

Loira gelada, loira gostosa: um estudo de representações imagéticas femininas em peças publicitárias de cerveja

Autor: Fabio Barbosa Dias

Orientador: Prof. Dr. Alberto Carlos Augusto Klein

Resumo: *A publicidade brasileira, desde seus registros mais longínquos, usa a imagem feminina para atingir diferentes públicos e propósitos. Em alguns segmentos de mercado, como o das cervejas, esse fato se repete de maneira mais contumaz, o que acaba gerando o que pode ser chamado de clichê visual. Este trabalho estuda as representações femininas nas propagandas de cerveja para a mídia impressa utilizando, entre outras ferramentas, os três eixos de produção de sentidos colocados por Harry Pross, buscando perceber seu poder discursivo. Além de Pross, as análises se apoiam também na teoria de autores como Luciano Guimarães e Norval Baitello Júnior. Para servir de instrumento de pesquisa para estes eixos de produção de sentido foram utilizadas campanhas publicitárias de diversas marcas de cerveja, veiculadas na primeira década dos anos 2000.*

Palavras-chave: *Comunicação. Propaganda. Cerveja. Representação feminina. Eixos de produção de sentido.*

Iced blonde, hot blonde: a study of imagetic representations of women in the beers advertising campaigns

Abstract: *Brazilian advertising, since their records are further away, uses the female image to reach different audiences and purposes. In some market segments, such as beers, this event repeats itself in a more stubborn, which ends up generating what can be called a visual cliché. This work studies the representations of women in beer commercials for print media using, among other tools, the three axes of meaning production posed by Harry Pross, seeking to realize its discursive power. Besides Pross, the analysis also rely on the theory of authors such as Luciano Guimarães and Norval Baitello Junior. To serve as a research tool for these axes were used towards the production of advertising campaigns for various brands of beer, conveyed in the first decade of the 2000s.*

Keywords: *Communication. Advertising. Beer. Women's representation. Axis production of meaning.*

Dissertação completa disponível em: www.uel.br/pos/mestradocomunicacao
ou <http://www.bibliotecadigital.uel.br/document/?code=vtls000162539>