

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS- UFMG

Faculdade de Letras

Gilda Maria Damasceno

**PRÁTICAS DE LEITURA À LUZ DA MULTIMODALIDADE: contribuições
para os multiletramentos na sala de aula**

Belo Horizonte

2022

GILDA MARIA DAMASCENO

**PRÁTICAS DE LEITURA À LUZ DA MULTIMODALIDADE:
contribuições para os multiletramentos na sala de aula**

Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Língua Portuguesa.

Professor (a) Orientador:
Dr.Francis Arthuso Paiva.

Belo Horizonte

2022



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE LETRAS

ESPECIALIZAÇÃO EM LÍNGUA PORTUGUESA: Teoria e Práticas de Ensino de Leitura e Produção de Textos

ATA DA DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DA ALUNA GILDA MARIA DAMASCENO

Realizou-se, no dia 17 de maio de 2022, às 14:00 horas, de forma remota, a defesa do Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado *PRÁTICAS DE LEITURA À LUZ DA MULTIMODALIDADE: contribuições para os multiletramentos na sala de aula*, apresentado por GILDA MARIA DAMASCENO, número de registro 2020741886, como requisito parcial para a obtenção do certificado de Especialista em Língua Portuguesa: Teorias e Práticas de Ensino de Leitura e Produção de Textos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, perante a seguinte Comissão Examinadora: Prof. Francis Arthuso Paiva - Orientador, Profa. Raquel Lima de Abreu Aoki (UFMG), Profa. Zaira Bomfante Santos (UFES).

A Comissão considerou o Trabalho:

Aprovado

Reprovado

Finalizados os trabalhos, lavrei a presente ata que, lida e aprovada, vai assinada por mim e pelos membros da Comissão.

Belo Horizonte, 17 de maio de 2022.

Prof. Francis Arthuso Paiva (Doutor)

Profa. Raquel Lima de Abreu Aoki (Doutora)

Profa. Zaira Bomfante Santos (Doutora)



Documento assinado eletronicamente por **Záira Bomfante dos Santos, Usuário Externo**, em 19/05/2022, às 08:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Raquel Lima de Abreu Aoki, Professora do Magistério Superior**, em 23/05/2022, às 09:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Francis Arthuso Paiva, Professor Ensino Básico Técnico Tecnológico**, em 23/05/2022, às 11:37, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1440605** e o código CRC **074CFAE4**.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por me conceder a oportunidade de concluir mais uma etapa acadêmica na busca pelo conhecimento que é algo tão importante para mim.

Agradeço à minha família pelo apoio e compreensão em todos os momentos de estudos.

Aos meus Professores, por me inspirarem durante a trajetória do curso e por tantos conhecimentos compartilhados e vivenciados durante as aulas.

Agradeço, em especial, ao meu Orientador, Professor Dr. Francis Arthuso Paiva, por ter me apresentado à reflexão sobre Multimodalidade e Multiletramentos, encantando-me de tal forma, o que despertou o meu interesse pela pesquisa sobre tal tema que pretendo continuar a pesquisar, inspirada nos aprendizados das suas aulas e nas suas pacientes orientações durante a produção deste trabalho.

Por fim, expresso também os meus agradecimentos à Equipe do Programa de Pós-Graduação em Letras da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais pela atenção durante toda a caminhada no curso.

RESUMO

Esta pesquisa parte da discussão sobre as práticas de leituras à luz da multimodalidade, com base nos teóricos Halliday (2004) Kress (2003) Macken-Horarak (2004) Rick Iedema (2003), Fuzer e Cabral (2014) Paiva (2021) e Rojo e Moura (2012), trazendo novos significados para os textos, a partir de uma concepção de linguagem como elemento social e ideológico, considerando a importância da análise multimodal que extrapole os elementos apenas linguísticos, recuperando a leitura das variadas semioses presentes nos textos que podem contribuir para os multiletramentos na sala de aula. O objetivo do estudo presente é discutir sobre as práticas de leitura à luz da multimodalidade, partindo da análise da função de interação entre os participantes representados e o leitor em propagandas de beleza. Para se alcançar o objetivo do trabalho, será utilizada a metodologia da revisão bibliográfica e a análise de algumas imagens de propaganda de beleza da marca “Natura”, direcionados à mulher, retiradas da internet, de domínio público, visando à importância de se construir práticas de leituras mais críticas na sala de aula que dialoguem com veemência sobre tais temas como: racismo, preconceito e estereótipos de beleza feminina, ora predominantes na sociedade do consumo. Constata-se que as práticas de leitura à luz da multimodalidade podem contribuir de forma relevante para a formação de alunos mais críticos e mais conscientes com visão mais ampla de mundo e das novas realidades que vêm surgindo no atual contexto social.

Palavras-chave: Práticas de leitura. Multimodalidade. Multiletramentos. Sala de aula.

RESUMEN

Esta investigación parte de la discusión sobre las prácticas de lectura a la luz de la multimodalidad, a partir de los teóricos Halliday (2004) Kress (2003) Macken- Horarak (2004) Rick Iedema (2003) Fuzer y Cabral (2014) Paiva (2021) y Rojo y Moura (2012), trayendo nuevos significados a los textos, desde una concepción del lenguaje como elemento social e ideológico, considerando la importancia del análisis multimodal que mire más allá de los elementos solamente lingüísticos, sino recuperando la lectura de las diversas semiosis presentes en los textos que puede contribuir con los multiletramentos en las clases. El objetivo del presente trabajo es discutir las prácticas de lectura a la luz de la multimodalidad, a partir del análisis de la función de interacción entre los participantes representados y el lector en los anuncios de belleza. Para alcanzar el objetivo del trabajo, se utilizará la metodología de la revisión bibliográfica y el análisis de algunas de las imágenes de publicidad de belleza de la marca “Natura”, hacia a la mujer, por lo tanto, tomadas de internet, de dominio público, visando la construcción de prácticas de lectura más críticas que dan énfasis a los temas como el racismo, los prejuicios y los estereotipos de la belleza femenina hoy prevalecientes en la sociedad del consumo. Las prácticas de lectura a la luz de la multimodalidad pueden contribuir significativamente con la formación de estudiantes más críticos y más conscientes con una visión más larga del mundo y de las nuevas realidades que están surgiendo en el contexto social actual.

Palabras clave: Prácticas lectoras. Multimodalidad. Multiletramentos. Clase.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. O mundo é mais bonito com você.	21
Figura 2. Forte até o fim.	23
Figura 3. Cada pessoa importa.	23
Figura 4. Como a Natura pode incentivar você a viver a sua beleza?	24
Figura 5. Natura.	26
Figura 6. O mundo é mais bonito com você.	28
Figura 7. Maracugina, equilíbrio todo o dia.	31
Figura 8. Promoção Cicatricure.	32
Figura 9. Tudo que é bonito é para se mostrar.	34

Sumário

LISTA DE FIGURAS	8
1. INTRODUÇÃO	8
2. OBEJTIVOS:	9
2. 1. Objetivo geral:	9
2. 2. Objetivos específicos:	9
3. JUSTIFICATIVA	9
4. ANÁLISE DO TEXTO À LUZ DA MULTIMODALIDADE	11
4.1. Texto e multimodalidade: a necessidade dos multiletramentos na sala de aula	14
5. A ESPECIFICIDADE DA LINGUAGEM DA PROPAGANDA: ponderações pertinentes	18
6. METODOLOGIA	20
7. ANÁLISE DA FUNÇÃO DE INTERAÇÃO ENTRE OS PARTICIPANTES REPRESENTADOS E O LEITOR E ANÁLISE SOBRE OS ESTEREÓTIPOS DE BELEZA FEMININA: discurso e ideologia presentes nas imagens	20
7.1. Análise da função de interação: contato, distância social e atitude	21
7.2. Análise sobre os estereótipos de beleza feminina e as novas narrativas sobre beleza na sociedade do consumo	26
7.3. Discurso e ideologia presentes nas imagens	28
8. PROPOSTA DIDÁTICA DE UMA PRÁTICA DE LEITURA À LUZ DA MULTIMODALIDADE PARA A TURMA DO 1º ANO DO ENSINO MÉDIO	30
8.1. Plano de ensino	30
9. RESULTADOS E DISCUSSÕES	36
9.1. Contribuições das práticas de leitura à luz da multimodalidade para a formação de sujeitos críticos e pensantes	36
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS	41

1. INTRODUÇÃO

As práticas de leituras à luz da multimodalidade levam em conta as semioses, o uso da cor, a composição da imagem e organização dela numa tela e como esses elementos constituídos em um contexto social podem produzir os significados, através das formas como, previamente, foram selecionados. Desse modo, quando se trata de multimodalidade, é necessário um estudo mais acurado para uma análise mais completa dos textos e, assim, estudar todos os elementos simbólicos que também são as informações intrínsecas que compõem os textos e, dessa forma, apreender todas as formas de comunicação que se dão nos enunciados. Assim, a linguagem, como elemento social, além das palavras, é produzida nos sons, nas imagens e em outras semioses, numa organização de forma lógica, possibilitando a produção de significados.

Diante da relevância das discussões sobre as práticas de leitura à luz da multimodalidade, faz-se necessário um olhar pautado numa perspectiva funcional da linguagem que dialogue com os problemas reais da sociedade, contrapondo as práticas tradicionais limitadas somente às frases e orações.

Com base nos teóricos que fundamentam este trabalho, propõe-se discutir sobre as práticas de leitura à luz da multimodalidade, haja vista que tais práticas, nessa perspectiva, podem recuperar uma análise mais ampla dos textos e relacioná-los aos problemas sociais. Para isso, discute-se também sobre a importância dos multiletramentos na sala de aula, assim como aponta uma breve análise da linguagem específica do gênero propaganda, uma vez que, propõe-se a análise da função de interação entre os participantes representados e o leitor nas imagens de propaganda da marca de beleza da “Natura”, direcionadas às mulheres. Ao final, aponta-se a contribuição das práticas de leitura à luz da multimodalidade como elementos extremamente significativos porque promovem o espaço para as discussões ideológicas, tais como sobre racismo, preconceito e estereótipos femininos que são impostos pela sociedade do consumo. Dessa forma, as práticas de leituras à luz da multimodalidade contribuem com a formação crítica dos alunos na sala de aula,

pois, por meio delas, recupera-se uma análise além dos elementos puramente linguísticos.

2. OBEJTIVOS:

2. 1. Objetivo geral:

-Demonstrar a importância das práticas de leitura à luz da multimodalidade e como tal processo pode contribuir com o ensino mais crítico e reflexivo e, conseqüentemente, com a formação de alunos mais conscientes e mais livres.

2. 2. Objetivos específicos:

- Analisar a multimodalidade e como tal conceito vai além da concepção linguística tradicional, revolucionando o ensino sobre texto e leituras;

- Compreender a nova perspectiva de leitura que é considerada os “novos multiletramentos” como realidade tão importante no atual cenário;

- Analisar a especificidade da linguagem da propaganda;

-Analisar a função de interação entre os participantes representados e o leitor nas imagens da marca de beleza “Natura” direcionadas à mulher;

-Discutir sobre a importância das práticas de leitura à luz da multimodalidade como espaço para o debate ideológico e social e, assim, formar alunos críticos para as práticas de cidadania.

3. JUSTIFICATIVA

Segundo o grande estudioso, teórico e pesquisador russo da linguagem humana, Bakhtin (2003), o homem encontra-se em permanente interação com os seus semelhantes, mediante a linguagem entendida como ato

ético, como ação, como comunicação dinâmica, como energia. Sendo assim, conforme afirmam os autores Bubnova, Baronas e Tonelli (2011) as vozes das quais fala Bakhtin são construtoras do sentido de enunciações por incitar à resposta, não necessariamente agressões ao ser; porém, para forjar um novo sentido a partir das vozes alheias, o ser humano envolve-se em um processo de compreensão do que se disse antes e trata de ouvir a possível resposta de seus interlocutores, antecipando-a. Nessa perspectiva, os textos são caracterizados como gêneros discursivos, pois possuem uma expectativa interlocutiva e produzem enunciados, através das imagens inseridas ou de outras semioses.

Tendo isso em vista, desde o advento da revolução tecnológica promovida pela internet, faz-se necessário contemplar, com novos olhares e modalidades os novos letramentos que vêm surgindo, compostos pela pluralidade de elementos visuais, cujas representações são fundamentais para a produção de significados. Dessa forma, os textos sincréticos demandam uma análise de sua multimodalidade que extrapola os conceitos tradicionais da gramática normativa, uma vez que esta se preocupa apenas com a decodificação de signos linguísticos. Em contrapartida, os recursos e modos semióticos presentes nos textos abrangem processos de diferentes e múltiplos aspectos que podem articular de forma mais ampla e significativa, a partir das novas realidades atuais.

Conforme Kress (2003, p.1) não é possível mais pensar em alfabetização ou letramento de forma isolada do contexto social, econômico e tecnológico. Ao considerar a escrita então, deve se considerar também a imagem e outros semióticos, pois estas são as novas formas de linguagem nas interações sociais atuais com as quais também são produzidos os significados.

Segundo Fairclough (1989) a linguagem é parte da sociedade e não algo externo ao meio social, haja vista que a linguagem é uma prática social e, desse modo, está condicionada por outras partes da sociedade, não de forma linguística; ao contrário de forma ideológica. Assim, define-se a linguagem como elemento carregado de ideologias e poder, agindo e interagindo em todo instante nas relações sociais. Diante disso, nas imagens, a linguagem como

uma instância carregada de ideologias, “há grande necessidade em termos democráticos de disponibilizar os meios de compreensão das articulações de poder em qualquer lugar”. (Kress; Van Leeuwen, 2020, p.16). Desse modo, surge a importância de oferecer ferramentas de análise visando à formação de leitores críticos e conscientes para agirem nas atuais demandas sociais, estando preparados para atuarem de forma mais reflexiva e participativa na sociedade.

Quando se trata de multimodalidade, é necessário um estudo voltado para uma análise mais completa dos textos e, assim, contemplar todos os elementos simbólicos que também são as informações intrínsecas que compõem os textos e, dessa forma, apreender todas as formas de comunicação que se dão nos enunciados.

Diante da relevância das discussões sobre texto e multimodalidade, faz-se necessário um olhar pautado numa perspectiva funcional da linguagem cujo interesse seja na forma como os usuários da língua se comunicam nos mais diferentes e diversos modos de interação e contextos sociais.

4. ANÁLISE DO TEXTO À LUZ DA MULTIMODALIDADE

Conforme MACKEN-HORARIK (2004), atender ao multimodal apresenta desafios aos analistas do discurso, uma vez que esses teóricos exploram apenas os elementos linguísticos e deixam de lado toda a gama de semioses presentes nos textos que podem trazer muitos significados e sentidos, enriquecendo as práticas de leitura. Diante disso, surge então a importância da análise de textos à luz da multimodalidade que proponham práticas de leituras além da concepção puramente linguística que está preocupada apenas com o texto verbal, ou seja, as frases e orações.

Nas práticas de leitura à luz multimodalidade, concebe-se a língua como um sistema social com significados que são interpretados dentro de um contexto marcado por termos semióticos. Diante disso, em uma sociedade submersa nas novas tecnologias, lugares onde acontece a maior parte das interações sociais, tal análise demonstra como o processo de comunicação é

realizado por meio de vários recursos semióticos para a formação de significados que podem ser compreendidos através dos aportes teóricos de Kress (2010) e Halliday (2004).

Sabe-se então, quando se trata de multimodalidade, é necessário um estudo mais acurado para uma análise mais completa dos textos e, assim, contemplar todos os elementos simbólicos que também são as informações intrínsecas que os compõem para apreensão de todas as formas de comunicação que se dão nos enunciados. Quanto ao discurso multimodal, afirmam Vieira e Silvestre que

[...] cada vez que certo evento discursivo é mediado por diferentes tecnologias é, do mesmo modo, objeto de nova representação, ao que denominamos reconfiguração ou recontextualização do discurso, fato que agrega cada vez mais complexidade a essas representações. Caso semelhante repete-se com o discurso multimodal, pois acreditamos que as múltiplas semioses desempenham relevante papel na construção dessas camadas de reconfiguração da linguagem, tendo em vista que as representações realizadas por meio das imagens e das cores, por exemplo, aproximam mais o discurso representado da realidade. (VIEIRA; SILVESTRE, 2015, p.17).

Quando se analisa o texto e a multimodalidade presente nele, considerando todos os elementos semióticos, o leitor passa a produzir outros significados, tornando a prática de leitura muito mais enriquecida e mais crítica.

Conforme Halliday (2014) o termo “texto” refere-se a qualquer instância da linguagem em qualquer meio que faça sentido para alguém que conhece a língua. Desse modo, Halliday (2014) caracteriza o texto como linguagem funcionando em um contexto. Essa concepção extrapola os conceitos linguísticos que veem o texto apenas como estruturas oracionais e frasais. Tal olhar então ajuda o leitor a compreender as múltiplas semioses presentes também. Dessa forma, de acordo com Santos (2014, p.166) “a língua deixa de ser um mero sistema regulado por regras e passa a ser estudado de um ponto de vista sócio semiótico [...] como um sistema de produção de significados”.

Diante disso, não apenas palavras, frases e orações são estudadas quando se faz uma análise de um texto; mas, também todos os arranjos que

Halliday (1978) denomina como “reformulações”, devendo ser interpretadas como sintagmas linguísticos em termos funcionais. Tal processo é denominado como ressemiotização e ressignificação dos textos, pois explora toda a multimodalidade presente neles. Desse modo, para Halliday (2004) o sentido de texto é estendido a outros sistemas semióticos.

Conforme MACKEN-HORARIK (2004), quando se analisa a comunicação humana na perspectiva da multimodalidade, há três tipos de significados que devem ser considerados como metafunções, a saber: o significado interpessoal que trata das relações sociais e das identidades representadas nos textos; o significado ideacional representado pela realidade experimental e o significado textual que está relacionado à forma como os textos estão relacionados no seu contexto. Essa teoria que embasa as metafunções contribui para a análise do significado interativo das imagens. Ainda afirma Macken- Horarik que

Isso inclui o sistema de contato, através do qual uma imagem atua sobre o espectador, de alguma forma, exigindo uma resposta ou oferecendo informações visuais, o sistema de distância social, através do qual o espectador é convidado a se aproximar dos participantes representados. (MACKEN-HORARIK, 2004, p.7).

Nessa perspectiva então, a análise do texto se importa mais com as relações que se dão entre produtor e espectador/leitor. Conforme ainda Macken- Horarik (2004) tal olhar se debruça sobre a análise do contato e da relação imaginária entre os participantes representados e interativos (expectadores). Macken Horarik (2004) ainda aponta que há dois tipos de contatos com a imagem, a saber: o de demanda e o de oferta. O contato de demanda é quando o participante da imagem olha diretamente para o espectador, criando um vetor entre a linha de visão dos representados, exigindo uma resposta do leitor ou espectador. Já o contato de oferta, os participantes que estão em interação não olham diretamente para o espectador, haja vista que o contato é indireto e informal, pois, os objetos da imagem são oferecidos apenas para a contemplação dos leitores.

4.1. Texto e multimodalidade: a necessidade dos multiletramentos na sala de aula

É sabido então que, desde o advento da revolução da internet, faz-se necessário abordar os novos letramentos que são compostos pela pluralidade de elementos visuais, cujas representações são fundamentais para a compreensão de sentidos. Dessa forma, a análise multimodal demanda conceitos além dos meramente linguísticos, pois, os recursos semióticos abrangem processos de diferentes e múltiplos aspectos que articulam de forma mais ampla e significativa, a partir das novas realidades, utilizando-se diferentes modos semióticos.

Conforme Rojo (2012), em 1996, surgiu o manifesto resultante de um colóquio do Grupo Nova Londres, formado por pesquisadores de diferentes países, intitulado “A Pedagogia dos Multiletramentos”. Tal grupo passou a ser o pioneiro a trazer tais discussões acerca da importância de incluir os novos letramentos em decorrência do avanço tecnológico. Assim sendo, o grupo de estudiosos tinham como objetivo propor uma concepção de letramento, incluindo toda a multiplicidade presente na atual sociedade.

Devido às mudanças e aos avanços tecnológicos, surgiram então as discussões sobre a importância dos multiletramentos na sala de aula. Desse modo, o surgimento dessa discussão foi um grande marco que revolucionou a concepção tradicional de letramento, haja vista que, devido ao avanço da internet, ampliaram-se os conceitos de textos e novas leituras, perpassando as formas tradicionais lineares. Sobre isso, comentam Ferreira; Machado e Oliveira (2017, p.108) “eram necessárias novas práticas de letramentos que envolvessem novas capacidades de compreender o que acontecia ao redor, como se aprendia a ouvir, ver, ler, escrever, falar e criar [...]”. Assim, nessa perspectiva, ampliou-se a concepção de estudar os textos, perpassando as formas tradicionais.

Segundo Tayrine (2020), em tempos digitais, grande parte da população possui celular conectado à internet e a leitura dos textos que circulam no meio digital exige habilidade de navegação e de compreensão, de

interação com hipertextos digitais e com textos multimodais. De acordo então com Tayrine (2020, p.1) “isso significa dizer que novos tempos demandam um professor que, além de saber realizar essas leituras, trabalhe com os alunos estratégias leitoras a partir do que já sabem”. Essa proposta foi a discussão iniciada pelo Grupo Nova Londres e segue, atualmente, fomentando importantes debates e discussões a respeito das práticas de ensino de leitura que contemplem toda a diversidade cultural e social, ora vigentes na sociedade.

Diante disso, a perspectiva de olhar para os textos na sala de aula requer novos saberes que estejam pautados além dos elementos puramente linguísticos e assim as práticas de leitura possam ser enriquecidas pelos elementos também imagéticos e sonoros, ganhando mais significação para os leitores, pois, conforme apresentado pelo Grupo Nova Londres

O uso de abordagens da pedagogia dos multiletramentos permitirá que os alunos alcancem duplamente objetivos de aprendizagem do campo do letramento: evoluindo no acesso à linguagem do trabalho, do poder e da comunidade e fomentando o engajamento crítico necessário para projetar seu futuro social, alcançando sucesso por meio de trabalhos realizadores (GRUPO NOVA LONDRES, 1996, p.102).

Indubitavelmente, os multiletramentos tornam-se essenciais no atual contexto social que é marcado por desigualdades; pois, tal abordagem pode não apenas motivar e impulsionar as práticas de leituras, como também contribuir para a construção do pensamento crítico e consciente das novas realidades. De acordo com Rojo e Moura (2012, p.23) há “as possibilidades práticas de que os alunos se transformem em criadores de sentidos [...]”.

O termo “multiletramento”, conceituado pelo Grupo Nova Londres (1996, p.107) “como formas de focar as realidades do aumento da diversidade local e da conexão global” está relacionado ao novo contexto em que surgem os textos contemporâneos carregados de multissemioses, exigindo do aluno novas competências leitoras; ou seja, novas capacidades de

compreensão, interpretação e interações atreladas aos contextos sociais, geralmente em redes de internet. Rojo e Moura afirmam que

Um das principais características dos novos (hiper) textos e (multi) letramentos é que eles são interativos, em vários níveis (na interface, das ferramentas, nos espaços em rede dos hipertextos e das ferramentas, nas redes sociais, etc.). Diferentemente das mídias anteriores (impressas e analógicas como a fotografia, o cinema, o rádio e a TV pré-digitais), a mídia digital, por sua natureza “tradutora” de outras formas de linguagens para a linguagem dos dígitos binários e por sua concepção fundante em rede (web), permite que o usuário (ou leitor/produtor de texto humano) interaja em vários níveis e com vários interlocutores (interface, ferramentas, outros usuários, textos/discursos, etc.). (ROJO; MOURA, 2012, p.23).

Neste cenário crescente de textos sincréticos, entende-se a importância de uma prática pedagógica que leve em consideração o universo amplo de leituras dos novos gêneros, levando em consideração toda a diversidade e pluralidade presentes nas novas relações sociais que se estabelecem. Conforme afirmam os autores do Grupo de Nova Londres (1996), “há uma crescente multiplicidade e integração de modos significativos de construção de significado, em que o texto também está relacionado ao visual, ao sonoro, ao espacial, ao comportamental e assim por diante”. (p.106). Assim, a leitura multimodal estabelece um marco na plena era digital.

A Pedagogia dos multiletramentos, discutida e defendida pelos estudiosos no colóquio, visa assegurar uma aprendizagem que contemple todas essas novas relações na sociedade, já que “[...] concentra-se em modos de representação muito mais amplos do que apenas na língua”. (GRUPO NOVA LONDRES, 1996, p.106). Assim, tratar sobre práticas de leitura à luz da multimodalidade é de fato discutir a proposta supracitada. Ao tratar sobre “modos”, de acordo com Paiva (2021, p.100-101) “modos são materialidades (fala, escrita, imagem, gestos) com as quais podemos produzir signos. Cada modo utiliza os recursos semióticos mais propícios a ele como saliência, moldura, intensidade”. Paiva ainda afirma que

Essa postura de considerar as características de cada modo é premissa da teoria semiótica social multimodal proposta por Kress (2010, p. 15). Essa teoria parte da crítica feita ao pensamento logocêntrico do ocidente que, historicamente, usa características do modo verbal, sobretudo, para analisar toda a comunicação humana. No entanto, Kress (2010, p.1) entende que é a multimodalidade “o estado da comunicação humana”. Para ele, a multimodalidade é a parte da teoria que lida com os modos e seus recursos semióticos utilizados na produção de signos. (PAIVA, 2021, p.100).

Paiva (2021) explica como a multimodalidade, de acordo com os estudos de Kress, é importante para os multiletramentos, haja vista que conforme Kress e Van Leeuwen (2001, p.9) já algum tempo que “a cultura ocidental tem dado preferência pela monomodalidade, já que há uma valorização pelos gêneros de escrita”. Dessa forma, vê-se a necessidade dos estudos de gêneros na perspectiva da multimodalidade para a formação de leitores apropriados de novos letramentos. Ainda afirmam Kress e Van Leeuwen que

Mais recentemente, esse domínio da monomodalidade começou a se reverter. Não apenas os meios de comunicação de massa, as páginas de revistas e histórias em quadrinhos, por exemplo, mas também os documentos produzidos por corporações, universidades, órgãos governamentais, etc., adquiriram ilustrações coloridas e layout e tipografia sofisticados. E não só o cinema e as performances e vídeos de música popular semioticamente exuberantes, mas as vanguardas das artes da ‘alta cultura’ começaram a utilizar uma variedade cada vez maior de materiais e a cruzar as fronteiras entre as diversas artes, design e disciplinas de desempenho em direção ao multimodal, eventos de multimídia e assim por diante. (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p.9).

As teorias da corrente semiótica social busca então outra perspectiva para analisar o texto e toda a multimodalidade presente nele para assegurar novas aprendizagens na perspectiva dos multiletramentos. Desse modo, há arranjos textuais que contribuem para a produção de significados. Há elementos que dialogam com as múltiplas semioses presentes nas imagens. De acordo com Cunha (2018, p.3) quando cita Kress e Van Leeuwen (1996) “[...] o entendimento desse entorno comunicativo imbrica-se com o processo de produção e de atribuição de sentidos, pois, por sua natureza, ele é irreversível das relações comunicativas humanas [...]”.

Conforme Kress e Van Leeuwen (2020, p.11) “ler imagens é um processo de criação de signos. Assim como a leitura de textos escritos, a leitura, a partir de uma abordagem multimodal, permite diferentes leituras e compreensão de sentidos, tornando-se um processo de design”.

5. A ESPECIFICIDADE DA LINGUAGEM DA PROPAGANDA: ponderações pertinentes

Conforme Sandmann (2020: 9) o termo “propaganda” foi extraído do nome “Congregatio de propaganda fide” que foi criada em 1622, em Roma e tinha como objetivo cuidar da propagação da fé. Após os anos, o termo foi ganhando significado à medida que foi sendo usado na sociedade. Sandmann ainda afirma que

Em português publicidade é usado para a venda de produtos e propaganda tanto para a propagação de ideias como no sentido de publicidade. Propaganda é, portanto, o termo mais abrangente e o que pode ser usado em todos os sentidos (SANDMANN, 2022, p.10).

Assim, tal termo pode significar propagar ideias e ao mesmo tempo vender produtos. Daí a relevância da reflexão sobre a linguagem da propaganda, uma vez que se sabe que tal linguagem não está relacionada apenas com os conceitos de venda; ao contrário, indo muito mais além, propagando ideologias também. Sandmann afirma também que

A linguagem da propaganda se distingue, por outro lado, como a literária, pela criatividade, pela busca de recursos expressivos que chamem a atenção do leitor, que o façam parar e ler ou escutar a mensagem que lhe é dirigida, nem que para isso se infrinjam as normas da linguagem padrão ou passe por cima das convenções da gramática normativa tradicional e, em certo sentido, da competência linguística abstrata geralmente aceita. (SANDMANN, 2020, p.12).

Ressalta-se então que a linguagem da propaganda não é necessariamente escrita, pois tal discurso utiliza-se de diferentes estratégias de linguagem para se comunicar com o público. Então, a linguagem pode ser escrita, visual ou auditiva, como nos exemplos de anúncios comerciais, cartazes, revistas, outdoors, dentre outros. A atenção da linguagem recai na criatividade, pois, de acordo com Sandmann (2020, p.12) “prender a atenção do leitor ou ouvinte parece ser a porfia maior”. Isso explica os recursos de meios estilísticos que convençam o leitor ou ouvinte a prestar atenção no anúncio.

Grosso modo, destaca-se que a linguagem da propaganda é persuasiva, pois ela tem como objetivo convencer o leitor ou ouvinte sobre algo que se está anunciando, como comprar ou adquirir produtos ou serviços. Ainda afirma o mesmo autor que

Outros recursos frequentes em textos de propaganda e que visam dar ênfase à forma de comunicação são a rima, o ritmo e as aliterações, recursos todos que visam prender a atenção do receptor, fazê-lo ocupar com a mensagem, ajuda-lo e memorizá-la e, por fim, persuadi-lo a agir. (SANDMANN, 2020, p.25-26)

Notam-se as peculiaridades da linguagem da propaganda e o uso de recursos estratégicos para captar a atenção do público, haja vista que tudo é bem pensado com criatividade e objetivos. Dessa forma, observa-se a função apelativa presente na linguagem. Ainda Sandmann (2020) traz um exemplo bem claro de tal função apelativa afirmando que

Como principal marca linguística do texto de função apelativa explícita temos o modo imperativo do verbo, presente quatro vezes no outdoor ‘Não durma ao volante. Durma no colchão Castor. Para viajar use cinto. Para descansar use colchão Castor’. (SANDMANN, 2020, p.27).

Também há a função estética, poética e o jogo de palavras presentes na linguagem da propaganda. Assim, a produção do discurso é elaborada para

produzir adesão por parte do consumidor ao produto que está sendo oferecido. Fairclough (2001) ressalta sobre o uso das metáforas como estratégias para tornar a comunicação mais clara e aproximar os sujeitos envolvidos no discurso. Tais recursos tornam o texto mais “leve”, às vezes engraçado, tendo em vista provocar no destinatário identificação com aquilo que está sendo anunciado. Assim, a linguagem publicitária possui apenas o objetivo que é persuadir os leitores/consumidores. Para isso, ela se apropria de todos os recursos que possam levar a tal objetivo.

6. METODOLOGIA

Este trabalho foi baseado em uma revisão bibliográfica e na análise da função de interação entre os participantes representados e o leitor e a análise sobre os estereótipos de beleza em algumas imagens da marca de beleza “Natura”, direcionadas às mulheres, disponíveis no “Google Imagens”. O principal objetivo do trabalho foi tratar sobre a importância das práticas de leitura à luz da multimodalidade. Constatou-se que tais práticas de leitura podem contribuir com a formação crítica dos alunos, pois temas sobre ideologias, tais como: preconceito, racismo e estereótipos de beleza feminina, impostos pela sociedade do consumo, ora tão vigentes no atual contexto globalizado e marcado pelo capitalismo, podem ser discutidos com mais veemência, visando à provocação e à transformação dos adolescentes e jovens para atuarem na sociedade com novos olhares e posicionamentos.

7. ANÁLISE DA FUNÇÃO DE INTERAÇÃO ENTRE OS PARTICIPANTES REPRESENTADOS E O LEITOR E ANÁLISE SOBRE OS ESTEREÓTIPOS DE BELEZA FEMININA: discurso e ideologia presentes nas imagens

7.1. Análise da função de interação: contato, distância social e atitude

A seguir, a imagem é analisada conforme Macken-Horarik (2004, p.2), considerando os seguintes elementos: “contato, distância social e atitude”. Assim sendo, o contato está relacionado com a relação imaginária que se estabelece entre os participantes representados na imagem e o expectador. Segue o exemplo:



Figura 1

(Disponível em <https://www.facebook.com/naturabrofficial/posts/10162150464555422> Acesso em: 06 de fevereiro de 2022).

Nessa imagem, a participante representada pela Rapper Drik Barbosa olha diretamente para o expectador. Dessa forma, a imagem é de demanda, pois se cria um vetor como linha que une o participante representado e os expectadores, exigindo uma resposta. A respeito da distância social, percebe-se que é de proximidade entre o participante representando que busca tal relação com o expectador. Tal linguagem visual se torna solidária, pois, percebe-se que é um apelo por uma causa social que necessita do envolvimento e da participação de todos. Quanto à atitude presente na imagem, ela é notada pela sua posição horizontal que significa envolvimento

com o expectador, colocando-se em pé de igualdade com ele. Tal atitude então demonstra “igualdade”, “empatia” ou “na mesma condição do outro”.

Tratando-se da ideologia apresentada na imagem que é expressada no discurso da Rapper Drik Barbosa quando afirma que “toda mulher precisa se conscientizar da sua força”, além de ser negra em uma sociedade marcada pelo preconceito e pela discriminação racial, o universo do Rapper ainda é majoritariamente composto por homens. Sendo assim, mulheres como Drik Barbosa necessitam lutar pelo espaço e reconhecimento artístico e para se autoafirmarem como rappers. Para tal luta, nada mais é necessário que muita força até que consigam alcançar o espaço e o sucesso que merecem.

Já na imagem a seguir, a participante representada não olha diretamente para o expectador. Dessa forma, a imagem é de oferta. Sobre o distanciamento social, ressalta-se que a participante representada mantém um distanciamento médio do expectador, pois não há muita intimidade ou proximidade, o que é muito comum nos anúncios que estão interessados em apenas propor bens de consumo. Quanto à atitude, a imagem possui um ângulo oblíquo aliado ao olhar de oferta gera imparcialidade. No caso desta imagem, a cor muito apurada, carregada e os efeitos visuais a deixam com apelo artístico. Como comparação, não é uma imagem de fotografia que se pode considerar mais próximo da realidade; porém, uma foto artística.

Sobre o discurso ideológico que a imagem passa, analisa-se a promoção do valor do perfume “Ilíá Feminino”, 50 ml da Natura, cujo valor era de R\$119,00 e é ofertado então por apenas R\$83,30, cuja fragrância é envolvente e feminina para inspirar mulheres de atitudes. Sobre ele, segue a frase: “Forte até o fim” que está relacionada à duração do perfume na pele, combinada com a postura e o olhar da mulher que demonstram atitude de força e autoconfiança.



Figura 2

(Disponível em [https://www.google.com/search?q=an%C3%B4ncio+natura+venda+oferta&tbm=isch&ved=2ahUKEwjC6gDlK0v1AhXjNbkGHYNFCA4Q2-cCegQIABAA&oq=an%C3%](https://www.google.com/search?q=an%C3%B4ncio+natura+venda+oferta&tbm=isch&ved=2ahUKEwjC6gDlK0v1AhXjNbkGHYNFCA4Q2-cCegQIABAA&oq=an%C3%BA) Acesso em: 06 de fevereiro de 2022).



Figura 3

Disponível em https://www.google.com/search?q=cada+pessoa+importa+natura&sxsrf=APq-WBuIME5X6Qi7K2z0_yQYSWrgrhMgA:1649357398688&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwisxOyOz4L3AhU3uJUCHf-eBwsQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1094&bih=506&dpr=1.25#imgrc=y3WYv3UH82PurM Acesso em: 06 de abril de 2022.

A imagem acima faz parte de um comercial “cada pessoa importa”, mostrando vários rostos de mulheres, algumas olhando diretamente para o

leitor/expectador, enquanto outras não olham. Isso aponta para o objetivo da própria campanha que é tratar sobre o tema da desigualdade social. A campanha inicia com a seguinte reflexão:

“Não dá para viver em um país que tem umas das maiores taxas de desigualdade do mundo e achar que está tudo bem. Não dá para ter crianças e jovens que não saibam ler e escrever plenamente. Não dá para ter modelos de trabalhos que não levam em conta as pessoas e seus sonhos de futuro. Aliás, não dá para imaginar que alguém possa viver em um sonho de futuro. Nem que mulheres possam sofrer violência dentro e fora de casa. E a intolerância? O racismo? A fobia de gênero? Não dá para ver e fingir que não viu. Não pode ser bom só para poucos. Compartilhamos o mesmo tempo e o mesmo mundo. E se uma pessoa sente que esse tempo e esse mundo não são para ela, isso não é bom para ninguém. Com você a Natura faz um pacto social. Cada pessoa da nossa rede de relações importa muito para nós. Por cada uma fazemos um pacto social. Um pacto que diminua a desigualdade e a intolerância e promove inclusão social com ações efetivamente transformadoras”.

A imagem, com vários flashes de rostos femininos, ora mostrando participantes representados olhando para o leitor, ora mostrando outros não olhando, mantidos em plano médio, trata-se de uma campanha contra a desigualdade social. Tal postura é ressaltada pelo olhar direcionado a algo que é bem maior que o fato de se estabelecer uma mera relação com o leitor. Ao contrário disso, os participantes representados querem engajá-lo à mesma causa que, conforme o slogan “cada pessoa importa”. Quanto à atitude, o ângulo também é oblíquo, pois os participantes representados se encontram posicionados ao lado do leitor.

O discurso ideológico presente em tal imagem refere-se à luta promovida pela “Natura” contra a desigualdade social que está presente na frase estampada afirmando que “cada pessoa importa”. A outra frase que diz: “o mundo é mais bonito com você” deixa claro que não deve haver exclusão social no mundo e que todas as pessoas, independentemente de sexo, cor, raça e posição social devem ser acolhidas, amadas e respeitadas.



Figura 4

Disponível em https://www.google.com/search?q=an%C3%BAncio+de+beleza+natura&tbm=isch&ved=2ahUK_EwiFttmQz4L3AhVdMbkGHclCBNwQ2-cCegQIABAA&oq=an%C3%BAncio+de+beleza+natura&gs_lcp=CgNpbWcQAzoFCAAQgAQ6BwgjEO8DECC6CggjEO8DEOoCECc6CAgAEIAEELEDOgsIABCABBCxAXCDAToICAAQsQMqgWE6BAgAEEM6BwgAELEDEEM6BAgAEAM6BggAEAgQHICLB1iFWWC9XmgBcAB4BIABoAKIAdQokgEHMC4xOS4xMZgBAKABAaoBC2d3cy13aXotaW1nsAEKwAEB&scient=img&ei=WjJPYoWhlt3i5OUPyYWR4A0&bih=506&biw=1094#imgrc=2lbeoDBkOPoPuM Acesso em: 07 de abril de 2022.

Nessa última imagem a ser analisada dentro da função de interação entre participante representado e leitor/expectador, cujo ângulo formado entre o corpo do participante representado e o leitor no eixo horizontal, significando o poder que ele exerce sobre os expectadores. Na imagem, o participante representado apresenta um olhar de demanda, porém, não de forma muito pessoal. Quanto ao distanciamento social, o participante está em plano médio em relação ao leitor, por meio de um ângulo baixo.

Tratando-se do discurso ideológico presente em tal imagem, a partir da pergunta “como a Natura pode te incentivar a viver a sua beleza?”, afirma-se que

[...] foram apresentados vários desafios de inspiração, descoberta e ideação para orientar a criação de produtos, serviços, comunicações e experiências que contribuíssem para que cada pessoa viva a sua beleza viva. Nossa rede colocou a roda da criatividade pra girar e colaborou com a diversidade de visões sobre o assunto. (Disponível em http://cocriando.natura.net/cs/cocriando/jornada_viva_sua_beleza_viva Acesso em: 07 de abril de 2022).

Sabe-se então que tal anúncio supracitado trata-se de uma campanha de engajamento de um público para se discutir sobre beleza com o seguinte tema: “Cocriação Viva Sua Beleza Viva” que tinha como objetivo reunir ideias em um período de três meses. Foram mais de 200 ideias reunidas de 88 participantes em um total de 1132 interações na Plataforma da Natura. Assim, o discurso ideológico presente na imagem tratava-se de persuadir o público a falarem sobre suas próprias ideias a respeito de beleza, compartilhando-as com outras pessoas.

7.2. Análise sobre os estereótipos de beleza feminina e as novas narrativas sobre beleza na sociedade do consumo

A seguir, na imagem abaixo, analisa-se o discurso presente no anúncio da marca de beleza “Natura”, disponível no Google.



Figura 5

(Disponível em <https://www.google.com/search?q=marca+de+beleza+feminina+estere%C3%B3tipo+natura> Acesso em: 03 de abril de 2022.

A sociedade do consumo, movida pelo capitalismo desenfreado, impõe às mulheres os estereótipos de beleza, fazendo com que muitas delas corram em busca do corpo “perfeito” e para isso, recorram às cirurgias plásticas, aos

tratamentos estéticos, aos transplantes e outros procedimentos, cirúrgicos (não por necessidade de ordem clínica, mas por fins puramente estéticos), o que acaba gerando uma grande obsessão ou até mesmo uma frustração, quando muitos produtos ofertados na internet que prometem os milagres de transformação no cabelo ou na pele não trazem o resultado proposto quando veiculados nas plataformas digitais. Com a frustração, surgem os problemas de ordem emocional, tais como: baixa autoestima, ansiedade e depressão.

Diante disso, a imagem acima é uma quebra de padrão de beleza. A imagem é analisada da seguinte forma: dividida em quatro quadrantes: o primeiro, à esquerda, aponta para uma mulher que usa óculos e ela pode ser considerada dentro do padrão de beleza, ao contrário do pensamento predominante na sociedade que relaciona às mulheres que usam óculos somente aos contextos de trabalhos e estudos, bem distantes das passarelas da moda e da beleza. O segundo aponta uma mulher negra considerada no padrão de beleza apresentado no anúncio da “Natura” que também, ao contrário dos estereótipos da sociedade, não poderia se enquadrar porque não é loura, conforme o padrão exigido e tão aclamado pelas mídias sociais. Finalmente, à direita, o terceiro quadrante aponta para uma mulher sorrindo, apesar do rosto dela mostrar linhas de envelhecimento; porém, ela demonstra felicidade porque se sente bem consigo mesma e vive liberta dos estereótipos impostos pela sociedade. Ao contrário disso, ela apenas mantém os cuidados diários com os produtos da marca “Natura” que aparece na logomarca abaixo e assim poderá viver cada etapa da sua vida sem exigências consigo mesma e sem se sucumbir às exigências sociais. A proximidade, close up dos participantes indica familiaridade, contato íntimo.

Percebe-se então que o foco da análise do texto à luz da multimodalidade está atrelado ao discurso que a imagem apresenta, ora motivado pelos ideais impostos pela sociedade consumista.

Abaixo, na última imagem também da “Natura”, há uma mulher negra representando todas as mulheres negras que, atualmente, ainda vivem excluídas, às margens de uma sociedade preconceituosa que ainda carrega os vestígios da escravidão do passado; cujo pensamento concebe os negros

como seres inferiores aos demais seres humanos. Assim, os negros ainda são vistos como pessoas desprovidas de capacidade e de igualdade social, não tendo os mesmos direitos que lhes devem ser conferidos. O discurso apresentado pela imagem está carregado de ideologias, pois, ao mesmo tempo em que divulga produtos de beleza, ele discursa contra a discriminação e o preconceito racial. A seguir, na mesma imagem, aparece o emblema da marca de beleza, verbalizado explicitamente. Logo abaixo, a presença de um texto verbal, como componente linguístico que é o anúncio em si afirmando o seguinte: “o mundo é mais bonito com você”. Por último, aparece a informação para acesso: “natura.com.br”



Figura 6

(Disponível em <https://www.google.com/search?q=marca+de+beleza+natura+feminina+estere%C3%B3tipo+natura&tbm=isch&ved=2ahUKEwiD3vGR7vj2AhVdNbkGHcvnA64Q2-cCegQIABAA&> Acesso em: 03 de abril de 2022.

7.3. Discurso e ideologia presentes nas imagens

Conforme Trajano (2013, apud Sturken e Cartwright, 2004) explorar o significado das imagens é reconhecer que elas são produzidas na dinâmica do poder social e podem ser ideológicas. Tais ideologias presentes nelas são os sistemas de crenças que existem nas culturas e nas sociedades. Assim, sabe-

se que as imagens, carregadas de ideologias, podem exercer certa persuasão e certo poder sobre outrem. Trajano ainda afirma que

Dessa forma, imagens e representações da mídia são algumas formas pelas quais nós persuadimos os outros a compartilhar ou não certos pontos de vista, a manter ou não certos valores. Por isso as práticas do “olhar” estão intimamente atadas à ideologia. A cultura da imagem na qual vivemos está em uma arena de ideologias diversas e geralmente conflitantes. (TRAJANO, 2013, p.79).

As imagens são utilizadas para atrair e persuadir o leitor/ espectador, convencendo-os sobre determinados pontos de vista e valores, fazendo-o a tomar decisões diante de uma realidade exposta. Quando se trata dos anúncios de campanha de beleza, isso se torna mais evidente, revelando o discurso carregado de ideologia. Ainda afirma Trajano

[...] a ideologia de uma estrutura social é transmitida de forma sutil por meio de múltiplas articulações: meios e modos semióticos, presentes no discurso multimodal, exigindo, assim, uma nova forma de leitura, um novo letramento, ou melhor, multiletramentos desses recursos semióticos. (TRAJANO, 2013, p.80).

Diante do exposto, conforme Trajano (2013) destaca-se que, na atualidade, a imagem tem sido uma das principais fontes de comunicações, constituída da cultura e da subjetividade. Desse modo, de acordo ainda com a autora (2013, p. 98) “[...] saber ler uma imagem tornou-se uma necessidade para entendermos os diferentes contextos e, em consequência, suas profundas revelações”. Desse modo, não se pode ignorar a necessidade do desenvolvimento de competências leitoras para tal processo de leitura e análise multimodal dos textos imagéticos, haja vista que o mundo está se transformando cada vez mais em um mundo digital.

8. PROPOSTA DIDÁTICA DE UMA PRÁTICA DE LEITURA À LUZ DA MULTIMODALIDADE PARA A TURMA DO 1º ANO DO ENSINO MÉDIO

A seguir, o plano de aula foi proposto para a turma do 1º ano do Ensino Médio do Colégio Batista de Ipatinga, situado à Rua Judite, número 451, bairro Canaã, município de Ipatinga, Minas Gerais. O Colégio possui em média de duzentos e quarenta alunos, dos anos iniciais até o Ensino Médio.

A turma do 1º ano do Ensino Médio é composta por dezoito alunos (18), com um perfil muito participativo nas aulas, sempre interagindo com os professores dos conteúdos da Formação Geral Básica e dos Itinerários Formativos, quando se dividem. Metade da turma cursa Ciências da natureza, Biologia e Química enquanto a outra metade cursa Matemática e suas tecnologias, matemática e física. Segue a proposta de análise de textos à luz da multimodalidade aplicada em dois momentos, a saber, em duas aulas do componente curricular de Língua Portuguesa:

8.1. Plano de ensino

Disciplina: Língua Portuguesa

Turma: 1º ano do Ensino Médio

Duração: 1h e 40 minutos.

Tema da aula: **Ler não é decifrar o sentido do texto**

De acordo com Lajolo (1993) ler não é decifrar, como num jogo de adivinhações, o sentido de um texto. É, a partir do texto, ser capaz de atribuir-lhe significado, conseguir relacioná-lo a todos os outros textos significativos para cada um, reconhecer nele o tipo de leitura que seu autor pretendia e, dono da própria vontade, entregar-se a essa leitura, ou rebelar-se contra ela, propondo outra não prevista.

LAJOLO, M. Do mundo da leitura para a leitura do mundo. São Paulo. Ática, 1993. Disponível em https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4099790/mod_resource/content/2/lajolo-marisa-do-mundo-da-leitura-para-a-leitura-do-mundo.pdf Acesso em: 29 de abril de 2022.

Habilidade e competência: **(EM13LP14)**: Analisar, a partir de referências contextuais, estéticas e culturais, efeitos de sentido decorrentes de escolhas e composição das imagens (enquadramento, ângulo/vetor, foco/profundidade de campo, iluminação, cor, linhas, formas, etc.). Uso de recursos linguísticos e multissemióticos e efeito de sentido.

Primeiro momento: Aula expositiva

Recursos didáticos: Internet, computador, projetor e slides.

Segundo momento: Atividades práticas.

Atividades:

1. Com base no conteúdo exposto em sala de aula sobre a prática de leitura à luz da multimodalidade, utilizando os exemplos da análise da função de interação entre os participantes representados e o leitor e o discurso ideológico presente nos textos imagéticos, analise a imagem a seguir, considerando os significados metalinguísticos presentes nos textos.

Texto I

*Maracugina.
Equilíbrio todo dia.*

Trabalho, trânsito, estresse, são tantos desafios no dia a dia que parece que a gente vive se equilibrando numa corda bamba. Mas com Maracugina, todo dia você fica equilibrada, calma e dorme gostoso.

MARACUGINA

MARACUGINA

MARACUGINA

SE PRESSIONAR OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.

Maracugina Complexo: Passiflora amarela, Glycyrrhiza meliço e Citrus aurantium. MS 1.7817.0014. Indicação: tratar os sintomas da ansiedade de acordo com a via. 202012.

Figura 7

Disponível em https://www.google.com/search?q=propaganda+de+maracugina+equilibrio+todo+o+dia&tbm=isch&ved=2ahUKEwid5PD-4YL3AhU-NrkGHXg8AfoQ2-cCegQIABAA&oq=propaganda+de+maracugina+equilibrio+todo+o+dia&gs_lcp=CgNpbWcQDFD4A1i07QFgk4lCaABwAHgAgAGJAogBqx2SAQYwLjI5LjGYAQCgAQGqAQQnd3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&scient=img&ei=IUZPYt3PHL7s5OUP-PiE0A8&bih=506&biw=1094#imgrc=vUBlvzBIMdv1bM Acesso em: 07 de abril de 2022.

2. Responda:

Quais são os elementos ideológicos que encontramos no Texto I? O texto trata sobre algum (s) tema (s) específico (s)? Dê exemplos.

3. Analise o Texto II e descreva sobre o discurso ideológico presente nele.

Texto II



Figura 8

Disponível em https://www.google.com/search?q=an%C3%BAncios+de+produtos+de+beleza&tbm=isch&ved=2ahUKEwjur5-55YL3AhUkCrkGHZs6ASUQ2-cCegQIABAA&oq=an%C3%BAncios+de+beleza&gs_lcp=CgNpbWcQARgCMgclIxDvAxAnMgclIxDvAxAnMgYIABAIEB5QAFgAYLEWwABwAHgAgAFiAFkgEDMC4xmAEAqgELZ3dzLXdpei1pbWfAAQE&scient=img&ei=wUIPYq7LCqSU5OUPmWEqAl&bih=506&biw=1094#imgrc=fica4ljni9cMM Acesso em 07 de abril de 2022.

Sugestão de análise da função de interação do Texto I e o discurso de ideologia presente no texto:

Na imagem, as informações precisas e científicas sobre o produto vêm na parte de baixo e a representação da mulher em equilíbrio vem na parte de cima. As informações que, socialmente, são idealizadas na parte superior da imagem “Maracugina. Equilíbrio todo dia”, encontram-se em oposição às informações objetivas na parte de baixo: “Trabalho, trânsito, estresse, são tantos desafios no dia a dia que parece que a gente vive se equilibrando numa corda bamba. Mas, com maracugina, todo dia você fica equilibrada, calma e dorme gostoso”.

A relação do participante representado com o leitor é de demanda, pois há um vetor que faz com que o participante olhe diretamente para o leitor. A imagem apresenta uma mulher equilibrando-se em uma corda com os braços abertos. Subentende-se que tal equilíbrio é proporcionado pelo uso do produto da propaganda que é a “maracugina”. Com isso, o participante representado mostra ao leitor como o uso da “maracugina” pode ajudar no equilíbrio emocional representado pela corda.

O posicionamento do participante representado é próximo ao leitor, buscando assim chamar a atenção para o fato do equilíbrio na corda, interagindo, assim, com o leitor. Quanto à atitude, projeta-se o envolvimento com o leitor, já que o participante representado se encontra de frente, em ângulo frontal.

Os elementos do discurso ideológico encontrados no Texto I tratam sobre: a vida moderna agitada em que as pessoas vivem de forma frenética, na correria do dia a dia, estressadas pelo excesso de trabalho, pelo estilo de vida agitado nas cidades e nas capitais quando aparece o termo “trânsito”, cujo contexto, atualmente, provoca muito estresse às pessoas e acaba afetando à saúde mental e emocional de muita gente, gerando nervosismo, brigas e até mesmo acidentes por falta de prudência. O mundo atual é altamente competitivo. Quem é o mais esperto sempre quer tirar proveito das situações. Assim sendo, para se viver bem e com saúde, é necessário, primeiramente, viver bem consigo mesmo, mantendo a calma, o equilíbrio e a resiliência nos

momentos mais difíceis da vida. Equilíbrio é uma palavra fundamental nos dias atuais.

Sugestão de análise da função de interação do texto II e o discurso de ideologia presente no texto:

A relação do participante representado com o leitor é de oferta porque não olha diretamente para o leitor. O objetivo é apenas vender o produto que é anunciado pelo seguinte slogan: “Compre qualquer produto da linha Cicatricure. Ganhe sem sorteio uma incrível experiência”. Esse é o objetivo do participante: anunciar a oportunidade de se comprar qualquer produto de tal marca e ainda ganhar uma incrível experiência que não é detalhada no texto. Já sobre a distância social, o participante representado encontra-se em plano médio em relação ao leitor. Quanto à atitude, encontra-se em ângulo oblíquo, pois, está de lado diante do leitor.

Tratando-se do discurso ideológico presente no Texto II, a mulher envelhecida está com linhas de expressão e, apesar de não aparentar tão velha, (porém, a imagem retrata a realidade atual que tem forçado a mulher a assumir múltiplos papéis diante da sociedade, o que acaba causando cansaço e, sem tempo para descansar, conseqüentemente, gera o envelhecimento precoce devido à sobrecarga de funções), se ela quiser diminuir as linhas de expressão, ela deve comprar qualquer produto da linha Cicatricure. Tal linha de dermocosméticos foi desenvolvida para o tratamento da beleza e saúde da pele, demonstrando eficácia comprovada através de cremes antissinais, antirrugas, revitalizantes, gel redutor de estrias e outros produtos para a manutenção da saúde da pele.

4. Considerando que o texto multimodal pode estar carregado de ideologias, como exemplo a charge; analise a imagem a seguir do ponto de vista ideológico e social:

Texto I



Figura 9

Disponível em <https://www.jarbasdomingos.com/portfolio/marcha-da-corrupcao> Acesso em: 07 de abril de 2022.

Sugestão de análise:

Há um alto teor ideológico presente nessa imagem, pois ela mostra várias mulheres exibindo diferentes corpos fora do padrão e dos estereótipos de beleza que a sociedade cobra da mulher. Dessa forma, a imagem traz ao leitor uma provocação e uma reflexão: é preciso realmente ser magra e loura para estar de bem com a vida e ser bonita?

Presença de formas e cores:

Percebe-se que as participantes representadas usam sutiã e calcinha na cor branca, haja vista que o branco é a cor que simboliza a paz. Desse modo, percebe-se que a mensagem implícita está relacionada ao sentimento dessas mulheres que é o de poder viver em paz consigo mesmas e serem aceitas pela sociedade sem terem que entrar em um padrão de beleza pré-estabelecido por outrem.

Discurso ideológico:

A imagem denuncia e critica qualquer forma de preconceito e estereótipo relacionado à beleza feminina e deixa claro que não há um padrão

de beleza. Uma mulher morena, negra ou branca pode perfeitamente se encaixar nos requisitos, visto que a imagem é constituída de mulheres com cores heterogêneas.

Por fim, as participantes representadas demonstram contentamento com o corpo, através das “poses” que fazem na imagem, pois de acordo com a imagem, “tudo que é bonito é para se mostrar”.

9. RESULTADOS E DISCUSSÕES

9.1. Contribuições das práticas de leitura à luz da multimodalidade para a formação de sujeitos críticos e pensantes

Conforme Macken–Horarik (2004), as gramáticas linguísticas são limitadas para a análise multimodal dos textos. Para tal procedimento de leitura de modo significativo, é necessária uma perspectiva que ofereça um letramento metassemiótico dos alunos com o objetivo de formar o pensamento crítico. Assim, a análise multimodal explora as semioses presentes nos textos, os sentidos e significados que permeiam o universo onde ocorrem as interações sociais. Rick Iedema (2003, p.1) afirma que “a leitura à luz da multimodalidade permite traçar como os processos sociais se desdobram”. Assim, os autores apontam duas perspectivas de comunicação e análise visual, afirmando como a análise do discurso sofreu mudanças, para a consideração atual dos estudos multimodais.

A prática de leitura à luz da multimodalidade como ressemiotização e ressignificação de textos, com base na teoria da Semiótica Social, reestrutura a linguagem no contexto social, pois a analisa no campo das interações e como elemento carregado de ideologias dialogam-se entre si. Desse modo, não são observadas somente as palavras; porém também os arranjos dessas palavras, possibilitando uma análise funcional da linguagem em todo o seu contexto.

Conforme Fairclough (1989) a linguagem é parte da sociedade e não algo externo ao meio social, haja vista que a linguagem é uma prática social e,

desse modo, está condicionada por outras partes da sociedade, não de forma linguística; ao contrário de forma ideológica. Assim, define-se a linguagem como elemento carregado de ideologias e poder, agindo e interagindo em todo instante nas relações sociais. Nas imagens, a linguagem como uma instância carregada de ideologias, “há grande necessidade em termos democráticos de disponibilizar os meios de compreensão das articulações de poder em qualquer lugar”. (Kress; Van Leeuwen, 2020, p.16). Desse modo, surge a importância de oferecer ferramentas para aprendizagem de leitura analítica de textos.

Na perspectiva da leitura à luz da multimodalidade, forma-se leitores críticos e conscientes para agirem nas atuais demandas sociais, de modo que estejam preparados para atuarem de forma mais reflexiva e participativa na sociedade.

No dia 10 de novembro de 2020, publicou-se um anúncio na página “Mundo Negro”, afirmando que “Grupo O Boticário e Avon cancelam termo ‘Black Friday’ em respeito à luta antirracista”. Segue a nota:

“Beauty Week e Best Friday são os novos termos escolhidos pelo Grupo O Boticário e Avon, respectivamente, para aderirem à Black Friday deste ano. As mudanças vêm em forma de respeito à luta antirracista, uma vez que há um questionamento em torno do uso do termo ‘Black’ e à interpretação de que preto é barato, tem valor inferior e promocional”.

A luta política contra o racismo é algo que predomina ainda no Brasil desde os tempos da escravidão. Sobre esse assunto, a mídia social tem um papel muito relevante, pois a cultura da mídia modela as opiniões políticas e os comportamentos sociais dos sujeitos e influenciam a maneira como as pessoas constroem a sua identidade. De acordo com Alves (2012, p. 8) “na sociedade brasileira há uma segregação que não é positivada em lei, mas que pode ser percebida no imenso abismo social que existe entre brancos e pretos”. Infelizmente, essa ainda é a triste realidade que permeia a sociedade, separando as pessoas em classes, através da cor. Dessa forma, ainda afirma Alves que

Apresentando o homem negro sempre como trabalhador desqualificado, delinquente, malandro, promíscuo ou ainda em sua clássica posição de escravo, a mídia estabelece um senso de nacionalidade eurocêntrica que valoriza o biótipo branco em detrimento do negro. O fato é que os padrões positivos de representação social (beleza, sucesso, poder) são reservados à parcela branca da população, sendo relegados aos negros papéis negativos, subalternos e de segundo plano. (ALVES, 2012, p. 8).

Conforme Faiclough (apud WODAK, 2004, p.230-231) por meio da linguagem, investiga-se as relações de poder, questões ideológicas e é útil “para revelar a natureza discursiva de muitas mudanças sociais e culturais contemporâneas”. Nessa perspectiva, a linguagem é elemento que possibilita a materialidade do discurso. Assim, o discurso vai além da língua, da fala, do texto. Desse modo, para compreender o discurso, faz-se necessário ir além das estruturas linguísticas para observar todo o contexto no qual ele se desenvolve. Melo (2009) afirma que

Faiclough (2001) entende o discurso como uma prática social reprodutora e transformadora de realidades sociais e o sujeito da linguagem, a partir de uma perspectiva psicossocial, tanto propenso ao moldamento ideológico e linguístico quanto agindo como transformador de suas próprias práticas discursivas, contestando e reestruturando a dominação e as formações discursivas/sociais que o compõem, ora resiste a elas, resignificando-as, reconfigurando-se. Desse modo, a língua é uma atividade dialética que molda a sociedade e é moldada por ela. (MELO; 2009, p.3).

A linguagem é prática social, o que desconsidera a postura que a enxerga como elemento individual. Sendo assim, tal discurso arraigado no contexto da linguagem contribui para a construção de identidades e relações sociais. Daí a importância de práticas de leituras à luz da multimodalidade para o ensino mais crítico e reflexivo para fomentar o debate tão necessário a respeito do racismo e do preconceito, ora ainda vigente na atual sociedade. Conforme Rojo (2014, p.1) “[...] uma educação linguística adequada a um alunado multicultural se configura, segundo a proposta, como aquela que possa trazer aos alunos ‘projetos (designs) de futuro’[...]”. Nas palavras da autora isso implica considerar toda a diversidade presente na sala de aula e

fora da sala de aula, assim como também o pluralismo e as identidades multifacetadas desses estudantes.

Embora haja ainda a tendência pelo predomínio de textos lineares na sala de aula que não condizem com a realidade presente na sociedade e, especialmente, na vida dos alunos, por causa do avanço da internet, constata-se que os recursos de textos multimodais podem contribuir grandemente com os novos multiletramentos tão necessários em plena era digital, já que a maior parte dos estudantes passa o tempo, conectados em uma rede social.

Para a formação de um leitor proficiente, é necessário o acionamento de diversas competências, como a inferência, a compreensão e a interpretação, extrapolando assim, um mero processo de decodificação dos signos linguísticos, haja vista que a formação leitora proficiente demanda dos alunos a capacidade de dialogar com os textos verbais e não verbais, levantar hipóteses, interpretar os contextos em que a linguagem é vista como forma de interação entre locutor e leitor, desvendar os aspectos sociais e estéticos e ideológicos dos textos.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constata-se que as práticas de leitura à luz da multimodalidade podem trazer grande contribuição da formação de alunos críticos para atuarem na sociedade de forma mais participativa e ativa, visando à transformação de realidade que ora perdura de forma triste, tal como o preconceito racial.

Portanto, tendo em vista que a linguagem da propaganda é carregada de ideologia, tal proposta de ensino de leitura com textos multimodais pode provocar uma reflexão tão necessária para que haja mudança de comportamentos sociais, visando à formação de leitores mais críticos e conscientes do mundo e seu entorno. Dessa forma, os textos sincréticos podem enriquecer as práticas de leituras e interpretação, uma vez que tais práticas, à luz da multimodalidade, perpassam os conceitos apenas linguísticos, pois consideram também todos os outros elementos e semioses

presentes nos textos e, assim, podem ser explorados na sala de aula em plena era da revolução digital.

REFERÊNCIAS

ALVES, Alan Pereira. **A representação do negro na publicidade: algumas considerações.** Disponível em <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/argPics/1011340346P438.pdf> Acesso em: 08 de fevereiro de 2022.

BUBNOVA, Tatiana; BARONAS, Roberto Leiser; TONELLI, Fernanda. **Voz, sentido e diálogo em Bakhtin.** Bakhtiniana, Rev. Estud. Discurso vol.6 no.1 São Paulo Aug./Dec. 2011. Disponível em https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2176-45732011000200016 Acesso em: 29 de abril de 2021.

FAICLOUGH, Norman. **Language and power.** Disponível em <https://b-ok.lat/book/905882/0a183c> Acesso em: 08 de janeiro de 2022.

_____, N. **Media Discourse.** London: Hodder Arnold, 1995: Disponível em: <https://b-ok.lat/book/2924074/8a7911> Acesso em: 22 de janeiro de 2022.

FERREIRA, Antônio Bruno Cavalcante; MACHADO, Cristiane Silva; OLIVEIRA, Grassinete C.de Albuquerque. **Por uma Pedagogia dos Multiletramentos- Ontem, Hoje e Sempre.** Horizontes, v. 35, n. 2, p. 108-111, mai./ago. 2017. Disponível em <https://revistahorizontes.usf.edu.br> Acesso em: 29 de abril de 2021.

FUSER, Cristiane; CABRAL, Sara R.S. **Introdução à Gramática Sistêmico-Funcional em Língua Portuguesa.** 1ª ed. Campinas, São Paulo: Mercado de Letras, 2014.

GRUPO NOVA LONDRES. **Uma Pedagogia dos Multiletramentos: Projetando Futuros Sociais.** Tradução de Deise Nancy de Moraes, Gabriela Claudino Grande, Rafaela Salemme Bolsarin Biazotti, Roziane Keila Grandó. Revista Linguagem em Foco, v.13, n.2, 2001, p.101-145. Disponível em <https://revistas.uece.br/index.php/linguagememfoco/article/view/5578/4503> Acesso em: 05 de setembro de 2021.

HALLIDAY, Mak. **Language as social semiotic.** Disponível em <https://b-ok.lat/book/3046653/a369a8> Acesso em: 09 de janeiro de 2022.

_____ ; MATTHIESSEN, Christian MIM. **Introduction to Functional Grammar**. Disponível em <https://b-ok.lat/book/2520006/4e61ad>
Acesso em: 08 de janeiro de 2022.

HARLOS, Vanessa; FLOREK, Cristiane Salet. **Uma Análise Intersemiótica das Postagens da Revista Cosmopolitan no Instagram**. Disponível em <https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/26416/pdf>
Acesso em: 29 de abril de 2021.

GONZALES, M.C. **Publicidade e propaganda**. Ed. IESDE Brasil. Curitiba. 2009: Disponível em: <http://www2.videolivrraria.com.br/pdfs/23870.pdf>
Acesso em: 14 de janeiro de 2022.

KRESS, Gunther. **Literacy in the New Media Age**. Disponível em <https://b-ok.lat/book/747469/508a78> Acesso em: 09 de janeiro de 2022.

KRESS, G; VAN LEEUWEN, T. **Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication**. London: Arnold, 2001
Disponível em <https://b-ok.lat/book/3430336/70a6e4> Acesso em: 13 de janeiro de 2022.

LAJOLO, M. **Do mundo da leitura para a leitura do mundo**. São Paulo. Ática, 1993. Disponível em https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4099790/mod_resource/content/2/lajolo-marisa-do-mundo-da-leitura-para-a-leitura-do-mundo.pdf Acesso em: 29 de abril de 2022.

MACKEN- HORARIK, Mary. **Interacting with the multimodal text: reflections on image and verbiage in ArtExpress**. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/249671338> [Interacting with the Multimodal Text Reflections on Image and Verbiage in Art Express/link/54ee41530cf2e28308646be1/download](https://www.researchgate.net/publication/249671338/figure/fig/54ee41530cf2e28308646be1/download) Acesso em: 20 de outubro de 2021.

PAIVA, Francis Arthuso. **Práticas de letramento e produção de sentido de layouts na multimodalidade**. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/textodigital/article/view/81241> Acesso em: 05 de setembro de 2021.

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

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

RICK IEDEMA. **Multimodality, resemiotization: extending the analysis of discourse as multi-semiotic practice**. Disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1470357203002001751> Acesso em: 20 de outubro de 2021.

SANDMANN, A. J. **A linguagem da propaganda**. São Paulo, 2001: Disponível em <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/69312/A%20linguagem%20da%20propaganda.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 13 de janeiro de 2022.

SANTOS, Zaíra Bomfante dos; PIMENTA, Sônia Maria Oliveira. **Da Semiótica Social à Multimodalidade: a orquestração de significados**. Disponível em <https://periodicos.fclar.unesp.br/casa/article/view/7243/5272> Acesso em: 11 de setembro de 2021.

_____, **A Teoria dos Gêneros Discursivos do círculo de Bakhtin e os Multiletramentos**. Disponível em https://poslp135.files.wordpress.com/2014/10/rojo_gc3aanero-bakhtin-multiletramentos.pdf Acesso em: 29 de abril de 2021.

SILVA, Claudiene Diniz da. **Hashtags sob o viés da Semântica da Enunciação**. Programa de Pós- Graduação em Estudos Linguísticos (PosLin) da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Disponível em <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/LETR-AX2J6S/1/1707d.pdf> Acesso em 12 de outubro de 2021.

SILVA, Karine Tiepo da; FREITAS, Ernani César de. **Abordagem Publicitária em Redes Sociais: o multiletramento ressignificando o ler e escrever**. Disponível em <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/599-Texto%20do%20artigo-3819-1-10-20181217.pdf> Acesso em: 29 de abril de 2021.

SOARES, Magda. **Letramento: um tema em três gêneros**. 3ª ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. Disponível em https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5925603/mod_resource/content/1/SOARES_Magda_Letramento_Um_tema_de_tres.pdf Acesso em: 29 de novembro de 2021.

SOUZA, Luciano Dias de. **Letramento e Multiletramento**. Disponível em <https://revista.uniabeu.edu.br/index.php/RE/article/view/3696> Acesso em 24 de abril de 2021.

SOUZA, Maria Medianeira. **Gunther Kress, Ciência e Multimodalidade: do mar ao sertão e do sertão ao mar**. Disponível em <https://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/37265/30245> Acesso em: 10 de outubro de 2021.

TAYRINE, Jéssica. **Multiletramentos e Ensino**. Disponível em <https://mvceditora.com.br/2020/08/21/multiletramentos-e-ensino/> Acesso em: 02 de abril de 2022.

TRAJANO, Izabella da Silva Negrão. **A imagem como agente de representação social e ideológica no discurso multimodal**. Disponível em https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/15181/1/2013_IzabellaSilvaNegraoTrajano.pdf Acesso em 04 de junho de 2022.

VERGNA, Márcia Aparecida. **Concepções de Letramento para o ensino da Língua Portuguesa em tempos de uso de artefatos digitais**. Disponível em <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=577166257009> Acesso em: 09 de outubro de 2021.

VIEIRA, Josenia. **Introdução à Multimodalidade: contribuições da Gramática Sistêmico- Funcional, Análise de Discurso Crítica, Semiótica Social**/ Josenia Vieira e Carminda Silvestre, Brasília, DF: J.Antunes, 2015. 170 p. Disponível em www.edisciplinas.usp.br Acesso em: 10 de outubro de 2021.

_____, Josenia Antunes; TRAJANO, Izabella da Silva Negrão. Resenha da obra de KRESS, Gunther. **Multimodality. A social semiotic approach to contemporary**. Disponível em <https://www.ufjf.br/revistaveredas/files/2012/10/resenha-1.pdf> Acesso em: 11 de setembro de 2021.