

RESUMOS - CS: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

A comunicação e a entrada da *deepfake* no mercado publicitário

Geovana Sabrine Araújo Nascimento¹

Geovanna Gonçalves Matoso²

Isabella Silva de Oliveira³

Maria Rita dos Reis Martins⁴

Regina Macedo Boaventura⁵

Resumo: A *deepfake* é uma técnica que utiliza recursos de IA para a manipulação realista de imagem em vídeos. A pesquisa teve como objetivo abordar os recursos que essa ferramenta oferece para o mercado publicitário. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa bibliográfica, a fim de se aprofundar no tema. Na pesquisa, ressaltou-se a importância do bom uso da IA, já que é um equipamento que apresenta determinado perigo principalmente para violação de direitos de imagem.

Palavras-chave: Publicidade. Inteligência Artificial. Comunicação. Tecnologia.

¹ Discente de Publicidade e Propaganda (UNIPAM). E-mail: geovanasan@unipam.edu.br.

² Discente de Publicidade e Propaganda (UNIPAM). E-mail: geovannamatoso@unipam.edu.br.

³ Discente de Publicidade e Propaganda (UNIPAM). E-mail: isabellasilvao@unipam.edu.br.

⁴ Discente de Publicidade e Propaganda (UNIPAM). E-mail: mariamartins@unipam.edu.br.

⁵ Professora orientadora (UNIPAM). E-mail: reginamacedo@unipam.edu.br.

**Sexismo na publicidade de marcas de cerveja:
estudo de caso de anúncios da cerveja Devassa**

Isabela Campos Carvalho Vieira¹
Júlia Caroline Silvério Ferreira²
Leonardo Rodrigues Pacheco³
Regina Macedo Boaventura⁴

Resumo: O presente trabalho teve como objetivo analisar o sexismo na publicidade da marca de cerveja Devassa. Por meio da utilização de estudos de anúncios dos anos de 2010 e 2020 da cervejaria em questão e de pesquisa bibliográfica em artigos e livros acerca da contextualização da mulher na sociedade, a pesquisa consistiu em compreender a evolução do contexto da mulher na sociedade e, como isso, refletir sobre a representação de estereótipos, sexualização feminina e representatividade nas propagandas da marca Devassa. O estudo observou como a publicidade se adapta ao contexto vivido e como a marca se adaptou à evolução social como forma de sobrevivência.

Palavras-chave: Cerveja. Machismo. Devassa. Publicidade.

¹ Discente de Publicidade e Propaganda (UNIPAM). E-mail: isabelacampos@unipam.edu.br.

² Discente de Publicidade e Propaganda (UNIPAM). E-mail: juliasilverio@unipam.edu.br.

³ Discente de Publicidade e Propaganda (UNIPAM). E-mail: leonardorp@unipam.edu.br.

⁴ Professora orientadora (UNIPAM). E-mail: reginamacedo@unipam.edu.br.