

Letras

**O trabalho com a leitura no ambiente escolar: uma problematização acerca da objetificação do corpo da mulher no discurso publicitário**

Kleissiely de Castro - Graduanda do sétimo período em Letras pela UFLA

Guilherme Henrique de Melo Silva - Graduando do sexto período em Letras pela UFLA

Elivan Aparecida Ribeiro - Coorientadora, Mestre pela UFLA

Helena Maria Ferreira - Orientadora DEL, UFLA - Orientador(a)

**Resumo**

No espaço escolar, a atividade leitora, muitas vezes, é tida como um obstáculo para o corpo docente, principalmente para o responsável pelo ensino de Língua Portuguesa. Tendo isso em vista, os textos publicitários destacam-se como um potencial recurso pedagógico, uma vez que comportam em sua estruturação elementos verbais e não-verbais, além de difundirem conceitos, valores e produtos. Nesse sentido, o objetivo precípua deste estudo é realizar uma discussão amparada na Gramática do Design Visual (GDV), mais especificamente, na metafunção representacional/ideacional e nos mecanismos de textualidade sobre o tratamento dado a leitura de textos da esfera publicitária, os quais, frequentemente, pormenorizam e objetificam a figura feminina. Para tanto, desenvolveu-se uma pesquisa analítica pautada, sobretudo, nos pressupostos teóricos de Bakhtin (1979/2003), de Antunes (2017) e de Brito e Pimenta (2009) a fim de analisar a representação da mulher em três anúncios de marcas de cerveja. Em síntese, espera-se que o trabalho proposto possa contribuir para a formação crítica e cidadã dos estudantes no diz respeito à desconstrução de discursos de cunho machista e sexista constituídos socialmente.

Palavras-Chave: Anúncios publicitários, Objetificação feminina, Língua Portuguesa.

Instituição de Fomento: CAPES

Link do pitch: <https://youtu.be/qNVuF55xIMU>