

**EMPODERAMENTO E PUBLICIDADE: A REPRESENTAÇÃO DA MULHER EM
CAMPANHAS DIRECIONADAS AO PÚBLICO FEMININO EM CANNES 2015**

Pesquisador(es): TREVISOL, Marcio G.; NERES, Daiane

Curso: Publicidade e Propaganda

Área: Área da Ciências Sociais

Resumo: O resumo é resultado de uma pesquisa na modalidade trabalho de conclusão de curso e aborda a retração e o processo de identificação feminina nas propagandas premiadas no Festival de Cannes 2015. A premiação Cannes for a Change, visa o empoderamento feminino e a representação das minorias em propagandas. O objetivo foi compreender como a publicidade está mudando sua forma de representar o público feminino. Para sustentar a tese do empoderamento feminino, foram utilizados conceitos de Santaella (2008) e Lipodeviski (1997), que discorrem sobre a Mulher Híbrida e a Terceira Mulher na sociedade moderna. A metodologia utilizada para a efetivação da pesquisa foi bibliográfica com método hipotético-dedutivo. A abordagem exploratória e descritiva possibilitou a aproximação com o fenômeno estudado. A análise de conteúdo das propagandas materializou e legitimou a tese que o Festival de Cannes valoriza e alinha-se ao movimento contemporâneo de empoderamento da mulher. Na investigação constatou-se que as mensagens tanto linguísticas como visuais trazem para a discussão na comunicação atual o discurso de empoderamento feminino como forma de respeito a cidadania, contudo, é importante pontuar que na comunicação de massa a mulher ainda é utilizada como objeto e, por vezes, estereotipada.

Palavras-chave: Representatividade. Empoderamento. Publicidade. Identificação.

E-mails: marcio.trevisol@unoesc.edu.br;daiananeres3@gmail.com