

## **A MULHER NA SOCIEDADE DE CONSUMO E NA PUBLICIDADE BRASILEIRA**

*Waldvogel Gregorio da Silva* (UNIGRANRIO)

[drfortuna@hotmail.com](mailto:drfortuna@hotmail.com)

*Daniele Ribeiro Fortuna* (UNIGRANRIO)

[drfortuna@hotmail.com](mailto:drfortuna@hotmail.com)

*Jacqueline de Cassia Pinheiro Lima* (UNIGRANRIO)

*Márcio Luiz Corrêa Vilaça* (UNIGRANRIO)

Este trabalho discute o papel da mulher na sociedade de consumo e na publicidade brasileira, principalmente no que diz respeito ao texto publicitário. Inicia-se tratando brevemente da questão do consumo nos dias de hoje, para, em seguida, abordar o tema da publicidade na sociedade. Posteriormente, a comunicação se debruça sobre a fachada da mulher (GOFFMAN, 2007) nos dias de hoje e, principalmente, sobre como o texto publicitário – tanto no que diz respeito à escrita propriamente dita quanto à imagem – a apresenta. Para exemplificar, o trabalho traz alguns anúncios publicados recentemente em revistas brasileiras e na internet. Nelas, é possível verificar que, basicamente, a mulher, na publicidade brasileira, aparece de duas formas: como objeto de consumo ou como aquela que se encarrega das tarefas domésticas.