

# AS ECONOMIAS DO TEMPO EM TEMPOS DE ECONOMIA: UM BRASIL NAS PUBLICIDADES DA REVISTA VEJA (1974-1994)

## XIII Encontro de Pesquisa e Pós-Graduação

Beneangelo Soares Chagas, Jailson Pereira da Silva

Na vasta seara da História as publicidades já não são novidades. O presente trabalho toma como fonte principal de pesquisa um tipo destas, os anúncios veiculados pela revista *Veja* entre 1974 e 1994. Entre a Crise do Petróleo e o Plano Real, nesses anos, no Brasil, o "Milagre Econômico Brasileiro" chegou ao fim, a economia nacional desacelerou, a inflação galopou e a desigualdade social no país se agravou. Concomitante a isso, como ocorreu com outras formas culturais, a publicidade brasileira – produção e campo – foi censurada. Menos paradoxo do que jogo de forças, passou também pelo seu auge de crescimento no cenário publicitário mundial. Como a expressão publicitária é marcada por um discurso otimista, que encontra em momentos de prosperidade mais oportunidades para interagir socialmente, a pesquisa visa compreender como, em uma época de crise, as publicidades traduziram o tempo, os conflitos e as expectativas do cotidiano. Pois, se dependente da estrutura social e sensível às mudanças desta, como a publicidade interagiu à crise pela qual passava o Brasil? E como se deu, em *Veja*, a relação entre o anunciar da crise e os anúncios dos tempos de crise? E quanto à censura? São essas as questões que norteiam a investigação. A metodologia empregada consiste na interpretação dos anúncios em seu tempo e na sua interação com as outras fontes analisadas, como a revista *Propaganda* e os Anuários do Clube de Criação de São Paulo. Até aqui, a pesquisa tem resultado na produção e publicação de artigos, bem como tem sido apresentada em eventos acadêmicos locais e nacionais. No atual estágio da análise, conclui-se que a retórica publicitária brasileira do período em questão foi construída principalmente sob os "conceitos" de economia, tecnologia e distinção. Todavia, a partir da publicidade como resquício e indício do tempo, o que isso significa e o que mais é possível dizer sobre o Brasil daquele período? Agradece-se à CAPES pela bolsa que possibilitou a pesquisa.

Palavras-chave: História do Brasil. Crise brasileira. Revistas. Publicidade.