

**EM CENA, A NOVA MULHER:
QUESTÕES DE GÊNERO E CONSUMO,
E O DISCURSO DE EMPODERAMENTO FEMININO
NA PUBLICIDADE**

Telma Regina Esteves Lanini (UNIGRANRIO)

telmalaninimkt@gmail.com

Joaquim Humberto Coelho de Oliveira (UNIGRANRIO)

jhumberto@uol.com.br

Daniele Ribeiro Fortuna (UNIGRANRIO)

drfortuna@hotmail.com

Muito se ouve falar em empoderamento feminino. O termo parece que caiu no gosto popular e se tornou um estímulo para campanhas publicitárias que vinculam o "querer" ao "poder" e, principalmente, ao "poder ter". As conquistas femininas na sociedade desenharam uma evolução também do consumo feminino. As mulheres hoje trabalham, assumem papéis e atividades multitarefas, estudam e coordenam suas lutas diárias por equidade e respeito. Cada vez mais bem informadas, rejeitam discursos que possam corromper sua história ou menosprezar suas conquistas. A publicidade lançou mão do empoderamento feminino como discurso fomentador do consumo e vem provocando um movimento que convida o mercado publicitário a uma reflexão sobre a questão gênero. O objetivo deste estudo é analisar brevemente o papel da publicidade como fomentador do consumo através de discursos baseados nas relações de empoderamento feminino. A pesquisa para este estudo será de cunho bibliográfico e também será realizada por meio do texto publicitário, utilizando-se, para tanto, de propagandas e peças publicitárias que tenham como abordagem o discurso do empoderamento feminino e o usem como estratégia de fomento ao consumo.