

A pesquisa Memória do Setor Coureiro-Calçadista através do Jornal NH (1960 a 2006) é um projeto que aborda várias temáticas relacionadas ao setor coureiro-calçadista. Nesse momento da pesquisa, estudamos a imagem do corpo feminino em anúncios publicitários nas décadas de 1960 e 1980, presentes no Jornal NH durante a realização da FENAC (Feira Nacional do Calçado). Para esta etapa da pesquisa optamos por, inicialmente, uma pesquisa exploratória, que nos possibilitasse a identificação de anúncios com imagens femininas, os quais foram recolhidos para, posteriormente, serem analisados com o uso da Análise de Discurso (Orlandi, 2003) e da Semiótica (Peirce, 1999). Para tal análise, foram recolhidos 19 anúncios publicitários de 1960, e 28 de 1980. Na década de 1960 vemos a imagem de mulheres que eram consideradas símbolos de beleza da época, as “Cinderelas do Calçado”. Também verificamos a presença de textos verbais repletos de sinônimos que enalteciam a beleza dessas mulheres, de maneira exagerada. Na publicidade dos anos 80, podemos verificar algumas mudanças, inicialmente em relação à dimensão do anúncio, que ficou menor e a inclusão dos preços de alguns produtos. Observamos, então, que o público-alvo não é mais somente a mulher, mas também os profissionais do setor. Essa mudança ocorreu, provavelmente, porque a FENAC passou de uma feira aberta ao público para uma feira específica aos envolvidos no setor (empresários, comerciantes, etc.). Com este estudo identificamos mudanças singelas, porém a evolução da imagem da mulher, dos anos 60 aos 80, demonstrou diferenças. Nos anos 60, vimos a figura da mulher carinhosa, que se preocupava em cuidar dos filhos e em se vestir com elegância. Nos anos 80, essa mulher foi representada como inteligente e sedutora, mais atenta, também, à questão do custo de seu calçado e das tecnologias empregadas nele, conforme destacado nos anúncios.