

A REPRESENTAÇÃO DA FEMINILIDADE EM UMA PROPAGANDA DE COSMÉTICOS

Raquel Fontes Santana (UNEB)
raquelfsantana@hotmail.com

Maria da Conceição Reis Teixeira (UNEB)
conceicaoreis@ig.com.br

O papel da mulher, convencionado socialmente, sempre foi bastante questionado historicamente. Em algumas culturas, a imagem da mulher foi relacionada com fragilidade e total dependência do homem, resultando assim em uma cultura machista pautada nas diferenças em torno do masculino e feminino, tendo o homem um espaço de privilégios e oportunidades, enquanto a mulher vive uma realidade de distorções, marcada por opressão e falta de reconhecimento social. Atualmente, observa-se que a figura feminina tem adotado alguns posicionamentos em assuntos como trabalho, sexo e maternidade, resultando assim em mudanças de comportamento ainda que gradativas. Tendo como base teórica a Análise do Discurso através da óptica da linha francesa desenvolvida por Pêcheux, a proposta deste trabalho é analisar a imagem da mulher em uma propaganda de cosméticos com o objetivo de refletir sobre a representação discursiva da feminilidade observada no *corpus* deste estudo. A percepção de feminilidade adotada nesse trabalho é pensada a partir das concepções contemporâneas sobre o termo, considerando que as compreensões em torno da figura feminina são resultados de influências sócio-culturais, já que se aprende desde cedo através das instituições sociais os atributos do ser “masculino” e do ser “feminino”.

Palavras-chaves: Discurso. Feminilidade. Propaganda.