

## **ANÁLISE DO DISCURSO PUBLICITÁRIO E ESTRATÉGIAS UTILIZADAS NOS ANÚNCIOS DA EMPRESA AMERICANA COCA-COLA**

*Heloisa Guilherme da Silva (UERN)*

[heloisasilva@alu.uern.br](mailto:heloisasilva@alu.uern.br)

*Alan Eugênio Dantas Freire (UERN)*

[alandantas@uern.br](mailto:alandantas@uern.br)

*Teresa D'Ávila Fernandes Gurgel de Azevedo (UERN)*

[teresadavilagurgel@uern.br](mailto:teresadavilagurgel@uern.br)

Este trabalho aborda as estratégias publicitárias das propagandas elaboradas pela Coca-Cola, no decorrer de um recorte de quatro décadas de sua história, especificamente as que veicularam na mídia em forma de pôster, considerando o poder de persuasão dessa empresa multinacional em suas propagandas. Para tanto, foi realizada uma análise do discurso de cinco peças publicitárias divulgadas entre as décadas de 1940 e 1970, sob as contribuições analíticas da orientação teórica da AD francesa. Destaca-se uma reflexão a respeito da importância do contexto social na elaboração dos anúncios publicitários e a percepção de como esses meios possuem uma elevada importância para que a Coca-Cola venha se tornando cada vez mais presente em nosso cotidiano, fazendo o uso de uma mensagem direta ou indireta para os consumidores e constituindo-se num produto de ordem global. Ademais, percebe-se a influência das mídias na tessitura de relações de poder e consumo, impulsionando o crescimento e a popularidade do produto.

Palavras-chave:

Argumentação. Poder. Análise do discurso.