

POSTER - GALERIA VIRTUAL - ESTUDOS DA LINGUAGEM - GALERIA
VIRTUAL

**REPRESENTAÇÕES DE FAMÍLIA: ANÁLISE DE PROPAGANDAS DE
MARGARINA PELO VIÉS DA GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL**

Caroline Araújo Larrañaga De Matos (carolinelivra@gmail.com)

Maria Clara Gonçalves Ramos (mariaclararamos43@gmail.com)

Suzana Toniolo Linhati (suzanatl.ead@gmail.com)

A publicidade utiliza estratégias e recursos persuasivos com a intenção de responder aos interesses de seus consumidores e tornar os produtos ofertados necessários em seus cotidianos. Nesse sentido, uma das formas de envolvimento do público consumidor volta-se à construção de processos de identificação entre a atmosfera criada em torno do objeto de consumo e o ideal de vida alvo do consumidor. Em vista da necessidade de desenvolvimento de uma leitura crítica de gêneros publicitários, os quais permeiam nossos cotidianos, apresentamos a análise de três propagandas de margarina veiculadas em diferentes épocas no Brasil. Assim, este trabalho tem por mote elucidar uma análise do arranjo multimodal de propagandas das margarinas Saude (1951), Doriana (2015) e Delícia (2024), com o fito de compreender como o conceito de família é representado nesses exemplares do gênero. Para

o alcance do objetivo, pautamos nossa análise nas categorias da Gramática do Design Visual (Kress; van Leeuwen, 2006), com ênfase nas imagens disponíveis nas propagandas. A metodologia adotada trata-se de um estudo de caso (Fonseca, 2002), de abordagem qualitativa (Chizzotti, 2003). Os resultados encontrados na análise ratificam a possibilidade de adoção de abordagens teórico-metodológicas que subsidiem o trabalho com gêneros da esfera publicitária sob um viés crítico. A partir da análise, entendemos que é possível suscitar em professores e estudantes a consideração da Gramática Visual (GDV) como um importante instrumento de leitura e análise de imagens em atividades voltadas para o ensino de línguas. Por fim, a análise suscitou a verificação das alterações das constituições dos grupos familiares e da representação desse conceito em propagandas de margarina ao longo do tempo.

Palavras-chave: análise de propaganda gramática do design visual família.