

O Texto Multissemiótico e a Base Nacional Comum Curricular: Alternativas Teóricas para a Leitura de Textos

The Multi-semiotic text and the Brazilian Common Basic Curriculum: Theoretical alternatives for reading texts

Sonia Merith-Claras*

* Universidade Estadual do Centro Oeste, UNICENTRO, Guarapuava - PR, 85015-430, e-mail: soniaclame@gmail.com

Sandra Mara da Silva Marques Mendes**

** Universidade Estadual do Centro Oeste, UNICENTRO, Guarapuava - PR, 85015-430, e-mail: profesandramendes@gmail.com

Roziane Keila Grando***

*** Universidade Estadual do Centro Oeste, UNICENTRO, Guarapuava - PR, 85015-430, e-mail: kekegrando@yahoo.com.br

Resumo: A Base Nacional Comum Curricular para o Ensino Médio, semelhante ao sugerido no Ensino Fundamental, “propõe que os estudantes possam vivenciar experiências significativas com práticas de linguagem em diferentes mídias (impressa, digital, analógica), situadas em campos de atuação social diversos, vinculados com o enriquecimento cultural próprio, as práticas cidadãs, o trabalho e a continuação dos estudos.” Nesse prisma, a área Linguagens e suas Tecnologias reitera que a escola deve articular propostas de trabalho que “potencializem aos estudantes o acesso a saberes sobre o mundo digital”. Isso porque, as práticas da cultura digital “impactam seu dia a dia nos vários campos de atuação social e despertam seu interesse e sua identificação com as TDIC”. Sob tal enfoque, o objetivo deste texto é discutir os mecanismos de construção de sentido de um texto audiovisual, ou multimodal/multissemiótico como sugere a BNCC, pondo em evidência os recursos da cultura/linguagem digital. Assim, respaldados na Semiótica Discursiva e Tensiva, e considerando que o sentido de um texto é construído na articulação de mais de um sistema semiótico, ou semioses (verbais, plásticos, musicais...), tomamos como objeto de estudo a propaganda do Banco Bradesco #ReinventeOFuturo. Nossa análise pretende sugerir um percurso de leitura para os textos multimodais, ou ainda, uma possibilidade teórico-metodológica para estudo de textos na escola. Mais que pensar no apelo ao consumo da propaganda, objetivamos direcionar o olhar do professor para os efeitos de sentido resultantes da organização do texto, tanto do plano da expressão quanto do plano do conteúdo.

Palavras-chave: BNCC; Leitura; sincretismo de linguagem.

Abstract: Similar to what has been suggested for the primary school, the Brazilian Common Basic Curriculum for high schools “proposes that students may have significant experiences with the practices of language through different media (printed, digital, analogical) in several social fields, linked to cultural enrichment, civil practice, work and continuation of studies”. Through such a focus, the theme Literacies and their Technologies insists that the school should elaborate work proposals that “would enable students to access knowledge on the digital world”. In fact, the practices of digital culture “have a continuous impact on the various fields of social practice and urge their interest and identification by

DTIC”. Current text discusses mechanisms for the construction of meaning of an audio visual or multi-modal/multi-semiotic text, as suggested by BCBC, underscoring resources of digital culture and literacy. Based on Discursive and Tensive Semiotics, and taking into account that the text’s meaning is constructed through the articulation of more than one semiotic system or semiosis (verbal, plastic, musical and others), current object focuses on the study of an advertisement by Banco Bradesco #ReinventeOFuturo. Our analysis suggests a reading route for multimodal texts or the theoretical and methodological possibility for the study of texts in the classroom. Rather than analyzing appeal for the consumption of advertisement, we would like to direct the teacher’s view for the effects of meaning resulting from the text’s organization on the expression and content planes.

Keywords: BBCC; reading; syncretism of language.

INTRODUÇÃO

As transformações da linguagem, muito em razão do avanço das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), estão em destaque na construção da BNCC – tanto no Ensino Fundamental quanto no Ensino Médio (EM). Nesse ensejo, a BNCC-EM destaca ser papel da escola “considerar a cultura digital, os multiletramentos e os novos letramentos, entre outras denominações que procuram designar novas práticas sociais de linguagem” (BRASIL, 2018, p. 487). Entra para o escopo do documento, portanto, uma perspectiva de ensino em que a mescla, o híbrido, o multissemiótico e multimidiático têm espaço reservado, ao lado de uma abordagem da cultura impressa, essencialmente verbal e já solidificada no ensino da língua portuguesa. Considerando que as situações de uso da linguagem passaram a envolver uma semiose, um “sistema de signos em sua organização própria” (BRASIL, 2018, p. 486), destaca-se na Base:

é importante que os jovens, ao explorarem as possibilidades expressivas das diversas linguagens, possam realizar reflexões que envolvam o exercício de análise de elementos discursivos, composicionais e formais de enunciados nas diferentes semioses – visuais (imagens estáticas e em movimento), sonoras (música, ruídos, sonoridades), verbais (oral ou visual-motora, como Libras, e escrita) e corporais (gestuais, cênicas, dança). Afinal, muito por efeito das novas tecnologias digitais da informação e da comunicação (TDIC), os textos e discursos atuais organizam-se de maneira híbrida e multissemiótica, incorporando diferentes sistemas de signos em sua constituição. (BRASIL, 2018, p. 486)

Esse olhar sobre as possibilidades expressivas das diferentes linguagens, e de como elas devem ser inseridas no contexto escolar, vai constituindo uma nova imagem do professor de língua portuguesa. De acordo com Merith-Claras (2021), em estudo

sobre a imagem (*páthos*) pressuposta do professor de língua portuguesa na BNCC/Ensino Fundamental, o professor tem sido deslocado de um saber-fazer já solidificado, sobre o letramento da letra, em favor da interdisciplinaridade no interior de uma mesma área. Não é mais possível, portanto, identificar o professor de Língua Portuguesa como pressuposto em documentos anteriores, tais como nos Parâmetro Curriculares Nacionais (BRASIL, 1998) “quando os conhecimentos sobre a língua, ou ainda, grafofônicos, ortográficos, lexicais, morfológicos, sintáticos, textuais, discursivos e sociolinguísticos tinham primazia no trabalho docente”. (MERITH-CLARAS, 2021, p26).

Assim, de professor de Língua Portuguesa a professor de Linguagens, tornando-se:

um professor que transita entre áreas, que conhece também os conteúdos de Artes e de Educação Física - sabe sobre a dança, a música, as encenações - e que domina os recursos tecnológicos que possibilitam a mescla de linguagens, a configuração do híbrido. Um professor que atua, portanto, de modo interdisciplinar. (MERITH-CLARAS, 2021, p. 126).

Conforme destaca a autora, a imagem pressuposta de um enunciatório, no caso o professor de língua portuguesa, não tem relação com a pessoa de carne e osso, dizendo respeito tão somente a uma construção do discurso. Nesse sentido, pode ser que o perfil de professor projetado na Base não seja semelhante ao perfil do professor que vem atuando na escola e, desta forma, ele pode não estar preparado para lidar com conhecimentos e saberes oriundos de outros Componentes Curriculares. Por outro lado, o hibridismo, a mescla e as transformações no uso da linguagem já são uma realidade, e a escola não pode mais negar essas mudanças, nem tampouco ignorar que trabalha atualmente com um novo perfil de aluno.

Diante do exposto, este trabalho objetiva sugerir uma possibilidade teórica para o estudo de um texto multimodal/multissemiótico. Ao detalhar os recursos explorados no plano do conteúdo e no plano da expressão, fica evidente o olhar interdisciplinar sobre os conteúdos de outros Componentes Curriculares, passíveis de serem mobilizados numa aula de leitura.

Para o percurso de leitura desenvolvido, tomando como objeto de estudo a propaganda do Banco Bradesco #ReinventeOFuturo¹, teoricamente nos valem dos

¹ Disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=7raMQ7kf5ck>. (Acesso em 28/11/2021).

pressupostos da Semiótica Discursiva e Semiótica Tensiva. Não se trata, portanto, de um estudo pautado numa densidade teórica sobre a linguagem do cinema, mas de efeitos de sentido que a escolha dessas linguagens produzem na construção de um texto audiovisual. Da linguagem do cinema trazemos apenas os conhecimentos sobre o posicionamento das câmeras - Plano Geral, Plano de Conjunto, Plano Americano, Plano Médio, Plano Próximo e *Close up* – seguindo a organização e nomenclatura utilizada por Gage e Meyer em *Linguagem do cinema*, apud Hernandez (2005). Assim, as cores, a sonoridade, e mesmo as tomadas de câmeras trazidas para discussão serão estudadas a partir de uma unidade rítmica, cujos acentos tônicos vão desenhando um sentir do leitor/telespectador.

Convém lembrar que a propaganda é um gênero textual que faz parte do campo jornalístico-midiático, o qual “caracteriza-se pela circulação dos discursos/textos da mídia informativa (impressa, televisiva, radiofônica e digital) e pelo discurso publicitário” (BRASIL, 2018, p. 489). Explorar textos/gêneros dessa esfera de circulação “permite construir uma consciência crítica e seletiva em relação à produção e circulação de informações, posicionamentos e induções ao consumo” (BRASIL, 2018, p. 489). No estudo em questão, é o percurso construído para introduzir o apelo ao consumo que nos interessa.

O PLANO DO CONTEÚDO E O PLANO DA EXPRESSÃO: BASES TEÓRICAS

Objeto de estudo da Semiótica Discursiva, o texto diz respeito à “junção do plano do conteúdo, construído sob a forma de um percurso gerativo, com o plano da expressão” (BARROS, 2005, p. 80). O plano da expressão, de acordo com a autora, faz mais do que expressar o conteúdo, isto é, ele cria novas relações com o conteúdo. Assim, um texto que envolve mais de uma expressão diz respeito a um texto sincrético, na BNCC denominado de multimodal e/ou multissemiótico.

Na Semiótica Discursiva os textos podem ser estudados sob o prisma do plano do conteúdo a partir de um percurso gerativo de sentido. Com suas especificidades, e uma sintaxe e uma semântica, os níveis fundamental, narrativo e discursivo compõem esse percurso, há bastante tempo divulgado nos estudos da área. O nível das estruturas fundamentais é a “instância mais profunda, em que são determinadas as estruturas elementares do discurso” (BARROS, 2002, p. 15), enquanto o nível das estruturas

narrativas diz respeito “ao nível sintático-semântico intermediário” (BARROS, 2002, p. 15). Por fim, o nível das estruturas discursivas são as “mais próximas da manifestação textual” (BARROS, 2002, p. 15) e, por isso, mais concretas, em relação às estruturas fundamentais, que são mais abstratas. Esses níveis são interdependentes e, conforme abordados no estudo, serão melhor definidos.

É a partir do percurso gerativo de sentido proposto por Greimas e Courtés (2013), no contexto da Semiótica Discursiva, que Zilberberg (2006, 2011) vai tratar da afetividade, dos estados de alma, isto é, o sentir do leitor frente a um objeto-semiótico sob o prisma da Semiótica Tensiva. De acordo com Zilberberg (2006, p.169), a afetividade é assumida na Semiótica “sob a denominação de intensidade, como grandeza regente do par derivado da esquizia inaugural”, quer seja, de uma tensividade, “o lugar imaginário em que a intensidade – ou seja, os estados de alma, o sensível – e a extensidade – isto é, os estados de coisas, o inteligível – unem-se uma a outra”. A junção do eixo da intensidade e da extensidade vai instituir o campo de presença, que segundo Zilberberg (2011, p.67), diz respeito às relações juntivas entre sujeito e objeto: “a junção indefectível define um espaço tensivo de recepção e qualificação para as grandezas que têm acesso ao campo de presença”. Por isso, “toda grandeza discursiva vê-se qualificada, primeiramente, em termos de intensidade e extensidade e, em seguida, em termos das subdimensões controladas por elas”. (ZILBERBERG, 2011, p.67).

Sobre as subdimensões, o estudo da dimensão da intensidade se assenta nas subdimensões do andamento e da tonicidade, enquanto a dimensão da extensidade é regida pelas subdimensões da temporalidade e espacialidade. Contudo, o andamento, a velocidade de um devir está sempre em evidência, já que a intensidade rege a extensidade. Isto é, “os estados de coisas estão na dependência dos estados de alma” (ZILBERBERG, 2006, p. 169), o que assegura a autoridade do sensível sobre o inteligível. Ao tomar o texto como uma unidade rítmica, a Semiótica Tensiva incorpora tanto o plano do conteúdo quanto o plano da expressão em seus estudos. É por esse viés que começamos a apresentar nossa discussão.

Assim, a narratividade de um texto audiovisual é construída por cenas. Uma cena pode ter diferentes tomadas e as tomadas podem ter ângulos distintos. E, por uma questão de espaço, recortamos para estudo somente as cenas da propaganda que consideramos mais relevantes para a compreensão. Nesse sentido, a numeração adotada

nos recortes das cenas e nas tomadas de câmeras não dizem respeito, necessariamente, à ordem em que aparecem na propaganda.

O CAMPO DE PRESENÇA DO ENUNCIATÁRIO: A PANDEMIA E FORÇA DO ABRUPTO

O enunciador introduz a propaganda no campo de presença do enunciatário explorando as paixões de insegurança e aflição a partir da ênfase que recai sobre o contexto da pandemia. Essa insegurança do enunciatário diz respeito a sua disjunção de seu objeto-valor, uma “vida normal”, representada na liberdade de poder se relacionar com outras pessoas, de trabalhar, estudar, quer seja, de viver de uma forma segura, sem riscos de contaminação pelo SARS-CoV (COVID-19). No texto em estudo é possível reconhecer um sujeito da enunciação que *quer-ser* (ter a sua rotina de volta), mas *crê-não-ser* e *sabe-poder-não-ser*, um enunciatário que não apenas *acredita* como também *sabe* da sua relação de disjunção de seu objeto-valor. Em suma, um estado de espera tenso-disfórico de disjunção que acarreta efeitos de sentido de insegurança e, conseqüentemente, de aflição. Esses efeitos passionais da insegurança e aflição - marcados no plano do conteúdo pela construção verbal *em tempos tão desafiadores* - são retratados no plano da expressão por meio de cinco tomadas de câmeras, cujas cenas reforçam o contexto do isolamento social, de disjunção do sujeito de seu objeto-valor.



Tomada 01 – plano geral – Cena 01



Tomada 03 – plano geral – Cena 03



Tomada 05 – plano médio – Cena 05



Tomada 02 – plano próximo – Cena 02



Tomada 04 – plano médio – Cena 04

As cenas priorizam a vista de uma cidade grande durante a noite² e, gradativamente,

ênfatisam e retratam o isolamento social. Enquanto na tomada de câmara 01, em plano geral, o movimento dos carros na avenida sugere que ainda há a presença de pessoas nas ruas, na tomada de câmara 02, em plano próximo sobre os prédios, as luzes acesas sugerem que as pessoas já estão isoladas no interior de suas residências. Isolamento confirmado na tomada de câmara 03, que também incide sobre avenidas, agora já com poucas luzes de carros, diferente da cena 01. Contudo, são as cenas 04 e 05 que intensificam esse efeito de sentido do isolamento social e do contexto pandêmico, a partir do foco em ruas completamente vazias. Nessas cenas a escolha é pelo plano médio e plano próximo, direcionando e aproximando o olhar do telespectador para as ruas, sob diferentes ângulos.

Assim como as tomadas de câmeras, as cores e a luminosidade exploradas nas cenas também intensificam o isolamento. Contrapondo as luzes ao escuro da noite, o enunciador vai sugerindo para o enunciatário onde há, ou não, a presença de pessoas. Ou melhor, que elas estão dentro de casa.

Quanto aos aspectos sonoros, é uma voz feminina que, com um fundo musical, narra o contexto da pandemia no plano do conteúdo: *Em tempos tão desafiadores*. A música, essencialmente instrumental, começa em tom mais alto, destacando-se em meio à voz da locutora. Em termos prosódicos, o pico da narração/voz recai sobre a conjunção *tão*. Desse modo, de maneira sincrética, altura da voz e seleção gramatical apontam, juntas, para um intensificador. Não são apenas tempos desafiadores, são desafios de um contexto de pandemia, onde paira o incerto, as paixões da insegurança e aflição.

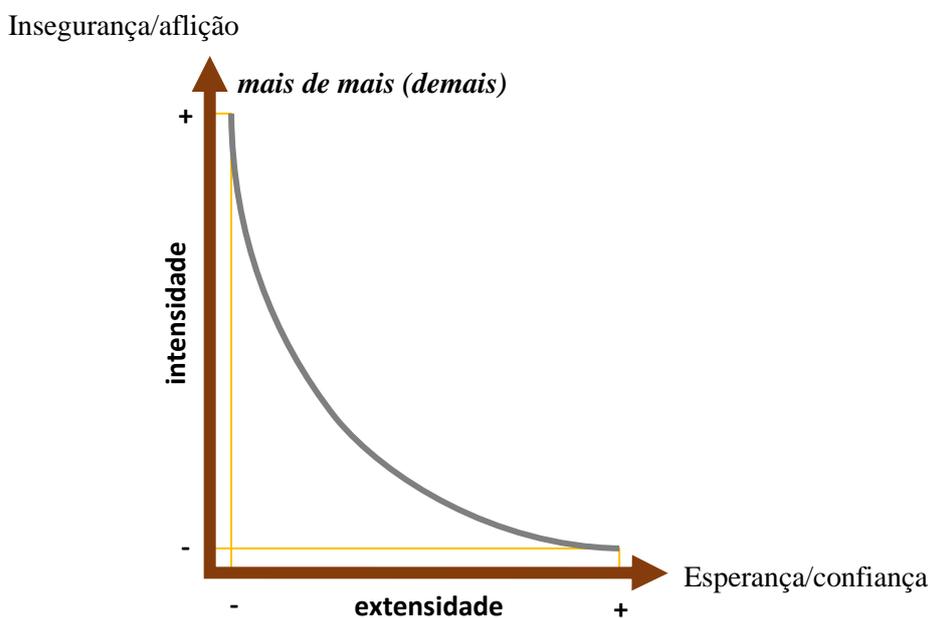
Em suma, é esse pular de uma cena à outra, entre tomadas distintas de câmeras que retratam ambientes exclusivamente externos, na escuridão da noite, e com uma voz feminina aliada a um fundo musical que sugere um tom de nostalgia, que o efeito de sentido do isolamento social se constrói. Movimentos de câmeras relativamente rápidos, mas que não impedem o telespectador de apreender cada uma das cenas.

Em termos tensivos, essa semiose que constrói, ou melhor, reforça no plano da expressão o contexto da pandemia, faz com que a propaganda entre para o campo de presença do enunciatário de maneira abrupta, desconfortável. Parte-se de um *mais mais* (demais), um sentir tônico que reforça para o enunciatário as paixões da insegurança e aflição, trazendo à tona a força do abrupto da pandemia na vida das pessoas. É, portanto, uma percepção tônica e acelerada que fecha o espaço de percepção do sujeito, recobrando no enunciatário a memória de um sobreviver da pandemia e, com ela, todas as incertezas e medos que envolvem o trabalho,

² É certo que os moradores da cidade de São Paulo vão reconhecê-la, uma vez que as tomadas de câmeras exploram o entroncamento de avenidas - Brasil e Consolação.

a sobrevivência, a saúde pessoal e coletiva etc. Cenas iniciais que trazem para a propaganda a temática da morte (no plano do conteúdo).

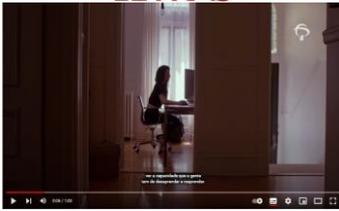
O gráfico tensivo, descrito a seguir, sintetiza esse *demais* que emerge, de uma pandemia ocasionada por um vírus desconhecido, em que paira o risco de morte, sobressaindo no eixo intensivo as paixões da insegurança e aflição. Se no eixo da intensidade a cifra tensiva aponta para o *mais*, ou *demais*, no eixo da extensidade o que predomina é o *menos*, afetando a inteligibilidade, a compreensão do enunciatário sobre o como será o futuro. Há, portanto, o *mais* da insegurança e aflição e o *menos* da esperança e confiança.



Na proposta tensiva, quando o sujeito está nesse *demais*, de um *mais mais* que sugere uma saturação, de um abrupto que tira o sujeito da sua inteligibilidade, da sua capacidade de compreender, um processo de descendência, de recrudescimento começa a se instituir, a fim de que o sujeito consiga suportar e se refazer desse limite instaurado.

Na propaganda, esse é o percurso explorado pelo enunciador-destinador. Num primeiro momento ele traz o ápice no eixo da intensidade de um *sentir* sobre a pandemia, de um risco de morte iminente que afeta o inteligível, a capacidade do sujeito assimilar como será o dia seguinte. Depois, começa a explorar um processo de resolução, uma atenuação desse *sentir* do enunciatário. Essa descendência da força afetiva é o começo do *menos de mais*: – *é impressionante ver a capacidade que a gente tem de desaprender e reaprender*. É o fazer-criar do enunciador-destinador acerca de uma vida possível longe do externo, da rua, dos ambientes de trabalho. É o “desaprender” de um único jeito que se acreditava ser possível, para “reaprender” a fazer diferente. Num crescente de afazeres, parte-se primeiramente das situações de trabalho, como nas cenas recortadas a seguir³:

³ A partir desse segundo grupo de imagens a numeração diz respeito ao recorte das cenas priorizadas no estudo.



Tomada 06 - plano geral – cena 06



Tomada 07 – plano próximo – Cena 06



Tomada 08 – plano próximo – Cena 07



Tomada 09 – plano próximo – cena 08



Tomada 10 – plano geral – Cena 09

Contrapostas ao escritório vazio, as cenas iconizam as situações de trabalho, sempre mediadas pelos recursos tecnológicos (computadores, tablets, internet) e que agora acontecem no interior das casas, ambientes adaptados de onde as pessoas trabalham sozinhas. Essa transição do trabalho que vem da rua para a casa, do externo para o interno, é marcada principalmente pelo movimento de câmera na cena 06. Quer seja, num primeiro momento a tomada de câmera é num plano geral, possibilitando ao telespectador ter uma visão ampla do interior da casa/apartamento; na sequência, na tomada 07, a aproximação da câmera vai dando destaque para o ambiente de trabalho da mulher. Apesar de estar em casa, num ambiente adaptado, o plano próximo da tomada de câmera destaca o profissionalismo do trabalho, de uma estrutura de escritório bastante adequado - cadeira, mesa, computador.

Sobre essas cenas, ainda, destaque-se: a correria de trabalho mantida no ritmo acelerado do rapaz que não para nem para tomar um cafezinho (efeito esse conseguido pela movimentação rápida de câmera, que acelera a imagem); a adaptação até mesmo dos profissionais da saúde a uma nova rotina, cena 08, que agora olham exames sem a presença do paciente. Note-se, nesta última cena, uma semiose que explora som, imagem e verbal em prol do fazer-criar do enunciativo de que todos, independentemente da idade, podem reaprender. Isso porque, quando a imagem do idoso ganha destaque, no verbal é dito a palavra *reaprender*, pronunciada pausadamente.

Enfim, de um início de adaptação de trabalho para uma rotina mais alegre e feliz, confirmando um processo de descendência, de atenuação da força do abrupto da pandemia, conforme demonstram as cenas recortadas adiante.



Tomada 11 – plano próximo – cena 10



Tomada 12 – plano próximo – cena 11



tomada 14 – close up – cena 13



Tomada 13 – plano médio – cena 12



Tomada 15 – close up – cena 13

Essa atenuação das paixões da insegurança e aflição é produzida na imagem do homem/pai, que agora trabalha e brinca ao mesmo tempo, na cena do casal de idosos que consegue conversar e interagir pelo computador, e nas cenas de pessoas que conseguem fazer atividade física e passar o tempo: *mudamos o jeito de trabalhar, de nos conectar com as pessoas, e até de passar o tempo!* A pronúncia mais enfática dada ao intensificador – até – reforça a ideia de que mesmo as pequenas distrações sofreram mudanças, se adaptaram ao contexto pandêmico.

Assim, por meio de cenas de pessoas felizes, o enunciador-destinador vai tirando o enunciatário do vazio do isolamento. Esse efeito de leveza, de alegria é construído, principalmente, pelas cores e pela luminosidade que compõem as cenas. Se nos primeiros grupos de cena predominava o escuro da noite, a baixa luminosidade e os tons de preto e cinza, as cenas agora incorporam tons como o rosa, o azul, o branco e o laranja. Há também mais incidência de luminosidade, que entra pelas janelas. É a confirmação do processo de descendência, de uma força tônica que parte de um *demais* da pandemia, para um processo que vai desacelerando, um *menos* de *mais*: do triste para o mais alegre; do pesado do isolamento para a leveza das relações entre os familiares e/ou a distância; do trabalho longe da família para uma rotina de trabalho mais próxima dos filhos. De um máximo de insegurança, para uma ascendência da esperança.

O CAMPO DE PRESENÇA DO ENUNCIATÁRIO E OS PRODUTOS DO BANCO

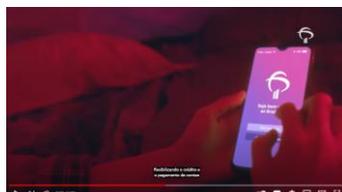
Com menos ênfase nos impactos da pandemia, na temática da morte e do isolamento social, o enunciador-destinador traz para o campo de percepção do enunciatário os produtos e serviços que o banco pretende vender no anúncio. Só agora, quando o espaço e tempo de percepção do sujeito estão mais aberto e alongado, quando o enunciatário é capaz de refletir, que saiu do acelerado da pandemia, os produtos passam a ser destacados.

Seguindo a leitura isotópica em torno do reinventar-se, o banco também se coloca nessa nova proposta de adaptar-se: *E no Bradesco nós também estamos nos reinventando*. Em termos prosódicos, a ênfase recai sobre as palavras *também* e *reinventando*, um reinventar e reaprender sempre relacionados à tecnologia, ao uso de computadores, smartphones, tablets e aplicativos: *ampliando nossos canais digitais, flexibilizando o crédito e o pagamento de contas e atendendo idosos e pessoas com deficiência em horário diferenciado nas agências*.

No plano da expressão, a partir de uma aproximação de câmeras, planos próximos e *close up*, as cenas seguintes dão destaque aos serviços/produtos do banco Bradesco:



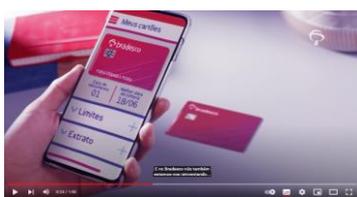
Tomada 16 – close up – Cena 14



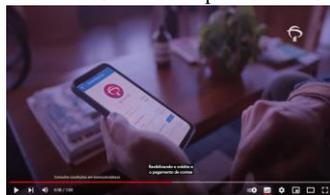
Tomada 18 – close up – Cena 16



Tomada 21 – plano próximo – Cena 19



Tomada 17 – close up – Cena 15



Tomada 19 – close up – cena 17



Tomada 22 – close up – Cena 20



Tomada 20 – plano médio – Cena 18

Pela construção das imagens, os serviços são disponíveis e acessíveis a todas as pessoas, independente da faixa etária, incluindo pessoas mais jovens, idosos e deficientes. Apesar de no plano do conteúdo o enunciador afirmar que está atendendo

idosos e pessoas com deficiência física em horários diferenciados nas agências, no plano da expressão esse atendimento se dá à distância, mediada pelos canais digitais. A única imagem da agência é de sua fachada, confirmando o interesse do banco em manter seus atendimentos e serviços mediados pelos recursos tecnológicos.

Dando continuidade à gradação de tons e cores na construção das cenas na propaganda, agora ganham destaque as cores do banco Bradesco: vermelho, roxo, azul e branco. Outro recurso que coloca em foco os produtos e serviços do banco é o jogo de luzes utilizado. É a incidência de luz nos computadores/telefones, contrapostas a ambientes pouco iluminados, que faz com os aplicativos, o nome e as cores do banco sejam reforçados.

Além de vender os seus produtos e serviços, o banco reforça a sua posição de parceiro de seus clientes, ajudando-os a sentir cada vez menos o impacto da pandemia: *Todos os dias, buscando soluções para deixar a vida, se não mais fácil, pelo menos um pouquinho mais leve, até tudo voltar ao normal.*

Essa parceria do banco, a partir da flexibilização do crédito e das contas a pagar, da ampliação dos canais digitais e do atendimento diferenciado para grupos de risco, também produz o efeito de atenuação do sentir no enunciatário. Desta forma, os efeitos de descendência não dizem respeito apenas ao plano da expressão, mas também são reforçados no plano do conteúdo, na sua construção verbal.

Assim, com o predomínio de um tom rosa, integrando crianças, adultos, negros, brancos e diferentes etnias, as cenas reforçam a continuidade da vida, de dias mais leves e felizes, *até tudo voltar ao normal*, como sugere o enunciador-destinador:



Tomada 23 – close up – cena 21



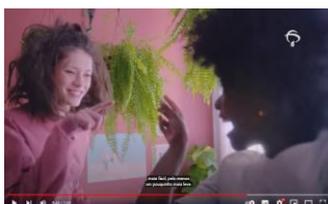
Tomada 25 – plano médio – cena 23



Tomada 27 – close up – cena 25

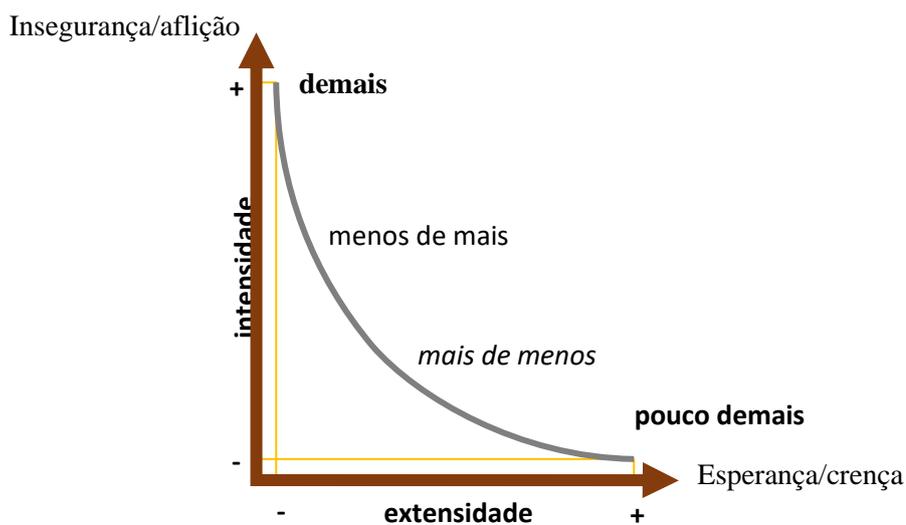


Tomada 24 – close up – cena 22



Tomada 26 – plano próximo – cena 24

É o processo de minimização, de um máximo de descendência se concretizando, quando o *mais de menos* representa um *pouco demais*. Sendo assim, se há *mais de menos*, agora a esperança e a crença do sujeito em dias melhores se sobressaem. Ou ainda, é o reforço da perspectiva de o sujeito mudar seu estado de disjunção – de uma vida normal - para conjunção. O gráfico tensivo a seguir dá visibilidade para esse percurso explorado pelo enunciador-destinador:



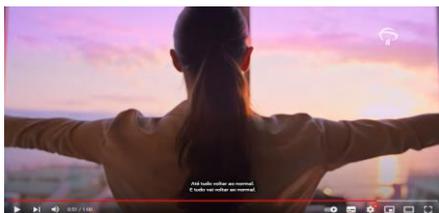
As paixões da insegurança e aflição cedem lugar para as paixões da esperança e da crença em dias melhores, uma vez que Os *tempos desafiadores* estão passando. Contudo, é na última frase dita: *E tudo vai voltar ao normal* e na organização das últimas cenas que o processo de minimização tem seu ápice:



Tomada 27 – plano próximo – cena 25



Tomada 29 – plano geral – cena 27



Tomada 28 – close up – cena 26



Tomada 30 – close up – cena 27

A normalidade prometida envolve a claridade que entra pelas cortinas totalmente abertas, na cena 25, e no sol do lado de fora em destaque na cena 26, quando num movimento de aproximação de câmera, o olhar é direcionado para o sol, exaltando-o. O movimento de câmera na cena 26 é mais acelerado, acompanhando o movimento da mulher que abre as cortinas. A posição da mulher, de costas, favorece o enfoque dado ao sol, à vista do externo. Quando o sol ganha destaque, o movimento de aproximação da câmera desacelera, corroborando para um sentir mais tranquilo e confortável do enunciatário. Aliás, um efeito também conseguido na sonoridade, no ritmo dado à pronúncia, que pausadamente afirma: *tudo vai voltar ao normal*. Assim, a claridade do sol, o movimento e tomada de câmera no visual e as pausas na pronúncia juntam-se ao verbal para produzir o efeito de restabelecimento da esperança. É o efeito máximo de *menos* no eixo da extensidade. É um sentir átono e confortável para o sujeito da enunciação.

O PLANO DA EXPRESSÃO E AS RELAÇÕES SEMISSIMBÓLICAS

Como pudemos observar, uma gradação de cor e luminosidade vai se intensificando na construção da propaganda com a promessa do enunciador, para o enunciatário, de que tudo vai voltar ao normal. Assim, aos poucos as cenas passam a incluir um branco mais definido, tons de cores mais alegres (e paleta de cores do Banco) até o predomínio do amarelo mais intenso do sol. Tons que vêm do externo, do objeto valor predominante do enunciatário - a liberdade, o externo, a vida normal. É a minimização, *mais de menos* nesse processo de descendência e de atenuação.

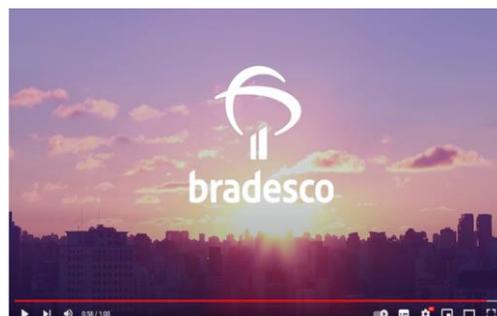
Interessante destacar que não há a transição do interno para o externo na propaganda, uma vez que no *close up* dado na mulher, na cena 26, apenas as cortinas se abrem, e não a janela. Desta forma, não há uma transformação da narrativa, de um sujeito que altera seu estado de disjunção para conjunção. A transformação acontece apenas no estado passional do sujeito, de uma aflição e insegurança que cede espaço para a esperança, a crença em dias melhores. Nesse prisma, o plano da expressão, mobilizando um sincretismo de linguagem: visual, sonoro, verbal – vai produzir uma relação semissimbólica em que o preto/escuro produzem o efeito de sentido da morte,

enquanto o claro, a luminosidade e o amarelo do sol produzem o efeito de sentido da vida.

O semissimbolismo, conforme Barros (2005b, p. 210-211), “oferece uma nova leitura do mundo, ao associar diretamente relações de som (ou de cores, de formas, etc, em outros tipos de textos) com relações de sentido e, dessa forma, sensibiliza os sentidos, isto é, dá som, cor, cheiro, gosto aos sentidos”. Na propaganda, a relação semissimbólica – uma relação que se estabelece entre o plano da expressão e plano do conteúdo - é produzida na escolha das cores e luminosidade (plano expressão) para tratar da oposição semântica fundamental, morte *versus* vida. Mais precisamente, na escolha do preto/escuro da noite que introduz o contexto da pandemia no campo de presença do enunciatário, a morte, e no amarelo do sol, e claro do dia, para reiterar a vida. As cenas seguintes – inicial e final – dão conta de sintetizar essa produção de sentido:



Tomada 01 – plano geral – Cena 01



Tomada 30 – Close up – Cena 27

Enquanto o escuro retrata, introduz a pandemia, em que paira a morte, o sol, a luminosidade representa o fim do isolamento, um retorno ao normal, a afirmação da saúde, a garantia da vida. A morte relacionada à opressão vivida pelo sujeito que se opõe à liberdade que representa a vida normal.

Para finalizar nossa discussão, ou melhor, a leitura da propaganda, é preciso ainda detalharmos os efeitos de sentido produzidos pela composição das duas últimas tomadas de câmera:



Tomada 29 – plano geral – cena 27



Tomada 30 – close up – cena 27

As duas imagens, de uma mesma cena, trazem duas composições verbais: primeiro a frase *Reinvente o futuro* e depois o nome do banco, *Bradesco*. Vários são os recursos de linguagem utilizados para destacar, criar efeitos sobre essas construções verbais: a seleção da cor branca que vai preenchendo as letras na tomada 29, que por sinal é a mesma cor da logo do Bradesco, presente em praticamente todas as cenas⁴ no canto superior direito; a organização das letras, em forma de coluna, ou cascata, que vai direcionando o olhar do enunciário para um fazer contínuo, em movimento; a tomada de câmera em plano geral que reforça o externo, o sol, contrapondo-se ao branco do nome e da logo do banco, que ganham evidência.

Essas últimas imagens/construções vão insistir no fazer-criar do enunciador sobre um reinventar-se, um fazer diferente, isso porque, não interessa mais para o banco uma relação com seus clientes conforme outrora, aquele perfil de cliente que se utilizava mais da agência de forma presencial. O cliente almejado é aquele que desaprendeu e reaprendeu durante a pandemia, que agora vai se utilizar mais dos recursos e aplicativos disponibilizados pelo banco e pela mediação da tecnologia. Para que o banco consiga “vender” seus serviços e produtos, então, é preciso que as pessoas criam que são capazes de realizar transações, pagamentos, dentre outros serviços disponibilizados pelo banco Bradesco a partir dos meios e canais digitais.

Enfim, a análise realizada trouxe algumas respostas sobre as escolhas do enunciador-destinador para promover a marca e/ou produto da propaganda em estudo, assim como os valores que circulam entre enunciador-destinador e enunciário-destinatário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

⁴ Só não está presente na primeira cena.

As teorias abordadas, a Semiótica Discursiva e Tensiva, assim como outras abordagens têm sua complexidade, por isso, num recorte de estudo como o que fizemos, torna-se impossível dar conta de seu adensamento teórico, nem tampouco incorporar todas as suas possibilidades no objeto em estudo. Nosso propósito, então, foi trazer uma sugestão de um referencial teórico para o estudo de textos multissemióticos, ou sincréticos, como concebe a Semiótica greimasiana. Uma alternativa teórica para compreender como as linguagens são mobilizadas, num processo de semiose que constrói efeitos de sentido. Aprender mais sobre essas teorias deve ser o desejo do professor que atua na escola, e nós procuramos contribuir com esse interesse.

Nosso viés analítico sempre se deteve na relação estabelecida entre enunciadorenunciário, autor e leitor pressupostos, ou melhor, na relação entre um enunciadoredestinador e um enunciário-destinatário, considerando que todo discurso é essencialmente persuasivo, principalmente o publicitário. Assim, o destinador é aquele que manipula e o destinatário é aquele a quem se tenta persuadir, manipular, não necessariamente, o manipulado. Isso porque, conforme Barros (2002), cabe ao enunciário-destinatário interpretar o discurso do seu destinador-manipulador, realizar um fazer interpretativo e nele crer, ou não. Esse é o leitor que a escola almeja formar, alguém que consiga interpretar, refletir, para então aceitar ou refutar valores. Para chegar a esse leitor preconizado nos documentos parametrizadores do ensino, tais como a BNCC, é preciso que as abordagens teóricas se aproximem mais dos ambientes escolares e das práticas docentes.

REFERÊNCIAS

- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria do discurso: fundamentos semióticos**. 3.ed. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 2002.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria Semiótica do texto**: 4.ed. São Paulo: Ática, 2005a.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Estudos do Discurso**. In: FIORIN, J. L. (Org.) *Introdução à linguística: princípios de análise*. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2005b. p. 187-219.



BRASIL. **Parâmetros curriculares nacionais**: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua portuguesa. Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1998.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_versaofinal_site.pdf. Acesso em 30/11/2021.

GREIMAS; Algirdas Joseph, COURTÉS, J. **Dicionário de semiótica**. 2.ed. 2. reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013. Tradução (Lima, Alceu Dias et.al.)

HERNANDES, Nilton. Duelo: a publicidade da tartaruga da Brahma na Copa do Mundo. In: LOPES, I.C.; HERNANDES, N. (orgs.) **Semiótica**: objetos e práticas. São Paulo: Contexto, 2005. p. 227-244.

MERITH-CLARAS, Sonia. As práticas contemporâneas de linguagem e o professor de língua portuguesa: uma leitura narratológica da BNCC. **ENTREPALAVRAS**, Revista de Linguística do Departamento de Letras Vernáculas/UFC (Vol. 11 - N.º 3 – dezembro, 2021 - Fortaleza – Ceará - Brasil - ISSN Eletrônico: 2237-6321). (no prelo)

ZILBERBERG, Claude. Síntese da gramática tensiva. **Significação**. Revista brasileira de semiótica. São Paulo, annablume, 2006, n. 25, p. 163-204.

ZILBERBERG, Claude. **Elementos de Semiótica tensiva**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2011. Tradução Ivã Carlos Lopes, Luiz Tatit, Waldir Beividas.

Data de recebimento: 30/11/2021
Data de aprovação: 08/06/2022