

181

PUBLICIDADE E PEDAGOGIA DA MÍDIA: QUAL É O ENDEREÇO DESTES COMERCIAIS? QUE SUJEITO-MULHER QUER ATINGIR? *Débora Furtado Cabral, Fabiana dos Santos Silveira, Rosa Maria Bueno Fischer* (Departamento de Estudos Especializados, Faculdade de Educação, UFRGS).

Este trabalho faz parte da pesquisa intitulada “Subjetividade Feminina e Diferença no Dispositivo Pedagógico da Mídia”, em que são investigados e analisados os modos de construção do sujeito feminino na mídia, através dos diferentes produtos televisivos dirigidos a esse público, bem como dos depoimentos de um grupo de mulheres estudantes do curso de Pedagogia, sobre esses mesmos materiais. A proposta neste trabalho é apresentar a análise de um conjunto de dez (10) comerciais para televisão, que mostram como a imagem da mulher está sendo apresentada/representada, e para qual “tipo de mulher” tais produtos estão sendo dirigidos. A partir destas questões, faz-se a seguinte pergunta: quem estes comerciais pensam que a mulher é? Utilizando o referencial teórico de Elizabeth Ellsworth, em seus estudos sobre cinema e educação, investigamos os diferentes “modos de endereçamento” que os comerciais usam para atingir seus objetivos. Neste sentido, questionamos quais as estratégias de interpelação que esses comerciais utilizam para “falar próximo” às diferentes mulheres, e de que modo elas são posicionadas social e individualmente. A esse referencial associamos, também, o conceito de “modos de subjetivação” de Michel Foucault; exploramos aí as formas particulares de subjetivação da mulher, produzidas pelo “dispositivo pedagógico da mídia”. Reunidos esses instrumentos de investigação, até este momento da pesquisa podemos levantar as seguintes considerações: a) existem endereços “certos” para determinados grupos de mulheres, ou seja, as diferentes mulheres são convocadas de modos específicos; b) “diferentes” femininos são excluídos, conforme os próprios modos de endereçamento; c) as narrativas publicitárias combinam discursos tradicionais sobre a mulher e debates contemporâneos ligados a importantes conquistas sociais em relação aos chamados “diferentes”; d) alterações nas relações de poder entre mãe/filho e adulto/criança estão marcadamente presentes, no sentido de uma inversão dos lugares de saber e poder. (PROPESQ/UFRGS, PIBIC/CNPq, CNPq).