

281

O CORPO FEMININO – TEXTO COM MÚLTIPLAS SIGNIFICAÇÕES, REFLEXO DAS MUDANÇAS SOCIAIS E CULTURAIS. *Andressa Stoffel, Denise Castilhos de Araujo (orient.)* (FEEVALE).

O corpo feminino tem sido um dos produtos mais vendidos pela publicidade, e com grande sucesso. Entretanto não é um corpo qualquer, pois a representação desse corpo vem recoberta de uma série de exigências que perpassam pela estética e pela moda, aproximando-se daquilo que é considerado o ideal do grupo. O objetivo desta pesquisa é verificar as formas de representação e apropriação, por parte da mídia eletrônica regional (TV), do corpo feminino, pois é possível considerar o corpo um texto, que apresenta significações, inclusive, representando a cultura dos grupos. E o corpo feminino, objeto desta pesquisa, tem, muito mais que o masculino, evidenciado as evoluções pelas quais as sociedades têm passado, pois é ele que expõe com maior evidência, ao longo do tempo, as modificações culturais percebidas nas sociedades, expondo as transformações e marcas sociais. E, para Del Priore (2000), o corpo feminino passou por uma "revolução silenciosa", mas perceptível, claramente verificável em anúncios publicitários. A finalidade desta pesquisa é identificar essas mudanças, relacionando-as com as características culturais da sociedade atual. Para a realização desta tarefa, utilizar-se-á como metodologia a pesquisa qualitativa, havendo a seleção de horas de filmagens, de canais de televisão do estado; depois, de posse desse material, faz-se-á a leitura e interpretação desses corpos (textos), apoiando-se, para tanto, na teoria sócio-semiótica. Esse projeto visa à identificação da representação e do uso do corpo feminino na mídia regional, contribuindo para a percepção do perfil desse corpo. Pretende-se, ainda, verificar a presença de modelos corporais expostos na mídia.