

011

**PAIS CONSUMIDOS: UMA ESTRATÉGIA PARA ANALISAR O CONSUMO NO DIA DAS MÃES E DIA DOS PAIS.** *Fernando Cella Bilhar, Ruben George Oliven (orient.) (UFRGS).*

A partir do exame de folhetos publicitários e propaganda interna de uma loja de departamentos situada no centro de Porto Alegre, este trabalho visa a realizar uma análise comparativa entre apelos publicitários veiculados ao período que antecede o Dia das Mães e o Dia dos Pais, e os produtos mais vendidos em ambas as datas citadas. Através da ótica antropológica, o trabalho analisa as mensagens publicitárias que abordam a temática do que é ser "mãe" e "pai", compara as mesmas e estuda a receptividade destas pelos indivíduos, relacionando-as aos produtos mais vendidos. Os métodos utilizados foram: a observação participante, a realização de entrevistas com funcionários da loja, a análise dos folhetos publicitários durante e entre as datas comemorativas, e a análise dos dados sobre as vendas dos produtos. Por estar ligada à pesquisa *Novas Fronteiras da Cultura*, a presente investigação busca discutir a dinâmica da cultura em sociedades modernas, na qual o consumo é parte indissociável. O próximo passo é executar o mesmo procedimento no que diz respeito ao Dia dos Pais. (PIBIC).