



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO  
UNIDADE ACADÊMICA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA E TECNOLOGIA  
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM ESTUDOS DA LINGUAGEM E FORMAÇÃO  
DOCENTE – LINFOR

ALLAN BATISTA FERREIRA

**RELAÇÕES DE PODER NA PROPAGANDA E SUAS POTENCIALIDADES  
DIDÁTICAS PARA O ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA**

Recife  
2025

ALLAN BATISTA FERREIRA

**RELAÇÕES DE PODER NA PROPAGANDA E SUAS POTENCIALIDADES  
DIDÁTICAS PARA O ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Estudos da Linguagem e Formação Docente da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Estudos da Linguagem e Formação Docente.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Clara Catanho Cavalcanti

Recife  
2025

ALLAN BATISTA FERREIRA

**RELAÇÕES DE PODER NA PROPAGANDA E SUAS POTENCIALIDADES  
DIDÁTICAS PARA O ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Estudos da Linguagem e Formação Docente da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Estudos da Linguagem e Formação Docente.

Aprovado em: 23/01/2025

**BANCA EXAMINADORA**

**Profa. Dra. Maria Clara Catanho Cavalcanti**

Orientadora

Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE

Docente do LINFOR/UFRPE

**Prof. Dr. Adriano Carlos de Moura**

Examinador Interno

Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE

Docente do LINFOR/UFRPE

**Profa. Ma. Ada Juliana do Nascimento**

Examinadora Externa

Mestra pelo PROFLETRAS-UFPE

Professora da Rede Estadual de Pernambuco

## RELAÇÕES DE PODER NA PROPAGANDA E SUAS POTENCIALIDADES DIDÁTICAS PARA O ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA

Allan Batista Ferreira  
Profa. Dra. Maria Clara Catanho Cavalcanti  
Universidade Federal Rural de Pernambuco

### RESUMO

Este artigo, tendo como foco de pesquisa o texto publicitário e a manifestação de poder, investiga as relações de poder manifestadas em discursos presentes em duas propagandas de produtos para cabelos femininos crespos e/ou cacheados e suas potencialidades para o desenvolvimento da leitura crítica em aulas de língua portuguesa. Para tal, fizemos uso de estudos em Análise de Discurso Crítica (ADC), a partir de Magalhães (2003), Vieira e Macedo (2018), Bezerra e Gomes (2019) e Silva (2020). Os resultados demonstram que as relações de poder presentes nas propagandas somadas a outros elementos (con)textuais como as influências sociais de cada contexto de produção e a carga semiótica presentes nos textos são elementos potenciais para o desenvolvimento da leitura crítica em aulas de língua portuguesa.

**Palavras-chave:** Análise de discurso crítica, relações de poder, propagandas, ensino de língua portuguesa, leitura crítica.

### 1 INTRODUÇÃO

Este artigo, enquanto trabalho de conclusão de curso, insere-se no âmbito do curso de Especialização em Estudos da Linguagem e Formação Docente (LINFOR), da Unidade Acadêmica de Educação a Distância e Tecnologia (UAEADTec) da Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE.

O recorte temático desta pesquisa são as relações de poder manifestadas em discursos presentes em propagandas de produtos para cabelos femininos crespos e/ou cacheados e suas potencialidades para o desenvolvimento da leitura crítica em aulas de língua portuguesa. Estudar essas relações de poder é importante para compreender como propagandas podem perpetuar estereótipos sociais e, no contexto escolar, essa percepção pode potencializar práticas pedagógicas na busca da formação de leitores críticos.

Além disso, este estudo dialoga com a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), pois o documento coloca como uma das dimensões para o eixo da leitura

“fazer apreciações e valorações estéticas, éticas, políticas e ideológicas, dentre outras, envolvidas na leitura crítica de textos verbais e de outras produções culturais” (BRASIL, 2018, p. 72). Nota-se, portanto, que a BNCC vincula à leitura crítica a importância de percepções políticas e ideológicas, ou seja, aspectos sociais, o que corrobora a tese de que a compreensão das relações de poder na sala de aula podem contribuir para a formação de estudantes capazes de realizar leituras críticas.

Para fundamentar teoricamente este trabalho, recorreremos à Análise de Discurso Crítica (ACD) e seu interesse pelas relações de poder a partir de Magalhães (2003), Vieira e Macedo (2018), Bezerra e Gomes (2019) e Silva (2020). Para construir uma reflexão acerca das relações de poder na propaganda buscamos fundamentação em Oliveira e Barros (2015), Monteiro Júnior e Bezerra (2015) e Manzoni (2019). Para elucidar a relação entre propaganda, relações de poder e a leitura crítica consideramos Borges (2021), Silva (2021) Santos (2023) e Base Nacional Comum Curricular.

A pesquisa tem como objetivo geral investigar potencialidades didáticas para o uso de propagandas de produtos para cabelos femininos crespos e/ou cacheados com manifestações de relações de poder para a leitura crítica em aulas de língua portuguesa. Para que esse objetivo seja alcançado, de maneiras específicas pretendemos analisar relações de poder em propagandas de produtos para cabelos femininos crespos e/ou cacheados; verificar como o contexto social influencia nas manifestações de relações de poder nas propagandas e averiguar os elementos (con)textuais presentes nas propagandas com potencialidades didáticas para mobilizar a leitura crítica.

Enquanto problema de pesquisa, pretendemos responder ao seguinte questionamento: de que formas as relações de poder são manifestadas em propagandas de produtos para cabelos femininos crespos e/ou cacheados e como essas manifestações discursivas podem ser usadas para promover a leitura crítica em aulas de língua portuguesa?

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Relações de poder e a análise de discurso crítica

Partindo do pressuposto de que buscamos evidenciar potencialidades didáticas para uso de propagandas em sala de aula, objetivando a promoção da leitura crítica em aulas de língua portuguesa a partir das relações de poder manifestadas nesses textos, é primordial iniciarmos essa discussão refletindo como o discurso pode manifestar essas relações e como elas afetam determinados grupos sociais.

A esse respeito, Bezerra e Gomes (2019, p. 29) afirmam que “o poder constitutivo do discurso pode se manifestar a partir da percepção da criação de distintas representações de realidade, moldando-se o senso comum por meio da consolidação e disseminação de ideologias particulares”. A partir do que destacam os autores, é possível compreender o discurso além do seu propósito comunicativo, pois ao mesmo tempo ele também pode moldar, a partir de ideologias, o senso comum, ou seja, um conhecimento que é aceito e compartilhado socialmente. A esse respeito,

[...] podemos dizer que o poder age não apenas pela comunicação direta que abrangem, pedidos ou comandos, mas também por um sistema de crenças, normas ou valores culturais que são compartilhados entre aqueles que possuem o poder e aqueles que são dominados pelo poder. (SILVA, 2020, p. 10)

Com base em Bezerra e Gomes (2019) e Silva (2020), podemos perceber que as relações de poder não se estabelecem unicamente pela comunicação direta entre quem tem mais poder e quem tem menos. Muito além disso, o poder se manifesta e opera a partir de valores compartilhados socialmente e que são internalizados, processo que potencializa a naturalização e a perpetuação de desigualdades.

Para Bezerra e Gomes (2019, p. 29) “alguns grupos sociais sofrem mais as consequências desse domínio que outros, em geral grupos minoritários e/ou que historicamente foram/são mantidos em posições de inferioridade material e/ou simbólica”. Com a capacidade já mencionada de influenciar o senso comum e com mais essa aceção feita pelos autores, nota-se, portanto, que o domínio discursivo pode intensificar desigualdades de modo a oprimir substancialmente esses grupos que já foram/são social e historicamente marginalizados.

Diante dessas concepções, torna-se relevante compreender essas relações de poder manifestadas nos textos – que aqui tem foco em propagandas – e como elas colocam sujeitos em posição de inferioridade, que no caso desta pesquisa é a mulher de cabelos crespos e/ou cacheados. Sendo assim, é a análise de discurso crítica (ADC) a corrente teórica que melhor corresponderá aos objetivos deste trabalho. Para isso, adotaremos a seguinte definição sobre a análise de discurso crítica:

ADC é um conjunto de abordagens científicas interdisciplinares e transdisciplinares para estudos críticos da linguagem como prática social. É teoria e método para o mapeamento de conexões entre o uso da linguagem e as relações de poder na sociedade. É teoria e é método porque não apenas propõe uma reflexão teórica acerca do funcionamento da linguagem nas práticas sociais, como também, propõe modos para a análise de textos. (VIEIRA; MACEDO, p. 48, 2018).

Essa definição dialoga com esta proposta da investigação, pois há uma compreensão da ADC como uma abordagem interdisciplinar que combina teoria e método para investigar a linguagem como prática social. Compreender a linguagem enquanto prática social é indispensável, pois é preciso que seja compreendido o uso da linguagem e as relações de poder na sociedade, desnaturalizando práticas discursivas que sustentam desigualdades. Ainda, por sua dupla função, apresentada pelas autoras, a ADC se torna uma ferramenta poderosa para compreender e questionar discursos.

Além disso, buscar arcabouço teórico na análise de discurso crítica é preciso já que buscamos analisar relações de poder em textos e

A ADC dedica-se à análise de textos, eventos e práticas sociais no contexto sócio-histórico, principalmente no âmbito das transformações sociais, propondo uma teoria e um método para o estudo do discurso. Ela oferece uma contribuição significativa da Linguística para debater questões da vida social contemporânea, como o racismo, o sexismo (a diferença baseada no sexo), o controle e a manipulação institucional, a violência, as transformações identitárias e a exclusão social (MAGALHÃES, 2003 *apud* MAGALHÃES, MARTINS, RESENDE, 2017, p.23).

A análise de discurso crítica, de acordo com Magalhães (2003), conforme em Magalhães, Martins e Resende (2017), tem foco na interpretação textual e leva em consideração os contextos histórico e social. Para este trabalho, essa vertente da ADC é primordial, uma vez que as relações de poder manifestadas nos textos não

estão dissociadas desses vieses. Além disso, a autora reforça questões sociais do interesse de debate da ADC e que reforçam desigualdades e processos de inferiorização.

Para além de reconhecer e debruçar-se sobre tais questões, “aclarar opacidades e tornar visíveis disparidades de poder são objetivos da Análise Crítica do Discurso” (SILVA, 2020, p. 10). Portanto, a relevância dessa corrente se faz não somente pelo reconhecimento que ela faz de seu objeto de estudo, mas sobretudo pelo seu papel de esclarecer e de dar visibilidade a essas desigualdades e opressão ao mesmo tempo em que promove uma compreensão crítica acerca dessas relações.

## **2.2 Relações de poder e a propaganda**

O corpus deste estudo se constitui de propagandas de produtos para cabelos femininos crespos e/ou cacheados. Levando em consideração o propósito comunicativo desse gênero, compreendemos que o discurso publicitário pode funcionar como um agente capaz manifestar relações de poder existentes na sociedade. Para Manzoni (2019, p. 68) “é de suma importância destacarmos a carga ideológica presente nos gêneros discursivos, bem como as relações de poder verbalizadas pelos sujeitos e materializadas nos gêneros”.

De acordo com o autor, os gêneros discursivos podem materializar, ou seja, explicitar relações de poder que circulam socialmente. Tal concepção apresentada por Manzoni (2019), corrobora nossa compreensão de que a propaganda, enquanto gênero, pode servir para a manutenção de discursos que potencializam relações de poder.

Além desse caráter, as propagandas – e os textos publicitários de uma forma geral – são dirigidos às massas e a esse respeito Oliveira e Barros (2015, p. 29) evidenciam que uma forma de difundir o poder “está nos discursos dirigidos às massas, ou os discursos públicos, não os necessariamente divulgados pelo Estado, mas todos os que são propagados pela mídia, imprensa e suas ramificações”.

Nestas muitas formas de poder contemporâneo, o poder simbólico não precisa ser coercivo, basta que seduza, convença, doutrine. Nessa ordem, o discurso publicitário tem seu lugar de excelência.

Portanto, a produção desses discursos atinge diretamente o grande público que diante do controle exercido pela mídia e seus recursos acabam por entender que a única forma de interação na contemporaneidade é estar neste processo de aceitação e inclusão das demandas de consumo. (OLIVEIRA; BARROS, 2015, p. 29)

As autoras destacam que, no contexto contemporâneo, o poder simbólico opera pela sedução e convenção, não pela imposição, ocupando o discurso publicitário um papel central nesse processo. Esses aspectos são inerentes ao discurso empregado na publicidade, sobretudo nas propagandas, uma vez que a persuasão é construída também por esses elementos. Portanto, por esse caráter, o discurso publicitário pode reforçar ideologias ao mesmo tempo em que promove um produto.

Os produtos apresentam significado dentro de um contexto social e a publicidade funciona como forte instituição de influência de socialização da modernidade. Nessa interação estabelecida com os bens, simbolicamente possui a capacidade persuasiva de conferir sentidos a marcas e produtos, estes, por sua vez, criam identidade ao seu detentor. (MONTEIRO JÚNIOR; BEZERRA, 2015, p. 99)

Essa relação entre consumo, identidade e publicidade destacada por Monteiro Júnior e Bezerra (2015) se relaciona com as relações de poder quando a publicidade molda, através de seu teor persuasivo, comportamentos sociais e culturais. Dessa forma, ao mesmo passo em que coloca um produto em evidência, a propaganda pode legitimar padrões de consumo baseados em ideologias que colocam alguns sujeitos e/ou grupos em posição de desigualdade.

### **2.3 Propaganda, relações de poder e a leitura crítica**

Pensando na promoção da leitura crítica em aulas de língua portuguesa, elegemos a propaganda para este trabalho porque, além dos aspectos já discutidos, acreditamos que é um gênero capaz de suscitar a visão crítica dos estudantes, já que se trata de um gênero que reflete aspectos do contexto social. Nessa mesma perspectiva, Santos (2023, p. 30) afirma que “[...] a propaganda possibilita uma discussão muito aprofundada sobre questões latentes na contemporaneidade”.

É por esse potencial, reforçado por Santos (2023), que voltamos o olhar para a propaganda enquanto gênero direcionado às massas e que pode reforçar relações

de poder existentes na sociedade. Em sua pesquisa que teve como temática a mulher negra em propagandas, a autora fez a seguinte constatação:

Diante disso, acredito ser a propaganda o gênero discursivo que oferta um leque vasto de leituras, que permitem conhecer, estudar e problematizar, com os educandos, a partir do recorte de raça, o lugar social da mulher preta na sociedade brasileira em um determinado contexto sócio-histórico. (SANTOS, 2023, p. 30)

Pelas palavras de Santos, a propaganda é um gênero muito propício para a análise crítica por permitir a problematização de questões sociais bastante relevantes, que no caso da sua pesquisa traz um recorte de gênero e raça. Assim como em Santos (2023), também acreditamos que a propaganda pode potencializar discussões sobre as relações de poder no recorte desta pesquisa: mulheres com cabelos crespos e/ou cacheados.

Outro fator levantado por Santos (2023) e muito relevante nesta discussão são as variadas possibilidades de leituras que a propaganda oferta. Considerar essa variável é imprescindível, já que visamos analisar o potencial de propagandas, no âmbito das relações de poder, para a promoção da leitura crítica na escola. No entanto, essa não é uma tarefa simples, considerando a concepção de letramento que muitas escolas adotam. A esse respeito, Borges (2021, p. 08) afirma que

Parece-nos que a concepção de letramento adotada pela escola orienta o ensino de LP para o aprendizado da leitura e escrita, como instrumentos de comunicação, com vistas a uma possível inclusão do aluno no mercado de trabalho. Deixa, pois, de considerar esse aluno como ser de linguagem e o discurso, como prática social. A linguagem e as relações de poder, as questões ideológicas que perpassam o discurso, tanto do aluno quanto do professor, não são abordadas.

De acordo com Borges, a escola ainda não leva em consideração o discurso enquanto prática social, ou seja, as aulas de língua portuguesa são, nesse contexto, utilizadas para ensinar o aluno a ler e escrever pensando em uma perspectiva de mercado de trabalho. Essa prática limita, a nosso ver, o ensino de língua portuguesa e pouco favorece o desenvolvimento de uma leitura crítica pelos estudantes. Para a promoção dessa leitura, a escola precisa considerar o ensino da leitura e da escrita além do interesse da inserção dos alunos no mercado de trabalho, por exemplo.

Outro aspecto apontado pela autora, nessa prática pedagógica limitante, é a negligência em relação às relações de poder e às questões ideológicas. Não

abordar esses elementos em atividades de leitura é não prestigiar, na sala de aula, os contextos sociais em que os alunos estão inseridos. Sobre esse aspecto, a Base Nacional Comum Curricular orienta que

A vivência em leitura a partir de práticas situadas, envolvendo o contato com gêneros escritos e multimodais variados, **de importância para a vida escolar, social e cultural dos estudantes**, bem como as perspectivas de análise e problematização a partir dessas leituras, corroboram para o desenvolvimento da leitura crítica e para a construção de um percurso criativo e autônomo de aprendizagem da língua. (BRASIL, 2018, p. 244. Grifo nosso).

Como bem destacado pela BNCC, o desenvolvimento da leitura crítica é favorecido quando as atividades de leitura vivenciadas na escola promovem o contato do aluno com gêneros que possuem ligação com as esferas da sua vida, ou seja, é preciso considerar o aluno enquanto ser de linguagem, o que não ocorre, resgatando Borges (2021). “Além disso, a soma das palavras do texto sem um fundo sociocultural e discursivo nada mais é que um conjunto de palavras alinhadas” (SILVA, 2021, p. 46).

Ainda segundo a Base, faz parte desse desenvolvimento da criticidade a problematização através dessas leituras, deixando de lado o que também foi constatado por Borges (2021), um ensino de língua que tem a leitura apenas como instrumento de comunicação para ingresso no mercado de trabalho. É preciso que a leitura seja colocada em prática na sala de aula com uma concepção muito mais abrangente pois

É a partir da capacidade de depreender dados ocultos, implícitos, silenciados etc. nos discursos, relacionando as informações oferecidas pela materialidade textual com o arcabouço sociocultural do leitor para modificar conhecimentos ou construir novos, capacidade inferencial, que podemos relacioná-los a nossas realidades imediatas, compreender valores subjacentes, representações ideológicas, estratégias manipulativas etc. (SILVA, 2021, p. 46-47)

A abrangência citada para a prática da leitura está em consonância com as palavras de Silva (2021), pois assim como o autor, acreditamos que é preciso levar o aluno a criar a capacidade de inferir informações que não estão explícitas no texto e essa inferência pode ser construída com a conexão do texto com o repertório sociocultural do leitor, dessa forma conhecimentos podem ser modificados ou construídos. Nessa perspectiva, haverá uma significativa contribuição para o

desenvolvimento da leitura crítica, pois, assim, os alunos poderão, como afirma Silva (2021) compreender dentre outras coisas representações ideológicas, habilidade importante para a compreensão das relações de poder e suas manifestações.

### 3 METODOLOGIA

Em linhas gerais, esta pesquisa é de cunho qualitativo, pois esse tipo de abordagem tem o objetivo de “compreender, descrever e, algumas vezes, explicar fenômenos sociais, a partir de seu interior, de diferentes formas” (Flick, 2007, p. ix apud Paiva, 2019, p. 13). Ao encontro dessa definição, o presente estudo buscará justamente compreender as relações de poder em propagandas de produtos para cabelos femininos crespos e/ou cacheados e suas potencialidades para o ensino de língua portuguesa com foco no desenvolvimento da leitura crítica.

Para responder à pergunta que norteia esta pesquisa: de que formas as relações de poder são manifestadas em propagandas de produtos para cabelos femininos crespos e/ou cacheados e como essas manifestações discursivas podem ser usadas para promover a leitura crítica em aulas de língua portuguesa?, este estudo foi efetivado em quatro etapas: estado da arte, levantamento bibliográfico, seleção das propagandas para compor o *corpus* da pesquisa e a análise das propagandas selecionadas.

Embora esta não seja uma pesquisa do tipo estado da arte, recorreremos a esse procedimento metodológico para buscar compreender o cenário de pesquisas realizadas acerca da temática aqui abordada. Nas palavras de Silva, Souza e Vasconcellos (2020, p. 02) “o Estado da Arte resulta de um vasto acervo de diferentes tipos de pesquisas, com ênfases, graus de aprofundamento e registros diversos.

O levantamento bibliográfico se deu a partir da seleção de pesquisas em plataformas como Google Acadêmico e repositórios de teses e dissertações de universidades brasileiras. Para isso, levantamos pesquisas que se dedicaram a investigações nos seguintes campos: relações de poder e análise de discurso crítica, propagandas e relações de poder, ensino de língua portuguesa e leitura crítica. As pesquisas selecionadas compuseram o referencial teórico deste artigo.

A seleção das propagandas para compor o *corpus* investigado se deu a partir da busca em sites que compartilharam as peças publicitárias. Selecionamos propagandas que atendam a algum destes critérios: a) propagandas que possuam alguma manifestação de relações de poder feminino, b) propagandas destinadas ao público feminino de cabelos crespos e/ou cacheados e c) propagandas divulgadas em épocas diferentes.

A análise das propagandas se deu a partir dos conceitos da análise de discurso crítica. Ao mesmo tempo em que evidenciamos as relações de poder, buscamos analisar como os contextos sociais em que as propagandas foram veiculadas na mídia influenciaram as produções e os discursos publicitários que manifestaram essas relações. Paralelamente, investigamos quais os recursos presentes nos textos que podem favorecer a leitura crítica em sala de aula a partir da abordagem desses textos, evidenciando suas potencialidades didáticas.

## 4 ANÁLISES E RESULTADOS

### 4.1 O *corpus* da pesquisa

Figura 1 – Propaganda Seda Anti-Sponge



Fonte: Blog Cacheia!, 2016.

Essa propaganda, pertencente à marca Seda, foi lançada em 2006 e teve como objetivo a divulgação da linha “Seda Anti-Sponge” que era voltada para cabelos armados e com frizz. Na peça publicitária, os produtos aparecem centralizados tendo do lado esquerdo um leão com sua juba armada e acima dele o seguinte texto: “cabelo armado e com frizz?”. Do lado direito, há uma leoa que aparece com seus pelos lisos e acima dela há os textos: “Cabelos com volume controlado e sem frizz.” e “Seda Anti-Sponge”.

**Figura 2 – Propaganda Salon Line**



**Fonte:** Marcas pelo Mundo, 2021.

Nessa propaganda, publicada no ano de 2021, a marca Salon Line divulgou sua linha de produtos exaltando cabelos crespos e cacheados. Em evidência, no centro da propaganda, vemos uma mulher preta de perfil deixando à mostra seus cabelos cacheados. Do lado esquerdo, temos o seguinte texto: “Crespos e cachos reais” com um desenho de uma coroa em cima da letra “S” da palavra “reais”. Do lado direito na parte superior há a logomarca da empresa e na parte inferior, três produtos da linha.

#### **4.2 Análise das relações de poder nas propagandas**

Para a analisarmos as relações de poder nas propagandas apresentadas, consideramos o viés relacional que a análise de discurso crítica estabelece entre o

discurso e a sociedade, pois como apontam Santos et. al. (2022, p. 27882) “o foco de estudo da ADC é o discurso (aspecto linguístico/textual) e sua relação com a sociedade, na busca de desvelar as relações de poder, visando à mudança social”. Portanto, todas as análises buscam desvelar relações de poder que se manifestam nas propagandas a partir de seus contextos sociais, ou seja, como cada texto, a seu tempo, refletem essas relações.

A partir das propagandas em estudo, fica evidente que as relações de poder aqui analisadas se referem ao poder feminino. Na primeira propaganda, um aspecto já chama bastante a atenção: a utilização da imagem de um leão e de uma leoa. Tradicionalmente, é comum a utilização de imagens de mulheres nesse tipo de divulgação. No entanto, a opção pelos felinos já nos revela uma posição desigual de poder que esclareceremos adiante.

Claramente, a marca pretendeu, com a imagem do primeiro leão e sua juba fazer uma referência à eficácia da linha Anti-Sponge ao colocar, do outro lado, uma leoa de pelos lisos fazendo alusão ao uso dos produtos da linha enquanto o leão alude a quem não utiliza os produtos e que, por isso, não possui os cabelos lisos e controlados. O que aparentemente denota uma sacada publicitária ao mesmo tempo revela a inferiorização do cabelo naturalmente armado e volumoso que é comparado a juba de leão de maneira negativa.

De forma muito sutil, a propaganda reforça a valorização do cabelo liso em detrimento de cabelos naturalmente armados, o que coloca esse público em posição desigual de poder, principalmente mulheres com cabelos crespos e/ou cacheados. Considerando que essa propaganda foi divulgada em 2006, quase duas décadas atrás, é possível perceber a presença de uma visão dominante na história do Brasil por muito tempo e que se manifesta no texto em análise: o padrão de beleza atrelado ao cabelo liso, o que contribuiu para uma cultura de alisamento de cabelos crespos e/ou cacheados. Podemos compreender, então, que o poder era atribuído ao cabelo liso, o que é reforçado pela propaganda de Seda.

Analisando a segunda propaganda, observamos uma mudança de paradigma. A propaganda da marca Salon Line chega ao mercado quinze anos após a da Seda. É nítida a diferença em que o cabelo mais volumoso, como é o caso dos crespos e cacheados, é abordada nessa publicidade. Enquanto na primeira propaganda esse

tipo de cabelo é inferiorizado, na nova propaganda ele é exaltado. Há, nesse ponto de partida, uma nova visão publicitária em cena. No entanto, essa mudança no discurso publicitário não está atrelada apenas a questões de mercado. É preciso, assim como no primeiro caso, olhar para o contexto em que a propaganda foi divulgada.

Com o passar dos anos, houve uma crescente mobilização para a aceitação dos cabelos volumosos da forma como são. O padrão do alisamento, reforçado na propaganda 1, já não simbolizaria mais um padrão único de beleza. Com essa transformação social, assumir os cabelos crespos e cacheados passa a ser o símbolo de poder para mulheres que tiveram que, por muito tempo, ignorar sua identidade. A propaganda, por sua vez, reflete uma concepção de poder que existe na sociedade contemporânea.

Observando os elementos da publicidade de Salon line, destaca-se no centro, não os produtos, mas uma mulher preta de perfil deixando em evidência seus cabelos cacheados. É possível perceber que ela ressalta um sentimento de confiança, empoderamento e autoestima. O poder feminino que antes tinha relação com o cabelo liso e de pouco volume passou ter relação com assumir o que é natural, real.

Outro aspecto na propaganda também confirma a manifestação dessa relação de poder mais recentemente atribuída aos cabelos crespos e cacheados que é a utilização polissemia do adjetivo “reais”. No texto “Crespos e cachos reais” notamos, em cima da letra “S” da palavra “reais”, a presença de um desenho que simboliza uma coroa. Logo, o adjetivo “reais” apresenta dois significados: desse tipo de cabelo real (realidade) e de realeza, sentido potencializado pela imagem da coroa e que reforça a manifestação do poder agora atrelado aos cabelos crespos e cacheados.

#### **4.3 Resultados: potencialidades para a leitura crítica**

A partir das discussões e análises realizadas, encontramos algumas potencialidades para o uso desses textos em sala de aula para contribuir com o desenvolvimento de uma leitura crítica em aulas de língua portuguesa.

Primeiramente, a partir dessas propagandas é possível trabalhar o conceito de relações de poder em sala de aula, não em sua concepção mais teórica, mas sim elucidar que o discurso pode reforçar relações desiguais de poder. A propaganda 1, por exemplo, pode ser utilizada para exemplificar o que seria essa relação desigual, já que por muito tempo o poder feminino não foi associado aos cabelos crespos e cacheados. No desenvolvimento da leitura crítica é importante mostrar aos alunos que textos podem carregar ideologias e reações de poder.

Um outro aspecto bastante importante está em como a propaganda pode refletir o contexto de sua época, o que aconteceu com as duas peças publicitárias analisadas. Por essa característica, as duas propagandas servem para, em uma atividade de leitura, mostrar aos estudantes como tais textos revelam traços da sociedade e de seus comportamentos, o que os possibilitam a ler o texto fazendo conexões com os contextos social e cultural. Desenvolver a criticidade na leitura é também fazer com que os alunos enxerguem a sociedade através dos textos e dos discursos que eles materializam.

A multimodalidade também é uma potencialidade que destacamos. Ambas as propagandas possuem uma forte carga semiótica que é indispensável para a compreensão dos textos. Desde a utilização da imagem de um leão a uma coroa para deixar o adjetivo com dois sentidos, essas duas imagens também corroboram para a manifestação das relações de poder. Logo, em uma atividade de leitura os alunos precisam compreender esses elementos como essenciais para a construção de significados e não como meras ilustrações. Se a escola pretende formar leitores críticos, é preciso fazer com que eles sejam capazes de construir os significados necessários ao ler um texto levando em consideração todos os seus elementos.

Outro fator que pode favorecer o desenvolvimento da criticidade nos estudantes são as inferências necessárias que precisam ser feitas para a compreensão da manifestação das relações de poder. Inferir, por exemplo, o motivo pelo qual foram utilizadas as imagens de um leão e uma leoa em uma propaganda de produtos para cabelo e a visão preconceituosa que se relaciona a esse contexto é um ponto importante para o desenvolvimento da leitura crítica.

Um último fator potencial para a utilização dessas propagandas é a variada gama de possibilidades de atividades que podem ser construídas com elas. Acima

de tudo, atividades de interpretação que fomentem o desenvolvimento da leitura crítica. Por exemplo, trabalhar os alunos se eles percebem uma mudança no discurso apresentado pelas duas propagandas e o que eles acham que pode ter causado essa transformação ao invés de perguntar qual produto está sendo divulgado e qual o seu público-alvo, que não são perguntas irrelevantes, mas considerando o objetivo da leitura crítica, é preciso ir além de perguntas como essas e explorar as potencialidades das propagandas acerca das relações de poder.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procuramos neste artigo, refletir sobre as relações de poder em propagandas de produtos para cabelos femininos crespos e/ou cacheados embasados pela análise de discurso crítica. Verificamos que a propaganda, por seu propósito comunicativo, é um gênero em que podem ser manifestadas relações de poder de acordo com os contextos social e cultural em que são produzidas.

Dessa maneira, a partir da análise de duas propagandas no recorte já mencionado, constatamos que é um gênero que, a partir de manifestações de relações de poder, pode proporcionar o desenvolvimento da leitura crítica desde que seja bem explorado. Com essas leituras, os estudantes podem compreender aspectos sociais relevantes para o processo de sua formação crítica através da leitura. Por fim, esperamos que a discussão aqui apresentada possa originar diversas atividades que busquem o desenvolvimento da leitura crítica em aulas de língua portuguesa.

## REFERÊNCIAS

- BEZERRA, F. A. S.; GOMES, B. A. Análise crítica do discurso multimodal de representações da mulher na música pop: um estudo de caso sobre a imagem dinâmica. **Revista ProLíngua** Volume 14 - Número 2 - ago/dez de 2019.
- BORGES, R. R. Relações de poder no ensino de língua portuguesa. **Revista (Entre Parênteses)**, Alfenas – MG, v. 10, n.1, p. 1-17, 2021.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018.

MAGALHÃES, I.; MARTINS, A. R.; RESENDE, V. M. **Análise de discurso crítica: um método de pesquisa qualitativa.** (online) Brasília: Editora UnB, 2017.

MANZONI, L. Ideologia e relações de poder: uma reflexão discursiva no anúncio publicitário. In: SOUZA, F. M.; CAMARGO JUNIOR, I. Di. (Orgs.) **Círculo de Bakhtin em diálogo: relatos de pesquisas.** São Paulo, Mentis Abertas, 2019.

MONTEIRO JÚNIOR, R. N.; BEZERRA, A. K. G. A publicidade e a construção social nas relações de poder em gênero. **Temática**, ano XI, n. 12, dezembro/2015, NAMID/UFPB.

OLIVEIRA, V. C.; BARROS, D. H. C. “O que faz você feliz?”: relações de poder em discurso publicitário. **Interfaces**, Vol. 6 n. 1, outubro 2015.

PAIVA, V. L. M. O. **Manual de pesquisa em estudos linguísticos.** São Paulo: Parábola, 2019.

SANTOS, C. P. et al. Anúncio publicitário à luz da Análise de Discurso Crítica. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v.8, n.4, p.27880-27895, apr., 2022.

SANTOS, S. M. O. L. **Leitura do gênero propaganda e a temática da mulher negra em aula de língua portuguesa do ensino fundamental II.** 2023. 100 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Mestrado Profissional em Letras, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/57307/1/vers%c3%a3o%20final%2022%2003%2023%20%28a%29.pdf>. Acesso em: 06 jan. 2025.

SILVA, A. P. P. N.; SOUZA, R. T.; VASCONCELOS, V. M. R. O Estado da Arte ou o Estado do Conhecimento. **Educação**, Porto Alegre, v. 43, n. 3, p. 1-12, set.-dez. 2020.

SILVA, A. V. Poder, controle e discurso: uma análise sob a ótica da análise crítica do discurso nas políticas de serviços do google. **Entheoria: Cadernos de Letras e Humanas**, Serra Talhada, 7: 5-17, Jan./Jun. 2020.

SILVA, G. E. A. **Desenvolvimento do letramento crítico: possíveis caminhos a partir de contribuições da pedagogia crítica, da análise crítica do discurso e da exploração de inferências.** 2021. 163 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/37354/1/DESENVOLVIMENTO%20DO%20LETRAMENTO%20CR%c3%8dTICO.pdf>. Acesso em: 06 jan. 2025.

VIEIRA, J. A.; MACEDO, D. S. Conceitos-chave em análise de discurso crítica. In: BATISTA JUNIOR, J. R. L.; SATO, D. T. B.; MELO, I. F. (orgs) **Análise de discurso crítica para linguistas e não linguistas.** São Paulo, Parábola, 2018.