176 **IMAGENS DA MODERNIDADE NA PUBLICIDADE DA REVISTA DO GLOBO NOS ANOS 1950.** *Kellen Bammann, Charles Monteiro (orient.)* (PUCRS).

A pesquisa visa compreender o papel da publicidade comercial no processo de modernização da sociedade porto-alegrense na década de 1950, tendo como fonte os anúncios publicitários da *Revista do Globo*. Os anos 1950 são um período privilegiado para problematizar essa modernização, na medida em que a publicidade no Brasil – e especialmente na *Revista do Globo* – entrava em nova fase acompanhando as transformações das demandas da sociedade urbana industrial. Nesse contexto, surgiam novos padrões de higiene, beleza, entretenimento, moradia e transporte, que geravam novas práticas e comportamentos sociais. À medida que a publicidade apresentava novos produtos aos consumidores urbanos e difundia novos padrões de vida moderna ela exercia uma pedagogia social. Logo, o projeto baseia-se na concepção de que os anúncios publicitários são produtos culturais historicamente construídos, com múltiplos sentidos e que expressam a construção e a elaboração do imaginário social de um período. Dentro deste contexto, foram selecionados quatro grandes temas relacionados aos propósitos da pesquisa nos anúncios publicitários, que apresentam significados de modernidade implícitos em suas imagens e textos. Uma vez selecionados os quatro grandes temas – Construção, Decoração, Eletrodoméstico e Mecânica – está sendo feito o fichamento dos anúncios em grupos temáticos analisando-se os textos e as imagens. A etapa seguinte será de interpretação do material a partir de discussões teórico-metodológicas sobre publicidade, sociedade de consumo e modernidade urbana no Brasil nos anos 1950. Como resultado parcial, pode-se afirmar que a *Revista do Globo* constituía-se em um meio privilegiado de difusão dos valores modernos nos anos 1950. Pois, através dos anúncios publicitários a revista exercia sobre seus leitores uma pedagogia social que propunha novos valores e práticas da vida moderna urbana associada ao consumo de novos produtos como carros e eletrodomésticos entre outros. (Fapergs).