



"I'M LOVIN' IT" - UMA ANÁLISE IMAGÉTICA SOBRE A INTERPRETAÇÃO DE ANÚNCIOS

Ana Kelly Silva Bezerra¹, Larisse Carvalho de Oliveira²

Resumo: Partindo do pressuposto de que a composição da comunicação não se dá de forma exclusiva, mas sim com a junção de diferentes formatos (BARBOSA, 2017), a proposta desse estudo é analisar textos imagéticos dentro do gênero anúncio sob o ponto de vista da multimodalidade e do letramento crítico, e que possam ser utilizados em aulas de Língua Inglesa. O objetivo de tais atividades em sala de aula seria, em suma, aumentar a capacidade interpretativa de mundo do aluno. Como aparato teórico utilizamos Barbosa (2017), Kress (2009, 2010) tendo como objetivo reforçar nossas considerações sobre a Multimodalidade. Sobre essa, podemos caracterizá-la como sendo uma estratégia comunicacional que une diferentes modos de expressão, abordando diferentes perspectivas com o intuito de atribuir dinamicidade ao texto. Metodologicamente, classificamos nosso estudo como bibliográfico e descritivo-analítico. Coletamos, ao todo, 30 imagens relacionadas à marca McDonald's, mundialmente conhecida. Podemos inferir que os anúncios analisados são uma ferramenta que contribui de modo eficaz para o processo de ensino-aprendizagem de Língua Inglesa.

Palavras-chave: Multimodalidade. Letramento Crítico. Ensino de língua Inglesa.

¹ Universidade Regional do Cariri, email: kelly.bezerra@urca.br

² Universidade Regional do Cariri, email: larisse_carvalhodeoliveira@hotmail.com