

**A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM FEMININA
NO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA CERVEJA DEVASSA:
UMA ANÁLISE DISCURSIVA**

Angélica Lino dos Santos Moriconi (USP/UNISA)

angel.moriconi@gmail.com

O presente estudo tem por objetivo discutir as representações do feminino na cultura midiática, especialmente numa peça publicitária da cerveja Devassa. Sabe-se que é lugar comum no meio publicitário a representação da mulher como objeto de desejo. Não são poucos os anúncios que se utilizam desse estereótipo para estabelecerem diálogo com seu principal interlocutor: o público masculino. Entretanto, é preciso observar que este anúncio opera com a construção e a desconstrução de uma imagem da mulher – abordando duas representações diametralmente opostas: a mulher como signo de recato e como signo de devassidão. Utilizar-se-á o referencial teórico da análise do discurso de linha francesa, especialmente Maingueneau (1989) e Amossy (2005).