

**REPRESENTATIVIDADE DO GÊNERO FEMININO NA CONSTRUÇÃO DA  
MARCA JOHNNIE WALKER: UMA ANÁLISE DIALÓGICA DA LINGUAGEM DA  
PROPAGANDA EM VÍDEO.****FINGER, E. C. [1]; KRAEMER, M. A. D. [2]**

O presente resumo propõe uma reflexão sobre a construção da representatividade feminina na propaganda da *Johnnie Walker Blue Label*, lançada em 2023. A partir da análise dialógica e multissemiótica da linguagem, busca-se entender como o discurso publicitário configura as identidades de gênero. Nesse contexto, o trabalho se fundamenta nos pressupostos teóricos do Círculo de Bakhtin (Bakhtin, 2016 [1979]; Volóchinov, 2018 [1929]), que ressaltam a importância dos gêneros discursivos e da perspectiva dialógica para a compreensão da produção de sentidos em contextos midiáticos. Ao explorar a construção da identidade feminina, o estudo problematiza o modo como as propagandas de bebidas podem refletir e refratar ideologias sociais, culturais e históricas, destacando a necessidade de uma análise crítica das representações de gênero no campo da comunicação. O tema central da análise reside na investigação da medida em que o discurso publicitário da *Johnnie Walker* constrói a imagem da mulher, evitando sua objetificação e, ao contrário, assegurando-lhe um lugar de protagonismo. Para tanto, a pesquisa adota uma abordagem qualitativo-interpretativa, analisando textos-enunciados de gêneros discursivos midiáticos que combinam elementos verbais, visuais e sonoros para comunicar significados complexos. O foco recai sobre as multissemioses, que envolvem a interação entre diferentes sistemas semióticos — como imagens, sons e textos escritos — e como eles, juntos, constroem uma narrativa que pode tanto reforçar quanto desafiar estereótipos de gênero. A relevância do estudo justifica-se pela possibilidade de contribuir para uma compreensão mais profunda das práticas discursivas em propagandas em vídeo, refletindo sobre como traços sociais, históricos, culturais e ideológicos são incorporados e reinterpretados nesses contextos. A análise crítica visa a destacar a capacidade do discurso midiático de não apenas reproduzir, mas também de transformar percepções e atitudes sociais em relação ao gênero. Nesse sentido, a pesquisa oferece uma reflexão significativa sobre como o discurso presente nas propagandas em vídeo podem ser um espaço de luta e de resistência simbólica, ao promover a igualdade de gênero e o empoderamento feminino. Os resultados da análise evidenciam que o anúncio da *Johnnie Walker Blue Label* utiliza uma abordagem diferenciada, ao invés de objetificar a mulher, o enunciado posiciona-a como sujeito ativo, promovendo uma visão de igualdade de gênero que reflete mudanças contemporâneas nas dinâmicas sociais e culturais. Essa abordagem representa um avanço na forma como marcas podem construir narrativas mais inclusivas e responsáveis, que não apenas respeitam a mulher, mas também a valorizam em sua multiplicidade de papéis e identidades. As contribuições deste estudo: tanto oferecem uma análise detalhada sobre como as práticas discursivas podem ser reelaboradas para promover uma representatividade mais equitativa e justa na mídia; como servem de base para futuras pesquisas no campo da Linguística Aplicada, especialmente no que tange aos estudos de gêneros discursivos e práticas multissemióticas, incentivando uma leitura crítica e reflexiva de textos midiáticos. Este trabalho aponta para o fato de que propagandas em vídeo são mais do que meras ferramentas de venda — elas podem, de fato, atuar como agentes de mudança social, promovendo valores de inclusão e respeito às diversidades.

**Palavras-chave:** *Johnnie Walker Blue Label*; Análise dialógica; Propagandas em Vídeo; Gênero feminino.

**Área do Conhecimento:** Linguística, Letras e Artes

**Origem:** Pesquisa (TCC).

**Agradecimentos:** Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

- [1] Elen Cristina Finger. Graduada em Letras - Português e Espanhol, da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS, *Campus Realeza*. Integrante do Grupo de Pesquisa em Ensino de Língua e Literatura (GELLI) e do Projeto de Pesquisa Estudos Dialógicos e Práticas de Linguagem em Educação (EDIPL/GE/UFFS). elen00385@gmail.com
- [2] Márcia Adriana Dias Kraemer . Curso de Letras – Português e Espanhol – Licenciatura. Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS, *Campus Realeza*, PR. marcia.kraemer@uffs.edu.br