

Sessão 16  
**Comunicação, linguagem e organizações B**

145

**QUATRO DÉCADAS DE HISTÓRIA: A PROFISSIONALIZAÇÃO E O CRESCIMENTO DO MERCADO PUBLICITÁRIO HAMBURGUENSE.** *Marcelle Silveira dos Santos, Maria Berenice da Costa Machado (orient.) (FEEVALE).*

A atividade publicitária em Novo Hamburgo profissionalizou-se a partir da década de 60, período de expressivo crescimento da economia coureiro-calçadista, e que corresponde, também, à criação da FENAC, à fundação do Jornal NH e das primeiras agências de publicidade. Atualmente, o município conta com centenas de anunciantes, cerca de 50 empresas de publicidade, diversos veículos e prestadores de serviços na área da comunicação. O projeto de pesquisa História e Memória da Publicidade e Propaganda em Novo Hamburgo, aborda o caráter agregador e multiplicador das agências pioneiras e traça como objetivo, ao longo destes dois últimos anos, investigar e relatar os acontecimentos que contribuíram para a constituição deste mercado. Como metodologia, recorremos à revisão da bibliografia: Petry e Schütz nos possibilitaram fazer a contextualização sócio-histórica; em Dionísio, Santos, Sampaio e Sant’anna vimos os conceitos relativos à Publicidade e Propaganda. Neste cenário, integramos documentos – fotografias, anúncios, certidões, entre outros – depoimentos e as memórias de pessoas-chave, totalizando mais de 50 horas de gravações. Com a proximidade da conclusão do projeto, e a partir de informações e resultados parciais, até então fragmentados, torna-se relevante agora contar este capítulo da história local. Assim, apresentamos o eixo que permite construir um panorama organizado das primeiras agências da cidade, compreender parte das suas relações, bem como configurar o atual mercado publicitário.