



## A MULTIMODALIDADE COMO PRÁTICA DE MULTILETRAMENTOS PARA O ESTUDO DAS ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA

SOUSA, Rita Emanuely Maia de<sup>1</sup>  
SILVA, Kawane Mota e<sup>2</sup>  
SILVA, Aelissandra Ferreira da<sup>3</sup>

**RESUMO:** Esta pesquisa está fundamentada na Linguística textual e ancorada nos estudos sobre as mobilizações intertextuais com o objetivo de investigar os aspectos linguístico-gramaticais da argumentação presentes em textos multimodais. A análise dos enunciados foi caracterizada pela abordagem qualitativa e natureza descritiva para identificação da argumentatividade em dois intertextos dos gêneros propaganda e anúncio publicitário, trabalhados em uma turma do 9º ano do Ensino Fundamental II, na disciplina de Língua Portuguesa. Neles foram identificadas a construção das estratégias argumentativas, por meio do princípio interacionista e do conhecimento de mundo dos interlocutores, com o intuito de promover a produção de sentidos das mobilizações multimodais. A análise dos dados demonstra a importância dos multiletramentos para a compreensão da pluralidade linguística e a inserção dos alunos nos contextos sociais e culturais em que estão envolvidos.

**PALAVRAS-CHAVE:** linguagens; texto; interação; argumentação; letramentos.

### 1 INTRODUÇÃO

Com apoio nos estudos que versam sobre as práticas educativas voltadas para a compreensão da pluralidade de linguagens em uso no contexto contemporâneo, esta pesquisa objetiva analisar como as atividades metodológicas com a multimodalidade em sala de aula contribuem para uma compreensão dos aspectos linguístico-gramaticais em Língua Portuguesa. Esta investigação está situada na Linguística textual, caracterizada pela abordagem qualitativa, de natureza descritiva e pela concepção dialógica da língua para análise do *corpus* de estudo, que consiste em dois textos dos gêneros *propaganda*, com destaque do “Dia Mundial da Propaganda”, e *anúncio publicitário*, da marca de refrigerante “Coca-Cola”.

Como traçado teórico-metodológico deste estudo, utilizamos suporte

<sup>1</sup> Graduanda em Licenciatura Letras Língua Portuguesa, Bolsista Programa de Iniciação à Docência (PIBID), Universidade Federal do Acre, *Campus* Rio Branco, [rita.sousa@sou.ufac.br](mailto:rita.sousa@sou.ufac.br).

<sup>2</sup> Graduanda em Licenciatura Letras Língua Portuguesa, Bolsista Programa de Iniciação à Docência (PIBID), Universidade Federal do Acre, *Campus* Rio Branco, [kawane.silva@sou.ufac.br](mailto:kawane.silva@sou.ufac.br).

<sup>3</sup> Mestrado em Letras Língua Portuguesa, Universidade Federal do Acre, *Campus* Rio Branco, [aelissadra.silva@ufac.br](mailto:aelissadra.silva@ufac.br).



referencial em Roxane Rojo (2012) para analisar a multimodalidade nas práticas dos multiletramentos, propostas para o ensino de Língua portuguesa, com o intuito de discutir sobre a concepção dialógica das mobilizações linguísticas em gêneros textuais multimodais. Em consonância, Koch e Elias (2008, 2010, 2016) a fim de direcionar o estudo das concepções teóricas apresentadas para a investigação dos componentes linguístico-gramaticais que compõem textos verbo-visuais, conforme o objeto da presente pesquisa, que consiste em identificar as estratégias argumentativas presentes nas mobilizações intertextuais.

Para elucidar os nossos objetivos, utilizamos o conceito de *multiletramentos* como a incorporação de práticas de estudo sobre a pluralidade de linguagens ao ensino, com o propósito de integrar os alunos no contexto social e cultural, que engloba diversas linguagens, mídias e tecnologias. Deste modo, buscamos compreender os multiletramentos compondo-se de um caráter interacional e dialógico da língua, uma vez que estes caracterizam-se por práticas em que os sujeitos contribuem para a construção de conjecturas linguísticas atravessadas por diferentes mídias e culturas. Em consonância a este conceito, definimos a *multimodalidade* como uma prática de multiletramentos proposta para o contexto didático-pedagógico, uma vez que se trata de “[...] textos compostos de muitas linguagens (ou modos, ou semioses) e que exigem capacidades e práticas de compreensão e produção de cada uma delas (multiletramentos) para fazer significar.”. (Rojo; Moura, 2012).

Para nortearmos os estudos sobre a multimodalidade, recorreremos aos postulados de Koch e Elias (2008, 2010, 2016), para definir a *intertextualidade* como a conexão entre textos – concebido como um lugar de interação entre os sujeitos, que assumem a função de atores sociais no processo de comunicação – na constituição de mobilizações comunicativas diversas; e de *intergenericidade* como uma denominação da intertextualidade, de acordo com Marcuschi (2002), que se refere ao “fenômeno segundo o qual um gênero pode assumir a forma de um outro gênero, tendo em vista o propósito da comunicação” (*apud* Koch; Elias, 2008, p. 114). Para constituir a noção de “gênero textual”, utilizamos suporte teórico em Koch e Elias (2010), pautadas nos postulados de Bakhtin (1992), que estabelecem uma compreensão dos gêneros textuais como as formas-padrão relativamente estáveis da estruturação de um todo (Koch; Elias, 2010, p. 55) em que se operam recursos linguísticos que refletem os processos interacionais dos enunciados discursivos



(Sousa; Souza, 2025). Assim, ao considerar a leitura como uma “atividade de produção de sentido” (Koch; Elias, 2010, p. 12) compreendemos que esta requer a mobilização dos repertórios de conhecimentos dos sujeitos envolvidos em uma conjuntura comunicativa para cumprir com o princípio dialógico da interação.

Além do exposto, partimos do pressuposto de que a *argumentação*, processo linguístico-gramatical aqui tomado como objeto de estudo, se refere ao ato de buscar influenciar o interlocutor através de argumentos que objetivam a defesa de um ponto de vista (Charaudeau, 2008 *apud* Koch; Elias, 2016). Logo, nos reiteramos da “estruturação de ideias” como uma maneira de desenvolver as habilidades argumentativas nas situações comunicativas, pelas quais compreende-se o princípio dialógico do ato de argumentar, que exige balizamentos que dialogam com os conhecimentos de mundo e conhecimentos partilhados pelos interlocutores.

## 2 METODOLOGIA

Apoiada na revisão bibliográfica para a construção do traçado teórico-metodológico da presente pesquisa, utilizamos uma abordagem qualitativa de natureza descritiva para a seleção do *corpus* de estudo, que consiste em dois textos multimodais dos gêneros *propaganda*, com destaque do “Dia Mundial da Propaganda”, e *anúncio publicitário*, da marca de refrigerante “Coca-Cola”.

Esta pesquisa surge do estudo das mobilizações verbo-visuais exploradas nas aulas de Língua Portuguesa, tendo em vista a investigação dos aspectos linguístico-gramaticais que compõem estas produções, sustentadas pelos aspectos gráficos e visuais nas relações intertextuais. As aulas sobre “Argumentação em textos multimodais” foram desenvolvidas com uma turma do 9º ano, do ciclo Ensino Fundamental II, pelas discentes que atuam no âmbito do Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID), sob orientação da supervisora da escola adjunta ao programa (Colégio de Aplicação da Universidade Federal do Acre – CAp/U FAC), no mês de novembro no ano de 2025.

Esta temática surgiu do interesse dos alunos de conhecerem os elementos que compõem os textos do gênero dissertativo-argumentativo, primordialmente contemplado pela redação do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Para traçar este percurso metodológico, elaboramos uma abordagem inicial sobre a



argumentação, dado que este processo gramatical compõe a redação do ENEM de forma prioritária, versando sobre a defesa de um ponto de vista, com relação a um determinado tema de ordem social, científica, cultural ou política, por meio da sustentação de argumentos organizados de maneira coerente e coesa (BRASIL, 2025).

A proposta para uma teorização inicial sobre o tópico em investigação, apresentada para a turma de 9º ano com o uso de *datashow* e *slides*, consistia em analisar como as estratégias argumentativas manifestam-se em diversos gêneros textuais com os quais os sujeitos dialogam no dia-a-dia nas diversas esferas sociais de interação, levando em consideração a pluralidade de linguagens e culturas divulgadas pelas diversas mídias. Primordialmente, apresentamos os conceitos de “textos multimodais” e de “argumentação”, através de exemplos imagéticos e linguísticos. Para a seleção de materiais, utilizamos o conceito de *intertextualidade* e *intergêneros*, já apresentada previamente neste resumo, para identificar mobilizações textuais que denotam o diálogo entre múltiplos enunciados através de aspectos linguísticos, visuais, sonoros e espaciais.

Para amostragem dos textos multimodais, utilizamos uma abordagem qualitativa de natureza descritiva para análise dos elementos composicionais dos intertextos, cuja demonstração ocorrerá através do uso de imagens, nomeadas: **Figura (1) – Propaganda**; e **Figura (2) – Anúncio publicitário**. Para análise dos dados, seguindo o nosso plano teórico-metodológico, apresentaremos uma descrição breve das mobilizações intertextuais, buscando identificar as estratégias argumentativas em um estudo norteado pela concepção interacional e dialógica da língua para a compreensão dos componentes linguístico-gramaticais.

Para a definição dos intertextos que foram analisados e conforme trabalhado no âmbito da Iniciação à Docência, nos reiteramos dos conceitos de *intertextualidade* de Koch e Elias (2008, 2010, 2016), que a define como a conexão entre textos na constituição de mobilizações comunicativas, e de *gêneros textuais*, definidos por Marcuschi (2003) como “textos materializados que encontramos em nossa vida diária e que apresentam características sócio-comunicativas definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica”. Logo, recorreremos aos gêneros textuais *propaganda* e *anúncio publicitário*, que consistem em mobilizações discursivas que estão presentes no convívio social em que ocorrem a produção de



sentidos sobre um objetivo pré-definido – uma finalidade, destinada à um público-alvo – por meio de efeitos estruturais singulares, evidenciados pelos aspectos sonoros, visuais, linguísticos, multissemióticos, dentre outros.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Espelhado no delineamento teórico-metodológico para uma abordagem representativa de demonstração das mobilizações multimodais, e para análise das estratégias argumentativas presentes nos intertextos, apresentaremos, em ordem de amostragem: i. a figura do texto multimodal que consistiu em um objeto de investigação nas aulas de Língua portuguesa; ii. a descrição dos componentes linguísticos e visuais das mobilizações intertextuais; iii. Uma compreensão da *intergenericidade* e identificação das estratégias argumentativas presentes nos enunciados; e iv. as maneiras como podemos inferir as estratégias argumentativas presentes nos dados.

**Figura (1) – Propaganda**



Fonte: Publicidade e Propaganda – UNISSAU Dorotéias, 2024.

Conforme o traçado teórico-metodológico deste estudo, a **Figura (1) – Propaganda** se apresenta como um texto multimodal, uma vez que se compõe de uma multiplicidade de linguagens as quais envolvem práticas de compreensão para a construção de sentidos por parte dos interlocutores em uma situação de interação (Rojo; Moura, 2012). Na imagem, é possível perceber a disposição de elementos:



visuais – a maçã mordida centralizada na figura e o plano de fundo que contém a palavra "propaganda" em efeito transparente – gráficos – as formas tipográficas diversas das letras, para destaque dos elementos verbais ancorados ao texto – e verbais – o constituinte linguístico da propaganda: "Não basta sua empresa ser, ela precisa aparecer. Sem a propaganda esta maçã mordida não te lembraria a nenhuma marca. 17 de outubro dia do profissional da propaganda".

Partindo do pressuposto que a leitura é uma atividade de produção de sentido" (Koch; Elias, 2010, p. 12) que depende dos conhecimentos de mundo dos sujeitos envolvidos em uma situação comunicativa para a compreensão dos fatores pretendidos pelas práticas dialógicas, é possível perceber que, na propaganda analisada, o locutor organiza os elementos ao considerar que o interlocutor reconhecerá os componentes partindo de um conhecimento que já faz parte do imaginário social de ambos: a maçã mordida faz referência a marca de *smartphones Apple*, popularizada, em parte, pelos efeitos midiáticos, através dos anúncios publicitários e propagandas que objetivam o consumo destes produtos.

Com apoio nos postulados de Marcuschi (2008 *apud* Koch, 1991) acerca da intertextualidade, é possível considerá-la como um "princípio constitutivo que trata o texto como uma comunhão de discursos [...] que dá margem para que se façam interconexões". Logo, a propaganda em análise pode ser compreendida como um intertexto, uma vez que se denota o foco principal da propaganda, que consiste em influenciar o interlocutor sobre uma ideia, através do uso de elementos verbais e imagéticos que recorrem aos elementos da publicidade, e permitir a compreensão e construção de sentidos por meio da inferência, pela correlação entre os componentes propagandísticos e o objeto do discurso no imaginário social.

De acordo com Koch e Elias (2016), baseadas em Charaudeau (2008), a argumentação consiste na estruturação de processos linguístico-gramaticais para compor uma abordagem que objetiva a defesa de uma determinada perspectiva, na direção de influenciar as opiniões ou visões do interlocutor. Sob este viés, é possível compreender que as estratégias argumentativas ancoradas no intertexto **Propaganda** se mostram através de uma inferência pela qual se constrói os sentidos desta mobilização visual-linguística, que orientam o leitor para a valorização e importância dos profissionais que trabalham com a produção dos recursos propagandísticos das marcas – publicitários, *freelancers*, *marketing*, dentre outros – a partir da afirmação



que, sem este recurso, os produtos não seriam tão popularizados, como exposto em: “Não basta sua empresa ser, ela precisa aparecer. Sem a propaganda esta maçã mordida não te lembraria a nenhuma marca.”. Também é crucial destacar o fato de as propagandas buscarem influenciar o público-alvo através de demonstrações visuais que sustentam os argumentos, para assegurar que ocorram os efeitos pretendidos.

Esta análise possibilita uma compreensão do princípio dialógico dos textos multimodais, uma vez que demonstra a ancoragem da multiplicidade de linguagens presentes no intertexto. A inferência das estratégias argumentativas pretendidas pelo locutor se dá pelo conhecimento de mundo dos sujeitos envolvidos na situação comunicativa ou, dependendo do contexto, pelo conhecimento partilhado pelo imaginário social. Ademais, podemos entender que a defesa de um ponto de vista e a sustentação desta através de argumentos pode ser apresentada, em um texto multimodal, pelas relações entre uma pluralidade de linguagens – através dos elementos visuais, gráficos ou linguísticos.

Deste modo, partimos para a análise do segundo dado:

### Figura 02 – Anúncio publicitário



Fonte: Revista Veja, 2013, in: Koch e Elias, 2016.

Já a **Figura 02 – Anúncio publicitário** se apresenta como um texto multimodal que se destaca pela *intergericidade*, denoto pelo enunciado linguístico que constitui o anúncio. É possível compreender que a citação direta em destaque consiste em um relato pessoal, uma vez que se refere a um momento da vida do atleta olímpico Roberto Caetano. No entanto, este breve relato compõe um diálogo com a construção do gênero anúncio publicitário, uma vez que objetiva a venda e o consumo do refrigerante *Coca-Cola*. Este aspecto, apesar da ausência de elementos visuais no enunciado representado, configura a imagem como uma mobilização intertextual,



segundo as perspectivas de Marcuschi (2002) e de Koch (2010), que concebem a intertextualidade como uma conexão entre diferentes interrelações textuais “[...] é estratégica, por conseguinte, revestida de finalidade e de significações” (Koch, 2010, p. 130).

É possível denotar que a construção das estratégias argumentativas neste texto, assim como a **Figura (1) – Propaganda**, se mostra através da inferência pelo conhecimento de mundo – ou conhecimento partilhado – entre os interlocutores em situações de interação social, e coloca em evidência o princípio dialógico do intertexto. O anúncio publicitário sugere a presença da marca *Coca-Cola* em momentos descontraídos, confortáveis e marcantes da vida do público, ao colocar no centro o relato de Roberto Caetano, que compartilha a sua experiência de vida em que aproveita “o momento em família na praia de Ramos” e “sente-se beijado” pela pessoa por quem estava apaixonado através da partilha do refrigerante.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo apresentou por finalidade compreender as maneiras como as atividades metodológicas com a multimodalidade em sala de aula contribuem para uma compreensão dos aspectos linguístico-gramaticais em Língua Portuguesa e foi ancorado na concepção dialógica da língua para a análise do *corpus* selecionado, com vista a discutir sobre o princípio interacional das mobilizações intertextuais e dos componentes verbo-visuais para a identificação das estratégias argumentativas presentes nos intertextos.

Como resultado, as análises demonstram que as estratégias argumentativas presentes nos textos multimodais podem ser inferidas através do conhecimento de mundo dos interlocutores, ou dependendo do contexto, do conhecimento partilhado no imaginário dos sujeitos envolvidos nas situações de interação social. Logo, destacamos que a multimodalidade se ancora em um princípio dialógico para alcançar a construção dos sentidos pretendidos pelas mobilizações intertextuais dadas.

Partindo do pressuposto, é possível compreender que a investigação dos aspectos linguísticos através de práticas de estudos com textos multimodais no contexto de ensino de Língua portuguesa, contribui de forma significativa aos estudos da multiplicidade de linguagens em uso na contemporaneidade, uma vez que os intertextos constroem as conjecturas linguísticas e visuais por meio dos



conhecimentos de mundo dos sujeitos adquiridos em situações de interação social, atravessadas por diferentes mídias, culturas e tecnologias. Deste modo, compreendemos também a importância e a valorização das práticas de multiletramentos ao ensino, uma vez que a perspectiva interacional da multimodalidade destaca a incorporação de práticas que integram os alunos nos contextos sociais e culturais, levando-os a entender e refletir sobre estes.

## 5 AGRADECIMENTOS

Destinamos os nossos agradecimentos ao Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID) que contribuiu significativamente para o fomento da nossa jornada acadêmica e para as vivências e experiências no contexto da docência. Estendemos estes agradecimentos à coordenação do NID de Língua Portuguesa – Ensino de Gramática e à supervisora da escola adjunta ao programa, que foram orientadoras das atividades desenvolvidas no âmbito do projeto de Ensino de Gramática e colaboraram de forma significativa para esta pesquisa.

Agradecemos sobretudo à Universidade Federal do Acre (UFAC) e ao curso de Licenciatura em Letras Português, pelos conhecimentos adquiridos durante a nossa jornada acadêmica e pelas oportunidades de participar de projetos de ensino, pesquisa e extensão que sustentam as nossas práticas como futuros profissionais das Letras e docentes de Língua portuguesa.

Estendemos os nossos agradecimentos formalmente à organização do evento “II Congresso Norte-Nordeste PIBID e II FOPER – Fórum de Pesquisa em Educação em Rondônia” (Rondônia, Porto Velho, 2026) pela oportunidade de participar deste momento tão importante e significativo para a partilha de conhecimentos em torno da Formação docente.

## REFERÊNCIAS

- BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). **A redação no Enem 2025**: cartilha do participante. Brasília: Inep, 2025.
- KOCH, Ingedore Villaça. ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender**: os sentidos do texto. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008. 216p.
- KOCH, Ingedore Villaça. ELIAS, Vanda Maria. **Ler e escrever**: estratégias de produção textual. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010. 225p.
- KOCH, Ingedore Villaça. ELIAS, Vanda Maria. **Escrever e argumentar**. São Paulo:



Contexto, 2016. 235p.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In:

**Gêneros textuais e ensino**. São Paulo: Parábola Editorial, 2003, p. 19-36.

ROJO, Roxane Helena Rodrigues. Pedagogia dos multiletramentos: diversidade cultural e de linguagens na escola. In: ROJO, Roxane Helena Rodrigues. MOURA, Eduardo. **Multiletramentos na escola**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012, p. 11-32.

Roxane Helena Rodrigues. GOMES, Geam Karlos. SILVA, Ana Marcia dos Santos Honorato da. **Multiletramentos na escola**: uma entrevista com Roxane Rojo. EDUCITEC – Revista do Programa de Pós-Graduação em Ensino Tecnológico, Amazonas, v. 8, 199822, p. 1-11, 2022.

SOUSA, R. E. M. SOUZA, T. G. L. SILVA, Aelissandra Ferreira. Referenciação em cartas de alunos nos anos finais do Ensino fundamental. In: X Encontro Nacional das Licenciaturas e IX Seminário Nacional do PIBID, 2025, Brasília. **Anais [...]** Campina Grande: Realize Eventos Científicos e Editora Ltda, 2025. Disponível em:

<https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/140044>