



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

FEPEG

F Ó R U M
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

A CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA DA MULHER NA PUBLICIDADE DA “DEVASSA”: SIMBOLOGIA E LIMITES JURÍDICOS

Autores: NEWTON ATAIDE MEIRA;

Introdução: Atualmente, observa-se, nos meios de comunicação digital, a construção social da imagem e comportamento da mulher sendo associados a produtos, a uma ordem social sexista e inércia jurídica. **Objetivo geral:** Investigar como a construção da imagem da mulher se processa na publicidade da cerveja Devassa infringindo limites. **Objetivos específicos:** Analisar os efeitos de sentido construídos pelo discurso publicitário na sociedade, com vistas a (des) construir uma imagem sexista e abusiva da mulher; Evidenciar dispositivos jurídicos infringidos pelo discurso publicitário. **Metodologia:** Trata-se de uma pesquisa de cunho qualitativo-interpretativo, na qual os dados serão interpretados em um exemplário de cinco peças publicitárias, da mídia digital. **Problema/Hipótese:** Será que o discurso publicitário, ao se valer da materialidade linguística e da veiculação de imagens da mulher em peças publicitárias, procura criar estereótipos no imaginário social? Aventamos a hipótese de que o discurso publicitário mobiliza a construção de estereótipos, estimulando valores sociais e determinando a identidade física e moral da mulher. **Referencial Teórico:** Compõe o referencial teórico o conceito de poder midiático, segundo Ducrot (1977); papel da comunicação na construção da identidade por Bakhtin (1997); a formação das identidades por Gregolin (2007), e dos direitos sociais e individuais, segundo Tavares (2012). **Conclusão/Resultados:** Nos anúncios publicitários sob análise, foi possível depreender a mulher como bem de consumo a partir do discurso publicitário, apresentando-a de forma depreciativa e abusiva. Os anúncios publicitários possuem carga simbólica como princípio manipulatório à construção da imagem negativa e infringente à intimidade e moralidade da mulher. Isso fomenta uma valoração androcêntrica, que motiva as mulheres à exploração de seus corpos e movimentos, sendo legitimada pela aceitabilidade social e individual que se realiza pelos signos linguísticos. O discurso contribui para a construção das dimensões da estrutura social que o moldam e restringem. Desse modo, é necessária uma reconstrução epistêmica que rompa com os estereótipos destinados à exploração da imagem da mulher pautada na submissão e sexualidade de seu corpo.