreve o produto enumerando suas características e seus atributos, mas identifica esse produto, o veículo, no mundo. O carro (*The 2009 CC*) é o primeiro VW de 4 portas confortável (*VW's first ever 4-door comfort coupe*).

Neste viés, pode-se levar o aluno a perceber a diferenciação no uso dos verbos *be* e *have* acentuando a implicação do uso de um e outro na construção do sentido. Percebemos a diferenciação entre identificação e qualificação de algo.

Além disso, cumpre ressaltar que o uso da elipse, a omissão de um termo que, graças à interação entre os modos semióticos verbal e visual, conforme explicitado anteriormente, o contexto permite recuperar. Isso nos mostra, mais uma vez, que, no texto multimodal deve ser abordado/lido com uma unidade em que os elementos verbais e não verbais se organizam de forma complexa para produzir sentido e que as imagens, quando presentes, não tem uma mera função ilustrativa ou icônica.

Os aspectos do layout do texto estão relacionados aos significados textuais transmitidos pela composição do texto. Assim, os significados composicionais envolvem categorias como valores informacionais – realizado pela posição relativa (centro ou margem) compondo as estruturas dado/novo e ideal/real. Os elementos localizados à esquerda da página são apresentados como Dado e os elementos à direita são o Novo. Algo é concebido como Dado quando apresentado como já conhecido do leitor, algo familiar e já anteriormente concordado como o ponto de partida para a

leitura da mensagem. O Novo é o espaço destinado à apresentação da informação nova, a questão a ser discutida. A margem superior é destinada à idealização, o Ideal, enquanto a margem inferior é destinada à realidade, o Real.

Neste anúncio, percebemos então, que o homem encontra-se na posição do Dado, enquanto *Smart. Stylish, luxurious sophistication* estão no Ideal, ou seja, pode-se fazer uma inferência de que há um desejo de sofisticação por esse leitor a que o anúncio é dirigido. Por outro lado, a descrição do veículo com suas reais características encontram-se na parte inferior, ou seja, no Real.

Esses são alguns aspectos que podem ser enfatizados em uma leitura com este anúncio. Não estamos aqui defendendo que professores trabalhem com seus alunos categorias da GSF e/ou da GDV, mas que o conhecimento dessas categorias pode permitir um trabalho do texto e de todos os elementos que o constituem, frisando, então, a importância de se conhecer e trabalhar esses textos enquanto textos multimodais que são e não como texto monomodais, apenas verbais.

Passemos agora ao segundo anúncio. Podemos, a partir do anúncio, propor questões que explorem o conteúdo verbal e não verbal, incitar o leitor a levantar hipóteses a respeito dos modos semióticos utilizados (cores, imagem, tipografia, texto verbal e etc.), a relação que esses modos estabelecem entre si e as implicações de produção de sentidos dentro do contexto.



Figura 2: Ford Sedan
Fonte: Revista *InStyle*. Junho 2009 p.112

Neste anúncio, é importante salientar o ângulo em que aparecem os veículos. O carro prata aparece em ângulo frontal, mostrando que há uma interação com o leitor. Além disso, no sentido ideacional, há um vetor horizontal do carro prata que vai em direção ao leitor, o que acentua a interação com o participante interativo (PI), o leitor.

O veículo vermelho, por sua vez, foi fotografado em ângulo oblíquo, ou seja, não é clara sua imagem forma e dimensões. Segundo Machin (2007), o ângulo oblíquo denota ação e movimento, o que pode ser verificado na imagem, pelas marcas no chão, que formam um movimento circular. Essas marcas são importantes na construção do sentido para se compreender as características dos veículos que são evidenciadas pelo publicitário.

Neste ponto, pode-se trabalhar com os alunos a perspectiva das marcas no chão, qual significado das cores das marcas no chão e também a cor em que é destacada a palavra *hybrid*. Percebe-se que as cores, usadas neste anúncio constituem importante fator de textualidade. São elementos que apontam para informações importantes no anúncio: um carro *fuel-efficient* que está diretamente relacionado à sustentabilidade (evidenciado pela cor verde da palavra *hybrid*). Assim,

seria possível ao professor, construir o significado das características do carro, sem antes mesmo trabalhar diretamente com a língua inglesa, levando os alunos a compreender o texto em sua totalidade, tomando todos os elementos que o compõem.

No sentido textual, o anúncio, nos revela ao mesmo tempo, uma credibilidade a respeito da mensagem verbal e a representação do carro como um objeto de consumo, de desejo e de contemplação, uma vez que o texto verbal, que apresenta a maioria das informações, aparece na parte inferior da peça publicitária, ou seja, na posição do Real. Já os carros estão mais próximos do Ideal – parte superior – o que os coloca em posição de contemplação.

A linguagem verbal é limitada a informações sobre o consumo de combustível, como a eficiência nesse aspecto (*fuel-efficient*) e o consumo por milhas (*miles per gallon – mpg*).

Analisando o texto pela sua função textual, percebemos que duas orações, a primeira e a última oração da propaganda, trazem o produto como Tema, enquanto as demais orações trazem como Tema o leitor.

A metafunção textual analisa a sentença como uma mensagem, verificando qual tipo de informação é o ponto de partida, ou seja, o que é colocado em evidência. O Tema é o aquilo que vem primeiro na sentença, é o elemento que é destacado na mensagem; o restante da sentença, onde o Tema é desenvolvido é denominado Rema. Dessa forma, no significado textual os elementos são escolhidos pela ordem.

A partir desta explicação, no anúncio analisado fica evidente que o autor enfatizou o produto em detrimento de outras informações, como por exemplo, questões que espaço e conforto, além de incluir o leitor como participante do texto.

Já a análise dos aspectos interpessoais, nos revelou que há uma interação com o leitor, uma vez que aparecem orações imperativas direcionadas diretamente ao participante interactante, como na oração “*Choose the 34 mpg Fusion*”. Outro aspecto que nos mostra a inclusão do leitor como PI foi o uso do pronome “*you*” em “*Either way, you can’t find a midsize sedan with better fuel efficiency*”. Além disso, há uma demanda de atitude do leitor, não somente pelo uso de imperativos, mas também pela presença de adjetivos no superlativo, como “*most fuel-efficient*”, “*better fuel efficiency*” e “*best in America*”. Essa escolha lexical mostra uma supervalorização do produto enfatizando a característica persuasiva do anúncio publicitário.

Nesse ponto, pode-se trabalhar o uso do imperativo e suas implicações na construção do sentido, que pode ser tomada na perspectiva apresentada anteriormente pela aplicação da GDV.

Na perspectiva ideacional da linguagem, percebemos dois processos relacionais, assim como no primeiro anúncio comentado: “*The most fuel-efficient midsize sedan (is) The new 2010 ford fusion + hybrid*” e “*The new Fusion is the Best in America*”. No sentido textual, essas duas orações apresentam o produto como Tema. A associação entre as duas metafunções mencionadas nos levou a perceber que o autor não somente enfatizou o produto, mas também procurou descrevê-lo.

Além disso, a metafunção interpessoal nos permite perceber que duas orações imperativas veiculam a demanda de uma ação através de uma ordem. Isso implica a inclusão do leitor como participante do texto, que deve efetuar uma ação no mundo: comprar o carro escolhendo um ou outro tipo de motor.

Vale ressaltar ainda que o texto pontua para o consumidor que não há no mercado carro dessa categoria tão eficiente quanto o Sedan através da oração “*Either way, you can’t find a midsize sedan with better fuel efficiency*”. Essa afirmação é feita incluindo-se no texto o leitor/consumidor, pelo uso do pronome “*you*”. Na perspectiva da metafunção pessoal, com essa inclusão do leitor, percebemos que o texto busca uma interação com seus participantes interactantes (leitores). A metafunção interpessoal, segundo Halliday e Matthiessen (2004), transmite as relações sociais representadas na sentença; analisa os interlocutores do texto e a quem se destina o texto. O principal significado na metafunção interpessoal está em ofertar ou demandar algum tipo de informação ou serviço.

Assim, através das análises das três metafunções, propostas por Halliday e Mathiessen (2004), percebemos uma ênfase dada ao produto na medida em que tanto a primeira quanto a última oração do texto apresentam como Tema o carro Ford Sedan. Percebemos, ainda, uma supervalorização do produto através do uso de adjetivos no superlativo, além de orações descritivas. Além disso, as análises revelaram uma interação com o leitor percebida pelo uso do pronome “*you*” além da representação de orações imperativas. Essas informações são importantes para que o leitor compreenda o texto como um todo. Assim, a partir de análises dos textos na perspectiva da GDV e da GSF, pode-se fornecer ao professor outras formas, outras informações em um texto que podem ser abordadas em sala de aula.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mostramos por meio das duas análises ser possível trabalhar as categorias da Gramática do Design Visual e da Gramática Sistêmico-Funcional uma perspectiva de ensino que possa ajudar os alunos a desenvolverem melhor a leitura de textos multimodais, de forma global. Não queremos

dizer aqui de deve-se ensinar as categorias dessas teorias em sala de aula, mas levar os alunos a perceberem essas categorias e como elas se interconectam na produção do sentido.

Com o desenvolvimento tecnológico e a nova formatação de textos, em que os sentidos são construídos por meio da utilização simultânea de diferentes modos semióticos, é de extrema importância que os professores conheçam a teoria da multimodalidade para que possam sistematizar o trabalho em sala de aula, explorando, assim, essas várias modalidades de construção do sentido, e, conseqüentemente, contribuindo para a melhora do processo de aprendizagem de leitura de inglês como língua estrangeira. Como pudemos mostrar, todos os elementos constitutivos do texto devem ser considerados nas aulas de leitura e não somente a linguagem verbal.

REFERÊNCIAS

HALLIDAY, Michael.; MATTHIESSEN, Christian. *An Introduction to Functional Grammar*. 3ªed. London, Melbourne: Edward Arnold, 2004.

KRESS, Gunther.; VAN LEEUWEN, Theo. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Arnold; New York: Oxford University Press, 2001.

_____ *Reading Images – The Grammar of Visual Design*. 2ª ed, London: Routledge, 2006.

MACHIN, David. *Introduction to multimodal analysis*. London: Oxford University Press, 2007.

SCHLEPPEGRELL, Mary J. Systemic functional linguistics. In.: GEE, James Paul. HANDFORD, Michael. *The Routledge handbook of discourse analysis*. Routledge, 2013

TAVEIRA, Valdirécia de R. *Uma análise multimodal de anúncios de automóveis em língua inglesa*. 52 f. Trabalho de conclusão de curso (Letras/Bacharelado em Língua Inglesa) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009.

TAVEIRA, Valdirécia de R. Linguística sistêmico Funcional e Multimodalidade: Aplicando a teoria e enfatizando o significado em processos relacionais. Anais. Abrapui, 2012. Disponível em: <http://www.abrapui.org/anais/ComunicacoesCoordenadasLingua/26.pdf>. Acesso em: 20/01/2017.