

Este resumo apresenta o projeto de pesquisa que tem como referenciais os estudos de gênero e da sexualidade aplicados ao contexto da publicidade brasileira. A temática aborda as representações das homossexualidades em anúncios publicitários televisivos entre os anos de 2008 e 2011. A pesquisa é um seguimento da tese de doutorado de André Iribure Rodrigues intitulada: *As representações das homossexualidades na publicidade e propaganda veiculadas na televisão brasileira: um olhar contemporâneo das últimas três décadas*. O projeto visa analisar como são representadas as homossexualidades no texto publicitário. Interessa a forma como a produção publicitária se apropria dos estereótipos e suas representações ao mediá-los culturalmente para os receptores. O corpus da pesquisa contém as decupagens dos comerciais televisivos; ele apresenta ficha técnica dos comerciais, descrição da peça, das cenas e análise final do comercial. Após a coleta e análise dos comerciais, para validação dos dados, foram realizadas tentativas de contato com agências e produtoras dos mesmos. As análises permitirão um reagrupamento dos comerciais conforme padrão da tese por categorias, *as estereotipadas e as desconstrucionistas*. Caso os resultados mostrem novos padrões de apropriação pelo texto publicitário, serão criadas novas categorias, das que já existem na tese. A categorização permitirá uma visão cronológica de como instituições e personagens envolvidos nos comerciais vão sendo construídos nas representações contemporâneas. Como resultados parciais encontra-se um padrão de estereótipos dos homossexuais representados na publicidade brasileira.