

102

**ESTUDO ANTROPOLÓGICO SOBRE A CONSTRUÇÃO DE UMA INTIMIDADE FEMININA ATRAVÉS DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA.** *Januária Monteiro Menegotto, Ana Luíza Carvalho da Rocha* - Projeto Banco de Imagens e Efeitos Visuais - PPGAS - UFRGS

Vivemos, hoje, numa época de crise das antigas ordens de representações e de saberes e, mais profundamente, num tempo de grande complexidade no que diz respeito às formas de produção de identidades sociais. Assistimos simultânea e consequentemente, a um avanço relacionado à autonomia sexual feminina: a mulher conquistando espaços, mas, especialmente, redimensionando o seu espaço público e privado. Cultua-se a higiene pessoal, as dietas, a forma física. Busca-se a juventude eterna, a elegância, a feminilidade, o belo... assumindo, o corpo, entre os anos 40-60, um lugar simbólico singular no consumo cultural, concebido a partir de opções individuais e íntimas de estilo de vida dos diferentes grupos urbanos. Este estudo tem como objetivo analisar e compreender a construção, através da publicidade, de um universo íntimo feminino, formado a partir da indústria de bens de consumo cultural. Adota-se uma perspectiva comparativa entre a propaganda de produtos de beleza e as reportagens que tratam da construção social do feminino nas Revistas do Globo, direcionando a análise para o estudo da formação de uma intimidade feminina no mundo urbano contemporâneo. Esta pesquisa é desenvolvida no Projeto Banco de Imagens e Efeitos Visuais/PPGAS/UFRGS, a partir da análise do acervo documental-fotográfico aí catalogado, no âmbito da pesquisa antropológica sobre a cidade de Porto Alegre (FAPERGS).