

DOI: 10.46943/XI.CONEDU.2025.GT15.007

## MULTIMODALIDADE E ARGUMENTAÇÃO: ANÁLISE DA INTERAÇÃO ENTRE COMPONENTES VISUAIS E TEXTUAIS

Sanzio Mike Cortez de Medeiros<sup>1</sup>

Jaqueline de Farias Dias<sup>2</sup>

Jeferson Silva da Cruz<sup>3</sup>

Waldilene Araújo Neto<sup>4</sup>

### RESUMO

A multimodalidade tem ganhado destaque nos últimos anos, especialmente no âmbito escolar, visto que ela permite aos alunos compreenderem que a comunicação não se limita à palavra escrita ou falada, mas envolve múltiplos modos de significação. Nesse cenário, a Linguística Textual, com teorias sobre coesão, coerência e intertextualidade, oferece referencial teórico fundamental para compreender como diferentes modos de linguagem contribuem para a construção do significado. Segundo essa abordagem, o significado não é produzido isoladamente, mas resulta da interação entre os elementos do texto. Assim, este artigo investiga a interação entre elementos visuais e textuais na construção de argumentos persuasivos em textos multimodais,

1 Professor - CCHA/UEPB - Centro de Ciências Humanas e Agrárias - Universidade do Estado da Paraíba - Campus IV, [sanzio.mike@servidor.uepb.edu.br](mailto:sanzio.mike@servidor.uepb.edu.br);

2 Graduanda do Curso de Letras - Língua Portuguesa pela Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, [jaqueline.dias@aluno.uepb.edu.br](mailto:jaqueline.dias@aluno.uepb.edu.br);

3 Mestre e Doutorando em Estudos da Linguagem - UFRN, [jeferson.cruz@servidor.uepb.edu.br](mailto:jeferson.cruz@servidor.uepb.edu.br);

4 Graduanda do Curso de Letras - Língua Portuguesa pela Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, [waldilene.neto@aluno.uepb.edu.br](mailto:waldilene.neto@aluno.uepb.edu.br).

buscando refletir como eles contribuem para o pensamento crítico e comunicação dos alunos. Os principais objetivos são: analisar como as imagens são empregadas para reforçar a argumentação em charges e campanhas publicitárias, e examinar como a tipografia é utilizada para intensificar a mensagem visual, identificando a presença de metáforas visuais e sua conexão com o texto escrito. Para isso, fundamenta-se nos estudos de Brait (1997), Brait e Melo (2005), Barthes (1990), Cavalcante *et al.* (2022), Koch e Elias (2006), Mitchell (2005), entre outros. A pesquisa realizou a análise de dez textos multimodais, sendo cinco campanhas publicitárias e cinco charges. Os resultados preliminares indicam que a multimodalidade amplia o potencial argumentativo desses textos, sendo nas aulas de Língua Portuguesa essenciais para o desenvolvimento do pensamento crítico dos discentes, dado que é a partir da multimodalidade que é possível expandir a concepção de texto para além do verbal.

**Palavras-chave:** multimodalidade, argumentação persuasiva, tipografia, metáforas visuais.

## 1 INTRODUÇÃO

No cenário atual, a argumentação é um processo fundamental para a comunicação humana; mais do que simplesmente “defender uma opinião”, ela envolve a organização lógica de ideias, a seleção de evidências e a adaptação ao interlocutor. Diante disso, o argumentar torna-se uma ferramenta capaz de desenvolver a comunicação e o pensamento crítico do cidadão e, em um mundo marcado pela circulação acelerada de informações, é necessário que essa capacidade argumentativa seja aprimorada desde cedo, para que os indivíduos identifiquem a legitimidade dos argumentos apresentados nas múltiplas plataformas, evitando cair nas armadilhas das fake news.

Nesse contexto, a escola se torna o espaço mais apropriado para desenvolver o pensamento crítico e a comunicação dos estudantes. Por meio dela, os discentes aprendem a ouvir diferentes pontos de vista, a contra-argumentar com respeito e a reconhecer a validade das diversas opiniões, avaliando e questionando as informações em vez de apenas aceitá-las de forma passiva.

Ao se considerar a multiplicidade de linguagens que compõem a comunicação contemporânea, é possível perceber que os textos multimodais assumem papel central na formação do leitor crítico. A multimodalidade, entendida como a integração de diferentes modos semióticos em um mesmo enunciado, amplia as possibilidades de construção e interpretação de sentidos, exigindo do sujeito uma leitura mais complexa e atenta. Nessa direção, por se tratar de gêneros que combinam linguagem verbal, imagens, cores, sons, tipografia, dentre outros recursos, os textos multimodais tornam-se meios eficazes para o desenvolvimento das habilidades argumentativas, uma vez que permitem ao estudante compreender que a argumentação não se limita ao plano verbal, mas resulta da interação entre múltiplos recursos semióticos.

Assim, compreender como palavras, imagens, cores e tipografias se articulam para produzir significados é essencial para que os estudantes

consigam interpretar adequadamente as mensagens que circulam nos mais diversos meios, especialmente em ambientes digitais, nos quais a sobreposição de linguagens é recorrente. Nessa perspectiva, investigar a função argumentativa dos elementos visuais em gêneros como charges e campanhas publicitárias contribui não apenas para o entendimento dos mecanismos de persuasão empregados nesses textos, mas também para a formação de indivíduos capazes de questionar, analisar e posicionar-se criticamente diante do que consomem.

Dessa forma, a presente pesquisa tem como objetivo analisar como as imagens são empregadas para reforçar a argumentação em charges e campanhas publicitárias. Além disso, busca examinar como a tipografia é utilizada para intensificar a mensagem visual e identificar as metáforas visuais e sua conexão com o texto escrito, evidenciando o papel da multimodalidade na construção da argumentação.

## 2 METODOLOGIA

Os textos multimodais vem ganhando cada vez mais destaque dentro do âmbito escolar, principalmente no que diz respeito ao seu uso em sala de aula, seja por meio de livros didáticos, através das mídias sociais ou pela combinação de ambos. A integração das redes sociais e os livros didáticos, com ajuda dos textos multimodais tem se mostrado uma ferramenta significativa no processo de ensino aprendizagem dos alunos. Enquanto os livros didáticos oferecem uma base sólida de recursos, as redes sociais atuam como outro meio de auxílio ao trazerem conteúdos mais dinâmicos que acabam se relacionando com mais facilidade com a realidade dos alunos, contribuindo assim para uma construção mais significativa de conhecimento e possibilitando também a participação ativa do corpo discente nas salas de aula.

Gêneros como charges e campanhas publicitárias constroem sentidos não apenas por meio das palavras, mas também pela forma como conseguem articular os múltiplos modos semióticos dentro de um corpo textual

como a presença de imagens, tipografia das palavras, dentre outros. Essa complexa interação contribui de forma decisiva para a produção de argumentos, já que elementos visuais podem reforçar, complementar ou até mesmo modificar as mensagens verbais, desempenhando um papel ativo na persuasão e na construção argumentativa do seu público alvo.

Sabendo disso, a presente pesquisa se configura através de uma abordagem qualitativa de caráter interpretativo com base na análise textual discursiva presente tanto em campanhas publicitárias como em charges, uma vez que,

[...] a pesquisa qualitativa responde a questões referentes a um conjunto de fenômenos humanos entendido aqui como parte da realidade social, pois o ser humano se distingue não só por agir, mas por pensar sobre o que faz e por interpretar suas ações dentro e a partir da realidade vivida e partilhada com seus semelhantes (MINAYO, 2009, p. 21).

Deste modo, ao assumir uma abordagem qualitativa esta pesquisa observa como mecanismos argumentativos construídos por meio da multimodalidade em charges e campanhas publicitárias podem atuar como peças fundamentais na compreensão e interpretação desses textos. Assim, ao considerar que tanto as charges quanto as peças publicitárias recorrem à articulação entre linguagem verbal e elementos visuais, optou-se por uma análise que privilegie a interação entre esses modos semióticos, observando como contribuem para a construção de sentidos e para os efeitos de persuasão dos discentes.

A seleção do corpus foi realizada de forma intencional, com base em critérios de relevância temática, circulação midiática e potencial argumentativo. Foram escolhidas 5 campanhas publicitárias e 5 charges que abordam diferentes temas para demonstrar como o uso de elementos visuais e textuais em textos multimodais podem contribuir para o desenvolvimento crítico dos alunos. A análise é fundamentada nos pressupostos teóricos de autores como Brait (1997), Brait e Melo (2005), Barthes (1990), Cavalcante *et al* (2022), Koch e Elias (2006), Mitchell (2005), dentre outros

autores, de modo a investigar como a junção desses elementos podem contribuir para o avanço das competências linguísticas dos discentes.

Este estudo, parte do método dedutivo de análise, uma vez que, observar-se a problemática de modo geral, e segundo Gil (2002) o método dedutivo propõem uma abordagem que parte de princípios gerais para chegar em conclusões específicas, utilizando-se de argumentos lógicos para conseguir chegar a resultados específicos. Por isso, ao apresentar em sala de aula textos multimodais, assim como seu uso como recurso para desenvolvimento das competências linguísticas, os estudantes serão capazes de melhor desenvolver suas capacidades interpretativas tanto visuais como verbais, fortalecendo assim seu pensamento lógico.

Vale ressaltar também que essa pesquisa possui um caráter interpretativo, Minayo (2002) explica que o caráter interpretativo de uma pesquisa qualitativa se caracteriza pela busca da interpretação dos significados, e esses são construídos pelos sujeitos a partir das ações no contexto social da qual ele é formado.

Dito isto, todo o processo metodológico apresentado acima foi cuidadosamente planejado para garantir a coerência entre os objetivos da pesquisa e análise dos dados escolhidos. Desse modo, a escolha dos métodos e os procedimentos utilizados para análise, assim como a estrutura metodológica serve como base para desenvolvimento deste trabalho, contribuindo assim de forma significativa para a construção e argumentação dos resultados e conclusões da pesquisa.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na presente seção, serão realizadas análises do material selecionado, sendo um total de cinco campanhas publicitárias e cinco charges veiculadas nas mídias sociais. A primeira análise toma como referência uma campanha publicitária que aborda os riscos do cigarro eletrônico, servindo como base inicial para discutir a construção visual e textual presente tanto nas campanhas publicitárias quanto nas charges.

### 3.1 ANÁLISE DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

A utilização de campanhas publicitárias como recurso pedagógico em contextos educacionais tem se tornado uma ferramenta poderosa no ensino-aprendizagem dos alunos. Ao envolver peças publicitárias no ambiente escolar é possível estimular a reflexão sobre linguagem, persuasão e valores culturais contribuindo diretamente para o desenvolvimento do pensamento crítico.

Sabendo disso, este tópico busca analisar como a interação de elementos tanto visuais como textuais pode impactar na formação intelectual dos estudantes, destacando suas contribuições para a construção do conhecimento e a ampliação da capacidade argumentativa. Vejamos a figura abaixo.

**Figura 1:** Dia mundial sem tabaco.



**Fonte:** BRASIL. Ministério da Saúde, 2024.

A seguinte imagem retrata uma campanha publicitária realizada em 2024 contra o cigarro eletrônico. Ao observarmos a relação entre os aspectos visuais e textuais da campanha é possível perceber como tanto o contraste de cores como o corpo textual conseguem promover e estimular a fomentação de ideias do seu público alvo, isso porque “o enunciado verbo-visual é aquele que é formado por imagens e sequências verbais, estando inteiramente articulados, interatuantes a partir de um “projeto gráfico” de um projeto discursivo” (BRAIT e MELO, 2005, p.72), por isso ao relacionarmos as imagens com as expressões textuais presentes na cam-

panha publicitária é possível perceber o efeito mais completo dentro da campanha, já que a enunciação dentro de uma campanha publicitária procura trabalhar em consonância com o contexto publicitário, assim a campanha torna-se mais acessível ao seu destinatário, pois possibilita a interação entre ambos os sujeitos.

No contexto educacional, trabalhar com a multimodalidade dentro de textos como os de campanhas publicitárias pode ser um instrumento poderoso na construção de competências linguísticas dos alunos, principalmente pelo fato de conseguir desenvolver nos alunos a habilidade de uma leitura crítica, além de estimular uma interpretação multimodal, capacitando a aluno compreender e analisar diferentes tipos de textos.

**Figura 2:** Mulheres na ciência.



**Fonte:** Programa de Pós-Graduação em Oceanografia, 2019.

A fig.2 traz outro exemplo de multimodalidade nos anúncios publicitários. A imagem faz referência a divulgação de um evento de pós-graduação em parceria com o Laboratório de Oceanografia Costeira da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). A construção em torno do anúncio traz elementos tanto visuais quanto textuais para chamar a atenção do leitor, principalmente em relação à escolha de imagens e tipografias para a divulgação do evento, o uso da imagem do rosto de delicado de uma mulher juntamente com a do oceano ao lado demons-

tram a intenção dos autores em destacar as mulheres como sendo o foco principal do evento para falar sobre o assunto.

A tipografia utilizada no texto é também trazida pelo autor para chamar atenção dos leitores, a fonte com um toque mais delicado, o nome da organizadora do evento abaixo da imagem do oceano e o contraste de cores utilizadas em todo o corpo do texto contribui significativamente para a construção de sentido em torno do enunciado, Marcuschi (2002) explica que tanto a fala como a escrita são fenômenos que constituem o sujeito e que esses se mostram sempre heterogêneos, utilizados pelos indivíduos para cumprir um propósito comunicativo através de diferentes gêneros textuais, por isso ao escrever algo, esse texto será sempre adequado ao contexto social, histórico ou cultural comunicativo do público alvo que ele deseja atingir, assim, a multimodalidade entra como principal auxílio para alcançar o objetivo comunicativo que o locutor deseja.

**Figura 3:** Mec sem fila.



**Fonte:** Agência DPZ&T, 2020.

O terceiro exemplo de campanha publicitária refere-se a uma propaganda do McDonald's durante a pandemia de COVID 19. A empresa,

assim como tantas outras, enfrentou dificuldades durante esse período pandêmico tendo que adaptar suas estratégias de vendas. Em seus anúncios, a marca apostou de forma estratégica no uso da multimodalidade para incrementar e reforçar a mensagem de vendas de forma eficaz.

Ao combinar diferentes modos de linguagem como o visual e o verbal o McDonald 's conseguiu promover-se durante esse período. Visualmente, a criação de imagens originais, como a imagem presente na figura acima que retrata um sanduíche em formato de celulares demonstra a capacidade criativa dos seus criadores para chamar a atenção dos consumidores, além disso, a presença de cores quentes como o vermelho e amarelo, marca registrada do McDonald's contribui significativamente para a construção argumentativa da empresa.

No modo verbal, o uso da tipografia trouxe frases curtas mais ao mesmo tempo chamativas, a frase “chegou mec sem fila para você pedir pelo app e retirar no mec”, foi utilizada na campanha publicitária de forma estratégica para chamar a atenção do leitor e convencê-lo a comprar seus produtos, essas estratégias argumentativas transmitem para os consumidores o comprometimento da empresa com o seu público alvo. Para Guimarães “[...] a orientação argumentativa, enquanto “injunção à interpretação” funciona pelo agenciamento político da enunciação que toma o falante no seu espaço de enunciação.” (GUIMARÃES, 2007, p.214), nesse sentido, compreende-se que a construção argumentativa de um enunciado se caracteriza a partir da sua utilização no campo comunicacional, levando em consideração por exemplo a própria intertextualidade, já que a mesma pode atuar como um importante mecanismo argumentativo.

Em sala de aula, o uso desse tipo de propaganda pode ser muito útil no desenvolvimento crítico dos alunos, isso porque a partir dela é possível analisar diferentes contextos, podendo ser desde de uma análise voltada para a intensão que a propaganda passar para o leitor até a realização de uma análise crítica em torno das imagens e textos que a acompanham. Dessa forma, o aluno consegue estabelecer uma relação entre o texto

verbal e não verbal com o contexto social que o envolve, desenvolvendo assim a sua capacidade de leitura crítica em textos multimodais.

**Figura 4:** Turismo doméstico no Brasil.



**Fonte:** Embratur, 2020.

A campanha publicitária acima une recursos verbais e visuais para persuadir o público em torno da ideia de segurança e valorização do turismo nacional. O enunciado verbal “Ser brasileiro é estar sempre perto de um destino incrível e seguro” estabelece um discurso de pertencimento e identidade, mobilizando a sociedade em favor do turismo interno. Nesse sentido, a escolha lexical de palavras como “incrível” e “seguro” funciona como estratégia argumentativa de valorização e confiança.

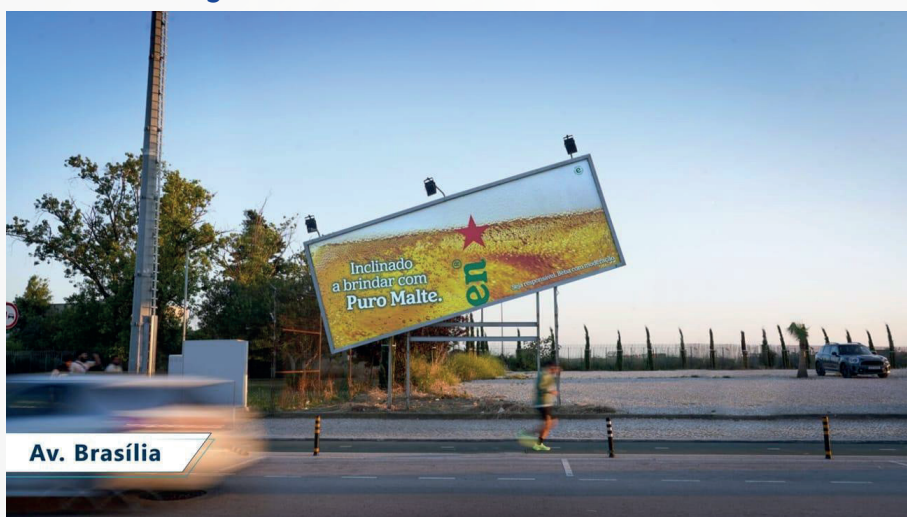
A construção de sentido nessa campanha não se limita ao verbal, o visual exerce papel central na persuasão: a mala amarela em primeiro plano, acompanhada de um óculos de sol, máscara e álcool em gel, remete ao universo das viagens, mas insere, simultaneamente, a preocupação com a saúde da população, evidenciando o contexto pandêmico em que a campanha circulou.

O cenário de fundo, com a paisagem do Rio de Janeiro, reforça visualmente a ideia de “destino incrível” evocada pelo texto. Já o uso de cores vibrantes (azul, verde e amarelo) dialoga com a identidade nacional e

ecoas cores da bandeira; e o logotipo oficial, presente no canto superior direito, legitima a campanha como iniciativa institucional e brasileira, aumentando sua credibilidade.

Em sala de aula, a análise dessa campanha pode estimular reflexões sobre como os discursos institucionais articulam identidade nacional, consumo e saúde em um mesmo texto multimodal. Assim, os alunos aprendem a identificar os recursos persuasivos que circulam socialmente, ampliando sua capacidade interpretativa e consolidando uma concepção de texto que integra palavras, imagens e símbolos.

**Figura 5:** Inclinado a brindar com Puro Malte.



**Fonte:** JCDecaux, 2020.

A fig. 5 refere-se a uma campanha publicitária sobre a Puro Malte Heineken. Nela podemos perceber que os diferentes modos de significação (verbal, visual e espacial) se juntam para construir uma mensagem persuasiva. O recurso da inclinação física do outdoor estabelece uma metáfora visual, em que ele faz referência a um copo sendo erguido em brinde, criando um elo imediato com a ação descrita no enunciado “Inclinado a brindar com **Puro Malte**”.Então, o termo “inclinado” opera, simultaneamente, em seu significado literal (a posição do outdoor) e figu-

rado (a predisposição do consumidor em brindar), fazendo com que a força argumentativa seja aumentada.

Em relação a tipografia, o branco, em contraste com o fundo amarelo da cerveja, intensifica a legibilidade e chama atenção para o enunciado, reforçando sua centralidade na peça. Diante disso, no âmbito educacional a análise desse tipo de campanha publicitária pode ser explorada como estratégia para desenvolver tanto o letramento multimodal dos alunos, quanto seu pensamento crítico.

### 3.2 ANÁLISE DAS CHARGES

A análise de charges, enquanto gênero textual multimodal, revela-se um campo fértil para compreender como diferentes recursos linguísticos e visuais se articulam na construção de sentidos. Ao recorrer à combinação entre imagem, texto e, muitas vezes, elementos gráficos específicos, esse gênero propicia ao leitor uma experiência interpretativa que vai além do verbal, convocando-o a mobilizar conhecimentos prévios, reconhecer intertextualidades e perceber os efeitos de sentido resultantes dessa interação.

Assim, as charges não apenas entretêm, mas também cumprem um papel social relevante, funcionando como instrumentos de crítica e reflexão sobre temas políticos, sociais e culturais. Sua força argumentativa reside justamente na articulação entre linguagem verbal e não verbal, explorando recursos como metáforas visuais, ironias e estereótipos para potencializar o efeito persuasivo. Nesse sentido, o estudo desse gênero no âmbito escolar torna-se especialmente significativo, pois possibilita aos alunos compreenderem como a multimodalidade amplia a capacidade de argumentação e estimula o desenvolvimento do pensamento crítico, mostrando que o texto vai além da palavra e se constrói na interação de múltiplos modos de significação.

**Figura 6** - Aquecimento global.



**Fonte:** Junião, [s.d.].

Na charge acima, observamos de forma clara a articulação entre recursos verbais e visuais na construção do argumento. O personagem comum, que questiona “Por que a conta de luz subiu de novo?!", é confrontado pelas figuras da morte, que ironicamente responde: “Sabe de nada inocente!”. A essas figuras são atribuídos os rótulos “Mudanças climáticas” e “Desmatamento”, que orienta a interpretação, constituindo uma barreira que impede a proliferação de outros sentidos, ou seja, esses rótulos servem de “teleguia em direção a um sentido escolhido *a priori*” (BARTHES, 1990, p.33), direcionando o leitor para a compreensão de que esses fatores ambientais estão diretamente relacionados ao aumento da conta de energia.

Em relação ao aspecto visual, podemos perceber que a imagem apresenta metáforas potentes: a morte, tradicionalmente associada à destruição, é ressignificada para simbolizar as consequências ambientais do desmatamento e das mudanças climáticas. Sendo a multimodalidade um gênero que não consiste apenas na justaposição de elementos, mas na construção de sentidos pela interação entre eles, pode-se observar, nesse caso, que o visual dramatiza e intensifica a crítica já presente no verbal.

Já a tipografia, em caixa alta e traçada de forma manual, aproxima-se da oralidade e intensifica o tom de indignação e ironia, características fundamentais do gênero charge. Além disso, a ironia expressa no enunciado “Sabe de nada inocente!” estabelece um diálogo intertextual (Cavalcante *et al.*, 2022) com o imaginário midiático brasileiro, reforçando a crítica social ao mesmo tempo em que aproxima o texto do público.

Assim, verifica-se que a charge exemplifica como a multimodalidade potencializa a argumentação: a metáfora visual (a morte como destruição ambiental), somada ao verbal explicativo e à tipografia expressiva, produz uma crítica social persuasiva e acessível. Em sala de aula, análises como essa permitem que os alunos compreendam que o texto não se restringe ao verbal, mas é resultado da interação entre múltiplos modos de significação, o que contribui para o desenvolvimento do pensamento crítico.

**Figura 7** - Vício.



**Fonte:** Arionauro Cartuns, 2016.

Podemos perceber que a fig. 7 também constitui um exemplo expressivo do funcionamento da multimodalidade, uma vez que conjuga elementos verbais, visuais e tipográficos para construir um efeito crítico e humorístico. Visualmente, observam-se dois personagens em interação:

um pesquisador, que segura uma prancheta e formula uma pergunta, e um entrevistado, que segura o celular, representando o sujeito dependente da tecnologia. Essa configuração visual já direciona a leitura para um contexto de entrevista ou pesquisa de opinião, reforçado pelos balões de fala que apresentam as opções de resposta: “ficar desempregado?”, “ficar doente?”, “ser assaltado?”. O conjunto dessas alternativas constrói uma expectativa de que a resposta se situará em torno de problemas sociais graves. O humor e a crítica surgem justamente da quebra dessa expectativa, quando o entrevistado responde de forma enfática: “ficar sem internet!”.

O título em destaque, “VÍCIO”, em letras maiúsculas e tipografia chamativa, atua como recurso de antecipação temática, guiando a interpretação e ancorando a leitura da charge (Barthes, 1990). Além disso, a resposta do personagem também aparece em letras maiúsculas, recurso gráfico que amplia a força argumentativa do enunciado e intensifica a dramaticidade da fala. Desse modo, a dimensão tipográfica não pode ser dissociada do processo de construção de sentido, já que funciona como um reforço persuasivo.

Além disso, a charge materializa uma metáfora visual e discursiva da vida moderna, em que a internet assume lugar central e até desproporcional em relação a outras questões existenciais. Logo, esse exemplo ilustra como os textos multimodais são capazes de provocar uma reflexão crítica sobre valores e prioridades sociais.

**Figura 8** - Reajuste nos planos de saúde.



Fonte: Blog do Aftm, 2024.

A charge “Reajuste nos planos de saúde” é outro exemplo elucidativo da força argumentativa da multimodalidade. No plano verbal, os balões de fala são essenciais para a construção da ironia: o médico, em tom aparentemente positivo, afirma que os exames mostram que o paciente “não tem mais nada”. Em seguida, o enunciado é completado de forma inesperada: “nosso último reajuste levou absolutamente tudo que o senhor tinha!”. A ambiguidade inicial, que poderia indicar melhora clínica, é desconstruída pelo segundo balão, revelando o verdadeiro alvo da crítica: os altos custos dos planos de saúde, que retiram dos pacientes seus recursos financeiros.

No plano visual, a cena reforça esse contraste. O médico aparece sorridente, com semblante satisfeito e bem vestido, enquanto o paciente é representado de maneira fragilizada, magro, desarrumado e sentado em uma maca, evidenciando sua condição de vulnerabilidade. Essa oposição icônica entre os personagens intensifica o efeito argumentativo, produzindo uma metáfora visual da desigualdade entre instituições de saúde privadas e os indivíduos que delas dependem.

A tipografia também desempenha um papel fundamental na construção do sentido. O uso de letras garrafais em palavras como “NÃO TEM MAIS NADA” e “REAJUSTE LEVOU absolutamente TUDO” destaca semanticamente as expressões-chave, ampliando a dramaticidade da fala e enfatizando a crítica.

Do ponto de vista teórico, a charge confirma o que Barthes (1990) aponta: o texto verbal guia a interpretação da imagem, evitando leituras dispersas e conduzindo o leitor ao sentido crítico pretendido. Ao mesmo tempo, conforme Brait (1997) discute sobre dialogismo, há um jogo de vozes irônicas que se sobrepõem: a voz médica institucional, aparentemente tranquilizadora, contrasta com a voz social crítica que denuncia os efeitos abusivos dos reajustes. Em termos de coerência textual, o humor nasce da expectativa quebrada: o “não ter mais nada”, associado normalmente à saúde, é reinterpretado em chave financeira, ampliando a crítica ao sistema.

Figura 9 - Candidato na TV.



Fonte: Portal o dia, 2022.

Na quarta charge percebe-se a presença de uma televisão com o nariz alongado, remetendo à figura de Pinóquio, enquanto pronuncia a frase “EUPROMETO...”. Ao lado, uma criança, surpresa, grita: “PAI, O SEU CANDIDATO TÁ NA TV!!”. A construção de sentido decorre da articulação entre elementos verbais e visuais, que caracteriza a multimodalidade como recurso argumentativo que ultrapassa o plano verbal e se ancora na interação de diferentes linguagens.

O nariz de Pinóquio, enquanto metáfora visual, associa o ato de prometer ao ato de mentir, ativando um repertório cultural compartilhado e promovendo intertextualidade (Koch; Elias, 2006). Esse recurso visual, quando combinado à fala do personagem, intensifica o efeito persuasivo da charge, uma vez que o leitor é levado a interpretar criticamente os discursos políticos.

A tipografia reforça que a imagem não deve ser vista como mero complemento do texto, mas como produtora de significados autônomos que, em interação com o verbal, constroem novos sentidos. A expressão “EUPROMETO...”, por exemplo, aparece em letras maiúsculas e na cor vermelha, conferindo destaque à promessa política, ao passo que a fala da criança, também em caixa alta e acompanhada de dois pontos de exclamação, evidencia o tom de denúncia. Assim, observa-se, novamente, que a mensagem visual e a mensagem verbal não operam isoladamente, mas em regime de ancoragem e releitura mútua, contribuindo para a construção de uma crítica social.

A coerência do texto multimodal, nesse caso, advém justamente da relação de complementaridade entre os elementos. Como afirmam Cavalcante (2022) e Koch e Elias (2006), o sentido do texto é sempre resultado da interação entre seus constituintes e do diálogo com o conhecimento de mundo do leitor. A charge mobiliza esse conhecimento, pois a associação entre políticos, promessas e mentiras é socialmente difundida, permitindo que o público compreenda a crítica de forma imediata.

**Figura 10** - Educação “fora da casinha”.



**Fonte:** Blog Pampedia, 2019.

Na charge acima, observa-se um grupo de crianças em sala de aula utilizando capacetes ligados por tubos com a inscrição “TESTES”, escrevendo mecanicamente sob a vigilância de um professor. Em contraste, uma criança volta-se para a janela colorida, encantada pela natureza, e afirma: “Que sons legais...”, sendo imediatamente repreendida pelo professor, que a aconselha a não ficar “para trás”.

Essa cena mobiliza diferentes modos de significação. Os elementos visuais evidenciam a crítica ao modelo educacional tradicional, no qual os alunos são condicionados à padronização e à repetição mecânica, simbolizadas pelos capacetes. O ambiente monocromático da sala contrasta com a paisagem colorida da janela, que representa a criatividade, a liber-

dade e o contato com outras formas de conhecimento, como a arte e a sensibilidade estética. Já os elementos verbais, presentes nas falas do professor e da criança, explicitam o conflito entre o discurso meritocrático da escola, centrado em avaliações e resultados, e a abertura para experiências sensoriais e criativas.

A interação entre esses modos materializa, novamente, a noção de que o sentido não é produzido isoladamente, mas resulta da relação entre os elementos do texto (Koch; Elias, 2006). A metáfora visual dos capacetes, por exemplo, só alcança plena força argumentativa quando articulada com a fala do professor, que ironiza a lógica escolar baseada em testes. Do mesmo modo, a fala da criança se torna mais significativa ao ser contraposta ao contraste cromático da janela, recurso que intensifica a crítica ao esvaziamento da experiência sensível no ambiente escolar.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objeto de análise a interação entre elementos visuais e textuais na construção da argumentação em textos multimodais, especialmente em campanhas publicitárias e charges. Partindo da perspectiva de que o sentido é construído na relação entre diferentes modos semióticos, buscou-se compreender como imagens, palavras, cores e tipografias se articulam para produzir efeitos persuasivos e ampliar o potencial comunicativo desses gêneros.

Metodologicamente, adotou-se uma abordagem qualitativa de caráter interpretativo, fundamentada na análise textual-discursiva. Essa escolha permitiu examinar em profundidade os mecanismos argumentativos presentes no *corpus* selecionado, considerando não apenas o conteúdo verbal, mas também os aspectos visuais e tipográficos que contribuem para a construção de sentidos.

Diante disso, os resultados das análises das campanhas publicitárias e das charges nos permitem afirmar que a articulação entre elementos visuais, verbais e tipográficos potencializa a força argumentativa, enrique-

cendo a compreensão e ampliando as possibilidades interpretativas. Além disso, a pesquisa reforça a importância de se trabalhar com textos multimodais no ambiente escolar, pois ao reconhecer que o texto vai além da palavra escrita, o ensino de Língua Portuguesa pode promover práticas de leitura mais críticas e reflexivas, preparando os alunos para interpretar e produzir discursos complexos em uma sociedade marcada pela circulação de múltiplos gêneros multimodais.

Conclui-se, então, que a multimodalidade não apenas amplia os horizontes de análise textual, mas também se apresenta como um caminho essencial para o desenvolvimento da competência crítica e comunicativa dos discentes, contribuindo de forma significativa para sua formação cidadã.

## REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. A retórica da imagem. *In: O óbvio e o obtuso: Ensaios críticos III*. Traduzido por Léa Novaes. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BRAIT, Beth [Org.]. **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

BRAIT, B; MELO, R. Enunciado/ enunciado concreto/ enunciação. *In: Brait B. (org). BAKHTIN: Conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães; BRITO, Mariza Angélica Paiva. **Linguística Textual: conceitos e aplicações**. 1ª ed. Pontes Editores, 2022.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GUIMARÃES, Eduardo. **Texto e argumentação**. Um estudo de conjunções do português. 4 ed. São Paulo: Pontes, 2007.

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2006.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. Instituto de Pesquisa Aplicada. São Paulo: Abril, 2002.

MINAYO, M. C. **O desafio da pesquisa social**. *In: Minayo, M. C. (Org.)*. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro, RJ: Vozes, 2009.