



MULTIMODALIDADE E COMPETÊNCIA LEITORA: UMA ABORDAGEM DO GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

Autor (1): Rosimery Felipe de Pontes Vieira;

Orientadora (2): Profa Dra Maria de Fátima de Souza Aquino

1. Universidade Estadual da Paraíba / PROFLETRAS. E-mail: rosimerypontes@hotmail.com
2. Universidade Estadual da Paraíba / PROFLETRAS. E-mail: fatimaaquinoepb@yahoo.com.br

Resumo

Na busca de propor novos desafios para que os alunos percebam a função da leitura em contextos sociais de aprendizagem, surgiu a necessidade de desenvolver uma pesquisa etnográfica de cunho qualitativo, nas aulas de língua portuguesa, em uma turma de 7º ano do ensino fundamental para promover a competência leitora dos alunos através da interação com o gênero discursivo multimodal anúncio publicitário, veiculado nos meios digitais. No tocante à abordagem do gênero discursivo como meio de interação e de compreensão da função social da língua, esta pesquisa fundamenta-se nos estudos de Kleiman (2013), Marcuschi (2014), Zacharias (2016); a abordagem do letramento como prática social que perpassa as barreiras escolares, baseia-se nas teorias de Dionísio (2013), Moran (2015), Rojo (2012; 2015), Soares (2009), Xavier (2007) e, finalmente, no tocante à organização das atividades da intervenção em sequência didática, buscou-se aporte teórico na abordagem de Dolz & Schneuwly (2004). Os dados da pesquisa qualitativa etnográfica serão coletados através do diário de pesquisa e confrontados com as teorias dos estudiosos que fundamentam esta pesquisa. Assim, espera-se promover a competência leitora a partir da interação dos alunos com gêneros discursivos multimodais e a compreensão e o uso da linguagem em contextos socialmente significativos.

Palavras-Chave: Gênero Multimodal. Meios Digitais. Letramentos

1 INTRODUÇÃO

A complexidade das práticas pedagógicas no ensino de língua portuguesa e a disseminação dos gêneros multimodais nos alertam para a mudança de paradigma educacional que nos impulsiona a incorporar, ao ensino de leitura, gêneros que recorrem a mais de uma modalidade de linguagem com propósitos comunicativos bem definidos e adequados ao contexto de circulação.

Para além das práticas tradicionais de leitura, nós, professores de Língua Portuguesa, precisamos redefinir conceitos e ampliar as possibilidades de uso da linguagem. Utilizar os gêneros multimodais em contextos significativos de aprendizagem permite que o aprendiz desenvolva habilidades para atuar como cidadão de seu tempo (XAVIER, 2007), capaz de enxergar além dos limites do código, fazendo inferências e compreendendo as intenções



discursivas através da multiplicidade de linguagens dos textos contemporâneos.

Envolver os alunos em ações significativas de uso da linguagem e mobilizar saberes para que as atividades propostas nas aulas ultrapassem os limites da sala de aula é o grande desafio do professor de língua portuguesa. Nessa perspectiva, o trabalho em sala de aula proporcionaria o desenvolvimento da leitura, a produção de textos e a problematização de discursos manipulativos e excludentes arraigados na sociedade.

Nossas práticas sociais são mediadas pelo uso de gêneros discursivos que estão por toda a parte impulsionando as relações humanas, estreitando fronteiras sociais, culturais e espaciais. Esses gêneros se apresentam nas diversas esferas da atividade humana e exigem de seus usuários o conhecimento, ainda que superficial, do código linguístico.

A escola, responsável pela promoção de práticas significativas de aprendizagem, é a agência que deveria assumir a responsabilidade de viabilizar o desenvolvimento dos conhecimentos linguísticos, sociais e cognitivos do aprendiz para que estes possam conhecer, interagir e ler com competência gêneros discursivos que imbricam as mais variadas formas de uso da linguagem e que se apresentam em diversos suportes com objetivos e intencionalidades bem definidos.

Portanto, reconhecendo a urgência de promover a estreita relação do aluno com gêneros discursivos que circulam socialmente levando-o a utilizá-los nas relações que estabelece com a comunidade discursiva na qual está inserido, surgiu a necessidade de desenvolver uma proposta de intervenção com o objetivo de promover a competência leitora de textos multimodais nas aulas de língua portuguesa do 7º ano do ensino fundamental de uma Escola Municipal do município de Duas Estradas/PB.

Neste trabalho, consta um recorte do texto de dissertação do Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS no qual referenciamos teoricamente o gênero multimodal e descrevemos a proposta de intervenção. Inicialmente, conta a contextualização do gênero anúncio publicitário situado na abordagem interacional e discursiva da linguagem. Além disso, enfocamos a importância de perceber os recursos multimodais utilizados na tessitura do gênero como elementos operadores de sedução e persuasão. Posteriormente, apresentamos a proposta de intervenção estruturada sistematicamente no procedimento sequência didática proposta por Dolz & Schneuwly (2004), tendo como elemento central o gênero multimodal anúncio publicitário.

Por fim, tecemos as considerações parciais, na expectativa de que os resultados obtidos com a execução da proposta de intervenção atendam às nossas expectativas de

favorecer o desenvolvimento da habilidade de ler com compreensão.

2 MULTIMODALIDADE E COMPETÊNCIA LEITORA: OS SENTIDOS E A FUNCIONALIDADE DOS ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS EM CONTEXTOS SITUADOS DE INTERAÇÃO

As teorias linguísticas que defendem a perspectiva interacional e discursiva dos usos da língua, têm ocupado o espaço das práticas educativas pautadas em concepções reducionistas que ora provoca o assujeitamento do leitor que realiza leituras passivas para captar as representações mentais do autor, ora configura-se como prática de decodificação da escrita e, ao leitor, cabe, apenas, o conhecimento do código linguístico. Nessa perspectiva, Kleiman (2013, p.16) explica que

As práticas desmotivadoras, perversas até, pelas consequências nefastas que trazem, provêm, basicamente, de concepções erradas sobre a natureza do texto e da leitura e, portanto, da linguagem. Elas são práticas sustentadas por um entendimento limitado e incoerente do que seja ensinar português, entendimento este tradicionalmente legitimado tanto dentro como fora da escola.

Em contraponto com o entendimento limitado da natureza e dos usos da linguagem, Kleiman (2014) ressalta que a escola é a agência de letramento, para muitos educandos é a única, capaz de organizar sistematicamente atividades contextualizadas e significativas para a comunidade local. A pesquisadora acrescenta que fora da escola os alunos participam de eventos de letramentos pautados nos usos da linguagem em diferentes contextos e propósitos comunicativos. Dessa forma, a escola tem a responsabilidade de desenvolver atividades situadas que envolvam os aprendizes em práticas plurais estimulando-os a (re)conhecer e fazer usos dos gêneros que circulam socialmente, imbricados de sentidos e ideologias. São práticas de letramentos que valorizam a natureza e a dimensão social da leitura e possibilitam a apreensão dos sentidos e da funcionalidade dos gêneros em contextos situados de interação humana.

De acordo com Soares (2009, p.72), “letramento não é pura e simplesmente um conjunto de habilidades individuais; é o conjunto de práticas sociais ligadas à leitura e à escrita em que os indivíduos se envolvem em seu contexto social”. Nossa responsabilidade consiste em promover estratégias de leitura que considerem a funcionalidade e o caráter social dos gêneros discursivos e promovam a interação com esses enunciados em contextos sociais mais amplos e constitutivos da comunicação discursiva.

Com a intensificação dos usos dos meios digitais, os gêneros se reconfiguram e

surtem novos gêneros que se apresentam com o imbricamento de linguagens para se adequar à dinamicidade tecnológica presente nas relações que estabelecemos socialmente. São enunciados que apresentam uma semiose de linguagens: o som, o movimento e a imagem se fundem com o texto verbal para atrair o leitor e motivá-lo a estabelecer uma relação discursiva com o enunciado. Entendemos, portanto, que o uso dos meios digitais e a interação com gêneros multimodais, em âmbito escolar, favorece a mediação entre a prática social e as atividades de linguagem dos indivíduos (ROJO, 2015).

Considerando a dinâmica do processamento cognitivo da leitura de gêneros multimodais, Dionisio (2013) assegura que, nesse processo, a construção da informação ocorre de maneira mais eficaz, haja vista que são ativados os duplos canais de processamento, das representações verbais e visuais – o visual-pictorial e o verbal-auditivo. Portanto, as estratégias de leitura do gênero multimodal devem ser determinadas pelo professor, mas é de responsabilidade do aprendiz a construção de sentidos do enunciado, perceber como os recursos semióticos se fundem na tessitura do gênero e compreender a utilização da multimodalidade de recursos linguísticos em formatos distintos, que se adequam ao gênero e ao contexto de circulação do enunciado.

A adequação da linguagem ao gênero não é aleatória, decorre das distintas práticas linguísticas e das condições nas quais o discurso é realizado. Portanto, os gêneros constituem-se de ferramenta indispensável na abordagem dos usos da língua e na percepção dos enunciados como unidade de sentidos resultante das atividades discursivas que estabelecemos socialmente. Nas palavras de Koch e Elias (2015, p. 62),

As diversas práticas de linguagem podem ser relacionadas, no ensino, por meio dos gêneros – vistos como formas relativamente estáveis tomadas pelos enunciados em situações habituais, entidades culturais intermediárias que permitem estabilizar os elementos formais e rituais das práticas de linguagem. Os gêneros ligados a cada uma dessas práticas são um termo de referência intermediário para a aprendizagem, uma “megaferramenta” que fornece um suporte para a atividade nas situações de comunicação e constitui uma referência para os aprendizes.

Nos suportes digitais, essas ferramentas apresentam, além da linguagem verbal, sons, movimentos, cores e imagens que despertam, no leitor, a motivação para imergir nesses ambientes e aperfeiçoar as práticas de leitura. Os meios digitais são, sem dúvida, ambientes propícios para que possamos compreender que construímos nossa história de sujeitos letrados com a imersão no universo em que o sistema linguístico é apenas um dos recursos de constituição dos textos que materializam nossas ações sociais (DIONISIO, 2013).

Como eixo norteador dos usos da língua em contextos significativos de aprendizagem,

os gêneros discursivos circulam em diferentes esferas da atividade humana e materializam-se em enunciados que circulam em diferentes suportes. Os gêneros digitais têm favorecido o desenvolvimento da habilidade de compreensão da funcionalidade da língua. São essencialmente desafiadores, pois apresentam uma semiose de recursos que provocam os sentidos do leitor na busca de perceber os subentendidos, as inferências, as estratégias e as intenções do autor na construção do discurso.

A prática educativa que contempla a abordagem de gêneros que circulam em suportes digitais proporciona, aos alunos, o reconhecimento e a valorização do universo multimodal e, como afirma Zacharias (2016), reconfigura as estratégias de ensino restritas à cultura do impresso. É importante ressaltar que não privilegiamos o potencial dos gêneros digitais em detrimento dos impressos. Defendemos as diferentes formas e possibilidades de interação com a escrita e a inserção dos alunos em diferentes práticas de letramentos. Nessa perspectiva, Moran (2015, p. 71) ressalta que

Ensinar com as novas mídias será uma revolução se mudarmos simultaneamente os paradigmas convencionais da educação escolar, que mantém distantes professores e alunos. Caso contrário, só conseguiremos dar-lhe um verniz de modernidade, sem mexer no essencial. A internet e as tecnologias digitais móveis trazem desafios fascinantes, ampliando as possibilidades e os problemas, num mundo cada vez mais complexo e interconectado, que sinaliza mudanças muito profundas na forma de ensinar e de aprender, formal e informalmente, ao longo de uma vida cada vez mais longa.

A escola pode e deve situar o aluno como cidadão de seu tempo. Precisamos despertar neles o interesse de ingressar e permanecer na escola, precisamos democratizar o acesso e a interação com a leitura. Precisamos mediar o processo de aprendizagem, possibilitando o protagonismo do aluno de forma que ele seja capaz de buscar informações, interagir com os gêneros, produzir saberes que possibilitem a atuação social através do uso da língua em suas infinitas possibilidades de inserção do sujeito em práticas de letramento.

Ler com compreensão e compreender o caráter dialógico e discursivo dos gêneros textuais, observa Marcuschi (2014), não é meramente uma atividade linguística ou cognitiva. É, sobretudo, uma forma de inserção social que exige a habilidade de interagir e entender o discurso do outro considerando os contextos de produção, as relações estabelecidas socialmente, os suportes de circulação e os sujeitos partícipes da interação.

Tais habilidades de leitura podem ser desenvolvidas a partir de práticas interativas de socialização e apreciação de gêneros multimodais diversos. O trato desses enunciados, no contexto escolar, possibilita a percepção da heterogeneidade de modalidades linguísticas



utilizadas no processamento discursivo para a estruturação de um todo significativo. Destacamos, assim, os anúncios publicitários como gênero multimodal cuja tessitura abarca um mosaico de semioses capaz de atrair o leitor pela carga persuasiva sutilmente camuflada em discursos criativos e sedutores, conforme será detalhado a seguir.

3 O ANÚNCIO PUBLICITÁRIO: UM GÊNERO MULTIMODAL IMBRICADO DE SENTIDOS E INTENCIONALIDADE

Toda atividade de interação humana envolve linguagem, seja oral ou escrita, que se materializa em enunciados significativos cuja funcionalidade se concretiza a partir de seus usos em contextos situados. O mosaico semiótico das linguagens utilizado no processamento discursivo do gênero multimodal é carregado de sentidos e intencionalidades que atraem o leitor, inicialmente, pela forma de apresentação: são cores, movimentos, palavras que se enquadram perfeitamente num todo coeso e convidativo para ser apreciado e compreendido. Com funções distintas e circulando em diferentes suportes, cada gênero discursivo possui um propósito comunicativo que possibilita a percepção do caráter social e dialógico da linguagem.

No cenário atual, os meios midiáticos têm expandido os espaços de divulgação dos gêneros publicitários. Estes, símbolos do capitalismo, trazem arraigados em sua essência, o discurso ideológico da sociedade dominante que busca a sedução da massa, através da manipulação discursiva provocada pelos recursos linguísticos utilizados na composição do gênero. São enunciados cuja intencionalidade se reflete na forma de apresentação e na sutileza do verbal e do imagético que compõe o texto.

Nesta perspectiva, Key (1996) afirma que o objetivo do texto publicitário é atrair os consumidores por meio de doutrinação, do controle cultural e das construções ideológicas da percepção que são produtos de um condicionamento sócio-político-econômico. Dessa forma, a competência leitora é determinante para a percepção do discurso manipulativo presente nos anúncios publicitários. Quanto mais aguçada a habilidade de ler com compreensão, maior será a chance de perceber as estratégias de persuasão e a intencionalidade do produtor no processamento discursivo.

Na busca incessante de conquistar esse público que está imerso em uma sociedade de estímulos, a propaganda atrai os leitores pela criatividade na fusão de linguagens. A carga ideológica, imbricada no mosaico semiótico de linguagens diversas, aliada às construções linguísticas, buscam a persuasão e a aceitabilidade do que está sendo divulgado. No anúncio

publicitário, a criatividade na produção do gênero multimodal é determinante para que a carga persuasiva não seja identificada, pelo leitor, na superfície textual. Nesse aspecto,

A linguagem da propaganda se distingue, por outro lado, como a literária, pela criatividade, pela busca de recursos expressivos que chamem a atenção do leitor, que o faça parar e ler ou escutar a mensagem que lhe é dirigida, nem que para isso se infrinjam as normas da linguagem padrão ou se passe por cima das convenções da gramática normativa tradicional e, em certo sentido da competência linguística abstrata geralmente aceita. (SANDMANN, 2010, p.12)

Em contraponto com os gêneros jornalísticos que retratam as venturas e os percalços da vida em sociedade, o texto publicitário traz, essencialmente, a ideia de um mundo ideal, perfeito, prazeroso. Os elementos linguísticos que compõem o gênero possibilitam a convicção de que os produtos ou serviços divulgados são necessários ao bem-estar, e o interlocutário é impulsionado a adquiri-los para satisfazer um desejo imaginário pessoal que, disfarçadamente, é imposto pelo discurso persuasivo do universo midiático.

Desta forma, como assegura Key (1996, p.108), “as pessoas mais vulneráveis à doutrinação são as que vivem em sociedades tecnológicas manipuladas pela mídia.” A percepção das ideologias persuasivas, inerentes ao anúncio publicitário, exige do interlocutor a ativação dos conhecimentos prévios para a identificação dos juízos de valor imbricados na tessitura textual. Nessa perspectiva, colocamos a instituição escolar como agência de letramento (KLEIMAN, 2014) responsável pela promoção de estratégias de leitura que possibilitem a compreensão discursiva dos gêneros que circulam socialmente. Assim, os aprendizes desenvolveriam a habilidade de reconhecer os implícitos e o discurso ideológico em gêneros aparentemente sutis e inocentes.

A palavra é carregada de significados e subjetividade, portanto, como assegura Bakhtin (2009) ela não é neutra. Os gêneros multimodais, especialmente os anúncios publicitários, constituem-se de vozes plurais que formam um todo objetivo, carregado de ideologias e intencionalidade. Quem fala tem o propósito de que seu discurso tenha aceitabilidade. Assim, subsídios de persuasão são utilizados na tessitura desses enunciados para que se obtenha a interação entre a intencionalidade do produtor e a aceitabilidade do leitor através do enunciado.

A persuasão é o ponto de partida para o processamento discursivo do anúncio publicitário. Os recursos semióticos que compõem este gênero multimodal convergem para a aceitabilidade discursiva. De acordo com Citelli (2002, p. 06), “é possível afirmar que o elemento persuasivo está colado ao discurso como a pele ao corpo”. Tão importante quanto a



produção de sentido do enunciado, são os elementos linguísticos utilizados na composição do gênero para a aceitabilidade do discurso.

É importante que nossas aulas de língua portuguesa permitam aos aprendizes a oportunidade de compreender a leitura como um objeto de conhecimento (SOLÉ, 2009), que promova a reflexão sobre a funcionalidade do discurso e a avaliação da consistência argumentativa do discurso que, no anúncio publicitário é, geralmente, manipulativo e persuasivo.

Na publicidade, os elementos multimodais que compõe o gênero camuflam a força do elemento persuasivo que se constitui de importante recurso do gênero para a compreensão de seu propósito comunicativo. As diferentes modalidades linguísticas que compõe o anúncio publicitário fazem com que o discurso flua de forma direcionada. Segundo Ribeiro (2002), para que isto aconteça, o vocabulário é selecionado, na elaboração do texto, conforme tipos específicos de receptores, e a mensagem leva os leitores a compreender que o que está sendo anunciado é capaz de suprir suas necessidades.

4 ABORDAGEM METODOLÓGICA

De acordo com os objetivos previamente definidos, afirmamos que a pesquisa etnográfica de cunho qualitativo busca o desenvolvimento de uma proposta de intervenção pautada na interação da turma com gêneros publicitários, como possibilidade de perceber a função da leitura em contextos sociais de aprendizagem. Tal necessidade partiu da observação de que os alunos, diante da interação com o gênero discursivo, demonstravam dificuldades em fazer inferências, perceber os implícitos no texto e ativar os conhecimentos linguísticos, sociais e cognitivos na construção de sentido dos gêneros discursivos.

Como professor-pesquisador e imerso no contexto em que o estudo se desenvolve, esta pesquisa se constrói com base no interpretativismo. Bortoni-Ricardo (2008), assegura que a pesquisa qualitativa com base no interpretativismo assegura a compreensão do professor-pesquisador tendo em vista o seu envolvimento social com o seu objeto de estudo.

Na busca por desenvolver a competência leitora dos alunos, levando-os a acionar os conhecimentos prévios, fazer inferências e estabelecer, com autonomia, uma interação autor/texto/leitor, propomos a sequência didática que parte da necessidade de motivá-los a ler além do que está escrito, perceber os discursos implícitos em gêneros “ingênuos” que estão imbricados de ideologias que visam assujeitar o leitor com uma linguagem sutil e sedutora.

Dolz & Schneuwly (2004) definem sequência didática como um conjunto de



atividades escolares organizadas sistematicamente em torno de um gênero oral ou escrito com o objetivo de levar o aluno a conhecer e utilizar o gênero em situações de comunicação. Esse trabalho deve oportunizar aos aprendizes o acesso a novas práticas de linguagem e gêneros, nos quais os alunos apresentem dificuldade em dominá-los. Assim, pretendemos encaminhar todas as etapas da sequência didática para que o propósito da proposta de intervenção seja alcançado com êxito.

Apresentaremos, na *situação inicial*, o detalhamento da proposta e do gênero anúncio publicitário. Em seguida, sugerimos a *produção inicial* que se configura como unidade basilar que norteará os procedimentos da sequência didática. Nossa expectativa é que a turma tenha assimilado as orientações dispostas na apresentação da situação e as produções iniciais alcancem o objetivo pretendido.

De posse das produções, analisaremos criteriosamente as dificuldades na construção do gênero e verificaremos a compreensão leitora do gênero multimodal através dos recursos linguísticos utilizados na construção do enunciado. Além disso, elencaremos as dificuldades específicas de cada grupo e as “incoerências” comuns em todas as produções para desenvolvermos as ações dos módulos.

Nos *módulos*, esperamos que, a partir das estratégias de leitura adotadas e dos debates promovidos, os alunos possam consolidar as informações pertinentes necessárias à *produção final* do gênero. A construção da sequência didática está respaldada na concepção dialógica e interacional dos gêneros discursivos e na expectativa de que é possível promover práticas de letramentos plurais e situadas, respeitando valores da cultura local e admitindo a importância dos agentes de letramento em práticas sociais de usos da linguagem em gêneros multiculturais e multimodais (ROJO, 2009).

Ao concluirmos as etapas desta pesquisa científica, esperamos que os alunos sejam capazes de envolver-se, com autonomia, em práticas sociais de leitura utilizando a linguagem como ferramenta de diálogo e interação. Nessa perspectiva, as atividades desenvolvidas com o gênero anúncio publicitário audiovisual seriam o pontapé inicial para que o aluno compreenda a leitura como um processo interativo, apreenda os implícitos no texto, utilizando-se de estratégias diversas de leitura para que possa fazer inferências e avaliar criticamente os discursos ideológicos e os usos da linguagem no processamento discursivo do enunciado.

5 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS



O gênero publicitário é, indubitavelmente, um campo fértil para a análise dos discursos ideológicos da classe dominante. É um espaço privilegiado, no qual o produtor deixa fluir a sua capacidade de produção para persuadir e seduzir o leitor, consumidor, usuário, o expectador, enfim, aquele que é tomado pela linguagem subjetiva e intencional do discurso publicitário. Dessa forma, nossa responsabilidade, como agentes de letramentos, consiste em possibilitar ao aluno a interação com as múltiplas possibilidades de dizer, de se fazer entender, de estabelecer uma relação dialógica com o outro sem, necessariamente, a presença física do interlocutor.

Portanto, em âmbito escolar, possibilitar a interação com os anúncios publicitários multimodais é proporcionar ao aprendiz a interação com leituras plurais e levá-los a utilizar os conhecimentos adquiridos, a partir da competência leitora desses textos, para produzir novos textos, usando com segurança os recursos linguísticos e as estratégias persuasivas necessárias à aceitabilidade do gênero em seu contexto de circulação. O “jogo” com os elementos linguísticos é um recurso essencial para a produção do gênero que precisa convencer determinado público, inserido em determinado contexto.

Conclui-se, portanto, que é de nossa responsabilidade possibilitar a análise dos gêneros multimodais em âmbito escolar. Acreditamos que seja um trabalho exitoso, haja vista que a maioria de nossos aprendizes já realizou, ao menos, uma leitura superficial desses gêneros nas relações que estabelecem socialmente, seja em redes sociais, em sites interativos, em intervalos de programas de TV, enfim, eles estão por toda parte, e acreditamos que reconhecer a funcionalidade e a intencionalidade desses enunciados constitui-se de ferramenta essencial para a realização de leituras plurais, emancipatórias e significativas.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. *Marxismo e Filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociólogo da linguagem*. 13 ed. São Paulo: Hucitec, 2009.

BORTONI-RICARDO, Stella Maris. *O professor pesquisador: introdução à pesquisa qualitativa*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

CITELLI, Adilson. *Linguagem e persuasão*. São Paulo: Ática, 2002.

DIONISIO, Angela Paiva. Multimodalidade, gênero textual e leitura. In: BUNZEN, C.; MENDONÇA, M. *Múltiplas linguagens para o ensino médio*. São Paulo: Parábola Editorial, 2013.



DOLZ, Joaquim; SCHNEUWLY, Bernard. Sequências didáticas para o oral e a escrita: apresentação de um procedimento. In: DOLZ, Joaquim; SCHNEUWLY, Bernard. *Gêneros orais e escritos na escola*. São Paulo: Mercado das Letras, 2004

KEY, Wilson B. *A era da manipulação*. Trad. Iara Biderman. 2. ed. São Paulo: Scritta, 1996.

KLEIMAN, Ângela. *Oficina de leitura: Teoria e Prática*. 9.ed. Campinas, SP: Pontes, 2013.

_____. *Abordagens da leitura*. Belo Horizonte: Scnpta, vol. 7, nº 14, pp. 11-22, 2014.

KOCH, Ingedore Vilaça. ELIAS, Vanda Maria. *Ler e Escrever: estratégias de produção textual*. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2015.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. 7. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2014.

MORAN, José Manuel. *Novas tecnologias e mediação pedagógica*. 21. ed. Campinas, SP: Papirus, 2015.

RIBEIRO, Regiane Regina. *A ação dos signos nos anúncios publicitários*. INTERCOM – Salvador/BA, set 2002. Disponível em: http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38041879/2002_np15ribeiro.pdf
Acessado em: 10 out 2016.

ROJO, Roxane. *Multiletramentos na escola*. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

_____. *Hipermodernidade, multiletramentos e gêneros discursivos*. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

SANDMANN, Antônio José. *A linguagem da propaganda*. 12. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

SOARES, Magda. *Letramento: um tema em três gêneros*. 3. Ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

SOLÉ, Isabel. *Estratégias de leitura*. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.



CONGRESSO BRASILEIRO SOBRE
LETRAMENTOS E DIFICULDADES DE
APRENDIZAGEM

XAVIER, Antonio Carlos dos Santos. Letramento Digital e Ensino. In: Carmi Ferraz Santos e Márcia Mendonça. (Org.). *Alfabetização e Letramento: conceitos e relações*. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

ZACHARIAS, Valéria Ribeiro de Castro. Letramento digital: desafios e possibilidades para o ensino. In: COSCARELLI, Carla Viana (Org.) *Tecnologias para aprender*. São Paulo: Parábola Editorial, 2016.