

032

**PUBLICIDADE NO RIO GRANDE DO SUL: A TENSÃO ENTRE O GLOBAL E O LOCAL.***Aline Brustolin, Carine da Costa, Maria Lília Dias de Castro (orient.)* (PPGCC - Unisinos (Centro de Pesquisa de Pós Gradua, UNISINOS).

O fortalecimento mercadológico, associado ao incremento da tecnologia, deu à publicidade projeção, espaço nos meios e mais impulsão ao mercado. O resultado foi a aproximação das distâncias, o entendimento do mundo como um mercado único. Embora exista esse movimento em direção à mundialização, talvez não se possa considerar o fenômeno como um caminho de mão única: para se impor no mercado a empresa muitas vezes precisa fazer concessões às questões locais. Assim, em que pesem as lógicas da globalização, a publicidade, para conquistar o consumidor, tem buscado valorizar as culturas particulares e as tendências localizadas. O objetivo geral desta pesquisa é, dentro do contexto gaúcho, examinar algumas campanhas publicitárias, como um lugar de tensionamento entre padrões mundializados e especificidades do cenário local. Isso implica a realização das seguintes tarefas de ordem teórica e prática: 1-leitura de material teórico pertinente às questões de interesse da pesquisa, 2-pré-observação de campanhas publicitárias de cinco segmentos empresariais (Banco, Loja de Eletrodomésticos, Loja de Roupas, Shopping Center e Supermercado), para estudo preliminar, 3-análise da linguagem publicitária na convergência das estratégias comunicacionais e discursivas utilizadas na sua produção. O enfoque metodológico privilegia o viés interpretativo com apoio na técnica de análise do discurso. Como resultados, espera-se auxiliar na identificação das tensões presentes no discurso publicitário gaúcho e mostrar as tendências significativas da publicidade veiculada no Rio Grande do Sul. Até o momento a bolsista realizou atividades de pesquisa teórica para reconhecimento das bases da análise interpretativa; de contato com o material empírico, e de auxílio na definição das peças a serem examinadas.