

DISCURSO DE REPRESENTATIVIDADE NA MÍDIA CONTEMPORÂNEA: ESTUDO DE CASO DA CAMPANHA GUARANÁ ANTARCTICA

GONÇALVES, Anna Caroline Floriano e BOTELHO, Julia Solé (1);

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo entender e analisar o comportamento imposto às pessoas com deficiência física perante o uso de sua imagem. Visa, ainda, interpretar o discurso de representatividade e inclusão presente nos meios de comunicação, e o reflexo social que a publicidade e propaganda provocam na promoção dessa visibilidade de uma parcela considerável da população brasileira. A interpretação do discurso de representatividade e visibilidade será feita por meio do estudo de caso da marca brasileira Guaraná Antarctica em seu comercial Jingle Bell Rock na data de dezembro de 2020.

Palavras-Chave: deficiência; imagem; corpos; publicidade; representatividade; visibilidade.

ABSTRACT:

This article aims to understand and analyze the behavior imposed on people with physical disabilities, regarding the use of their image. Aiming to interpret the discourse of representation and inclusion present in the media, and the social reflection that advertising has for the promotion of this visibility of a considerable portion of Brazilian population. Through the case study of the Brazilian brand Guaraná Antarctica in its Jingle Bell Rock commercial in December 2020.

Keywords: Deficiency. Image. Bodies. Advertising. Representativeness. Visibility