



PUBLICIDADE NA REVISTA *RECREIO*: CONFIGURAÇÃO DO CONSUMIDOR INFANTIL

Maurice Lidiane Lazzaretti (PIBIC/CNPq), Neiva Senaide Petry Panozzo, Flavia Brocchetto Ramos (Orientador(a))

O projeto de pesquisa “Educação, Linguagem e Práticas Leitoras” está integrado ao PPGEd/UCS, na linha de pesquisa “Educação, Epistemologia e Linguagem”, que tem apoio do Edital MCT/CNPq/MEC/CAPES nº 02/2010 – Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas. O objeto de estudo desta investigação abrange a leitura de diferentes produtos culturais contemporâneos destinados à infância. Trata-se de um desdobramento de questões evidenciadas, em virtude dos processos de hibridização de linguagem na produção cultural, identificadas em pesquisas anteriores. O foco de estudo desse artigo é a proposta da revista e, em especial, quatro peças publicitárias divulgadas na revista infantil *Recreio*, a fim de analisar a concepção de infância veiculada no periódico e nos anúncios. Para efetivar o estudo, busca-se apoio teórico em Greimas e Courtés (1991), Landowski (1992), Benjamin (2002), Roiz (2002), entre outros. A partir da análise discursiva pautada em elementos verbais e visuais, constata-se que a publicidade no periódico recebe direcionamento específico a meninos e a meninas: compete ao universo masculino a esfera futebolística, isto é, a competição, a disputa; ao passo que destina ao universo feminino o mundo fantasioso e onírico, ou seja, a (ir)realidade utópica e inalcançável. Outro ponto é que a linguagem verbal oscila entre dirigir-se ora aos pais ora aos filhos. Em síntese, o infante é encarado como um ser consumidor e colecionador, influenciado por elementos visuais e verbais.

Palavras-chave: Leitura, Publicidade, Infância.

Apoio: UCS, CNPq.

XIX Encontro de Jovens Pesquisadores - Novembro de 2011
Universidade de Caxias do Sul