

A IMAGEM DA MULHER NA PUBLICIDADE DA CERVEJA SKOL

Jéssica Lenna de Souza Bezerra¹. Vitor Pachioni Brumatti².

¹Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas – Universidade do Sagrado Coração –
jessicalenna@hotmail.com

²Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas – Universidade do Sagrado Coração –
vitor.brumatti@usc.br

Tipo de pesquisa: Iniciação Científica voluntária

Agência de fomento: Não há

Área do conhecimento: Sociais Aplicadas – Publicidade e Propaganda

Embora se tenha alcançado um grande avanço em relação à posição da mulher na sociedade, ganhando-se uma maior atenção na importância das suas escolhas, ainda prevalece no Brasil o autoritarismo e o machismo. Analisando as campanhas publicitárias da Skol, percebe-se que há uma maior valorização ao público masculino, então este presente trabalho tem como finalidade observar o uso de uma linguagem na comunicação publicitária nestas peças da cerveja Skol que ressalte a exposição da figura feminina de forma pejorativa, a partir da análise visual discursiva dessas peças elencadas. Através de estudos de referências acerca do tema, a publicidade da cerveja será observada e analisada a fim de compreender como é formado o discurso da marca, com qual pretensão é feito e com qual propósito são veiculadas.

Palavras-chave: Publicidade. Skol. Igualdade de Gêneros. A Imagem da Mulher.