

“SI É BAYER É BOM”: As representações discursivas contidas nos reclames da Bayer (1911-1942 e 1943-2006) ¹

Thaís Elias de SOUZA ²

Acadêmica do Curso de História da Universidade Estadual de Goiás
(UEG) – Câmpus Morrinhos

Júlio Cesar MEIRA ³

Docente e Coordenador do Curso de História da UEG - Câmpus de Morrinhos.

Doutorando em História Social pela Universidade Federal de Uberlândia

Resumo: Este trabalho tem por objetivo analisar os discursos presentes nos reclames publicitários da empresa BAYER, produzidos entre os anos de 1911-1942 e 1943- 2006. Os reclames referentes ao primeiro período analisado foram republicados por ocasião das comemorações dos 90 anos de atividades da referida empresa no mercado brasileiro, no final da década de 1980, com a intenção explícita de resgatar a trajetória da companhia, enfatizando o processo de ascendência e consolidação empresarial. O trabalho parte, inicialmente, da análise das estratégias de mídia nos meios de comunicação em geral, a utilidade e as finalidades dessas estratégias e meios de comunicação na construção de mentalidades e imaginários, para, a partir daí, identificar as estratégias e intenções por detrás das propagandas da Bayer, os elementos de apelo, o discurso verbal, visual, o público alvo e o local de publicação, todos fundamentais para a consolidação da narrativa desejada, de modo a identificar nos reclames os sentimentos implícitos e explícitos, os posicionamentos ideológicos, bem como o “imaginário” construído pela empresa em suas propagandas. O suporte teórico baseia-se em autores como Jésus Martin-Barbero, Carvalho & Brandão, Ingedore Koch e outros, no campo da análise dos meios de comunicação, assim como, na análise do discurso como representações que compõem imaginários, o trabalho se utiliza das formulações de autores como Bronislaw Baczko, Cornelius Castoriadis e Néstor Canclini.

Palavras-chave: História, imaginário, representações, propaganda.

¹ Trabalho apresentado no GT História da Publicidade e Comunicação Institucional integrante do 11º Encontro Nacional de História da Mídia.

² Estudante de Graduação. 4º ano do Curso de História da UEG – Câmpus Morrinhos, email: thaisdhes@gmail.com

³ Orientador do Trabalho. Professor do Curso de História da UEG – Câmpus Morrinhos, email: juliohistoriador@gmail.com