

EMANCIPAÇÃO FEMININA E MUDANÇAS SOCIOCULTURAIS EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS DA BATAVO À LUZ DA ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO

Danielle Brito da Cunha (UERN)

professoradanibrito@gmail.com

Guianezza Mescherichia de Góis Saraiva Meira (UERN)

guianeezasaraiva@uern.br

A emancipação feminina é discutida desde a inclusão da mulher no mercado de trabalho e, até hoje, divide opiniões. Isso porque para alguns pesquisadores do feminismo não há, de fato, emancipação, haja vista o acúmulo de funções. Outros, creem que a liberdade foi conquistada, assim como direitos imprescindíveis para a história de luta das mulheres. Nesse contexto, este minicurso tem como objetivo analisar como os anúncios publicitários da Batavo, veiculados nas mídias televisivas, impressas e digitais, discutem o processo de emancipação feminina. Teoricamente, nos ancoraremos nos postulados de Fairclough (2003, 2006, 2008), Wodak (2004), Dijk (2008), bem como pesquisadores nacionais que tenham como foco de pesquisa o discurso. Além disso, recorreremos ao arcabouço teórico de Del Priore (2013), Butler (2010), Duarte (2005) e Pinsky (2014) para discutir questões relativas ao feminismo. O *corpus* compõe-se 3 anúncios publicitários, lançados em 2008. O minicurso tem como público-alvo os alunos de Letras e áreas afins, professores da Educação Básica e Ensino Superior, discentes da pós-graduação, nível Lato Sensu e Stricto Sensu, profissionais e pesquisadores da Análise Crítica do Discurso e do Feminismo, e contempla a seguinte ementa: a) Visão teórica da Análise Crítica do Discurso e das Mudanças Socioculturais; b) Emancipação Feminina e c) Exemplos práticos.

Palavras-chave:

Análise Crítica do Discurso. Anúncios Publicitários.

Emancipação Feminina.