

MULTIMODALIDADE EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS NO ENSINO MÉDIO: leitura crítica sobre padrões de beleza**MULTIMODALITY IN ADVERTISEMENTS IN HIGH SCHOOL: critical reading on beauty standards****MULTIMODALIDAD EN LA PUBLICIDAD EN LA ESCUELA SECUNDARIA: lectura crítica sobre los estándares de belleza** Ana Paula Faustino de Oliveira¹ Edinéia Leite dos Santos Oliveira² Neide Araújo Castilho Teno³1. Ana Paula Faustino de Oliveira. Mestra em Letras – PPGL/UEMS/CG. E-mail: paulinha61@outlook.com2. Edinéia Leite dos Santos Oliveira. Mestra em Letras – PPGL/UEMS/CG. E-mail: edineialeite67@gmail.com3. Neide Castilho Teno. Pesquisadora Sênior da PPGL - Docente Sênior PPGL/UEMS/CG. E-mail: cteno@uol.com.br

ABSTRACT: This article presents the discussion on Multimodality, Teaching, didactic sequence and aims to instigate a reflection on the theme of Fake ads. To this end, we seek to develop a proposal for a didactic sequence through the fake advertisements presented in the English textbook for high school. These are pertinent topics for broad debate in the classroom and beyond. With the advancement of technological resources, contemporary society goes through moments of difficulty in recognizing what is real advertising from Fake ads. To this end, we seek theoretical basis in Rojo (2012), Cope Kalantzis (2020).

Keywords: Multimodality; didactic sequence, high school, fake advertisements.

RESUMO: Este Artigo apresenta a discussão acerca da Multimodalidade, Ensino, sequência didática e tem por objetivo instigar uma reflexão acerca da temática Fake ads (falsas propagandas). Para isso, buscamos desenvolver uma proposta de sequência didática por meio da propaganda falsa (Fake ads) presente no livro didático de Língua Inglesa para o Ensino Médio. São temas pertinentes de amplo debate para a sala de aula e além escola. Com o avanço dos recursos tecnológicos a sociedade contemporânea perpassa por momentos de difícil reconhecimento do que é uma propaganda real da *Fakes ads*. Para tanto, buscamos embasamento teórico em Rojo (2012) e Cope Kalantzis (2020).

Palavras-chave: Multimodalidade; sequência didática, ensino médio, falsas propaganda

RESUMEN: Este artículo presenta la discusión sobre Multimodalidad, Enseñanza, secuencia didáctica y tiene como objetivo instigar una reflexión. El tema Anuncios Falsos (anuncios falsos). Para tal fin, se buscó desarrollar una propuesta de secuencia didáctica utilizando publicidad falsa (fake ads) presente en el libro de texto de lengua inglesa para Bachillerato. Estos son temas pertinentes para un amplio debate en el aula y fuera de la escuela. Con el avance de los recursos tecnológicos, la sociedad contemporánea pasa por momentos en los que es difícil reconocer que constituye publicidad real de publicidad falsa. Para ello, buscamos apoyo teórico en Rojo (2012) y Kalantzis (2009).

Palabras-clave: Multimodalidad; secuencia didáctica, bachillerato, publicidad falsa.



Recebido em: 30/07/2025

Aprovado em: 29/09/2025

Todo o conteúdo deste periódico está licenciado com uma licença Creative Commons (CC BY-NC-ND 4.0 Internacional), exceto onde está indicado o contrário.

Introdução

Embora exista o reconhecimento da importância de um ensino para uma educação mais tecnológica, as discussões acerca dessa nova perspectiva ser assumida pelos docentes em sala de aula, perpassa pelos documentos norteadores como os PCNS (1998) e BNCC (2018). O documento (BNCC, 2018) vincula a importância de desenvolver habilidades de leitura e escrita para que o aluno saiba lidar de forma crítica com os diferentes gêneros textuais/discursivos, e sugere um ensino centrado no aluno de forma interativa trabalhando de modo questionador, fazendo inferências sobre a veracidade – ou não – dos fatos. Com a

atual era tecnológica que vivenciamos, o importante é subsidiar o aluno com competências para (re)conhecer os diferentes recursos utilizados nos textos.

Para os estudiosos Cope e Kalantzis (2009) os textos multimodais presentes na sociedade contemporânea e são disponibilizados nos suportes eletrônicos, não são somente textos escritos, pois estão permeados de combinações com áudio visual, imagens e vídeos entre outros trejeitos para combinar com outras linguagens na constituição do sentido.

Dessa forma, cabe discorrermos acerca do termo multiletramento a partir da Pedagogia dos multiletramentos. Webber e Teno (2019) ao explicar acerca da teoria dos multiletramentos recorre aos documentos para o Ensino de Línguas Estrangeiras Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN-Brasil-1998) e as Orientações Curriculares para o Ensino Médio (OCEM-Brasil 2006), como aportes importantes para compreender o ensino de Línguas. A (OCEM –Brasil, 2006), por exemplo, reafirma o que propõe o PCN (Brasil, 1998, p. 66) e a necessidade do aluno aprender uma língua estrangeira de maneira que o aluno possa adquirir “consciência crítica dos usos que se fazem da língua estrangeira”. Semelhante aos documentos, estudiosos como Rojo (2009,2012), Rojo e Moura (2012), Rojo e Barbosa (2015), Cani e Cocarelli (2016) propõem repensar ações pedagógicas conectadas com os multiletramentos.

A multimodalidade de acordo com Rojo (2012, p. 19) não se restringe a um conjunto de linguagens, “mas a interação entre linguagens diferentes em um mesmo texto.” As mais variadas formas de linguagem se unem e na interação e articulação entre elas é o que chamamos de multimodalidade. Palavras e imagens compõem um construto de texto permeados de movimento, posições, cores, imagens, gestos, a disposição do sujeito evidenciando o caráter comunicativo do texto.

Relevante ressaltar a sequência didática ora desenvolvida trata de gêneros de natureza multimodal, uma vez que a multimodalidade comporta textos permeados de muitas linguagens, modos ou semioses Rojo (2012). A partir dessa premissa, que apreendemos que a pedagogia dos multiletramentos, fruto de discussões de um grupo de estudiosos de Nova Londres, 1996, doravante (GNL), após pesquisas publica uma obra intitulada *A Pedagogy of Multiliteracies*, que vem sendo disseminada no Brasil por meio da estudiosa Rojo (2012).

Esta estudiosa tem sido um divisor de águas, nas reflexões acerca da necessidade de as instituições escolares pensarem em um ensino voltado para práticas leitoras que promovam no aluno habilidades de compreensão com efeitos de sentido. Destaca Rojo (2012) que um leitor crítico deve possuir habilidades para adjudicar significado tanto na esfera comunicativa, como nos participantes e nas diferentes modalidades da linguagem, ou seja uma “a multiplicidade cultural das populações e a multiplicidade semiótica de constituição dos textos por meio dos quais ela se informa e se comunica” (Rojo, 2012, p. 13).

Multimodalidade

Na vida comunitária contemporânea, em que deparamos com a televisão em casa, na escola com os mais diversos textos, letras e letramentos diversos, no mercado por meio das prateleiras de produtos, anúncios (propagandas), nos centros comerciais a fachada das lojas letreiros diversificados, misturando imagem, criatividade e também na sua própria mão com os artefatos digitais celulares, *tablets*, computadores que emergem e nos seduzem as imagens, fotos, sons, etc. E para Rojo, 2015, p.22 “produção e circulação dos textos ou no sentido da diversidade de linguagens que os constituem” que constituem os Multiletramentos. Toda essa diversidade fora da sala de aula faz com que os docentes reflitam que “os desafios [...] da leitura e escrita que ainda se limita às formas escritas é lidar com a crescente

multimodalidade das mídias para a representação e a comunicação de significados” (Kalantzis, Mary, 2020, p.182).

Embora haja reconhecimento da importância de um ensino para uma educação mais tecnológica há discussões acerca dessa nova perspectiva ser assumida pelos docentes em sala de aula. O documento (BNCC, 2018) vincula a importância de desenvolver habilidades de leitura e escrita para que o aluno saiba lidar de forma crítica com os diferentes gêneros textuais /discursivos, e sugere um ensino centrado no aluno de forma interativa trabalhando de modo questionador, fazendo inferências sobre a veracidade – ou não – dos fatos. E numa era de tecnologia que vivenciamos, o importante é subsidiar o aluno com competências para conhecer os diferentes recursos utilizados nos textos.

A BNCC (2018) reconhece que o Multiletramento não pode ser tema esquecido no contexto da sala de aula na área de Linguagens. Num ensino mais contemporâneo, o contexto digital tem sido um ambiente de leitura e escrita que envolve outras dimensões para os textos, tanto em sua composição quanto nos suportes, links que se apresentem. A Base Nacional trouxe destaques para esse potencial multissemiótico ou multimodal dos textos, e estimulou seu estudo e produção, em classe.

Isto posto cabe discorrermos acerca do termo multiletramento a partir da Pedagogia dos multiletramentos. Webber e Teno (2019) ao explanar acerca da teoria dos multiletramentos recorre aos documentos para o Ensino de Línguas Estrangeiras Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN-Brasil-1998) e as Orientações Curriculares para o Ensino Médio (OCEM-Brasil 2006), como aportes importantes para compreender o ensino de Línguas. A (OCEM – Brasil, 2006), por exemplo, reafirma o que propõe o PCN (Brasil, 1998, p. 66) e a necessidade do aluno aprender uma língua estrangeira de maneira que o aluno possa adquirir “consciência crítica dos usos que se fazem da língua estrangeira”. Semelhante aos documentos, estudiosos como Rojo (2009,2012), Rojo e Moura (2012), Rojo e Barbosa (2015), Cani e Cocarelli (2016) propõem repensar ações pedagógicas conectadas com os multiletramentos.

A multimodalidade de acordo com Rojo (2012, p. 19) não se restringe a um conjunto de linguagens, “mas a interação entre linguagens diferentes em um mesmo texto.” As mais variadas formas de linguagem se unem e na interação e articulação entre elas é o que chamamos de multimodalidade. Palavras e imagens compõem um construto de texto permeados de movimento, posições, cores, imagens, gestos, a disposição do sujeito evidenciando o caráter comunicativo do texto.

Relevante ressaltar que o estudo que ora desenvolvemos trata de gêneros de natureza multimodal, uma vez que a multimodalidade comporta textos permeados de muitas linguagens, modos ou semioses Rojo (2012). A partir dessa premissa, que apreendemos que a pedagogia dos multiletramentos, fruto de discussões de um grupo de estudiosos de Nova Londres, 1996, doravante (GNL), após pesquisas publica uma obra intitulada *A Pedagogy of Multiliteracies*, que vem sendo disseminada no Brasil por meio da estudiosa Rojo (2012).

Esta estudiosa tem sido um divisor de águas, nas reflexões acerca da necessidade de as instituições escolares pensarem em um ensino voltado para práticas leitoras que promovam no aluno habilidades de compreensão com efeitos de sentido. Destaca Rojo (2012) que um leitor crítico deve possuir habilidades para adjudicar significado tanto na esfera comunicativa, como nos participantes e nas diferentes modalidades da linguagem, ou seja uma “a multiplicidade cultural das populações e a multiplicidade semiótica de constituição dos textos por meio dos quais ela se informa e se comunica” (Rojo, 2012, p. 13).

Ainda que aceitamos os desafios do reconhecimento da participação dos alunos em práticas sociais, ainda assim implica no conhecimento dos múltiplos modos de comunicação, tanto linguagem escrita como

visual. Por isso, não podemos aceitar que o código verbal não é o responsável pela linguagem, todavia a combinação de diferentes códigos semióticos contribui para a representação da multimodalidade. Rojo (2013) bem esclarece acerca do conceito dessa terminologia:

O conceito de *multiletramentos*, articulado pelo Grupo de Nova Londres, busca justamente apontar, já de saída, por meio do prefixo “multi”, para dois tipos de “múltiplos” que as práticas de letramento contemporâneas envolvem: por um lado, a *multiplicidade de linguagens*, semioses e mídias envolvidas na criação de significação para os textos multimodais contemporâneos e, por outro, a *pluralidade e a diversidade cultural* trazidas pelos autores/leitores contemporâneos a essa criação de significação (Grifos da autora)(Rojo,2013,p.13).

A articulação do grupo de Nova Londres para Rojo (2013) foi o que definiu multiletramento e trouxe para a linguagem habilidades diferentes das que já existiam, assim os alunos passaram a operar com outras competências de outra maneira, por exemplo, assistir a um filme e diferente de assistir uma curta metragem, compreender um anúncio publicitário é diferente de olhar para a linguagem verbal. Teoricamente estamos destacando que outros gêneros textuais /discursivos surgiram na contemporaneidade exigindo do leitor competências para entender a construção teórica que permeia a gênese da linguagem, que, no dizer bakhtiniano, é dialógico, portanto, discursivo.

Rojo e Moura (2012) amplia esse conceito à medida que caracteriza os multiletramentos como multiplicidade cultural e multiplicidade semiótica na constituição dos textos. Na multiplicidade cultural engloba aqueles textos produzidos na cultura letradas de circulação social, chamados de híbridos de diferentes letramentos, enquanto que a multiplicidade semiótica fica a cargo daqueles textos do cotidiano do aluno que tem a função de informar e comunicar, pelas diferentes semioses. A pedagogia dos multiletramentos para esta pesquisadora, com os avanços tecnológicos, torna o ponto alto para dar conta de desvendar práticas pedagógicas de leitura e escrita e romper com o ensino dito tradicional, para um ensino multimodal ampliando o conhecimento de outras linguagens que estão cada vez mais presentes nos textos.

Destarte mencionar a atenção dada por Rojo e Moura (2012) às modalidades de linguagem presentes na multi ou hipermidiáticos, dando destaque para imagens fotográficas, título de legendas, de um jornal produzido na atualidade com outro produzido na contemporaneidade. Assim, numa leitura de textos produzidos em mídias diferentes requerem leituras diferentes, pois o estilo, a composição, as formas, as cores, o canal são características multimodais ou multissemióticas que pressupõem rupturas e mobilizações de outras linguagens.

Metodologia

A Proposta de sequência didática de propaganda falsa (*Fake ads*) tem como objetivo promover uma análise crítica sobre o conceito de beleza e padrões que a sociedade e a mídia esperam deles no que tange a uma aparência “perfeita” para Duboc (2019 p.21) “o trabalho multimodal crítico consiste em fazer com que o discente perceba que a língua estrangeira não é simplesmente a tradução da língua materna, mas uma prática social. E sendo assim, iniciou-se com a explicação do gênero discursivo multimodal: anúncios publicitários e seu propósito como prática social.

A proposta com o gênero anúncio publicitário foi desenvolvida com o segundo ano do Ensino Médio, em uma Escola Estadual, em Campo Grande – MS, do período matutino, com 28 alunos, com a idade de 14 a 15 anos, em 2023. Foram utilizadas 3 (três) aulas, sendo uma aula por semana. Desse modo, realizamos uma abordagem qualitativa interpretativa.

Sequência didática

Na organização das atividades pautamos pela contribuição das sequências didáticas estudos acerca dos gêneros (Dolz, Noverraz e Schneuwly, 2004) que formularam um modelo didático para contemplar atividades que envolvem o desenvolvimento de habilidades de produção textual e análise linguística.

O modelo que os estudiosos propõem parte de uma situação inicial (apresentação do gênero permeado de leituras), uma produção inicial (parâmetro para avaliar o que já foi aprendido e como potencializar essa aprendizagem). O número de modos ou sequência é definidos pelo professor considerando as atividades necessárias para os alunos chegarem a uma produção final com qualidade, demonstrando superação de dificuldades manifestadas na produção inicial.

Em um primeiro momento, para situação inicial foi explicado em contexto de sala de aula, por meio do *Datashow* acerca do gênero discursivo: anúncio publicitário, a leitura de alguns anúncios publicitários digitais com o fito de ativar o conhecimento prévio dos alunos quanto ao conceito de publicidade, de persuasão e ato aos propósitos comunicativos do gênero apresentado.

Na sequência as arguições foram pautadas na temática *Fake ads* (anúncios falsos) presentes em *site Stop The Beauty Madness: A Social Change Campaign* (pare a loucura da beleza: uma campanha de mudança social), presente no livro didático “*Voices Plus 01*” Rogério Tílio, 2016, do Ensino Médio, na pág. 75 em que a proposta do livro era trazer a discussão sobre o conceito de beleza e o propósito dos anúncios publicitários. A orientação da atividade era instigar a participação e o envolvimento dos alunos a partir da leitura e da análise dos textos apresentados.

O livro didático “*Voices Plus 01*” Rogério Tílio, 2016, do Ensino Médio, trata de uma obra publicada pela Editora Richmond, ano 2016, e adotada na escola Estadual da Cidade de Campo Grande/MS para o ensino médio nos anos de 2018, 2019 e 2020. E que fora escolhido como elemento mediador secundário do processo de construção da aprendizagem dos discentes na realização desta atividade por “contribuir para a construção da cidadania, de forma ética e protagonista” (Rojo, Moita Lopes, 2004). A obra tem a finalidade de trabalhar “práticas de letramentos e não apenas instrumentalizar os discentes com habilidades linguísticas[...] utilizando de maneira consciente do repertório léxico-gramatical disponível na língua e contextualizado” Tílio, pág. 209, 2016.

A unidade do livro didático selecionada foi a segunda, intitulada *Body and mind* (corpo e mente), na seção ‘*Oral Literacy: Beauty, identity and health*’ (Letramento Oral: beleza, identidade e saúde), no qual, tem A intenção de problematizar a ditadura do culto ao corpo e encorajá-los questionar os conceitos de beleza. Logo após a leitura das imagens multimodais e as questões, permitiram – nos expressar por meio de posicionamentos pessoais e reflexões sobre a temática.

Do livro didático passaram para algumas experiências conhecidas pelo grupo de alunos e apontaram o *Site falso se passando por Beleza na web*, uma promoção anunciada no Instagram sobre promoção de *Black Friday* de um shampoo e condicionador da *Wella* de 1 litro por R\$79,90 com frete grátis. No [Editado pelo Reclame Aqui] as explicações acerca do site falso, ou seja, se aproveitando de uma empresa idônea como a Beleza na Web para aplicar golpes.

A utilização da imagem Fonte: Unidade 2: *body and mind* pág. 77. Alguns questionamentos foram realizados: “*What do you think about beauty?*” (O que você pensa sobre beleza?), “*Does the image in the advertisement encourage any representation of happiness?*” (A imagem dos anúncios incitam a alguma representação de felicidade?), “*Is it possible to say that the advertisements associate the idea of happiness with the consumption of the products?*” (É possível afirmar que os anúncios associam a ideia de felicidade

ao consumo dos produtos?), o enfoque da leitura inicialmente, foi o reconhecimento das semioses verbais. Reportamo-nos ao nível linguístico (contexto de situação), a partir da orientação da metafunção ideacional, que ressoa na variável de registro campo.

A leitura da imagem do anúncio publicitário incitou alguns sentidos e foi possível compreender o que estava escrito do lado esquerdo da imagem e buscar motivação da campanha publicitária. O propósito desta campanha com a frase “*Old isn't ugly. It's invisible.*” (A idosa não é feia. Está invisível)¹ depõe para um linguagem chamada Idadismo /ageism/etarismo como sinônimos que definem o preconceito¹ pela idade. Trata de um tratamento bastante frequente e estão presentes de diferentes formas, quer na linguagem quer nas atitudes, quer nas condutas, etc. O fato dessa expressão estar no anúncio do gênero discursivo multimodal chama atenção para não ser invisível pela beleza.

O fato dessa expressão está no anúncio do gênero discursivo multimodal chama atenção para não ser invisível pela beleza.

Figura 01. Propaganda sobre beleza Stop the Beauty madness.2016



Fonte: site <https://stopthebeautymadness.com/>

Apresentamos aos alunos a imagem acima (texto multimodal), em que a estratégia foi direcionar o questionamento sobre o que observaram “a imagem da idosa relacionava-se com as palavras”, haja visto que tal imagem, encontra-se circulando no site stopthebeautymadness.com e faz parte de textos de produção e circulação social. Segundo Rojo (2012, p.19) a leitura do texto multimodal “refere-se à multiplicidade de linguagens, modos ou semiose nos textos de circulação” e contribui para o processo de construção de sentido e formação de leitores.

Logo após, mostrar a imagem aos alunos, houve questionamentos sobre a personagem (idosa) e a relação da imagem com a informação que complementava o significado dos elementos visuais do anúncio. Haja visto, compreender como interpretam o texto multimodal e o propósito do gênero discursivo. Segundo Souza, 2015 “os textos são formados a partir de um conjunto de escolhas, [...] e que não existem verdades absolutas, mas realidades construídas a partir de uma determinada visão de mundo” A leitura do anúncio publicitário foi acompanhado de indagações como:

P: *What can we think / say and write about the old in the Fake add ?* E como você interpreta esta imagem?

A 1: Não é feia. É invisível.

¹ Para conhecer expressões frequentes sobre idoso ler Glossário Coletivo de Enfrentamento ao Idadismo em https://www.saopaulo.sp.leg.br/escoladoparlamento/wp-content/uploads/sites/5/2022/12/glossario_idadismo_2edicao.pdf 1ª e 2ª Edição - 2021/2022

A2: Velhos não são feios , são invisíveis, pois se sentem ignorados pelo restante da sociedade

A3: A sociedade julga as pessoas velhas como feias , pois na verdade são invisíveis pela falta de atenção das pessoas .

A4: A imagem passa a mensagem que os idosos acabam sendo esquecidos e deixados de lado . Além disso, na imagem destaca o termo “*It 's invisible*”,que ressalta o fato dos idosos serem pela sociedade.

A5 : *Being old is just biology for making work and shouldn't be associated with a lack of beauty or being dumb, cause old people are a big and important part of society.*(Ser velho é apenas biológico para dar trabalho e não deve ser associado à falta de beleza ou à estupidez, porque os idosos são uma parte grande e importante da sociedade.)

A6 : A imagem revela-nos que muitas vezes , as pessoas idosas passam despercebidas na nossa comunidade “social”. Além disso, enfatiza o fato de que essa situação não está relacionada com a beleza física. O envolvimento dos alunos nas atividades propostas de língua inglesa foi positiva pois houve interação nas aulas, participação nos debates, o que foi possível segundo Duboc, (2017 , p.217) [...] “ em nossas aulas a heterogeneidade, a subjetividade , a contextualização e também a problematização, as quais constituem importantes premissas das teorias pós-modernas.”

No terceiro módulo da Sequência didática houve uma imersão maior nas questões da multimodalidade. Foi retomada imagens do livro didático “Voices Plus 01 “, 2016 , referentes a 08 imagens de pessoas com suas características físicas , estilos , cabelos ,etc e a tarefas seria :

a) *Choose the two pictures that most appeal to you?* (Escolha duas imagens que mais chamava sua atenção ?

b) *Describe what you see and how the visual elements relate to the words* (Descreva o que você vê e como os elementos visuais relacionam com as palavras)

c) Fazer a tradução das frases e comentar em Língua Portuguesa sobre a imagem , emitindo sua opinião .

No grupo de vinte e oito alunos treze escolheram a imagem abaixo e fizeram as seguintes assertivas por escrito, no qual, a finalidade foi a de verificar como os discentes reagiriam ao texto multimodal e mesmo que saibam que seja um anúncio “*fake*” reflitam sobre a expectativa de qual beleza é aceita por nossa sociedade.

Figura 02. Disponível em : Propaganda sobre beleza Stop the Beauty madness.2016



Fonte: site <https://stopthebeautymadness.com/>

Tradução “ Inteligente o suficiente

Talentosa o suficiente e não é branca o suficiente

A1 : É uma crítica ao racismo.

A2: A mensagem mostra que pessoas sempre sofrem racismo , não importam são talentosas e inteligentes , as pessoas só ligam para os brancos

A3 e A7 : É confrontado com padrões e expectativas sociais que podem afetar a autoconfiança.

A4 : Fala sobre o racismo , que todos nós podemos ser suficientes , mas os negros não podem .

A5 : Trata-se de uma garota inteligente e talentosa, porém é discriminada por sua cor.

A6: Eu entendi que há racismo .

As imagens analisadas tratam de uma campanha feita por *Robin Rice, Stop The Beauty Madness*, com a finalidade de criticar os padrões de beleza. As imagens trazem internalizadas questões da beleza e a frase que chama atenção para determinar o valor e questionar a importância dada à aparência. A beleza na imagem feita por Robin é abordada de diversos ângulos, desde raça, à idade, peso e outros, trata enfim de anúncios que criticam padrões de beleza. A pluralidade de imagens não está só na televisão, livro, revista e vai muito além da sala de estar, está em todo lugar ampliando o alcance de milhares espectadores/leitores como os anúncios publicitários. As respostas dos alunos trazem algumas inferências com relação à linguagem verbal e visual presente no anúncio publicitário e fazem inferências aos padrões de beleza. O responsável pelo anúncio, ao ter a intenção de defender os diversos tipos de beleza, destaca os padrões de beleza nas aparências (cabelo, roupas, sorriso, na cor , na postura da personagem) o que podemos trazer a importância da leitura multimodal na compreensão de sentidos. Essa campanha criada pela norte-americana, Robin Rice, chegou no Brasil e segundo o *site* ganhou adeptos como: Susana Vieira, Deborah Secco e outras.

O talento , a cor, a crítica, expectativas sociais , racismo foram expressões expressas pelos alunos na leitura da imagem. Foi possível perceber pelas atividades propostas que na publicidade as imagens não raras vezes correspondem com a realidade , e as campanhas publicitárias têm sido uma sedução para o consumidor cair nas tentações e se firmar nos padrões legitimados.

Figura 3. Disponível em: Propaganda sobre beleza Stop the Beauty madness.2016



Fonte:site <https://stopthebeautymadness.com/>

Tradução: *So if I straighten my hair I'll get ahead in life? Okay, but how free is that?*

E os outros 07 alunos escolheram a imagem acima para opinar e assim fazer uma reflexão de como a sociedade

A7: Você acaba se arrependendo depois e sente falta do seu cabelo natural .

A8 : Eu entendi que nessa frase fala sobre o preconceito e discriminação do cabelo .

A9 : Essa imagem reflete o preconceito e como a sociedade tenta impor um padrão de beleza que não existe.

A10: Percebi que há discriminação , no entanto , estamos presenciando mudanças com aceitação da aparência.

A11 : Pode ser uma reflexão sobre as expectativas sociais em relação ` a aparência e como pode influenciar o sucesso na vida .

A12: Será que só uma pessoa de cabelo liso pode progredir na vida?

A13 : É só uma criança ... essas pessoas “racistas” acreditam que para progredir na vida é preciso alisar o cabelo.

Os excertos de A7/A8/A9/A10A11/A12 destacam o padrão de beleza ora na linguagem verbal ora pela imagem. Há uma forte tendência para a interdiscursividade como que para alcançar a beleza é preciso se aceitar como você é. A escolha do personagem criança , as cores da imagem, as roupas constituem modos semióticos (Kress; Van Leeuwen, 2001) na peça publicitária que ressalta o aspecto da beleza física, sobretudo do cabelo. A tradução da frase *So if I straighten my hair I'll get ahead in life? Okay , but how free is that?* Realizada pelos alunos “*Então se eu alisar meu cabelo eu vou progredir na vida? Ok, mas quão grátis isso é?*” tornam práticas de comportamentos muito usuais na sociedade atual, voltadas para a valorização das diferenças e dos estilos de cabelos naturais, muito bem observada na leitura dos alunos.

Considerações finais

O estudo que ora desenvolvemos em sala de aula no ensino médio partiu da reflexão da multimodalidade de propagandas, textos permeados de diferentes semioses e implícitos. O livro didático de Língua Inglesa para o Ensino Médio que serviu de suporte para seleção do corpus, subsidiou o desenvolvimento da leitura multimodal por meio dos recursos visuais nas imagens.

As imagens selecionadas tanto trouxeram uma temática atual da beleza da mulher como contribuíram para a construção de sentido, proporcionando conhecimentos com a presença de elementos multimodais adequados para ampliar o processo de ensino da Língua Inglesa.

A seleção do corpus para o estudo pautou em campanhas publicitárias um gênero textual muito presente nos livros didáticos que tem a finalidade de representar argumentos convencíveis no consumo da sociedade. O anúncio multimodal analisado não foi aleatório, destacou as marcas do discurso proveniente de escolhas do *marketing* e usou a imagem de uma idosa para dar destaque na invisibilidade da mulher. O ensino de uma sequência de atividade multimodal, caracterizou uma forma particular diferenciada para despertar nos alunos a pesquisa, a leitura, os debates.

De certa forma as campanhas selecionadas do livro didático de inglês do ensino médio trouxe um desafio para os alunos na leitura realizada. Mostrar por meio das imagens pelos signos verbais e icônicos a crença internalizada na sociedade de que a beleza determina o valor da pessoa. E para conseguir o intento traz imagens de uma idosa, uma criança e uma jovem mostrando a beleza em diferentes ângulos (idade, raça e outros). As atividades desenvolvidas em sala de aula não só auxiliaram no ensino da língua inglesa como mostrou aos alunos que o contexto social tem arraigado padrões de beleza e comportamento que geram impactos estereotipados, e as campanhas publicitárias podem contribuir para desmistificar tais padrões.

Referências

- BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular: educação é a base**. MEC: 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wpcontent/uploads/2018/12/BNCC_19dez2018_site.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2024.
- BRASIL; Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua estrangeira** / Secretaria de Educação Fundamental. - Brasília: MEC/SEF, 2001.
- BRASIL/SEMTEC. **Orientações Curriculares para o Ensino Médio. Volume Linguagens, Códigos e suas Tecnologias**. Brasília: MEC/SEMTEC, 2006.
- CANI, Josiane Brunetti. COSCARELLI, Carla Viana. **Textos multimodais como objeto de ensino: reflexões em propostas didáticas. pp- 15-48**. In: **Multiletramentos e multimodalidade: ações pedagógicas aplicadas à linguagem**. KERSCH, Dorotea Frank. COSCARELLI, Carla Viana. CANI, Josiane Brunetti. (Orgs). Campinas, SP: Pontes Editores, 2016
- COSCARELLI, Carla V. **Alfabetização e letramento digital**. In: COSCARELLI, C.V.;
- RIBEIRO, Ana E. (org) **Letramento digital: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas**. 2 ed. Belo Horizonte: Ceale; Autêntica, 2007.
- DIONÍSIO, Ângela. Paiva. **Gêneros textuais e multimodalidade**. In: KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz; BRITO, Karim Siebeneicher (orgs.). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 4. ed. São Paulo: Parábola, 2011.
- _____. **Gêneros Textuais e ensino**. Lucerna, Rio de Janeiro, 2020.
- DOLZ, Joaquim; NOVERRAZ, Michèle; SCHNEUWLY, Bernard. **Sequências didáticas para o oral e a escrita: apresentação de um procedimento**. In: ROJO, Roxane; SALES, Gláís (tradução e organização). **Gêneros orais e escritos na escola**. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2004.
- DUBOC, A. P. M. **A Avaliação da Aprendizagem de Línguas e o Letramento Crítico: uma proposta. Práticas de Multiletramentos e Letramento Crítico: Outros Sentidos para a Sala de Aula de Línguas**. (Org.) Coleção: Novas Perspectivas em Linguística Aplicada Vol.47. Campinas, SP: Pontes Editores, 2016.
- KALANTZIS, M. **Letramentos** / Mary Kalantzis, Bill Cope e Petrilson Pinheiro. Tradução: Petrilson Pinheiro. Campinas - SP: Editora Unicamp, 2020.
- KRESS, G; VAN LEEUWEN, T. **Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication**. London: Arnold, 2001
- NASCIMENTO, R. G.; BEZERRA, F. A. S.; HEBERLE, V. M.. **“Multiletramentos: iniciação à análise de imagens”**. *Linguagem & Ensino*, v. 14, n. 2, p. 529-552, 2012.
- ROJO, R. H. R.; MOITA LOPES, L. P. **Linguagens ,códigos e suas tecnologias**. In: BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Básica. **Orientações Curriculares para o Ensino Médio**. Brasília, 2004, p.14-59.
- ROJO, Roxane. **A Teoria dos Gêneros Discursivos do Círculo de Bakhtin e os multiletramentos: desafios do texto contemporâneo: textos/enunciados multissemióticos**. 2012, p 19.
- ROJO, Roxane. **Escol@ conectada: os multiletramentos e as TICs**. (Org.) 1. ed. São Paulo: Parábola, 2013.

ROJO, Roxane. **Pedagogia dos multiletramentos – diversidade cultural e de linguagens na escola.** In: ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. (Orgs.) **Multiletramentos na escola.** São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

ROJO, Roxane; BARBOSA, Jackeline. **Hipermodernidade, multiletramentos e gêneros discursivos.** 1ª ed. – São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

SILVA, S. P. **O Texto Visual na Educação Infantil: contribuições para construção do conhecimento da criança.** *ArReDia*, v. n.º 03, p. 77-101, 2014a.

_____. **Multimodalidade, afinal, o que é?.** Observatório da Imprensa – Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo da Universidade Estadual de Campinas – Unicamp, São Paulo – SP, v. n.º 768, p. 01 – 02, 15 out. 2013.

SOUZA, Carla Cristina de, **Leitura Crítica através da Análise de textos multimodais no ensino de Inglês.** In: HEMAIS, Barbara Jane Wilcox (Org.) **Gêneros discursivos e multimodalidade: desafios, reflexões e propostas no ensino de Inglês/** Barbara Jane Wilcox HEMAIS (Org.) Campinas, SP: Pontes Editores, 2015

TÍLIO, Rogério. **Voices Plus** / Rogério Tílio – 1ª ed. – São Paulo: Richmond, 2016. Inglês. Ensino Médio

WEBBER, E; TENO, N. A. C. **O Ensino de línguas estrangeiras e a pedagogia dos multiletramentos: uma proposta de aula.** Paco Editorial, 2019 (Coleção Educação, volume 3).