

# A SEDUÇÃO IMPRESSA. OS SENTIDOS DA PUBLICIDADE DE BENS DE CONSUMO DURÁVEIS NO JORNAL A NOITE 1955-1960

SAMANTHA BLAZIZZA (Autor), JEFFERSON JOSE QUELER (Orientador)

Instituição de Ensino - Universidade Federal de Ouro Preto

## Palavras Chaves:

## Resumo:

A pesquisa teve a finalidade de analisar a publicidade de bens de consumo duráveis (carros, geladeiras, aparelhos de televisão, etc.) através das páginas do periódico carioca Última Hora entre 1955 e 1960. Neste período, inicia-se uma onda de otimismo no Brasil em relação à sua modernização e a seu progresso acelerado, frutos do capitalismo em expansão, que, segundo a tese de Maria Arminda do Nascimento Arruda - utilizada como base nessa pesquisa-, no Brasil foi chamado de capitalismo tardio/retardatário. O chamado desenvolvimentismo, levado a cabo nos anos do governo Kubitschek, além de ampliar a penetração do capital estrangeiro, atuou no sentido de instalar indústrias de bens de capital e de bens de consumo duráveis no país. Uma série de produtos, que a população brasileira pouco ou nada conhecia, foi lançado no mercado; daí a necessidade de apresentá-los e envolvê-los numa aura sedutora através da imprensa. Nesse sentido, o projeto procurou entender quais métodos foram empregados pela publicidade para o convencimento dos consumidores, seja tocando em valores já presentes na sociedade, seja despertando novos desejos e ambições. A pesquisa pretendeu analisar primeiramente como ocorreu o surgimento da publicidade através da imprensa, e como esta esteve relacionada ao capitalismo em expansão. Posteriormente esta análise foi vinculada aos caminhos que a imprensa nacional percorreu até o período em questão, e como a publicidade teve importante papel para isso, valendo-me de pesquisas específicas no jornal Última Hora (UH). Por fim, a apresentação de algumas propagandas de bens de consumo duráveis veiculadas neste jornal para consumir a hipótese desse estudo. Através da demonstração com as propagandas retiradas do UH, foi possível entender a dimensão do consumismo que estava nascendo em virtude do apelo econômico da época. As mercadorias eram envoltas numa aura encantada e mostradas como essenciais à vida dos consumidores, que passaram a vê-las de forma fetichizadas.

## Publicado em:

- Evento: Encontro de Saberes 2015
- Área:
- Subárea: