



O DISCURSO DE INADEQUAÇÃO MATERNA NA PUBLICIDADE

VANESSA RODRIGUES, LUCAS CÂNDIDO E LOUYSE BARBOSA; LUCIANA SERENINI
vanessardgs@live.com

Objetivo: Nosso objetivo é analisar a forma pela qual a figura materna é representada pela publicidade, identificando conceitos e evidenciando os recursos utilizados por essa profissão para reforçar valores e definir estilos de vida. **Método:** Método indutivo, uma vez que considera o conhecimento baseado na experiência para sua fundamentação, no qual a generalização deriva das observações de casos da realidade concreta e é elaborada a partir de constatações particulares. **Resultados:** Considerando que a figura materna vem se modificando ao longo do tempo muitas empresas vem adequando seu discurso a essa nova realidade. Tudo isso se deu devido à percepção de que não existe um padrão de mãe ideal, ou seja, não existe uma fórmula para a mãe perfeita. **Conclusão:** A partir dessa análise, concluímos que são pequenos aspectos colocados de forma equivocada que acabam comprometendo o discurso e promovendo uma ideia de inadequação. Mas que, devido a essa percepção, aos poucos as empresas estão tomando consciência dessa problemática e redefinindo seus valores, procurando evidenciar a mulher da forma que ela realmente é em nossa sociedade atual, com sua independência, anseios, fragilidades e compromissos.

Palavras-chave: Inadequação Materna. Publicidade. Omo