

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 transmitidos na televisão aberta brasileira, entre os anos de 2008 e 2012 e se intitula: *Estudo de gênero e da sexualidade na publicidade e propaganda brasileira: as representações das homossexualidades em anúncios publicitários televisivos*. O projeto tem o intuito de 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 tratamento do corpus se dá através de decupagens dos comerciais televisivos deste intervalo de quatro anos. As decupagens apresentam os seguintes critérios de leitura das peças: ficha técnica dos comerciais; descrição da peça; assim como das cenas, e uma análise de cada comercial que abordará como são constituídas as representações na peça. As análises permitirão um reagrupamento dos comerciais sob referência da tese do orientador André Iribure Rodrigues: *As representações das homossexualidades na publicidade e propaganda veiculadas na televisão brasileira: um olhar contemporâneo das últimas três décadas*, por categorias, as *estereotipadas* e as *desconstrucionistas*. Tem-se a expectativa de novos padrões de texto publicitário o que sugerirá novo padrão de apropriações.

