

REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO: UM ESTUDO SOBRE A PROPAGANDA

“IRMÃS GRAÇA”, DA CERVEJA SKOL

Adjane Oliveira Fernandes

RESUMO: A pesquisa aborda as representações de gênero, a partir da propaganda “Irmãs Graça”, na marca de cerveja Skol, objetivando investigar como as mulheres da propaganda são representadas na perspectiva de alguns homens e algumas mulheres da cidade de Tangará da Serra - MT. A metodologia corresponde à pesquisa qualitativa, sendo feita a coleta de dados por meio do questionário aberto, compreendendo um universo de nove homens e seis mulheres, com as variáveis: idade, etnia, religião, grau de instrução, estado civil, local de nascimento e profissão. O corpus teórico possui questões reproduzidas por aparelhos ideológicos, na perspectiva de Althusser (1998), as relações de gênero tendo como base as reflexões de Foucault (1987) e Scott (1994) e ainda as representações sociais dos pontos de vista de Moscovici (2001) e Emile Durkheim (1995) dentre outras teorias relacionadas ao tema. A partir das teorias consultadas foi possível entender que as representações de gênero da propaganda em relação à sociedade associa o gênero feminino em destaque na propaganda, ao de um objeto de consumo, assim como a bebida.

Palavras chave: Gênero, Propaganda, Representações sociais e Mulheres.