



## **TEXTO AKEDIANO PARA ESTE VOLUME**

Há homens que nascem póstumos  
(acho que sou um deles)!

(Frase de Friedrich Wilhelm Nietzsche. Alemanha – 1844 / 1900)

GRUPO de pesquisa SOCIEDADE, IMAGENS E CULTURA (SIC)



**VOLUME VI – ANO IV – 2º SEM. 2018**

**UNIVERSIDADE  
DO ESTADO DE MINAS GERAIS**



**UNIDADE FRUTAL**



GRUPO DE PESQUISA  
SOCIEDADE, IMAGENS E CULTURA (SIC)

# AKEDIA – VERSÕES, NEGLIGÊNCIAS E OUTROS MUNDOS

VOLUME VI – ANO IV  
CIÊNCIAS, TECNOLOGIAS E SUAS  
LINGUAGENS

FRUTAL – MG  
2018

### **Equipe de Revisão Final de Normas e de Linguagem**

Dr. Marcelo Pessoa

Ariane Moraes

### **Revisão de Diagramação e Arte**

Dr. Marcelo Pessoa

### **Capa**

Autor: Vincent Van Gogh

Título: "The Sower" (O Semeador)

Disponível: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/imagem/go000082.jpg> ou

[http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select\\_action=&co\\_obra=413](http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=413)

2. acesso em 28/09/2018, às 21h50min.

### **Impressão por demanda e Hospedagem Eletrônica do Volume**

Revista AKEDIA – Grupo SIC – Universidade do Estado de Minas Gerais – Unidade Frutal

### **Periódico Nacional Indexado por**

Google Scholar

Diadorim/IBICT

Latindex

Researcher Id

Claryvate Analytics

### **Editor Corporativo**

MPEducacional

### **Editor-Chefe**

Prof. Dr. Marcelo Pessoa

### **Conselho Editorial**

Dr. Dionísio Vila Maior (UAL, Lisboa)

Dr. Rodrigo Ney Millan (UEMG, Frutal)

Dr. Allynson Takehiro Fujita (UEMG, Frutal)

Dra. Cintia Camargo Vianna (UFU, Uberlândia)

Dr. Marcelo Pessoa (UEMG, Frutal)

Dr. Jorge Pedro Sousa (Universidade do Porto, Portugal)

Dra. Daniela Soares Portela (UEMG, Frutal)

Dra. Jociene Carla Bianchini Ferreira (UFMT, Mato Grosso)

Dr. André Vinicius Martinez Gonçalves (IFG, Goiás)

Dra. Cristiane Pimentel Neder (UEMG, Frutal)

P475p Pessoa, Marcelo

Grupo de Pesquisa Sociedade, Imagens e Cultura (SIC). / Marcelo Pessoa (org.) -- Frutal, novembro, 2018.

173 p. f.: il., (vol. 6, ano IV, 2º semestre 2018).

**ISSN 2447-7656**

1. Produção científica. 2. Homem. 3. Cultura. 4. Sociedade I. Pessoa, Marcelo. II. Universidade do Estado de Minas Gerais. III. Título.

CDU 008

## EDITORIAL PARA O VOLUME 6

É COM GRANDE SATISFAÇÃO QUE, NESTE MÊS DE NOVEMBRO DE 2018, DIVULGAMOS O SEXTO VOLUME DA REVISTA “AKEDIA: VERSÕES, NEGLIGÊNCIAS E OUTROS MUNDOS”.

CONCEBIDA ORIGINALMENTE, NA SEGUNDA METADE DE 2015, PARA QUE FOSSE UMA PUBLICAÇÃO IMPRESSA, ESTA MÍDIA CIENTÍFICA, ALINHADA ÀS DEMANDAS TÉCNICAS DE SEU TEMPO, RAPIDAMENTE PASSOU A INTEGRAR REPOSITÓRIOS DIGITAIS COMO O DO *SITE* DA UEMG – UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS, UNIDADE FRUTAL, SENDO LOGO, EM 2016, EMBARCADA NO SEU PRÓPRIO SÍTIO, VIA PLATAFORMA WIX.COM.

COM PREVISÃO DE PERIODICIDADE SEMESTRAL, COM CHAMADAS DE PUBLICAÇÃO EM REGIME DE FLUXO CONTÍNUO, O PERFIL EDITORIAL DA “REVISTA AKEDIA” É GERENCIADO POR SEU EDITOR-CHEFE, QUE TAMBÉM É LÍDER DO GRUPO DE PESQUISAS SOCIEDADE, IMAGENS E CULTURA (SIC) E CEO DA MPEDUCACIONAL.

A COMPOSIÇÃO DO CORPO EDITORIAL DO PERIÓDICO CONTA COM A PARTICIPAÇÃO DE PROFESSORES DE INSTITUIÇÕES BRASILEIRAS E DE OUTROS PAÍSES, OS QUAIS ATUAM, SEMPRE QUE SOLICITADOS, COMO CONSULTORES *AD HOC*, DIRIMINDO QUESTÕES AS QUAIS, SEM SEU *KNOW HOW* ACUMULADO A SOLUÇÃO NÃO SE DARIA A CONTENTO.

CENTRADA NAS PREOCUPAÇÕES ASSOCIADAS ÀS CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS, ESTA REVISTA, BEM COMO AS DEMAIS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS E FICCIONAIS DO SIC, APESAR DE TAL PREMISA, NÃO SE ATÉM OBRIGATORIAMENTE À ESPÉCIE CONCEITUAL QUE SE EVOCA PARA ESTA OU AQUELA ÁREA DO CONHECIMENTO. SIMULTANEAMENTE, NOSSAS PUBLICAÇÕES NÃO SE PROPÕEM INTERDISCIPLINARES, VISTO QUE SERIA PARADOXAL ROMPER COM UMA TRADIÇÃO E ADERIR A OUTRA.

É FATO, POR ISSO, QUE AS PUBLICAÇÕES DITAS, ASSIM, TÍPICAMENTE AKEDIANAS, SÃO CONTROVERSAS, UMA VEZ QUE ORIENTA NOSSO CORPO EDITORIAL O DESEJO DE REUNIR E DIVULGAR TEXTOS QUE TRATEM DOS ASPECTOS CONTRADITÓRIOS HUMANOS, SOCIAIS E CULTURAIS QUE CONSTITUAM NOSSA CIVILIZAÇÃO, ACENANDO PARA UM TERRITÓRIO DE REFLEXÕES E DE FRONTEIRAS VISÍVEIS, À LUZ DO RIGOR CIENTÍFICO *STRICTO SENSU*, PORÉM, MÓVEIS E AJUSTÁVEIS.

NESTA CESTA DE LETRAS E PENSAMENTOS, PORTANTO, CABE TODA PONDERAÇÃO QUE SE CONCEBA NO MUNDO POR MEIO DE DIÁLOGOS RECÍPROCOS ENTRE O ORGÂNICO E O INÓRGÂNICO, ENTRE O POLÍTICO E O CULTURAL, ENTRE O MICROSCÓPICO E O MACROSCÓPICO, ENTRE O ECONÔMICO E O SOCIAL, ENTRE O TÁTIL E O INVISÍVEL, POIS, EM SUMA:

A NATUREZA COMPLEXA DE TAIS PROBLEMAS PEDE DIÁLOGOS NÃO SÓ ENTRE DISCIPLINAS PRÓXIMAS, DENTRO DA MESMA ÁREA DO CONHECIMENTO, MAS ENTRE DISCIPLINAS DE ÁREAS DIFERENTES, BEM COMO ENTRE SABERES DISCIPLINARES E SABERES NÃO DISCIPLINARES DA SOCIEDADE E DAS CULTURAS, DEPENDENDO DO NÍVEL DE COMPLEXIDADE DO FENÔMENO A SER TRATADO. DAÍ, A RELEVÂNCIA, NO MUNDO CONTEMPORÂNEO, DE NOVAS FORMAS DE PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO QUE TOMAM COMO OBJETO FENÔMENOS QUE SE COLOCAM ENTRE FRONTEIRAS DISCIPLINARES, QUANDO A COMPLEXIDADE DO PROBLEMA REQUER DIÁLOGO ENTRE E ALÉM DAS DISCIPLINAS. DIANTE DISSO, DESAFIOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS COLOCAM-SE PARA DIFERENTES CAMPOS DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA (CAPES, DOCUMENTO DE ÁREA 2009. DISPONÍVEL EM [HTTPS://WWW.CAPES.GOV.BR/IMAGES/STORIES/DOWNLOAD/AVALIACAO/INTER.03AGO10.PDF](https://www.capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/inter.03ago10.pdf), ACESSO EM 06/05/2015).

FINALMENTE, VALE DIZER QUE, NESTE ESPAÇO DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA, SE PUBLICAM TEXTOS DE MEMBROS E NÃO MEMBROS DO GRUPO SIC. DESSE MODO, A PRODUÇÃO DOCENTE, A PUBLICAÇÃO DISCENTE E DOS SERVIDORES DA UEMG – UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS, UNIDADE FRUTAL, OU DE OUTRAS INSTITUIÇÕES INDICADAS POR INTEGRANTES DE NOSSO CONSELHO EDITORIAL NOS SÃO OBJETOS PREFERENCIAIS, DESDE QUE FRUTOS DE PESQUISA BÁSICA OU APLICADA, EM ESTÁGIO INTERMEDIÁRIO, MEDIAL OU AVANÇADO, DEVIDAMENTE ORIENTADAS, E QUE SE CONECTEM COM O EIXO EXPRESSIVO DE NOSSO CORPO EDITORIAL E TAMBÉM RESPEITEM OS DITAMES ALUDIDOS ANTERIORMENTE PELA COORDENADORIA DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE ENSINO SUPERIOR – CAPES.

MARCELO PESSOA

(EDITOR-CHEFE, LÍDER DO GRUPO SIC E CEO MPEDUCACIONAL)

## PREFÁCIO PARA O VOLUME 6

O SEXTO VOLUME DA “REVISTA AKEDIA: VERSÕES, NEGLIGÊNCIAS E OUTROS MUNDOS” SEGUIE, AINDA, A MESMA MOTIVAÇÃO ESSENCIAL DO PRIMEIRO NÚMERO. NO PRIMEIRO MOMENTO, O MOTE FOI O DE ATENDER A UMA DEMANDA ESPECÍFICA, QUE ERA O DE DAR VAZÃO À PRODUÇÃO CIENTÍFICA DE UM GRUPO DE ALUNOS DE PÓS-GRADUAÇÃO DA UEMG (UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS), QUE CURSARAM A PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* INTITULADA “ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA”, OFERECIDA PELA UNIDADE UEMGUIANA FAPP – FACULDADE DE POLÍTICAS PÚBLICAS TANCREDO NEVES, COM SEDE EM BELO HORIZONTE – MG. DESDE ENTÃO, VEMOS NESTE SEXTO VOLUME, QUE OS ALUNOS QUE AQUI PUBLICAM JÁ NÃO SÃO APENAS OS DA PÓS-GRADUAÇÃO. IGUALMENTE, A PRODUÇÃO DOCENTE PASSOU A INTEGRAR FORTEMENTE O ROL DE AUTORES PUBLICADOS.

A ESTES E AO LONGO DO TEMPO, SOMAM-SE OUTROS AUTORES QUE ENTENDERAM A IMPORTÂNCIA DE ENRIQUECER PROPOSTAS COMO ESTA E, AO NOS PROCURAREM, MANIFESTARAM O DESEJO DE COMPOR FRASES E PENSAMENTOS NESTAS LINHAS AKEDIANOS.

RESUMIDAMENTE, ESTE ESPAÇO VEM SENDO, ENTÃO, CONSOLIDADO NO TERRENO DA EXPOSIÇÃO DO BROCARDO ACADÊMICO QUE DÁ VOZ À PESQUISA BÁSICA E APLICADA, EM FACE DO QUE SE RECONHECE COMO NECESSIDADE PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA TRADIÇÃO CIENTÍFICA QUE SE PRETENDA DURADOURA.

MARCELO PESSOA (EDITOR-CHEFE)

## SUMÁRIO

### ARTIGOS

1. ISAAR SOARES DE CARVALHO – HERMENÊUTICA, IDEOLOGIA E POLÍTICA.....11
2. LEVI HENRIQUE MERENCIANO & PRISCILA FLORENTINO DE MELO MERENCIANO – FILME ORIENTAL E CINEMA COMERCIAL – ANÁLISE DAS CATEGORIAS PLÁSTICAS EM SHINOBI: A BATALHA.....23
3. MARCELO PESSOA – REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA, LINGUAGEM E MOVIMENTOS SOCIOCULTURAIS: PATRIMÔNIO, MEMÓRIA E IDENTIDADE.....47
4. PATRIK EDUARDO DA SILVA FERREIRA; GEISIANE RODRIGUES DOS SANTOS; IZABEL CRISTINA TACELI – A INFLUÊNCIA DAS SAFRAS NO MUNICÍPIO DE FRUTAL.....62
5. IRACEMA CAPRONI DE SOUZA – SPAM: RECEBIMENTO, TRIAGEM E RECICLAGEM DE PRODUTOS ELETRÔNICOS – 2013 E 2014.....73
6. IVAN J. REIS FILHO & LUCAS S. SOUSA – UMA SOLUÇÃO PARA O CONTROLE DE SERVIÇOS PARA COOPERATIVAS DE CRÉDITO.....85
7. AIDA FRANCO DE LIMA – A SOCIEDADE DEVORADA POR IMAGENS: OS ALIMENTOS ANIMALIZADOS E A DOCILIZAÇÃO DA MORTE.....105



## RESENHAS

1. CACINELLI, BRUNA ALVES; CARDOSO, HENRIQUE VIANA; SILVA, JULIANA; ASSUNÇÃO, LARISSA CASTRO CORTES MORAIS; LORENA SILVA; SILVA, PAOLA BANDERA FERREIRA; PESSOA, MARCELO – O RURAL E O URBANO NA SOCIEDADE BRASILEIRA: RELEITURA E ATUALIZAÇÃO DE DADOS.....151
2. MORAIS, ADONIAS GOMES DE; GAZOTTO, ANA BEATRIZ B.; QUEIROZ, ANA CRISTINA M.; SILVA, CAMILA FERREIRA; DINIZ, KAUANE SABRINA R.; FERREIRA, STEFANY DUARTE C.; PESSOA, MARCELO – O RURAL E O URBANO NA SOCIEDADE BRASILEIRA: RELEITURA E ATUALIZAÇÃO DE DADOS.....154
3. CLAUDINO, DANILLO TITO FRANCO; MONTEIRO, JULIANA SOARES; SOUZA, GIOVANE MARTINS RODRIGUES DE; SILVA, MARIA JANIELY CAMPOS; SILVA, SARAH FERREIRA; BRITO, THIAGO SILVA; PESSOA, MARCELO – O RURAL E O URBANO NA SOCIEDADE BRASILEIRA: RELEITURA E ATUALIZAÇÃO DE DADOS.....157
4. SILVA, ANTÔNIA KARLA DA; SALVADOR, BÁRBARA; SILVA, CÉLIO SOUZA; MARTINS, GABRIELLA GRANEL; MACHADO, MATEUS LUIZ DA SILVA; FAUSTINO, PATRÍCIA VIEIRA; PESSOA, MARCELO – O RURAL E O URBANO NA SOCIEDADE BRASILEIRA: RELEITURA E ATUALIZAÇÃO DE DADOS.....160

## RESUMOS

01. PESSOA, MARCELO – BUNKAI: UMA VIDA NO KARATÊ.....167
02. SIMON, ANDRÉIA GARCIA MARTIN; MOTA, KEILA MARTINS; PIAZZA, MARINA SILVEIRA DE FREITAS – (DES)IGUALDADE DE GÊNERO E SEUS REFLEXOS NA QUESTÃO SALARIAL.....168



# ARTIGOS

Os artigos publicados nesta seção são de total responsabilidade conceitual e redativa de seus autores. Contudo, vale dizer, que eles tratam dos diversos temas que são objeto de estudo em nossa sociedade. A pluralidade conceitual e retórica que ora se atesta, prende-se ao fato de que as escritas akedianas têm por premissa transitar pelas interfaces interdisciplinares, multidisciplinares e transdisciplinares. Ou seja, priorizamos os textos tematicamente plurais, interdisciplinares, isto é, aqueles que coloquem as disciplinas do saber humano em diálogos e correspondências. Atentamos, além disso, para a produção multidisciplinar, quer dizer, para o *paper* que figure como representação e de expressão de um par ou de um conjunto de áreas do conhecimento. Mas, aqui, sobretudo, dispomos textos em que se vislumbrem a transcendência das limitações impostas por esta ou por aquela área do conhecimento, acenando para as possibilidades criativas, para a inovação, sem abrir mão do rigor científico.

## HERMENÊUTICA, IDEOLOGIA E POLÍTICA

CARVALHO, Isaar Soares de<sup>1</sup>

**RESUMO:** O trabalho aborda as relações entre as teorias políticas, a ideologia e a hermenêutica, especialmente quanto ao uso da Bíblia em prol de interesses políticos e de classe, como na defesa da origem divina do poder, da monarquia como melhor forma de governo e da defesa do poder absoluto do Estado. Estabelecendo um diálogo com a Literatura, examina a crítica amadiana às relações entre a Igreja e a classe dominante e ao uso da Bíblia para justificar a violência na luta pela terra no Brasil. Enfim, mostra-se como, no Brasil, a Bíblia foi usada como recurso ideológico, tanto pelo clero quanto pelos conquistadores de terras, que liam o livro de forma superficial e pragmática, tendo uma visão mágica do texto e, com isso, procurando justificar a violência.

**PALAVRAS-CHAVE:** Hermenêutica, Jorge Amado, Religião, Estado.

**ABSTRACT:** The work deals with the relationship between the political theories, ideology and hermeneutics, especially regarding the use of the Bible for political interests and class, as in the defense of the divine origin of the power of the monarchy as the best form of Government and absolute power of the State. Establishing a dialogue with literature, examines the critical amadiana relations between the Church and the ruling class and use the Bible to justify violence in the struggle for land in Brazil. Anyway, it is shown how, in Brazil, the Bible was used as the ideological feature by both the clergy and the conquistadores, who read the book so shallow and pragmatic, having a magical vision of the text and, with it, seeking to justify the violence.

**KEYWORDS:** Hermeneutics, Jorge Amado, Religion, State.

---

<sup>1</sup> Doutor em Filosofia (UNICAMP). Pós-Doutor em Letras Clássicas e Vernáculas (USP). Professor da UEMG, Unidade Frutal.

## INTRODUÇÃO

O controle da interpretação da Bíblia foi reconhecido, ainda no Século XX, pelo historiador Daniel-Rops, da Academia Francesa, que afirmou que são “cristãos afastados da comunidade católica” aqueles que “creem que a Bíblia, mensagem direta e pessoal de Deus, possa viver sem a Igreja estabelecida por Cristo, como se não fora essa mensagem entregue, coletivamente, a um povo organizado pela vontade de Deus”<sup>2</sup>. O erudito escritor afirma ainda que “os padres dos primeiros tempos já o sabiam, pois que neles se confundiam a fé na Escritura e a fé na Igreja, não somente por ser garantida por decisão canônica a veracidade do texto, mas porque a tradição era para eles a de uma Bíblia viva. Assim, a Bíblia, prolongada pela Igreja”, e ainda que “no momento em que esta Igreja, pela voz do magistério infalível, multiplica-se as admoestações em favor da leitura e do estudo da Bíblia, esta certeza impunha-se, mais do que nunca, ao espírito, de que seria na Igreja e por ela que a Escritura encontraria toda a sua pujança”<sup>3</sup>.

Daniel-Rops afirma ainda que “Lutero, porém, e, ao lado dele, os demais ‘reformadores’, rendendo ao Livro sua supremacia e repercussão, cometeram o erro inexpiável de separá-lo da tradição que lhe havia garantido o texto e contribuído para elucidá-lo”, e que, “tornada para o homem como fonte única de fé e vida espiritual, oferecia a Bíblia o meio de se prescindir da Igreja, de sua organização social, da tradição e da hierarquia”.

Acresce ainda o ilustrado escritor que “a Igreja Católica mediu o perigo dessa quebra na evolução histórica da mensagem cristã e dessa individualização da crença. Reagiu, então, pelas medidas de proteção que tomou o Concílio de Trento, principalmente pela interdição aos fiéis de lerem a Sagrada Escritura nas traduções em língua vulgar que não tivessem sido aprovadas por ela e não fossem acompanhadas de comentários conforme à Tradição Católica”. Essa medida fez com que se tornasse corrente a afirmação:

---

<sup>2</sup> Daniel-Rops. *Que é a Bíblia?* S. Paulo: Flamboyant, 1958, p. 112.

<sup>3</sup> Idem, *ibidem*.

“A Bíblia está no Index” ou ainda esta outra: “Um católico não deve ler a Bíblia”<sup>4</sup>.

Se tomarmos em mãos *Os Sermões*, do Padre Antônio Vieira, veremos como, no Século XVII, esse controle do Magistério sobre a interpretação da Bíblia era assaz rigoroso: como interpretar, o que pregar, a quem pedir autorização para enunciar o verbo divino. E saber que o Sermão da Sexagésima começa com a repetição do texto do Evangelho: “Eis que o semeador saiu a semear”. Mas a semeadura, mesmo a de um Vieira, teve de passar pelo crivo do Magistério. Dessa forma, a Hermenêutica se rende à visão de mundo da Igreja, mas onde estaria a essência mesma do texto, se sua interpretação tem de ser submissa a uma instituição? Será que esta poderia prender ou colocar limites mesmo à palavra de Deus, que não volta para ele vazia, mas prospera naquilo para o que foi enviada, como diz o profeta Isaías?

No entanto, até à própria divindade a Igreja tentara colocar limites. E ao selecionar o que é canônico, a Igreja já adota uma forma de interpretação. Depois controla a leitura e as interpretações dos textos considerados sagrados, administra os sacramentos e passa a interferir na propriedade, nos casamentos, nas heranças, a ter um conjunto de regras jurídicas próprias, o Direito Canônico, e mais, pretenderá ser superior ao Estado.

Então, surge, na história do pensamento político, uma nova hermenêutica da Bíblia, feita por Thomas Hobbes, que interpreta as Escrituras com a finalidade de demonstrar que a soberania do Estado é absoluta e inalienável, bem como que toda instituição só terá legitimidade se obtiver o reconhecimento do Estado. Pelas Escrituras ele ensina também que Cristo não desobedeceu ao Estado e que nada ensinou nesse sentido, que sua missão foi a de Redentor e que seu reino, como ele mesmo disse, não é deste mundo. Sendo assim, a Igreja não pode ter a presunção de colocar-se acima do Estado. Por outro lado, a leitura da Bíblia feita pelos leigos pode levar a interpretações superficiais e a absurdos hermenêuticos. Creio que seja isso o que Jorge Amado quis mostrar, na obra *Terras do Sem-Fim*, ao citar situações em que a leitura da Bíblia era feita.

---

<sup>4</sup> Daniel-Rops, op. cit., p. 10-11.

## DESENVOLVIMENTO – PARTE I

As reflexões a seguir expõem parte da pesquisa de Pós-Doutorado em Letras Clássicas e Vernáculas, realizado na USP, especificamente no capítulo III do texto entregue ao programa de pós-graduação, intitulado “Abordagem histórica das interpretações da Bíblia em relação ao Estado”, em diálogo com a obra de Jorge Amado, que privilegia a reflexão política e social e que apresenta uma visão crítica da religião e de suas relações com a classe dominante em várias de suas obras, como em *Cacau*, *Gabriela*, *Terras do Sem Fim*, *Seara Vermelha*, *Tenda dos Milagres* e *O Sumiço da Santa* (para citar alguns exemplos relevantes, devido à extensão da produção amadiana).

Na obra *O Sumiço da Santa*, por exemplo, o autor faz uma crítica à situação social dos fiéis da paróquia do jovem padre que chegara a Salvador, nos seguintes termos: “Na distante freguesia que lhe coubera, os paroquianos eram pobres de Deus, servos dos ricos, sujeitos à lei imemorial da violência”<sup>5</sup>.

Antes, na obra *Cacau*, o autor denunciara o fato dos homens do campo serem obrigados a construir um templo para a realização dos cultos celebrados pela classe dominante, afirmando criticamente que os meninos da roça de cacau pensavam que os padres eram seus inimigos, visto serem amigos dos coronéis e serem bem recebidos nas fazendas. Assim, esses meninos oprimidos comparavam Deus aos coronéis, devido à riqueza e à força destes.

Jorge Amado assim descreve o seu imaginário teológico: “Possuíam uma vaga ideia de Deus, um ser assim como o coronel, que premiava os ricos e castigava os pobres. Cresciam cheios de superstições e de feridas. Sem religião, sentiam um inimigo no padre. Odiavam-no naturalmente, como odiavam às cobras venenosas e aos filhos pequenos dos fazendeiros”<sup>6</sup>.

Também em *Cacau* ele faz uma leitura crítica da afirmação de Cristo: “Eu sou o pão da vida”. Para Jorge, ainda que um comerciante de alimentos seja católico e tenha no estabelecimento uma imagem de São José, o santo

<sup>5</sup> *O Sumiço da Santa: uma história de feitiçaria*. 3. ed. Rio: Record, 1999, p. 6. (1ª. ed., 1988).

<sup>6</sup> *Cacau*, 53. ed. Rio: Record, 2001, p. 71. (1ª. ed., 1933).

mais venerado pela Igreja, no capitalismo o pão continua a ter um preço. Nesse sentido, Amado introduz na narrativa uma discussão sobre Jesus como o pão da vida e a situação de exclusão em nossa sociedade, conforme se segue:

[...] Detive-me junto a uma padaria. Molecotes e empregados entravam e saíam com embrulhos de pães e biscoitos. Eu entrei também. E quedei-me olhando o imenso monte de pão que subia pela parede até tocar na imagem de São José, padroeiro da 'Pastelaria X do Problema'. Pensei em Jesus multiplicando os pães, mas logo depois não via mais Jesus. Via a fome. A fome com os cabelos de Jesus e os seus olhos suaves. A fome multiplicava os pães, enchia a pastelaria toda, deixando um canto apenas para o empregado. Após multiplicar, dividia. A fome tinha agora um manto de juiz e a mesma expressão terna de Jesus. E dava os pães todos aos ricos, que entravam em procissão com notas de cem mil-réis nos dedos com anéis e mostrava um grande pedaço de língua aos pobres, que na porta estendiam os braços secos [...].<sup>7</sup>

O autor mostra, assim, que o homem excluído dos meios de produção, e que não tem como se alimentar, vive numa sociedade em que uma imagem de São José, o santo mais venerado no catolicismo, nada significa num estabelecimento comercial em relação à solidariedade com o próximo, o que mostra o alcance do modo de pensar capitalista. Por outro lado, a própria Igreja se tornou uma grande proprietária de terras, interferiu na Política por séculos e diversas instituições evangélicas, as quais não fazem parte do Protestantismo Histórico, adotam uma lógica empresarial e seguem a ética do capitalismo, confirmando o que Marx afirmara há tanto tempo, isto é, que vivemos na “época em que todas as coisas, morais ou físicas, tornando-se valores venais, são levadas ao mercado para serem apreciadas pelo seu mais justo valor”, e onde a religião e seus bens simbólicos estão entre os melhores negócios<sup>8</sup>.

Nesse sentido, em *Gabriela*, o pároco de Ilhéus é um proprietário de roça de cacau e seu empenho pela realização de uma procissão em busca do milagre da chuva demonstrava seus próprios interesses. E assim, Jorge Amado descreve, com ironia, a performance do pároco durante a procissão: “O padre Basílio elevava a voz sonora puxando as preces. Escolhido para a importante função por suas eminentes virtudes, por todos consideradas e estimadas, o

---

<sup>7</sup> Idem, p. 9.

<sup>8</sup> Karl Marx, *Miséria da Filosofia* (1847), p. 03. Disponível em: (<https://www.marxists.org/portugues/marx/1847/miseria/cap01.htm>: acesso em 25/10/17).

fora também por ser o santo homem proprietário de terras e roças, diretamente interessado na intervenção celestial. Rezava assim com redobrado vigor”<sup>9</sup>.

E, ainda que a sociedade se unisse em preces em busca da chuva, Jorge Amado mostra que a luta e a distinção de classes permanecia a mesma em Ilhéus, mesmo em relação à Religião, pois os ricos preferiam ir à Igreja Matriz de São Sebastião, a Igreja dos coronéis, enquanto os pobres frequentavam a Igreja de S. Jorge. Assim, Jorge Amado mostra que a própria Igreja se estratifica, reproduzindo o modelo social, político e econômico vigente.

Os coronéis não eram de frequentar Igreja, a não ser numa ocasião que fosse também um fato político, como diz o autor: “Os coronéis do cacau não primavam pela religiosidade, não frequentavam igrejas, rebeldes à missa e à confissão... Contentavam-se com atender aos pedidos de dinheiro do bispo e dos padres para obras e folgedos: o colégio das freiras no alto da Vitória, o palácio diocesano, escolas de catecismo”<sup>10</sup>.

Na obra *Gabriela*, Jorge Amado denuncia também as citações da Bíblia por mera hipocrisia, especialmente por parte do Dr. Maurício Caires, que discursava frequentemente em prol da moral e dos bons costumes. O causídico, que parecia ser um arauto da moral cristã, vivia a citar a Bíblia, condenava o adultério e o cinema, mas era um hipócrita em busca de jovens negras carentes, oferecendo-lhes auxílio, presentes e mesmo propondo sua adoção, por interesses sexuais. Era ele o advogado do coronel Jesuíno, que matara a esposa e seu amante e que no Júri iria citar o Antigo e o Novo Testamento. No entanto, dele exclamava o Capitão: “Esse Maurício é um saco de hipocrisia... Viúvo descarado. Dizem que não há negrinha que se agunte em suas mãos”<sup>11</sup>.

Quanto à menção direta da Bíblia por Jorge Amado, na obra *Terras do Sem Fim*, ele faz frequentes referências ao hábito da leitura da Bíblia feita por Sinhô Badaró, afirmando que “onde quer que ele estivesse, na fazenda, em Ilhéus, mesmo na Bahia a negócio, onde quer que fosse, alguém havia de ler

---

<sup>9</sup> *Gabriela, Cravo e Canela*. 93. ed. Rio de Janeiro: S. Paulo: Record, 2006, p. 05, (1ª. ed., 1958).

<sup>10</sup> *Idem*, p. 8.

<sup>11</sup> *Idem*, p. 77.



para ele ouvir, cada noite, trechos esparsos da Bíblia, momento em que ele procurava adivinhar conselhos e profecias para os seus negócios”<sup>12</sup>.

Um dos trechos da Bíblia lidos dessa forma é o seguinte, do “Livro de Josué”: “Tomou, pois, Josué, toda a terra das montanhas e do meio-dia, e a terra de Gósen, e a planície, e o distrito ocidental, e o monte de Israel e as suas campinas”<sup>13</sup>. E, para confirmar como proceder na luta pela terra em torno de Ilhéus, Sinhô se orienta, então, pelo seguinte versículo, lido ao acaso por Don’Ana: “Não terás misericórdia com ele, mas far-lhe-ás pagar vida por vida, olho por olho, dente por dente”<sup>14</sup>.

Sinhô Badaró, acreditava que “a página aberta casualmente era aquela que tinha o que ensinar” e se não ficasse satisfeito com o trecho lido, sua filha lia até que ele encontrasse “uma relação entre a página lida e o negócio que o estava preocupando” e interpretava o texto “em função das suas necessidades”<sup>15</sup>.

Por outro lado, foi também em função de suas necessidades que o Magistério Eclesiástico interpretou e definiu o Cânon bíblico, exercendo rígido controle na forma de interpretação dos livros selecionados como sagrados, de acordo com os interesses da Igreja e dos membros do clero.

Já, na obra *Seara Vermelha*, a narrativa amadiana enfatiza principalmente a situação de escravidão em que viviam os homens do campo, que quando partiam para o trabalho com a foice ao ombro, eram como escravos com cadeias nos pés. Jorge procura, nessa obra de engajamento, de forma didática, colaborar para o desenvolvimento da consciência de classe e a organização dos trabalhadores do campo na luta por seus direitos, bem como mostra a presença dos ideais comunistas entre membros do Exército brasileiro.

Em relação à religião, Jorge Amado mostra que a situação de opressão extrema em que viviam os trabalhadores do campo era propícia para o aparecimento de pregadores no campo, falando, então, de dois personagens carismáticos do sertão, os beatos Estêvão e Zefa. Ambos davam esperança

---

<sup>12</sup> *Terras do Sem Fim*, 1943, p. 79 (<https://www.elivrosgratis.com/livro/1599/terras-do-sem-fim-jorge-amado.html>, acesso em 25/10/17).

<sup>13</sup> Idem, p. 81. O texto citado é de Josué 11:16.

<sup>14</sup> Idem, p. 83. O texto citado é de Deuteronômio 19:21.

<sup>15</sup> Idem, p. 79

aos oprimidos, porém, pregavam, ao mesmo tempo, o juízo divino contra os coronéis, os políticos, a polícia, os jagunços e todos os ímpios. O beato Estêvão, bem antes de Zefa encontrá-lo em meio ao seu êxodo do sertão, já percorria o deserto anunciando o juízo de Deus sobre os maus.

Jorge Amado, porém, ainda que talvez não acreditasse em sua pregação, se dedica à questão da consciência e da organização de classe, mostrando que esses pregadores eram ouvidos devido à profunda situação de exclusão em que viviam os trabalhadores do campo.

E, ainda que a religião, na visão marxista, seja o suspiro dos oprimidos, o ópio do povo, mesmo essa crítica feita por homens e mulheres pios, mostra que a opressão social, econômica e política é uma realidade. Só não seria desejável que o trabalhador fizesse uma inversão da realidade, atribuindo ao divino a sua situação de opressão e se alienando de seu potencial de transformação.

Quanto a *Tenda dos Milagres*, trata-se de uma obra de suma importância, devido, em primeiro lugar, à sua luta contra o preconceito racial, tanto na Bahia quanto em todo o país.

Em segundo lugar, e atrelado ao problema do preconceito racial, a obra se reveste de importância devido à defesa da liberdade religiosa presente em suas páginas, nas quais o escritor, através de Pedro Archanjo Ojuobá, luta para que sejam assegurados “a liberdade, o respeito e os privilégios concedidos às religiões católica e protestante, pois os cultos afro-brasileiros são a fé, a crença, o alimento espiritual de milhares de cidadãos tão dignos quanto os que mais o sejam”<sup>16</sup>.

Porém, ainda hoje, os credos, os cultos e os praticantes das religiões de origem africana são discriminados e mesmo perseguidos no Brasil, mesmo depois de tanto tempo transcorrido da aprovação da Lei de Liberdade Religiosa, de autoria de Jorge Amado, aprovada na Constituinte de 1946, em seu curto mandato de Deputado Federal, eleito que fora por São Paulo.

---

<sup>16</sup> *Tenda dos Milagres*, São Paulo: Companhia das Letras, 2010, p.170, (1ª. ed., 1969).

## DESENVOLVIMENTO – PARTE II

Fizemos essa exposição sobre temas relativos à Cultura, à Religião, à Política e à Bíblia para demonstrar que há vários pontos em comum entre o uso da Bíblia para justificar ideologias políticas e interesses de classe, por um lado, e seu uso para justificar a violência na luta pela terra no Brasil, por outro. E, se nas ideologias políticas mencionadas, não se adota um critério hermenêutico rigoroso, mas se recorre à Bíblia de forma instrumental, o mesmo se dá nas críticas amadianas mencionadas em relação à leitura da Bíblia de forma superficial e imediatista.

Assim, se de um lado se recorreu à Bíblia para a justificação de diferentes formas de governo na história do pensamento político, por outro lado, em nosso contexto, na cultura do coronelismo, se adotou uma leitura laica e mágica do texto para justificar o massacre dos inimigos na luta pela posse da terra e na justificação da desigualdade social, da qual participou o clero, subserviente da classe dominante e mesmo tendo entre seus pares ricos proprietários de terra e de escravos, atuando, assim, a Igreja, desta forma, tanto no que diz respeito à própria religião, o que já implicava em uma forma de domínio, quanto de forma laica, como proprietária de terras e de ricas plantações, como ilustra Amado em Gabriela.

Nesse aspecto, ao longo da História, o recurso à Bíblia vai desde as referências aos seus textos, com a finalidade de corroborar as teses sobre a origem divina do poder civil, ou da supremacia da Igreja sobre o Estado, ou do caráter absoluto do poder civil, como o fez Hobbes, ou ainda do direito à resistência às tiranias, como o fez Locke, no *Segundo Tratado sobre o Governo*.

Quanto a Hobbes, ele faz uma interpretação secularizada do poder de comando de Moisés, o qual lhe foi dado com o consentimento dos anciãos de Israel, e afirma que o poder de Saul lhe foi transferido de forma absoluta pelos representantes da comunidade. Mas não podemos deixar de admitir o exagero de sua argumentação, quando concluiu que o poder absoluto procede do

próprio Deus, visto que foi o profeta Samuel, que falava em nome de Deus, quem disse:

Estes serão os direitos do rei que houver de reinar sobre vós: ele tomará os vossos filhos, e os empregará no serviço dos seus carros, e como seus cavaleiros... outros para lavrarem os seus campos... e outros para fabricarem as suas armas de guerra... tomará as vossas filhas... tomará o melhor das vossas lavouras e os dará aos seus servidores... também tomará os vossos servos... e os vossos melhores jovens... dizimará o vosso rebanho e vós lhe sereis por servos<sup>17</sup>.

Rousseau, porém, lê esse texto noutra perspectiva, mostrando a periculosidade do poder absoluto e afirmando que “parece natural que os príncipes sempre prefiram a máxima que lhes seja mais imediatamente útil. É o que Samuel expôs vigorosamente aos hebreus”. Assim, o filósofo de Genebra se opõe claramente à hermenêutica absolutista de Hobbes.

Comparativamente, talvez não fosse exagero dizer que a Bíblia, em se tratando de Política, poderia ser vista da mesma forma que o pensamento político de Maquiavel, o qual, de acordo com Claude Lefort, “serve a todos os ódios, metamorfoseia-se de acordo com os acontecimentos, já que pode ser apropriado por todos os envolvidos em disputa”<sup>18</sup>.

O mesmo se deu na instituição eclesiástica, que se serviu das Escrituras para fortalecer a uma instituição que, ao longo da História, passou a interferir na Política, pretendendo ser um Estado acima do Estado e mostrando, assim, o caráter político da instituição eclesiástica, mesmo que as suas pretensões de domínio ignorem que no próprio texto canônico reconhecido pela Igreja estejam escritas as seguintes palavras de Cristo: “O meu reino não é deste mundo”<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> I Sm 8, 11-18.

<sup>18</sup> Maria Tereza Sadek. “Nicolau Maquiavel: o cidadão sem fortuna, o intelectual de virtù”, in: WEFFORT, Francisco C. (Org.), *Os Clássicos da Política*. S. Paulo: Ática, 1989, p. 13.

<sup>19</sup> Jó, 18.36.

## CONCLUSÃO

Enfim, como o trabalho que desenvolvemos no Pós-Doutorado foi sobre a “Retórica e a Hermenêutica Política da Bíblia em Thomas Hobbes”, pareceu-nos oportuno estabelecer um diálogo entre um capítulo da pesquisa, como mencionado acima, com um autor da Literatura Brasileira, mostrando que, no Brasil, a Bíblia foi usada como recurso ideológico, tanto pelo clero, que era portador de um discurso inversor das relações sociais, econômicas e políticas, adornando assim a invasão e a escravidão, quanto pelos conquistadores de terras, os quais conheciam o livro apenas superficialmente e privilegiavam a função mágica da linguagem em lugar de sua função semântica, justificando, assim, toda sorte de violência.

E, desse modo, resgatamos uma parte da obra de Jorge Amado que talvez seja desconhecida dos leitores de hoje, e cuja popularização, por meio de telenovelas e filmes deixou em evidência mais o erotismo do que a sua crítica social e política.

E no que diz respeito ao nosso objeto de estudo, entendemos que Jorge Amado pode ser lido também sob a perspectiva de sua crítica às relações entre a Igreja e a classe dominante, de sua luta pela igualdade racial e pela liberdade religiosa no Brasil, e também de sua crítica da hermenêutica bíblica superficial e ideológica, seja a partir dos personagens de *Terras do Sem-Fim*, seja por intermédio de personagens como o Dr. Maurício Caires e por qualquer ideologia que tente se justificar com o manto do sagrado.

## REFERÊNCIAS

### Obras de JORGE AMADO

*Cacau*, 53. ed. Rio: Record, 2001, p. 71. (1ª. ed.:1933).

*Gabriela, Cravo e Canela*. 93. ed. Rio de Janeiro: S. Paulo: Record, 2006, p. 5. (1ª. ed.: 1958).

*O Sumiço da Santa: uma história de feitiçaria*. 3. ed. Rio: Record, 1999. (1ª. ed.: 1988)

*Tenda dos Milagres*, São Paulo: Companhia das Letras, 2010, p.170. (1ª. ed.:1969).

*Terras do Sem Fim*, 1943, p. 79 (<https://www.elivrosgratis.com/livro/1599/terras-do-sem-fim-jorge-amado.html>, acesso em 25/10/17).

### Outras obras

HOBBS, Thomas. *Leviatã ou matéria, forma e poder de um Estado eclesiástico e civil*. S. Paulo: Abril Cultural, 1973.

LOCKE, John. *Segundo Tratado sobre o Governo*. S. Paulo: Abril Cultural, 1973.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Do Contrato Social*. S. Paulo: Abril Cultural, 1973.

MARX, Karl. *Miséria da Filosofia*. (<https://www.marxists.org/portugues/marx/1847/miseria/cap01.htm>: acesso em 25/10/17).

ROPS, Daniel. *Que é a Bíblia?* S. Paulo: Flamboyant, 1958.

SADEK, Maria Tereza. "Nicolau Maquiavel: o cidadão sem fortuna, o intelectual de virtù", in: WEFFORT, Francisco C. (Org.), *Os Clássicos da Política*. S. Paulo: Ática, 1989, p. 13.

## FILME ORIENTAL E CINEMA COMERCIAL – ANÁLISE DAS CATEGORIAS PLÁSTICAS EM “SHINOBI: A BATALHA”

MERENCIANO, Levi Henrique<sup>20</sup>

MERENCIANO, Priscila Florentino de Melo<sup>21</sup>

**RESUMO:** Por meio da teoria semiótica plástica de Floch e das diferentes formas pelas quais se organizam a linguagem visual e os signos plásticos do filme, pretende-se analisar um filme japonês, “Shinobi: a batalha” (2005), dirigido por Ten Shimoyama. O objetivo é observar como as categorias plásticas contribuem com os efeitos de sentido estéticos do filme, de maneira a mostrar como essa produção se difere, em sua constituição visual, do cinema de massa contemporâneo. A semiótica plástica de Jean-Marie Floch propõe categorias plásticas (eidéticas, topológicas e cromáticas), a fim de compreender a linguagem visual de diferentes semióticas (publicidade, pintura, fotografia, cinema), por meio da relação entre o plano de expressão e o plano de conteúdo envolvidos na manifestação das diferentes linguagens verbovisuais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Semiótica plástica. Linguagem verbovisual. Cinema comercial. Cinema japonês.

**ABSTRACT:** By means the semiotics of plastic signs theory from Floch and the different ways in which it organizes the visual language and plastic signs of film, it intends to analyze a Japanese movie “Shinobi: heart under blade” (2005), directed by Ten Shimoyama. The mains goal is to verify how the plastic categories contribute to the effects of aesthetic meaning of the film, in order to show how this production differs, along its visual organization, of the contemporary mass cinema. Semiotics of plastic signs from Jean-Marie Floch proposes plastic categories (eidetic, topological and chromatic ones), in order to understand the visual language of different semiotic signs (advertising, painting, photography, film), through the relation between the level of expression and level of content, concerning the different verbal visual languages concepts.

**KEYWORDS:** Semiotics of plastic sign. Verbal visual language. Commercial movie. Japanese movie.

---

<sup>20</sup> Semioticista, docente lotado na UEMG, Unidade Frutal. Contato: [levihm@gmail.com](mailto:levihm@gmail.com).

<sup>21</sup> Semioticista, docente lotada na UEMG, Unidade de Divinópolis. Contato: [teacherpriscilamelo@gmail.com](mailto:teacherpriscilamelo@gmail.com).

## 1. A CULTURA DE MASSAS: UM MUNDO DE LINGUAGEM

Ler e interpretar um mundo de linguagem implica qualificar a leitura desse universo de representações, inicialmente, como processo de reconhecimento de letras, bem como de sua concatenação em enunciados. Por extensão, a noção de leitura pode ser empregada ao traduzir diferentes formas de expressão, em diferentes linguagens. Enquanto reconstituição do significante textual, a leitura é essencialmente uma semiose (GREIMAS & COURTÉS, 1979, p. 251), portanto, uma decodificação de signos em forma de linguagem, sejam linguísticos, visuais, verbovisuais ou miméticos.

No que diz respeito à sociedade contemporânea, saber ler de diversas formas é relevante tanto à interpretação do atento analista quanto ao olhar despretenso do cidadão, em seu dia a dia. No âmbito da sociedade moderna, observa-se que ela demanda formas diversas de interpretação, pois os objetos culturais representados e as situações de leitura fazem parte de um contexto de produção e comunicação de sentidos.

A fim de iniciar um breve exercício das potencialidades de significação<sup>22</sup> (nos textos e na cultura), considera-se o quanto a comunicação globalizada, intermediada por tecnologias de informação, é resultado de uma sociedade de comunicação de massa (ou *mass media*) (DROGUETT, 2002, p. 24). Essa diversidade cultural do cotidiano vai ao encontro do pensamento do filósofo Edgar Morin (1987), para quem a relação entre cultura de massas e tecnologias da informação já vigora desde meados do século XX. Para ele, as instâncias sociais – os sujeitos e a cultura – articulam-se com as tecnologias em voga e, assim, com a sociedade de consumo<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> Para Greimas & Courtés (1979, p. 418), a significação “[...] é o conceito-chave em redor do qual se organiza toda a teoria semiótica. [...] a significação é suscetível de designar ora o fazer (a significação como processo), ora o estado (aquilo que é significado), e revela, assim, uma concepção dinâmica ou estática da teoria subjacente. Desse ponto de vista, significação pode ser parafraseada quer como ‘produção do sentido’, quer como ‘sentido produzido’”.

<sup>23</sup> Morin (1987) e outros pensadores que estudam a influência das mídias no cotidiano, como Peñuela Cañizal & Caetano (2004), examinam a cultura, ao assumir o imaginário criado (as representações) em torno de objetos semióticos (que comunicam e produzem sentidos), relacionados ao aglomerado indistinto de pessoas, em uma sociedade de cultura de massas. Morin (1987) observa que, desde o século XX, a indústria cultural produz suas tendências (por meio de técnicas de imprensa, rádio, tevê, cinema), propagando-as para todas as esferas da vida, formando esse conjunto de objetos culturais de fruição rápida.



Nesse contexto influenciado por mídias e tecnologias de comunicação, a cultura de massas ganha destaque. Potencializada pela disseminação das mídias, ela alcança públicos diversificados. No interior dela, é possível analisar, discursivamente<sup>24</sup>, como se constituem segmentos de público específicos, bem como as formas como são representados no interior de suas práticas discursivas.

Vários são os tipos de público a quem se destinam os diversos produtos de massa, como o leitor de romances, o telespectador de novelas, o ouvinte de rádio, o espectador de cinema, entre outros. Esses diversos objetos de significação, na afinidade receptiva com seu público, podem ser considerados “textos” (em sentido mais amplo).

Segundo Greimas e Courtés (1979, p. 251), eles estão vinculados a diferentes procedimentos de leitura, pois o ato de ler (também em sentido lato) vai além da interpretação do texto escrito. Enquanto manifestação de sentidos, um texto pode ser organizado por diferentes linguagens, a exemplo dos textos sincréticos pictóricos do tipo: publicitário, audiovisual, da charge etc.

Nesses casos, imagem, som e texto estruturam-se por meio da aglutinação de elementos pertencentes a diversos contextos (PEÑUELA CAÑIZAL, 2008, p. 147). Enquanto formas de representação, os textos também podem ser estudados dentro de sua estrutura e de sua historicidade, permitindo maneiras de leitura ligadas a um determinado contexto e a sujeitos situados historicamente, fato que demanda estabelecer as relações entre os discursos e a história.

Ao propor o exame discursivo de um determinado produto de massa, pensa-se que os recursos necessários, a fim de compreender determinado objeto de leitura e seu público, podem cooperar de duas formas: ora explicando a natureza das relações estabelecidas na organização dos discursos e entre os discursos; ora verificando as maneiras pelas quais refletem situações do cotidiano no qual estão inscritos.

Em torno desses alcances, as teorias do discurso descrevem a forma como os textos (verbais ou sincréticos) organizam-se e produzem significação.

---

<sup>24</sup> A noção de discurso está relacionada à prática social de produção de textos, inscritos, pois, no contexto social e histórico, ou seja, no interior de suas condições de produção. Em suma, discurso é o texto lido e interpretado no seu próprio contexto, sendo entendido didaticamente pela relação de que texto mais o contexto compõem o universo do discurso.

Buscam também compreender a relação entre textos, tanto imersos no contexto em que são produzidos, como para quem o são.

Como a prática de ler, neste estudo, possui uma direção semiótica, ela abrange a compreensão dos objetos culturais em geral, sendo um processo de decodificar diferentes manifestações de sentido. No contexto dos estudos semióticos, Fiorin diz que essas manifestações podem ser interpretadas à luz de teorias gerais da significação. Nessa direção, observa que as semióticas modernas analisam as diferentes manifestações do sentido, não estando alheias a nenhuma forma de exprimi-lo (FIORIN, 2008, p. 78).

Por isso, o estudo semiótico de um determinado discurso oferece suporte para a compreensão de seu sentido, da relação que mantém com sua forma de expressão e, enfim, com outros textos.

## **2. PROPOSTA DE LEITURA SEMIÓTICA DE UM TEXTO SINCRÉTICO**

Caracterizada como um fenômeno contemporâneo, a sétima arte se atualiza enquanto manifestação de sentido no ato de sua recepção. Concorde-se com o pensamento de Drogue (2007, p. 02), que dá atenção à construção que o público faz da arte que prestigia. Conclui que a existência do objeto “filme” elabora-se por meio da forma como o espectador o vê e com que elementos da narrativa fílmica e da expressão se identifica.

A construção dessa espécie de identidade com as produções de cinema tem um sentido relacional, ou seja, ocorre por meio do jogo de identificação que se estabelece na e pela audiência.

Em referência aos aspectos de identificação do público no cinema de Hollywood, os heróis<sup>25</sup> são peças-chaves. Representam tipos sociais corretos, sendo os estereótipos dos bons “moços”, em prol da sociedade que representam. Discutindo a relação dos textos com a história, Fiorin (2001) diz que o público sabe o quanto “Super-homens” não existem. Mas, o fazer desses

---

<sup>25</sup> Herança da cultura dos gibis (dos HQs), o herói sempre possui mais de uma identidade. O super-homem, enquanto Clark Kent é tímido, míope e medroso. Homem-Aranha, na pele de Peter Parker, não é badalado, tem poucos amigos e vive encalhado em dívidas. De dia, Batman é o milionário Bruce Wayne, à noite, é o cavaleiro das trevas. Fato comum nesses heróis é o de agirem impedindo o atentado à propriedade privada, ou seja, tendem a lutar contra ladrões.

personagens fictícios pode revelar anseios, ideias, concepções e temores de uma determinada época:

Nesse sentido, a narrativa do Super-homem mostra os anseios dos homens das camadas médias das sociedades industrializadas do século XX, massacrados por um trabalho monótono e por uma vida sem qualquer heroísmo. Esse homem, mediocrizado e inferiorizado, nutre a esperança de tornar-se um ser superpoderoso assim como Clark Kent, que se transforma em Super-homem (FIORIN, 2001, p. 28).

Morin amplia a questão, ao pensar (1987) em uma imagem cosmopolita de conceber o filme comercial. Esse tipo de produção tende a adaptar temas locais e transformá-los em cosmopolitas (o *western*, os musicais, o *american way of life*). Esse cenário de sincretismos culturais é destinado a uma espécie de *anthropos* universal (a um homem médio), correspondendo a um grau de humanidade comum a todos os outros. Para obter adesão do público, a linguagem do cinema desenrola-se, enfim, mais sobre o tecido do jogo imaginário que sobre o tecido da vida prática (MORIN, 1987, p. 44-5).

Com relação à audiência, existe um grande público consumidor de filmes hollywoodianos. Este pretende ver esses filmes, na medida em que tem potencialidade para se identificar com aspectos técnicos e narrativos que lhe agrade, seja o percurso do herói, a trama bem elaborada, a exaltação da nação potente, o jogo de cores e sons, as tomadas de câmera etc.

Importa verificar que são produções que se encaixam como fenômenos de público e que rendem críticas, seja pela grandeza de seu enredo, seja pelo excesso de recursos técnicos e, em outra direção, pela tendência em não aprofundar a narrativa, como o fazem o clássico cinema europeu ou norte-americano (tais produções antecedem filmes como *Star wars* e *Tubarão*, por exemplo, identificadas com o cinema de massa e produzidas a partir dos anos de 1970).

Para este trabalho, o objeto de significação escolhido para exame será o texto sincrético audiovisual, mais especificamente, um filme produzido no circuito de cinema comercial, mas cuja origem é o Japão. Como é improvável fazer análise de um corpus cinematográfico genérico, centraremos nossa atenção, especificamente, no filme ***Shinobi: a batalha*** (2005 – Disponível em: [http://www.imdb.com/title/tt0475723/?ref=fn\\_al\\_tt\\_1](http://www.imdb.com/title/tt0475723/?ref=fn_al_tt_1)).

Apesar de ter sido produzido no Japão, traz uma direção que possui características dos filmes comerciais, ou idênticos itens de produção em larga escala como, por exemplo, o custo de produção elevado (elenco, locação e efeitos especiais) e os fatores de distribuição de massa, em locadoras e cinemas<sup>26</sup>.

Em outra veia de análise, nota-se que a organização do plano de expressão desse filme contribui para uma visão artística do cinema de massa, em que a plasticidade (a partir das simetrias de expressão e conteúdo que serão mostradas), vinculada ao fazer dos protagonistas, produz, de forma semissimbólica, uma relação com os valores orientais de equilíbrio e de complementaridade do Yin-Yang.

Entre os diferentes filmes produzidos a partir dessa mesma concepção (consoante ao que se convencionou também chamar de grandes produções), podem ser relacionados *O tigre e o dragão* (2000) e *O clã das adagas voadoras* (2004). O primeiro conta com direção de Ang Lee, premiado por *Razão e sensibilidade* e por *O segredo de Brokeback Mountain*. O segundo é dirigido por Zhang Yimou, diretor famoso por incorporar cenas de ação com os elementos mais sutis e expressivos das artes marciais do Oriente.

O que há de comum entre essas três produções de artes marciais é a parceria com estúdios hollywoodianos de cinema e a sua concepção de filme *pop*, em virtude de fatores, como distribuição, publicidade e bilheterias. De forma parecida, *Shinobi* foi concebido como obra de massa na sua origem, como observado, por meio da divulgação em *site* especializado.

Assim, o objeto a ser examinado é considerado expressão da cultura *pop* (é um filme comercial) por se tratar de uma produção cuja concepção é semelhante aos filmes produzidos para as massas, ou seja, divulgado no circuito mundial de cinemas.

Em outra direção, que tende a qualificar o cinema de massa como um produto de consumo, há certo descrédito com relação a uma possível falta de poeticidade. Com respeito à sua expressão, o universo da crítica pode

---

<sup>26</sup> Segundo o site IMDB, o filme foi distribuído, ao longo de aproximadamente um ano, nos cinemas de quinze países (ver: <http://www.imdb.com/title/tt0475723/releaseinfo>), justificando ser um filme comercial.

determinar que esse tipo de cinema<sup>27</sup> não revela um valor estético, se comparado a filmes de diretores consagrados, como Bergman, Hitchcock, porque traz uma previsibilidade narrativa, por meio da concatenação de enunciados narrativos (PEÑUELA CAÑIZAL, 2004, p. 19)<sup>28</sup>.

A seguir, serão introduzidas as noções da semiótica plástica, conforme Floch (1985) e Pietroforte (2004; 2007), a fim de estabelecer o tratamento que o plano de expressão do cinema pode receber, articulado com o sentido do seu conteúdo.

### 3. A SEMIÓTICA PLÁSTICA: EXAME DO TEXTO SINCRÉTICO

O sincretismo audiovisual constitui-se por meio do que Peñuela Cañizal (2008) designa como signo analógico. A sua unidade expressiva estrutura-se por meio da aglutinação de elementos pertencentes a diversos códigos (o visual, o sonoro, o verbal etc.). Para explicar seu efeito de sentido mais autêntico, que reside na justaposição desses códigos (e não no significado isolado de cada um), o exame da organização desses elementos da expressão depende de uma gramática dos textos visuais (PEÑUELA CAÑIZAL, 2008, p. 147-8).

Estudando a articulação do sentido nos textos visuais (ou textos plásticos), Floch (1985) busca delimitar o campo de atuação da semiótica plástica. Em *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit: pour une sémiotique plastique*, ele pensa na constituição da imagem como uma forma de texto-ocorrência, ou seja, como o resultado de um processo complexo de produção de sentido, cujas etapas não diferem daquelas relativas aos processos que geram outros tipos de texto, sejam linguísticos ou não (FLOCH, 1985, p. 12).

Além disso, o sentido, na teoria semiótica, resulta da reunião, na língua escrita, gestual ou do desenho, de dois planos, que se manifestam em toda linguagem: o plano de expressão e o plano de conteúdo. Aquele é o plano em que as qualidades sensíveis que exploram uma linguagem para se manifestar

---

<sup>27</sup> Existem na mídia vários adjetivos para o tipo de cinema comercial: pipoca, *mainstream*, enlatado, hollywoodiano, etc.

<sup>28</sup> Na opinião de Peñuela Cañizal (2004, p. 19), não há um trabalho recorrente de poeticidade nos filmes comerciais (como, por exemplo, há em *Morangos Silvestres*), pois eles relegam para o segundo plano essa característica, voltando-se para a sintagmatização de enunciados narrativos.

são selecionadas e articuladas. Já o plano de conteúdo é o plano em que a surge a significação, a fim de pensar o mundo, ordená-lo, encadeando ideias e narrativas (FLOCH, 1985, p. 189). Desse modo, a semiótica greimasiana e os estudos de Floch sobre a expressão procuram dar conta, sobretudo, das linguagens verbais e visuais, em sua relação de sincretismo, pois o cerne delas está no sistema de relações. A partir do modo como se articulam as linguagens, a finalidade da semiótica é a de elaborar modelos de análise que explicam a geração dos sentidos nos discursos. Assim, é necessário compreender as condições de produção e, sobretudo, a intencionalidade de certo tipo de relação entre um significante (visual) e um significado (sentido) (FLOCH, 1985, p. 13). Em resumo, a expressão pertence ao domínio do significante, enquanto o conteúdo, pertence ao do significado (ou da significação).

Em *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit*, Floch (1985) reflete sobre a esquematização da expressão, com vistas a delimitar um campo de atuação para o semissimbolismo. Nesse estudo, as categorias do conteúdo são homologadas a elementos da expressão. Relacionando esse dado com a definição de signo analógico, de Peñuela Cañizal, vemos que o sentido é estudado por meio do vínculo que essas categorias dos dois planos mantêm.

Em suma, para cada elemento do conteúdo deve estar associado um ou outro elemento da expressão. A necessidade de articulação entre códigos confirma não poder atribuir sentido a um código isolado, ou seja, de forma não articulada com elementos de outros códigos, no interior da mesma forma de expressão sincrética. Por isso, o plano de conteúdo deve ser examinado sempre vinculado à forma da expressão, sendo ela o plano que distingue um objeto do outro (FIORIN, 2008, p. 78). As semióticas modernas analisam as diferentes manifestações de sentido, não estando alheias, portanto, a nenhuma forma de exprimi-lo (*ibid.*, p. 78).

Seguindo essa linha, Floch (1990, p. 64-72) compara o estilo de pintura Clássico com o Barroco, com o objetivo de definir categorias plásticas para o estudo da expressão.

A partir das pinturas de Dürer e Rembrandt (respectivamente, Clássico e Barroco), o semioticista define cinco elementos da expressão, relacionados a elementos visuais que apresentaria em estudos posteriores (FLOCH, 1985): cromático, eidético, topológico.

Ao primeiro, correspondem à disposição das cores (claro vs. escuro); ao segundo, a forma de organização dos traços (fechado vs. aberto, linear vs. obtuso); e ao terceiro, os planos e maneiras que os objetos se organizam (superficial vs. profundo, múltiplo vs. único). A cada elemento da expressão, dependendo de sua recorrência em certo discurso, estão vinculados diferentes elementos do conteúdo.



Figuras 1 e 2: Da esquerda para a direita: estilo Clássico e estilo Barroco (FLOCH, 1990, p. 70-71)

Desse modo, no exame das pinturas, temos que as concepções semânticas do plano de conteúdo (PC) de estilo Clássico e Barroco (clareza, unidade, identidade vs. contraste, fragmentação, dualismo) ligam-se a diferentes elementos do plano de expressão (PE), perceptíveis enquanto relações semissimbólicas:

Quadro 1: Homologação de conteúdos e expressão nas artes Clássica e Barroca, Floch (1990, p. 64-72)

	<b>PC do estilo Clássico</b> Clareza, unidade, identidade...	<b>PC do estilo Barroco</b> Obscuridade, fragmentação, dualismo...
<b>PE Cromático</b>	Efeito de claro (predomina espaços com intervalos em tons de branco)	Efeito de escuro (predominância de espaços com intervalos em tons de cinza)
<b>PE Eidético</b>	Aberto, linearidade (ângulos retos e traços lineares)	Fechado, obtuso (ângulos fechados e traços mais imprecisos e angulares)
<b>PE Topológico</b>	Superficial (plano de frente e reto), único (um todo articulado com as partes)	Profundo (plano de imagem mais ao fundo e obtuso), múltiplo (uma unidade absoluta, com partes independentes)

Floch procura esclarecer que os sistemas semissimbólicos são determinados pela conformidade não entre elementos isolados dos planos da linguagem, mas entre categorias de expressão e de conteúdo (FLOCH, 1985, p. 207). Tal relação de homologação das categorias plásticas, chamada de semissimbolismo, define-se, desse modo, pela isomorfia<sup>29</sup> dos dois planos de significação.

#### 4. SHINOBI E A RELAÇÃO COM A FILOSOFIA YIN-YANG

Destacados o contexto das mídias de massa na contemporaneidade e o alcance da semiótica plástica, enquanto meio de realizar uma leitura dos processos de significação no domínio das diferentes linguagens, deve-se apresentar o filme *Shinobi* e, em seguida, seu exame semiótico.

Na mesma linha de grandes produções orientais – influenciadas pelo modelo hollywoodiano de filmes de ação, como *O clã das adagas voadoras* e *O tigre e o dragão* – *Shinobi: a batalha* manifesta as categorias da expressão, a

<sup>29</sup> Se o processo de isotopia corresponde às recorrências de temas e figuras em um mesmo objeto de significação, a isomorfia corresponde à recorrência de categorias plásticas. Ao compreender os dois planos da linguagem, o semissimbolismo, por meio da isomorfia entre os planos de conteúdo e expressão, revela uma coerência plástica (PIETROFORTE, 2004, p. 97).



fim de vinculá-las ao ambiente e ao figurino (figuras do discurso) dos personagens e seus clãs. As categorias topológicas também dizem respeito à organização do plano de conteúdo que representa cada clã, na medida em que os diferentes pontos de vista da câmera fornecem as coordenadas do posicionamento dos ambientes em que vivem e seu modo de vida, conforme a filosofia do Yin-Yang: mais abaixo (no vale úmido, vive o clã de mulheres, Tsubagakuri); ou mais acima (nos picos secos, vive o clã de homens, Manjidani).

No contexto da história de *Shinobi*, as categorias da expressão são relacionadas aos conteúdos temáticos do pensamento oriental do Yin-Yang. Ao Yin, equivale o princípio feminino, ao Yang, o princípio masculino. Por isso, a construção da significação nesse filme segue essa noção oriental a que o filme pertence, a qual se define “[...] pela interação dinâmica desses dois polos arquetípicos, os quais estão associados a numerosas imagens de opostos colhidos na natureza e na vida social” (CAPRA, 2006, p. 33). Para Fritjoff Capra, autor de *O Tao da física* e de *Ponto de mutação*, as relações de Yin-Yang são partes de um mesmo todo, por isso é preciso entendê-las de forma não maniqueísta, mas complementar. Por definição, o equilíbrio de ambos é bom, enquanto o desequilíbrio é sempre nocivo (ibid., p.33). O símbolo vem da filosofia oriental do I Ching:



Figura 3: Yin-Yang.

Disponível em: <http://www.brasilecola.com/filosofia/yin-yang.htm>

O princípio feminino do Yin corresponde a tudo o que é **contrátil**, **receptivo** e **conservador**, enquanto o princípio masculino do Yang, ao que é **expansivo**, **agressivo** e **exigente**. Também estão associados determinados elementos da natureza e do humano às duas concepções (CAPRA, 2006, p. 33-6):

Quadro 2: Elementos do Yin-Yang

Elementos da natureza		Elementos do humano	
Yin	Yang	Yin	Yang
Terra	Céu (ar)	Feminino	Masculino
Água	Fogo	Contrátil	Expansivo
Sombra	Luz	Conservador	Exigente
Lua	Sol	Receptivo	Agressivo
Noite	Dia	Cooperativo	Competitivo
Inverno	Verão	Intuitivo	Racional
Umidade	Secura	Sintético	Analítico
Frescor	Calidez		
Interior	Superfície		

Yin e Yang são representações dos polos negativo e positivo, presentes na natureza, segundo a cultura oriental. Por ser um princípio dual, ambos dependem um do outro e, portanto, complementam-se, não sendo um mais importante que outro. De acordo com a filosofia do I Ching, são formas de energia ligadas, como se observou, a princípios da natureza relativos a determinações humanas. Ao Yin, associa-se a escuridão, o princípio passivo, feminino, frio e noturno. Ao Yang, a luz, o princípio ativo, masculino, quente e claro. Como são interdependentes, quanto mais um sujeito possuir o Yin, por exemplo, menos Yang terá e vice-versa. Em suma, essa filosofia focaliza o equilíbrio, uma vez que o corpo e a mente saudáveis dependem do equilíbrio entre Yin e Yang.

Será observado que a narrativa de *Shinobi* é enriquecida por meio das relações estabelecidas entre a expressão e o conteúdo no âmbito dessas

noções orientais, focando-se sempre o equilíbrio nas homologações do conteúdo com a expressão.

## 5. EXAME DAS CATEGORIAS PLÁSTICAS EM *SHINOBI*

Ao estilo da saga ocidental, o filme trata do conflito entre dois clãs de guerreiros ninja supertreinados. No contexto do Japão medieval, batalham pelo domínio das artes “shinobi” e pelo controle da região das montanhas, local ligado aos valores de natureza, nas cercanias do castelo Sumpu. No cerne da batalha está o amor entre Gennosuke e Oboro (e a intenção do casamento), embora a união dos dois seja impossível de se concretizar, devido à rivalidade entre os clãs a que cada um deles pertence.

Logo no início, o herói **Gennosuke** (fig. 4), líder do clã **Manjidani** – regido pelo princípio do pensamento **Yang**, masculino – revela o seu poder de **mobilidade**, ao focalizar, do seu ponto de vista, o salto de um peixe em câmera lenta. Ao acionar a habilidade da visão, seus olhos avermelhados detectam qualquer movimento, discernindo-o facilmente.



Figura 4: Gennosuke e seu poder de mobilidade

Noutro momento da narrativa, a heroína **Oboro** (amor de Gennosuke), líder do clã **Tsubagakuri** – regida pela noção do **Yin**, princípio feminino – mostra o seu poder paralisante, “os olhos da morte”, cujo ataque **imobiliza** o oponente.



Figura 5: Oboro e seu poder de imobilização

Nessa breve apresentação dos protagonistas, já pode ser visualizada a primeira grande correlação das categorias do Yin-Yang com os elementos cromáticos da expressão. Nesse caso, os poderes de ambos são representados pela forma como se ligam às categorias do **cromatismo intenso** (cores fortes): Yin, representado nos **tons de azul a roxo (cores frias)**; Yang, nos **tons de laranja a marrom (cores quentes)**. Assim, há uma primeira articulação de conteúdo e expressão:

– variações dos **tons de vermelho** com os conteúdos de **mobilidade** (Yang) de Gennosuke – ação de golpe relacionada aos princípios expansivo e agressivo.

– variações dos **tons de azul** com os conteúdos de **imobilização** da vítima (Yin) de Oboro – ação de golpe relacionada ao contrátil e ao receptivo.

É importante frisar que “fragilidade” e “passividade” não estão relacionados a Oboro simplesmente por ser mulher, pois não é figurativizada como uma guerreira frágil. Seu golpe “olhos da destruição” (olhos azuis) reflete as cores frias do princípio Yin, como algo que foge à exterioridade, voltado para dentro do oponente. As cores frias, em tons de azul a roxo marcam o seu papel temático relativo à noção do Yin (**contrátil, interno**). Até mesmo os homens do clã seu (Tsubagakuri) têm um aspecto feminino, andrógino, refletindo os valores da noção oriental.

Por sua vez, Gennosuke volta-se para o que é exterior (**expansivo e para fora**), características representadas pelos tons quentes do amarelo ao vermelho vinculadas a ele e aos outros integrantes do seu clã (a gola do

quimono, a terra do alto da montanha, a mata e flores vermelhas e alaranjadas ao fundo [figs. 6 e 9, em seguida]). Os integrantes desse clã são, ao contrário, mais rústicos e “androgênicos”<sup>30</sup>.

Seguindo a noção oriental mostrada, os enquadramentos (como nas figs. 6 e 7, em seguida) revelam sempre o equilíbrio e a gradação entre as cores que simbolizam os princípios em harmonia. Na ocasião da foto abaixo (fig. 6), ele se encontra em terreno inimigo, por isso, seu traje é azul – no decorrer do filme, a sua roupa é vermelha, como está a sua gola. Na figura 7, a heroína Oboro é apresentada no seu ambiente, com as gradações relativas ao seu universo cromático de sentido.



Figura 6: Gennosuke olhando para Oboro, da direita para esquerda, em terreno inimigo



Figura 7: Oboro bebe água, virada da esquerda para direita, enquanto é observada

---

<sup>30</sup> Foi necessário fazer referência ao termo da biologia “androceu”, como parte masculina da planta, sentido antropomórfico que a palavra “andros” carrega, a fim de adaptar um adjetivo do campo médico a “um princípio masculino de ser, pois está vinculado ao Yang”.

A construção das categorias topológicas também afirma os valores do Yin-Yang nas perspectivas de câmera panorâmicas (tomadas a distância, mais abertas). O espaço do clã regido pelo feminino é visto de **baixo para cima** (de um ponto de vista interior, fechado para o horizonte), parcialmente com enfoque na sombra, com vegetação densa e passível de umidade, com um traçado diagonal de silhueta ascendente à direita (fig. 8).

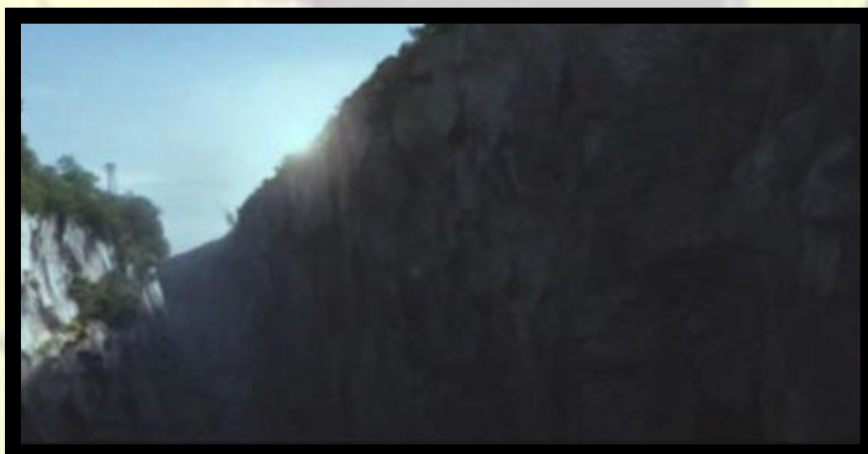


Figura 8: Vale da montanha (categoria topológica representante do Yin)

Por sua vez, o ponto de vista do clã Manjidani, regido pelo masculino, traz a perspectiva do topo da montanha. O ângulo vertical, de **cima para baixo**, mostra as características do ar, do vento, da luz, das cores quentes e da poeira do pico. Revela, assim, um ponto de vista exterior, alto, verticalizado, aberto e voltado para o horizonte. Até mesmo a orientação da montanha é diferente. A imagem anterior (fig. 8) alinha-se à direita, esta, (fig. 9) à esquerda – mas o traçado diagonal da silhueta da montanha está descendente à direita.



Figura 9: Pico da montanha (categoria topológica representante do Yang)

Em certos momentos, os elementos do ambiente mostram uma relação harmônica entre os guerreiros. Por isso, a junção entre as características dos dois protagonistas também fica representada nos elementos da natureza. Nesta cena (fig. 10), a lua simboliza o princípio Yin. Na direção dela, segue Gennosuke, representado pelo Yang, ao golpear o inimigo, em uma das mais belas cenas do filme. Outra oposição pode ser vista aqui, na regularidade e circularidade da lua com os traços pontiagudos e lineares da composição dos traços (categoria eidética) de Gennosuke:

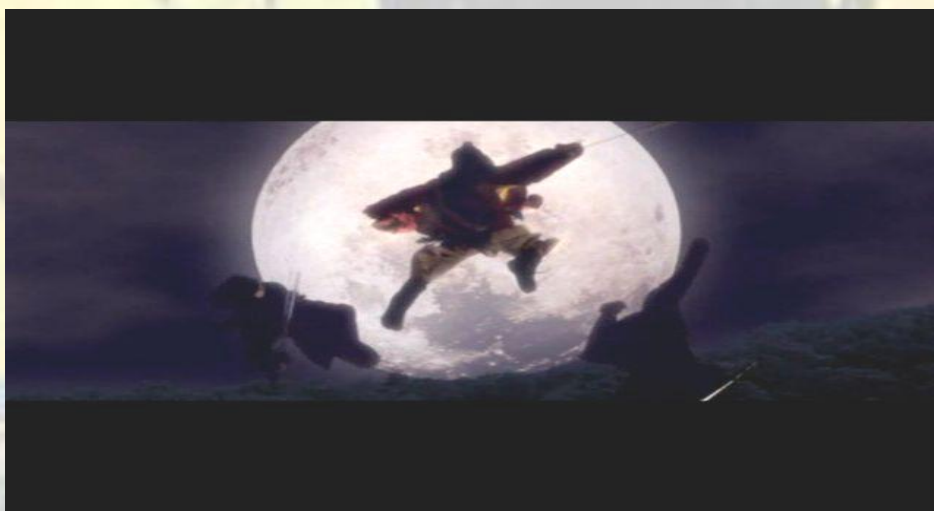


Figura 10: Harmonia proveniente do personagem em direção ao elemento lua

Um dos pôsteres de lançamento do filme (figura 11) mostra a relação das cores em equilíbrio, com os protagonistas acima e os guerreiros dos clãs abaixo. No centro, aparece um guerreiro com um traje em cromatismo não intenso, intermediando, da esquerda para direita, um guerreiro Tsubagakuri (Yang) e um Gennosuke (Yin). Note-se que a oposição também se constrói como um quiasmo entre as imagens, pois abaixo de Gennosuke, está uma guerreira de outro clã (em rosa e azul). Pode-se dizer o mesmo para Oboro, com uma lutadora em tons de laranja e vermelho logo abaixo. Os integrantes dos clãs estão, portanto, dispostos de forma cruzada.

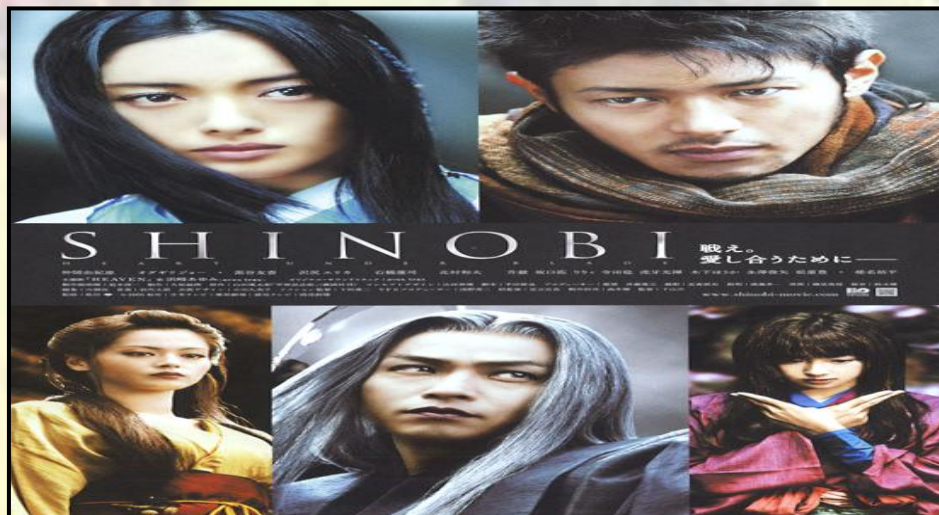


Figura 11: Um dos encartes de *Shinobi*, constituído pelas relações cromáticas

Como o filme necessita de um desfecho coerente, que negue o princípio de guerra/desequilíbrio do início e afirme o de paz/equilíbrio, deve ser marcado pelo fazer de um dos dois sujeitos protagonistas.

Esse início de desfecho é marcado pelo ato de Oboro perfurar os próprios olhos e abdicar do seu poder (anteriormente ela necessitou matar o seu amado pela impossibilidade do amor). Como símbolo da “não guerra”, o sangue dos olhos tem ao mesmo tempo um valor de lembrança do amado (o seu poder e a sua cor são vermelhos), em contraste com o azul da sua roupa.

Em termos de direção, pois, a uma espécie de fechamento esperado do filme, diante da impossibilidade de realização do amor e da continuidade da batalha entre os clãs, Oboro finaliza a guerra por meio desse ato desesperado, frente às autoridades, representantes do poder na vila e nas montanhas.

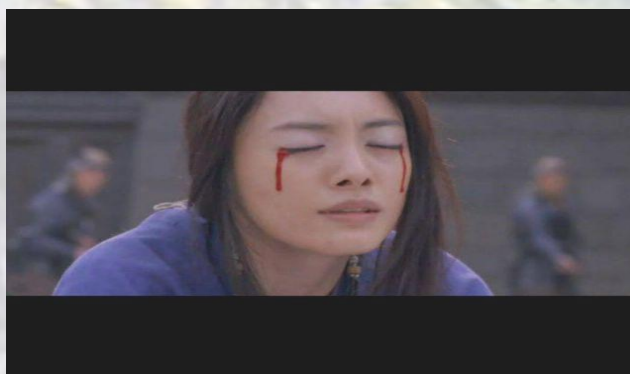


Fig. 12: Autoflagelo de Oboro para afirmar a paz



Como foi mencionado, o início do filme traz uma organização voltada para os valores de guerra vs. paz (desequilíbrio vs. equilíbrio). Ao negar seus poderes de Shinobi, Oboro nega os valores de guerra e afirma os de paz, fazendo a narrativa tender para as relações de equilíbrio (paz, acordo).



Fig. 13: Cena final, em que Oboro se encontra num contexto de paz

Desse modo, vê-se que o filme não o faz apenas no plano do conteúdo. Após a cena do autoflagelo, todo o cromatismo intenso, anteriormente dominante (tons de azul vs. tons de vermelho), diferentemente, passa (figura 13, acima) a um **cromatismo neutro, não intenso, voltado para os valores de paz**<sup>31</sup>. Isso se justifica, pois em nenhum outro momento anterior existiu a predominância de branco no filme, sobretudo, junto ao elemento natural neve e gelo.

---

<sup>31</sup> Aqui não se entende branco como representante exclusivo e descontextualizado da paz por si só, isto é, sem levar em conta as relações de sentido presentes no plano do conteúdo, portanto, em todo universo dessa narrativa fílmica.

## 6. PROPOSTA DE ESQUEMATIZAÇÃO DE *SHINOBI*

Seguindo as correlações de conteúdo e expressão, examinados na organização do filme *Shinobi*, propõe-se expô-los mediante à apresentação de dois quadros ilustrativos, com as categorias do plano de conteúdo e expressão articulados aos elementos presentes na narrativa:

Quadro 3: Esquemática de categorias e elementos do conteúdo articulados aos da expressão

Unidades figurativas e de expressão	YANG	YIN
Unidades figurativas - PC	Clã dos <u>Manjidani</u> (figura de Gennosuke) = homem	Clã dos <u>Tsubagakuri</u> (figura de Oboro) = mulher
Unidades do plano de conteúdo - PC	Princípio masculino (sol, calor, externo, masculino, expansão, mobilidade) Pessoa: Gennosuke e o resto do clã Tempo: Seco, Terra, Poeira, Luz Espaço: Alto, Fora, Pico da montanha	Princípio feminino (lua, frio, interioridade, feminino, retrátil, imobilidade) Pessoa: Oboro e o resto do clã Tempo: Úmido, Água, Névoa, Sombra Espaço: Baixo, Interior, Dentro do vale da montanha
Unidades do plano da expressão - PE	Cores quentes: Tons de laranja a vermelho escuro Plano alto: Perspectiva de cima para baixo	Cores frias: Tons de azul a roxo Plano baixo: Perspectiva de baixo para cima

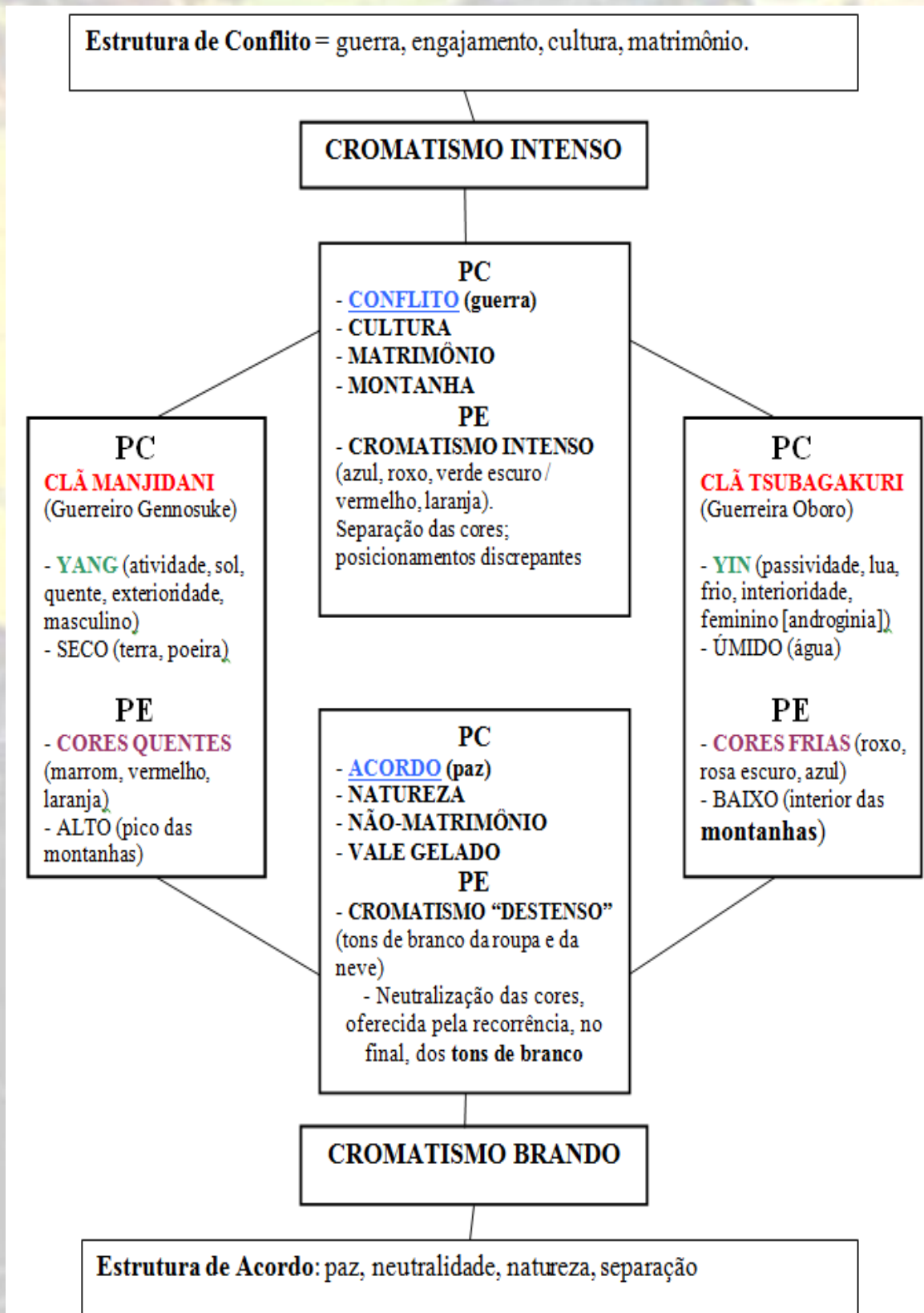


Fig. 14: Totalização das oposições de conteúdo e expressão presentes em *Shinobi*, de acordo com relações de oposição horizontal e vertical

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS


Observou-se que a indústria contemporânea do cinema tem eixos diversificados de produções contemporâneas comerciais. Hollywood, o grande centro irradiador da cultura do cinema no Ocidente também oferece influências para a concepção do cinema feito no Oriente.

Ao valorizar a construção metafórica de *Morangos silvestres*, Peñuela Cañizal (2004, p. 21-2) explica que filmes mais autorais, como os de Bergman são feitos sobre os princípios de um controle quase total, em que os elementos se articulam com perfeição e as relações entre eles são cuidadosamente monitoradas pelo diretor. Parece que um tipo de controle também é visto em *Shinobi*, pois, à maneira que os programas narrativos se sucedem – organizando a construção das figuras do discurso – as categorias plásticas vão acompanhando o conteúdo *pari passu*, de forma orquestrada, sempre enriquecendo o filme. Tendo como resultado um apelo estético, a produção mexe não somente com o inteligível, mas com o plano sensível do espectador, fazendo-o ao menos notar o quanto as cores, personagens e espaços ocupam lugares de destaque no filme.

A questão de como é concebido o imaginário em torno do herói também rende interpretações relevantes para a identificação do público com o filme. Longe de serem representações de heróis introvertidos ou antissociais (como o são Peter Parker e Clark Kent), Oboro e Gennosuke concretizam o papel do herói sereno, centrado e que, acima das suas vontades, representam a lealdade à sua cultura de guerreiros.

Diferentemente dos heróis de filmes comerciais, enfim, *Shinobi* não encena ameaças a uma nação ou a um vilão encarnado como o representante do mal absoluto, que imponha perigo à propriedade privada ou que irá assolar uma grande cidade, mas encena a defesa de princípios de guerreiros leais e supertreinados, frente a um conflito entre clãs, no século XVII.

Apesar de a narrativa não apresentar elementos diferentes dos filmes de ação comuns (com heróis, coreografias de luta e um amor central), *Shinobi* trabalha de maneira diferente dos filmes hollywoodianos as categorias



plásticas, fato que enriquece o conteúdo, mas sem deixar de ser um filme de massa. Cabe dizer que a discussão em torno de heróis do mundo oriental traz à tona valores de uma cultura diferente da dos heróis do Ocidente citados<sup>32</sup>.

Mesmo que *Shinobi* tenha sido produzido para ser vendido (para as redes de locadoras e comercializado em lojas de DVDs, por exemplo), ainda assim parece representar uma tentativa válida de enriquecer encadeamentos narrativos de conteúdos já tão desgastados pela fórmula básica de conceber os enunciados do filme comercial contemporâneo.

---

<sup>32</sup> Mesmo que os princípios dos guerreiros de *Shinobi* orientem a história para valores relacionados à sua cultura, a comparação entre diferentes tipos de heróis foi feita com o intuito de observar recursos da expressão de que o cinema hollywoodiano se vale poucas vezes, no interior dos quais tende a preferir a concatenação de enunciados narrativos aos recursos estéticos da expressão, como reforçado por Peñuela Cañizal (2004, p. 19).

## REFERÊNCIAS

- CAPRA, F. *O ponto de mutação*. São Paulo: Cultrix, 2006.
- DROGUETT, J. Vertigem pendular – cultura dos meios de comunicação. In: BALOGH, A. M et al. (org.). *Mídia, cultura, comunicação*. São Paulo: Arte & Ciência, 2002.
- \_\_\_\_\_. Estética da recepção cinematográfica – sobre os efeitos receptivos da produção midiática. *Comunicação & Inovação*. São Caetano do Sul, v. 8, n. 15, jul./dez. 2007, p. 2-10. Disponível: [http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/676/522](http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/676/522)
- FIORIN, J. L. *Para entender o texto*. São Paulo: Ática, 2001.
- \_\_\_\_\_. Semiótica e comunicação. In: DINIZ, L. V. P. & PORTELA, J. C. (Org.) *Semiótica e mídia: textos, práticas, estratégias*. Bauru: Unesp / FAAC, 2008, p. 75-92.
- FLOCH, J.-M. *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit*. Paris: Hadès-Benjamins, 1985.
- \_\_\_\_\_. *Sémiotique, marketing et communication – sous les signes, les strategies*. Paris: Presses Universitaires de France, 1990.
- GREIMAS, A. J. & COURTÉS, J. *Dicionário de semiótica*. Tradução Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Cultrix, 1979.
- MORIN, E. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense, 1987.
- O CLÃ das adagas voadoras. Direção: Zhang Yimou. Hong Kong (China), 2004. 1 DVD (166 minutos), sonor., color.
- O TIGRE e o dragão. Direção: Ang Lee. China: Columbia Pictures, 2000. 1 DVD (124 minutos), color., sonor.
- PEÑUELA CAÑIZAL, E. Tessituras oníricas em “Morangos Silvestres”. In: PEÑUELA CAÑIZAL, E. & CAETANO, E. K. (Orgs.). *Olhar à deriva: mídia, significação e cultura*. São Paulo: Annablume, 2004.
- PEÑUELA CAÑIZAL, E. & CAETANO, E. K. (Orgs.). *Olhar à deriva: mídia, significação e cultura*. São Paulo: Annablume, 2004.
- \_\_\_\_\_. Poética de imersão em produtos hipertextuais. In: PRIMO, A. et al. (Orgs.). *Comunicação e interações*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- PIETROFORTE, A.V. *Semiótica visual: os percursos do olhar*. São Paulo: Contexto, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Análise do texto visual: a construção da imagem*. São Paulo: Contexto, 2007.
- SHINOBI: a batalha. Direção: Ten Shimoyama. Japão: Shochiku, 2005. 1 DVD (97 minutos), color., sonor.

## REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA, LINGUAGEM E MOVIMENTOS SOCIOCULTURAIS: PATRIMÔNIO, MEMÓRIA E IDENTIDADE<sup>33</sup>

PESSOA, Marcelo<sup>34</sup>

**RESUMO:** O presente texto, por meio de uma revisão bibliográfica, traz uma discussão sobre a relação entre manifestações sociais, culturais e os demais grupos organizados da sociedade civil que ajudaram a propor, no Brasil, definições parciais e em fluxo contínuo quanto à identidade cultural desta Ilha de Vera Cruz. A partir de argumentos da crítica pós-colonial, estética e sociológica, apontamos para direções em que as atividades socioculturais brasileiras, desde o período colonial, reservam e revelam muito do patrimônio histórico e social do povo que somos ou que ainda queremos ser. Como resultado deste ensaio, longe de descrever verdades, anunciam-se desafios, diante dos quais cada pesquisador que com nossa escrita se deparar, poderá se deter, na medida de sua coragem intelectual e na dimensão de abrangência de suas respectivas linhas de pesquisa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Identidade, Cultura Brasileira, Linguagem, Representação Midiática.

**ABSTRACT:** The present text, through a bibliographical revision, presents a discussion on the relationship between social, cultural manifestations and other organized groups of civil society who helped propose, in Brazil, partial definitions and streaming as the identity this cultural Island of Vera Cruz. Thinking from the postcolonial critique, aesthetics and sociological, aim for directions in which the Brazilian social and cultural activities, since the colonial period, reserve and reveal much historical and social heritage of the people who we are or who we want to be still. As a result of this essay, far from describing truths, announces challenges, in front of which each researcher who with our writing come across, you can pause, the extent of your intellectual courage and breadth dimension of their respective research lines.

**KEYWORDS:** Brazilian Identity, Culture, Language, Media Representation.

---

<sup>33</sup> O presente texto investiga traços de nossa identidade sociocultural e, devido a isso, dialoga com temáticas e vieses teóricos discutidos noutro Artigo nosso, intitulado “Tropicalismo, arte, sociedade: compreensões ainda úteis para uma educação que se deseje plural”, publicado pela Revista SCIAS / COED Arte e Educação, v. 02, p. 02-16, 2014. Neste sentido, ainda que lá houvéssemos tratado de questões entrecruzadas entre o Tropicalismo e a Educação Brasileira, ao revisitar meus próprios escritos, me surpreendo, não raramente, em ver o quanto sou repetitivo em minhas postulações. Portanto, *mea culpa, mea maxima culpa!* E, àqueles que nos leem com certo hábito – se é que estes existem –, informo que semelhanças entre este e aquele texto, não são meras coincidências, mas frutos de minha incompetência em realizar descobertas que possam lhes ser mais úteis – *sorry!*

<sup>34</sup> Sociolinguísta, docente da UEMG, Unidade Frutal, com Doutorado em Letras pela UEL e Pós-doutorado em Divulgação Científica pela USP.

## INTRODUÇÃO

Várias correntes artísticas ou ativistas brasileiras acabaram incorporando, meio que sem querer, o mérito positivo ou a culpa negativa de fazer transparecer por meio de seus manifestos e postulações parte da face cultural e conseqüentemente identitária que, ao longo de muito tempo, tem ajudado a definir o Brasil e ao seu povo (CHAUÍ, 2017)<sup>35</sup>.

Indo diretamente ao assunto, portanto, vemos que se os integrantes de movimentos socioculturais de ontem e de hoje como a Antropofagia Oswaldiana<sup>36</sup> (1928), o Cinema Novo<sup>37</sup> (1955), a Poesia Concreta<sup>38</sup> (1955), a Bossa Nova<sup>39</sup> (1958), o Tropicalismo<sup>40</sup> (1967), a Passeata do Cem Mil<sup>41</sup>, o Movimento das Diretas-Já<sup>42</sup> (1983-1984), o MST<sup>43</sup> (1984), os Caras-Pintadas<sup>44</sup>

---

<sup>35</sup> Para entender o vocábulo “povo”, recorremos para este texto à definição de Marilena Chauí, em sua obra “Conformismo e Resistência”, de 1986, republicada em 2017. De Chauí, nos apropriamos, entre outras definições da autora, daquela que entende o povo como generalidade, como instância jurídico-política (dotada dos critérios do racionalismo da Ilustração) e como particularidade social: os “pobres”. De um lado desse entendimento, portanto, tem-se que ao povo, entendido como generalidade política, cabe a tarefa política e racional de fundação e de sustentáculo dos preceitos e ordenamentos sociais. De outro lado, temos o povo como particularidade social e, a esse “povinho” e suas necessidades básicas, diz-nos Chauí, “cabe auxiliá-lo através da filantropia e educá-lo através da disciplina do trabalho industrial, educação essencial para conter suas paixões obscuras, supersticiosas, sua irracionalidade e, sobretudo sua inveja, que se exprime no desejo sedicioso do igualitarismo” (CHAUÍ, 1986, p. 17 e 2017, p. 22).

<sup>36</sup> Tomamos por princípio do movimento, a data de publicação do Manifesto Antropófago, na Revista de Antropofagia, assinado por Oswald de Andrade.

<sup>37</sup> Preferimos como nascimento do movimento, a data do filme “Rio 40 Graus”, de Nelson Pereira dos Santos.

<sup>38</sup> Adotamos por começo do movimento o nº 2, da “Revista Noigandres”, em que Augusto de Campos nomeia o que conhecemos hoje por concretismo.

<sup>39</sup> Considera-se aqui, como marco inicial do movimento, o disco lançado por João Gilberto, contendo as canções “Chega de Saudade”, e “Bim Bom”.

<sup>40</sup> Ano do III Festival de Música Popular Brasileira da Record, considerado pela crítica como um típico “festival tropicalista”. Tem-se, então, o Movimento Tropicalista, o Tropicalismo, ou simplesmente, a Tropicália.

<sup>41</sup> Organizada no Rio de Janeiro pelo movimento estudantil, esta passeata contra a Ditadura Militar, em junho de 1968, reuniu nomes que hoje soam como improváveis sob um mesmo teto, tais como Caetano Veloso, Grande Otelo, Cacá Diegues, Chico Buarque, Clarice Lispector, Fernando Gabeira, José Dirceu, Marieta Severo, Orestes Quércia, Tancredo Neves, Gilberto Gil e Milton Nascimento etc. – assim mesmo, tudo junto e misturado.

<sup>42</sup> Entre os anos de 1983 e 1984, esse movimento mobilizou a sociedade civil pela realização de eleições diretas, o que, de certo modo, ao mesmo tempo em que aconteceu foi frustrado, isso devido à eleição e conseqüente morte de Tancredo Neves.

<sup>43</sup> Ano em que, numa reunião no Paraná, com a Comissão Pastoral da Terra, decidiu-se pela fundação do MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra), cuja pauta predominante era a luta pela não mecanização da produção e pela não construção de barragens.

<sup>44</sup> Movimento estudantil (liderado pela UNE e pela UBES) que reivindicava inicialmente o passe livre nos transportes públicos e a meia entrada em eventos, acabou se consolidando com o pedido e a conseqüente saída do poder do então Presidente Fernando Collor de Melo.



(1992), a Passeata Gay em São Paulo<sup>45</sup> ou Movimento do Passe Livre – MPL –<sup>46</sup> (2003), a Operação Lava-Jato<sup>47</sup> não atuaram ou não procedem assim, a crítica especializada, que emite suas opiniões em crônicas diárias, até mesmo por carência de fatos mais reais que surreais sobre arte, cultura, política e sociedade, tratava e ainda trata de inadvertidamente fazê-lo.

Em linhas gerais, a mídia e a *intelligentsia* atribuem a tais movimentos os moldes de representação ora de precursores geniais de uma vanguarda sabe-se lá de quê, ora o de responsáveis por retrocessos e por abalos-alavanca de um movimento psíquico, sociológico, antropológico, político ou estético qualquer os o recolocam num cenário *cult* de adoração ou num papel demoníaco de rejeição.

Assim, a crítica midiática especializada em observações sociais, ao invés de melhorar a compreensão que o público precisa ter de seu próprio tempo, adensando as questões básicas originais, pasteuriza ou maquia os fatos. Noutros termos, via de regra, algo insignificante ou irrelevante (não que os movimentos citados sejam insignificantes ou irrelevantes), posto sob os holofotes dos apetrechos vocabulares da mídia e da *intelligentsia* entorpecida pela verdade irrefutável das próprias convicções fica mais colorido e palatável (DORFMAN & MATTELART, 2007).

Neste sentido, então, é que, mais adiante, faremos algumas considerações que colocarão lado a lado da sociedade alguns dos movimentos socioculturais aludidos acima, com o intuito de demonstrar a maneira pela qual tais manifestações tomam para si os fatos sociais e culturais contemporâneos

---

<sup>45</sup> A parada do orgulho LGBT é realizada na Avenida Paulista, em São Paulo, desde 1997, entre os meses de maio e junho. Na edição de 2017, reuniu, segundo os organizadores do evento, 19 Trios Elétricos e mais de três milhões de pessoas.

<sup>46</sup> Apesar do MPL ter ganho notoriedade mundial no ano de 2013, reportamos sua origem dez anos antes, em Salvador – BA. À época, houve ali intensa mobilização quanto ao preço das passagens no transporte público, o que levou a uma paralisação de 10 dias da capital baiana. Em 2001, em Santa Catarina – SC, depois da chamada Revolta da Catraca, a cidade de Florianópolis parou por quase um mês. Fatos como esse eclodiram pelo país inteiro ao longo da última década e, em 2013, Estados brasileiros como São Paulo – SP, Rio de Janeiro – RJ e Minas Gerais – MG viveram dias de intensos protestos, passeatas e vandalismos. No início, as pessoas reivindicavam o passe livre e, com o passar dos dias, a pauta foi se ampliando, e as exigências chegaram à solicitação pelo fim da corrupção, a transparência nas contas públicas e a derrubada de Projetos de Lei (como o da proposta de PL 147) contrários à vontade popular.

<sup>47</sup> Procedimento de investigação e de punição a corruptos no Brasil, iniciado em 2009, com desdobramentos amplamente noticiados pela imprensa nacional e estrangeira, dado aos efeitos que tem produzido.

transformando-os em representações alegóricas do *status quo* por meio de usos específicos da linguagem.

## 1. DESENVOLVIMENTO

A partir de agora, portanto, nos debruçamos sobre um debate, em que o perfil sociocultural de alguns dos movimentos e ativismos sociais serão revisitados.

Desse modo, iniciando aleatoriamente pela Bossa Nova (na grafia anterior à presente modalidade escrita, se escrevia Bossa-Nova, com hífen, embora hoje se admita as duas grafias, a antiga e a nova, adoto aqui a mais recente), vemos que esta manifestação sociocultural ou esta modalidade estética, como quisermos (CAMPOS, 1993)<sup>48</sup>, se tratava de um movimento genuíno, musical e linguisticamente significativo, cujo suporte principal de expressão priorizou o rigor musical, a palavra muitíssimo bem cantada e a norma padrão de linguagem escrita.

O movimento bossanovista, além de inovar o critério de composição e arranjos poéticos das letras e das harmonias da Música Popular Brasileira, teve, especialmente com o advento da genialidade de João Gilberto, a possibilidade de fazer retirar da Música Popular Brasileira o rótulo de manifestação cultural que é fruto de uma civilização subalterna ou exótica, apondo-a sob um carimbo de *música de qualidade tipo exportação*, ao mesmo tempo em que elevava qualitativamente o registro linguístico brasileiro a um patamar de excelência diferenciado na história cultural brasileira, uma vez que pôs o povo a cantarolar pelas ruas um repertório vocabular refinado e um conjunto de excelentes melodias.

Por outro lado, não é o mesmo fenômeno que ocorreu, por exemplo, com a *performer* musical portuguesa Maria do Carmo Miranda da Cunha, que se popularizou como a brasileira Carmem Miranda (apesar de nascida em Portugal, em 1909), pois ela foi “exportada” para os Estados Unidos e para o

---

<sup>48</sup> Sob a liderança de João Gilberto, Tom Jobim e Vinicius de Moraes, nasceu a Bossa Nova. Sob a influência do *jazz* norte-americano, filhos da classe média brasileira começaram a se expressar por meio de um repertório musical requintado e tipo exportação.

mundo (entre 1930 e 1950) como figura de entretenimento de fácil degustação, a serviço de uma elite consumista e para a apreciação internacional do nosso exotismo étnico e cultural.

Isso se deu, mais ou menos sob os moldes do que ocorreu com o personagem de quadrinhos Zé Carioca<sup>49</sup>:

Seria falso afirmar que Walt Disney es un mero comerciante. [...] Más allá de la cotización bursátil, sus creaciones y símbolos se han transformado em una reserva incuestionable del acervo cultural del hombre contemporáneo: los personajes han sido incorporados a cada hogar, se cuelgan em cada pared, se abrazan en los plásticos y las almohadas, y a su vez ellos han retribuido invitando a los seres humanos a pertenecer a la gran familia universal Disney, más allá de las fronteras y las ideologías, más acá de los odios y las diferencias y los dialectos. Con este passaporte se omiten las nacionalidades, y los personajes pasan a constituirse en el puente supranacional por médio del cual se comunican entre si los seres humanos. Y entre tanto entusiasmo y dulzura, se nos nubla su marca de fábrica registrada. Disney, entonces, es parte – al parecer inmortalmente – de nuestra habitual representación colectiva (DORFMAN & MATTELART, 1972 republicado em 2007, p. 11).

Na contramão disso, vê-se que a Bossa Nova entrou no mercado internacional via *Carnegie Hall*, em Nova York, num *show* realizado em 1962. Enquanto isso, por sua vez, a Carmem Miranda subiu aos palcos estrangeiros em 1939, com um cacho de bananas na cabeça, desfilando, cantando e reiterando iconicamente nos trejeitos faciais e no rebolado do quadril a sensualidade, a estética da malandragem e o paradigma de um Brasil fornecedor *ad aeternum* de *commodities*, posição, aliás, a que se confina a América Latina como um todo até hoje.

Dez anos após o surgimento da Bossa Nova, um grupo de brasileiros, predominantemente formado por baianos, toma de assalto a Música Popular Brasileira. Gilberto Gil, Caetano Veloso, Tom Zé, Torquato Neto e Nana Caymmi indicam uma saída para o impasse de estagnação cultural tupiniquim:

---

<sup>49</sup> Inspirado num cartunista brasileiro, que se chamava José Carlos de Brito Cunha (conhecido por J. Carlos), o próprio Walt Disney desenhou e popularizou esse personagem – o Zé Carioca. A nota depreciativa sobre isso é que, no começo, o personagem Zé Carioca era uma homenagem ao talento do artista brasileiro e, lentamente, o desenho animado se tornou uma espécie de “embaixador” de um estereótipo que associava o Brasil e o povo brasileiro ao samba, à cachaça, ao carnaval, à preguiça, à festa e à vagabundagem.

*habemus* a Tropicália. Augusto de Campos (1993), o mesmo que batizara o movimento concretista, lembra que, para fazer frente ao mau gosto do iê-iê-iê brasileiro, a essência deveria prevalecer sobre certas aparências.



Roberto Carlos, Erasmo Carlos e a cantora Wanderléa comandavam o Programa Jovem Guarda, aos domingos na TV Record, influenciando gerações desde 22/08/1965.

Isto é, haveríamos de retornar, lamentavelmente, ao sambão gritado, quadrado, cuja representação coletiva fora sintetizada pela Carmem Miranda e pelo Zé Carioca, reificada pelo iê-iê-iê brasileiro importado dos Estados Unidos via integrantes da Jovem Guarda.

Diante do balanço financeiro dos festivais de música da Record, continua Campos (1993), os produtores culturais abriram os olhos: como haviam perdido dinheiro até então, o que rendia mesmo era a velha batucada. Assim, o bailão do mau gosto que, de alguma forma, foi reeditado pela inexpressividade do Festival de Música Popular realizado no ano 2000 pela Rede Globo de Televisão, faz algum sentido, especialmente se este desastre for projetado sobre o que se convencionou chamar no Brasil de “sertanejo universitário” e seus congêneres<sup>50</sup>.

---

<sup>50</sup> Nada contra a música sertaneja. O importante é que a música seja boa, esteja onde estiver. Contudo, no início dos anos 90, apesar de terem acrescentado aos tradicionais acordeões e violões, guitarras elétricas e sintetizadores (mais ou menos como fizeram os tropicalistas), a juventude dos cantores sertanejos que atualmente começam a fazer sucesso muito prematuramente, a irreverência das letras (duplos sentidos,

Nesse Festival ainda, vale lembrar, novamente marcou presença Caetano Veloso (VELOSO, 2017). Num instante, sua “afilhada” artística, Virgínia Rodrigues, dotada de uma voz belíssima, entoava a raiz musical brasileira num canto “Olodum melismático medieval”<sup>51</sup>. Noutra instante, o ícone e um dos maiores expoentes dos antigos festivais, Caetano Veloso, faz a anticelebração do que poderia ter sido a retomada do *glamour* dos grandes festivais e de seus *happenings*. Cantando a letra de “Trilhos Urbanos”, Caetano Veloso fez mais do que protestar. Selou, com seu poema-canção, o fim do que nem deveria ter começado. Denunciou, por meio da palavra cantada, a distância em que aquela avacalhação de festival da Rede Globo estava de qualquer festival do passado: “o melhor o tempo esconde / longe muito longe” (“Trilhos Urbanos”, de Caetano Veloso: *Cinema Transcendental*, 1979, e *Caetano Veloso*, 1986).



CAETANO E VIRGÍNIA Rodrigues: show de encerramento

---

alusões sexuais e desarranjos amorosos), a mistura de estilos e ritmos (juntando-se todos os ritmos e estilos, chega-se a nenhum) e a simplicidade dos arranjos harmônicos estão muito distantes de colocar o movimento dos musicais sertanejos universitários, como os do Axé Universitário, os do Brega Universitário, os do Forró Universitário etc. como representantes do que é do que pode a nossa língua portuguesa, a nossa música, a nossa sociedade e a nossa cultura.

<sup>51</sup> Aqui, criei uma alegoria que reúne o canto folclórico e o canto religioso, misturando, conseqüentemente, o sagrado e o profano.

Com esse procedimento, Caetano fez o que era próprio do Tropicalismo, isto é, *fiat lux*.

O melhor o tempo esconde  
longe muito longe  
mas bem dentro aqui  
quando o bonde dava volta ali [...] [...] bonde da trilhos urbanos  
vão passando os anos e eu não te perdi  
meu trabalho é te traduzir [...] (“Trilhos Urbanos”, de Caetano Veloso, *Cinema Transcendental*, 1979, e *Caetano Veloso*, 1986).

Segundo Campos (1993), o processo – a apreensão do caráter e de uma pretensa identidade nacional via observação das representações da cultura de massa – é bem fácil de ser entendido sob o ponto de vista dos estudos do *mass media*. A linguagem da música popular, argumenta Campos, é cultura de massa, e opera, portanto, na faixa da comunicação persuasiva, pretendendo convencer o ouvinte com base naquilo que ele já conhece, deseja e quer ouvir: isso dá, então, a tônica da validade que atribuímos à Carmem Miranda, ao Zé Carioca, à Jovem Guarda, ao Sertanejo Universitário, e também ao Movimento do Passe Livre, ao MST, à passeata do orgulho gay na avenida paulista etc.

Nessa mesma linha de explicações, encontramos o pensamento de Umberto Eco (2013) apontando que, desse mesmo modelo de convencimento do consumidor ressaltado por Campos (1993), resultaria uma espécie de confirmação do ouvinte quanto à validade das suas opiniões e convenções por intermédio da linguagem utilizada pelos operadores do sistema midiático contemporâneo.

Os tropicalistas, os estudantes, os trabalhadores rurais, cada um a seu tempo, tiveram aguda percepção, ainda que operando na faixa da inconsciência disso tudo, da crise de identidade e de participação política que se vivia no país. Quando o artista, como representante legítimo do povo, sente esse caráter duplo de crise, lembra Eco (2013), parece perceber existir uma correlação entre o sistema que organiza a tonalidade dos sons da música e a

psique dos indivíduos (o que viabilizaria a já aludida justificação dos ouvintes em suas expectativas com relação à produção de música e de cultura em geral), o que, segundo Eco, também permite verificar como produto da percepção dessa correlação um retorno instantâneo ao mundo moral, ideológico e social da coletividade a ser representada:

Perguntamos, então: como impingir a esses escritores a desqualificação de alienados da realidade social, se eles estão colocando em crise justamente os esquemas simplistas e a ingenuidade encolhida daquilo que os parâmetros consensuais da cultura denominam realidade? Como chamá-los de elitistas, se estão resgatando para todo um continente a força de uma esfera cultural até então esmagada? E, se a imensa maioria de nossa população não tem acesso ou não está sendo capaz de ler e de compreender essas criações, não reside justamente aí a grande força revolucionária dessas produções? (SANTAELLA, 1990, p. 62).

As performances tropicalistas e bossanovistas e as suas respectivas propostas harmônicas e poéticas parecem negar mesmo as regras linguísticas e tonais do fazer musical corrente. Sobre essa subversão, Eco (2013) é taxativo em afirmar que, agindo assim, o músico nega o sistema tonal não somente porque nele se sente alienado ao convencional. Mas nega-o porquê, negando, não apenas nega a estrutura desse sistema, como também nega a moral de uma ética social e teórica expressa por aquele sistema. No momento em que rompe com o sistema de difusão de informação, conclui Eco, o artista subtrai-se às condições normais de comunicação e parece agir em sentido anti-humano, ou seja, à contramão do consenso sociocultural que baliza o homem médio.

No entendimento de Santaella (1990), entretanto, percebe-se que esse artista ou ativista sociocultural que nega o sistema não age contra o senso humano. Mas, pelo contrário e antes de tudo, age em favor dele. Os participantes das passeatas deste ou daquele tempo, isto é, contra a Ditadura, a favor do orgulho gay, em apoio ao juiz Sérgio Moro e à Lava-Jata etc., podem, então, mesmo que sem querer, agir favoravelmente em sentido contrário àquilo que pretendiam defender.

O fato de haver a incompreensão de suas obras ou de seus propósitos por parte de determinadas alas da sociedade não quer dizer que seus atos não sejam subversivos ou mesmo cooptados pela hegemonia de uma prática sociocultural dominante, uma vez que surgem dentro de um sistema cultural e identitário em crise contínua, como, aliás, é o caso do contexto brasileiro, em que o rótulo de cultura de alienados se não nos cabe, cabe-nos, ao contrário, mais o de revolucionários?

## 2. RESULTADOS

Entendemos, sinteticamente, que Caetano Veloso, principal líder do movimento tropicalista, enquadra-se melhor no contexto de subversão do sistema tonal e das linguagens verbais, audiovisuais, do que no paradigma do indivíduo revolucionário (segundo nos disse o próprio Caetano Veloso, em entrevista exclusiva ainda não publicada). Autor de vasta obra parece ter tornado o conteúdo de sua obra espelho do seu agir e do seu modo particular de ver o mundo e de julgá-lo, traduzindo-o em um modelo específico de formar as ideias e de torná-las relevantes diante da relação da arte com o mundo sociocultural, articulando essas necessidades ou preocupações dentro do Tropicalismo.

O Tropicalismo, por sua vez, representou a abertura de uma etapa nova para a cultura brasileira via Música Popular Brasileira. Essa etapa se sustentou na base de um levantamento do comportamento e da tradição viva nas vilas e favelas, nas salas de reunião e nos escritórios empresariais, na recriação dos elementos folclóricos herdados das culturas geradoras da cultura brasileira. Representou também a possibilidade da insurgência e do enfrentamento ao *establishment*, prática, diga-se *en passant*, bem afeita a movimentos como o MST, o Passe Livre, a Passeata dos Cem Mil, a Parada do Orgulha LGBT e os Caras-Pintadas etc.

Eco (2013) diz que o sistema de linguagem recusado pelo artista de vanguarda e conseqüentemente reativado pela militância sociocultural encontra-se desapossado das coordenadas da velha ordem, tal como está



despojado das diretrizes canônicas do sistema de linguagem que adota em sua poética. Os estilos musicais ditos universitários reverberam essa práxis. Essa mesma dupla e velha ordem encontra reminiscências nos sistemas esclerosados dos dogmas dirigistas, aludidos anteriormente por Santaella (1990).

Nesse sentido, acentua Eco (2013), é que o protagonismo sociocultural protesta quanto às formas tradicionais e mais bem aceitas de produção cultural – o sambão quadrado e gritado é só exemplo, é apenas sintoma –, sem anulá-lo nessa rejeição, mas agindo no interior dele.

Essa relação com o contexto social não ocorre, portanto, por afinidade, mas por apagamento imaginário da distância entre o sistema político ou esteticamente orientado. Para o desentorpecimento da visão e do código social organizado, é necessário agir politicamente para fazer dar certo tudo que está acomodado e engessado sob os moldes da tendência hegemônica. É assim que os operadores da Lava-Jato, por exemplo, têm agido em nossas estruturas, mesmo sem sabê-lo.

Não alienados da relação do protagonista social com os aspectos patrimoniais da cultura brasileira, os brasileiros fizeram e ainda fazem revelar através de suas atitudes a identidade da sociedade brasileira híbrida e em formação que era e ainda é gritada pelas ruas, por meio de vozes que saíam, e continuam saindo, de bocas banguelas, num grito de gol ou num sussurro sob tortura, ou num êxtase cerimonial místico, ou numa passeata pelo passe livre, pelo *impeachment* de presidentes, ou por melhor qualidade na saúde pública.

### **3. CONCLUSÕES**

Em sucinto resumo das ideias expostas, vistas aqui sob a ótica antropofágica, por exemplo, verificamos que o que se chamou de Antropofagia era um conjunto de procedimentos artísticos, mas também políticos, por meio dos quais se objetivava “deglutir” do repertório sociocultural disponível o que, para a época do advento do Modernismo no Brasil, era moderno e desenvolvido ou simplesmente estrangeiro, para depois fazê-lo retornar,

revestindo-o com o nosso subdesenvolvimento tecnológico e com os nossos arcaísmos impregnados no país desde o colonialismo.

Nós, brasileiros, assim, somos frutos da assimilação histórica que uniu num mesmo corpo o belo e o feio, transformando-nos numa nação barroca da renascença, a partir da iluminação de movimentos como a Bossa Nova, a Tropicália, o MST, o Passe Livre, os recentes estilos universitários, a passeata do orgulho gay, a Operação Lava-Jato etc. Somos, por isso, maravilhosamente terríveis por sermos social e culturalmente negros, índios, eruditos, populares, pobres, ricos, honestos e corruptos, homens e mulheres e também europeus paradoxalmente afrodescendentes assimilados e pós-modernos.

Ou seja, para sabermos mais sobre o que somos devemos considerar o que os tipos interferentes na nossa mistura étnica e cultural nos proporcionaram, e de que maneira contribuíram para a imagem que vemos ao olharmo-nos no espelho. Procedendo dessa maneira verificaremos qual o tipo de assimilação fizemos derivar desse processo, como se deu em nós a prática miscigenatória. Um bom lugar para lançarmos nosso olhar investigativo, sem dúvida, é o interior dos movimentos sociais ou nas expressões sociais de vanguarda brasileiros, tais como os aventados neste texto.

Schwarz (2008) parece lançar seu olhar nessa direção, ao dizer que a imagem tropicalista (e, por extensão, o Cinema Novo, a Bossa-Nova, a parada do orgulho gay etc.) seria capaz de encerrar em si o passado (nesse passado caberiam a estrutura rural colonial e a miscigenação para serem assimilados no processo evolutivo e de construção de nossa identidade) na forma de males ativos ou ressuscitáveis, e que também seria capaz de sugerir, como se a arte ou a mídia possuíssem um poder de predição oracular, o que ainda parece ser o nosso destino (como processo contínuo), e que seria essa a razão pela qual nós ainda não nos cansamos de olhá-las (porque o desenho que vemos é o resultado parcial da prática da assimilação e nos comparamos narcisicamente nessa ou naquela modalidade de representação).

Perguntamo-nos, então, que tipo de estímulo – visual, intelectual, ético, estético, político – recebeu Schwarz para estabelecer o que seria ou que conteúdo teria essa imagem poderosa e perpetuadora do horizonte

sociocultural brasileiro da qual nos fala, pois parece que essa imagem, da maneira como ele nos diz, é capaz de representar bem a função assimiladora que, a nosso ver, caracteriza nossa identidade, nossa cultura e todos os seus movimentos e ativismos socioculturais.

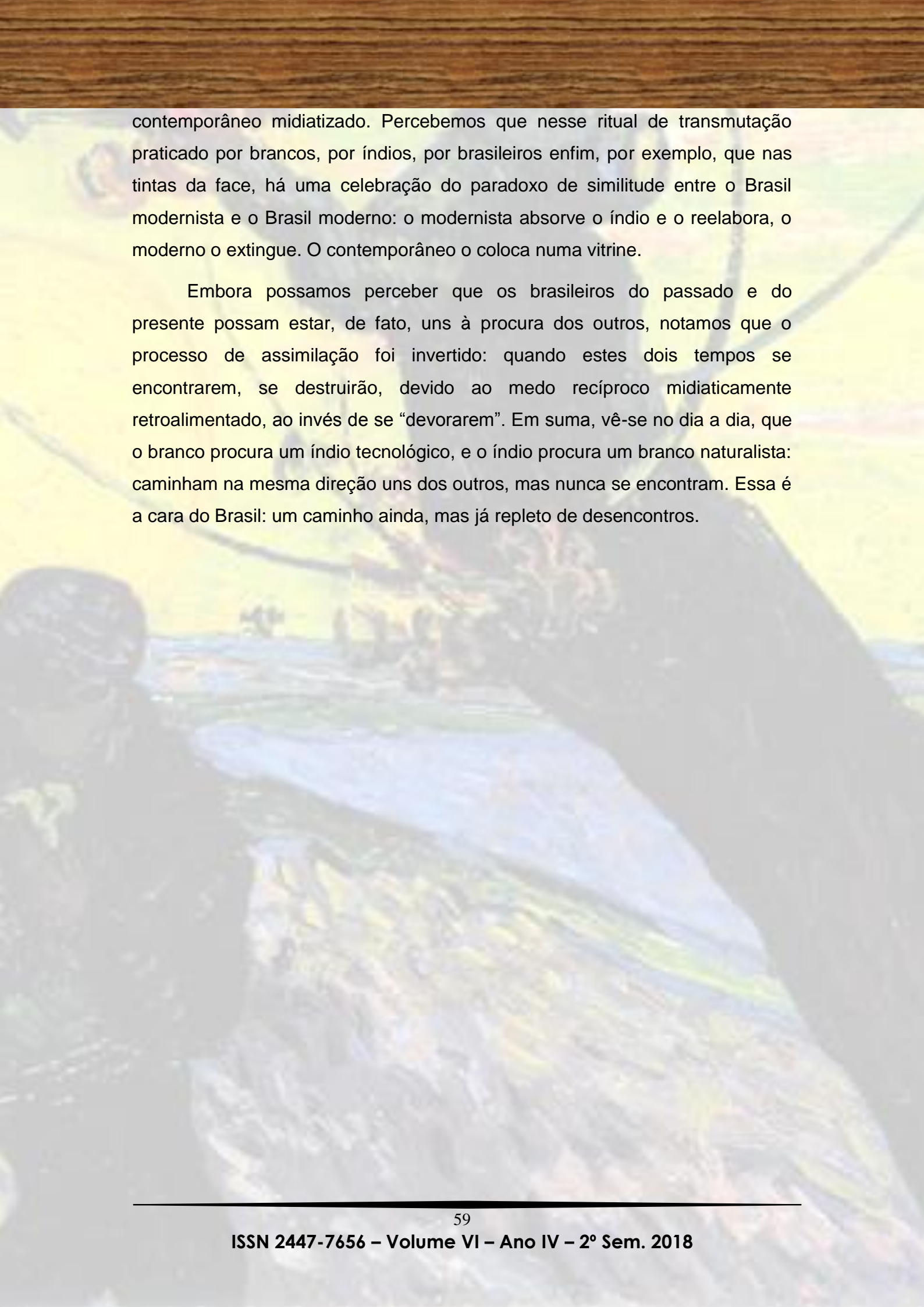
Os elementos novos e velhos de nossa linguagem social de viver concorrem para a justaposição do universo da técnica ao universo do retrógrado no processo de assimilação. A imagem síntese sociocultural brasileira, entendida como coisa exótica e aberrante no passado e, hoje, a recolocação internacional do Brasil como país emergente, não melhorou nosso status quo. Pelo contrário, denunciou e ainda denuncia o atraso do país em todos os setores da produção, dos serviços básicos à população ou da falta crônica de infraestrutura.

As comparações entre o internacional e o nacional proporcionadas pelo Tropicalismo, pelo MST, pelo Cinema Novo, pelo Passe Livre, pela Lava-Jato, pelo orgulho gay evidenciam, num contraponto com o pensamento de Schwarz, o estado simultâneo de “riqueza e de pobreza nacional” – que reúne todos os nossos extremos que oscilam entre o vanguardismo e o atraso –, e fornece um parâmetro para dimensionar o coeficiente da infelicidade estética e grotesca à qual se confina a identidade contemporânea nacional.

Wisnik (1995) ressalta que o otimismo da Bossa Nova devia ser entendido como exigência de superação (o que entendemos aqui como etapa final da assimilação) e seu complementar, em forma de pessimismo. Esses extremos foram presentificados pela Tropicália, pela Lava-Jato, pelo sertanejo universitário, que revelaram não o resultado, o produto final da assimilação, mas o processo pelo qual se dá a assimilação na história cultural da civilização brasileira.

Essa relação dialética na cultura brasileira é similar ao procedimento antropofágico. Assim, percebemos que o Brasil moderno é uma resultante paradoxal – uma nação barroca da renascença. Obscura e iluminada.

Vemos nessa resultante atualizada uma juventude alienada, que pinta a cara com as tintas do engajamento do nosso ontem, mas que, contudo, agem apenas como mímicos do passado-sambão-quadrado universitário



contemporâneo midiaticizado. Percebemos que nesse ritual de transmutação praticado por brancos, por índios, por brasileiros enfim, por exemplo, que nas tintas da face, há uma celebração do paradoxo de similitude entre o Brasil modernista e o Brasil moderno: o modernista absorve o índio e o reelabora, o moderno o extingue. O contemporâneo o coloca numa vitrine.

Embora possamos perceber que os brasileiros do passado e do presente possam estar, de fato, uns à procura dos outros, notamos que o processo de assimilação foi invertido: quando estes dois tempos se encontrarem, se destruirão, devido ao medo recíproco midiaticamente retroalimentado, ao invés de se “devorarem”. Em suma, vê-se no dia a dia, que o branco procura um índio tecnológico, e o índio procura um branco naturalista: caminham na mesma direção uns dos outros, mas nunca se encontram. Essa é a cara do Brasil: um caminho ainda, mas já repleto de desencontros.

## REFERÊNCIAS

CAMPOS, Augusto. *Balanço da Bossa e Outras Bossas*. São Paulo: Perspectiva, 1993.

CHAUÍ, Marilena. *Conformismo e Resistência*. São Paulo: Autêntica, 2017.

DORFMAN, Ariel. & MATTELART, Armand. *Para Leer al Pato Donald – comunicación de masa y colonialismo*. España: Siglo XXI de España Editores S/A, 2007.

ECO, U. Do modo de Formar como Engajamento para com a Realidade. In: \_\_\_\_\_. ECO, U. *Obra Aberta*. São Paulo, Perspectiva, 2013, p. 227-62.

SANTAELLA, Lúcia. *Arte e Cultura – equívocos do elitismo*. São Paulo: Cortez, 1990.

SCHWARZ, R. *O Pai de Família e outros estudos*. São Paulo: Cia. Das Letras, 2008.

VELOSO, Caetano. *Verdade Tropical*. São Paulo: Cia das Letras, 2017 (ed. Comemorativa de 20 anos da obra).

WISNIK, José Miguel. *La gaya ciencia: Literatura y musica popular en Brasil*. Revista de Occidente, nº 174. Madri, 1995.

## A INFLUÊNCIA DAS SAFRAS NO MUNICÍPIO DE FRUTAL

FERREIRA, Patrik Eduardo da Silva<sup>52</sup>  
SANTOS, Geisiane Rodrigues dos<sup>53</sup>  
Izabel Cristina Taceli<sup>54</sup>

**RESUMO:** O presente artigo versa sobre o estudo do cultivo temporário que compreende os períodos entre 2004 a 2014, e objetivou mostrar a evolução da produção agrícola no município de Frutal, em Minas Gerais. A coleta foi originada de fontes de informação, disponibilizadas no site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, sendo que para a compilação dos dados foi utilizado o *software* denominado por Excel. A ideia central partiu de um grupo de pesquisadores interdisciplinares das áreas de Geografia e Estatística que apontaram para resultados de crescimento significativos a partir do ano de 2000, representando um valor de 28% de um total de 40% da população do município de Frutal – MG. Paralelamente, observa-se o crescimento posterior da plantação de cana-de-açúcar nos meados de 2004, assim com indícios de que com houve um aumento da população residente da cidade de Frutal. Portanto os resultados obtidos a partir do desdobramento de um projeto de pesquisa financiados pelo Programa Institucional de Iniciação Científica Júnior – BIC JR UEMG / CNPq / FAPEMIG, em vigência de março de 2015 a fevereiro de 2016, enfatizou-se o tratamento de Dados e a Modelagem Matemática. Tema este que tem sido estudado continuamente e com diversos desdobramentos devido ao impacto deste cultivo na cidade e região sudeste, norteando assim inúmeras pesquisas.

**PALAVRAS CHAVE:** Evolução da Cultura de cana de açúcar, Tratamento de Dados, Modelagem Matemática.

**ABSTRACT:** This article deals with cultivation temporary study comprising the periods between 2004 to 2014 and aimed to show the evolution of agricultural production in the municipality of Frutal in Minas Gerais. The collection originated from sources of information, made available on the website of the Brazilian Institute of geography and statistics – IBGE, and for the compilation of the data has been used software called by Excel. And the central idea came from a group of interdisciplinary researchers from the fields of geography and statistics that pointed to significant growth results from the year 2000, representing a value of 28% to a total of 40% of the population of the municipality of Frutal – MG. In parallel, the subsequent growth of planting sugarcane in mid-2004, as well as indications that with an increase of the resident population of the city of Frutal. Therefore the results obtained from the unfolding of a research project funded by the Institutional Programme Junior scientific initiation – BIC JR UEMG/CNPq/FAPEMIG in March 2015 period to February 2016, emphasizing on the treatment of Data and mathematical modeling. Which has been studied continuously and with various developments due to the impact of this cultivation in the city and the Southeast region, guided so many surveys.

**KEYWORDS:** Evolution of the Culture of sugar cane processing, mathematical modeling.

---

<sup>52</sup> Estudante Ensino Médio, bolsista BIC / Jr. / UEMG. Link LATTES: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K8217930D7>.

<sup>53</sup> Mestre em Ensino de Ciências e Doutoranda em Educação Matemática, docente da UEMG, Unidade Frutal, lotada no Depto. DCET. Contato: [geisiane.santos@uemg.br](mailto:geisiane.santos@uemg.br).

<sup>54</sup> Mestre em Psicologia e Saúde Mental, docente da UEMG, Unidade Frutal, lotada no Depto. DCH. Contato: [itaceli@hotmail.com](mailto:itaceli@hotmail.com).

## INTRODUÇÃO

Delimitam-se neste trabalho, algumas mudanças ocorridas nas safras da região Sudeste, mais precisamente no Estado de Minas Gerais – Triângulo Mineiro, transformações as quais incidiram após o aumento da área plantada de cana-de-açúcar. Estas concentrações de cultivos se sobressaem mais precisamente no Município de Frutal – MG, que atualmente possui uma população estimada em 57.795 habitantes e uma área 2.426.965 km<sup>2</sup> (IBGE, 2016).

Por anos seguidos, o Município de Frutal teve suas atividades econômicas focalizadas na produção agrícola e pecuária, com forte concentração na criação de gado leiteiro, na plantação de abacaxi, soja e laranja. Com o avanço das plantações de cana-de-açúcar, os produtores passaram a ter a oportunidade de mudar de atividade e ir para o setor sucroalcooleiro.

Em linhas gerais, a pesquisa teve por objetivo estabelecer conexões com os conceitos básicos de Estatística, introduzidos no currículo de Matemática e, especificamente, os voltados para os temas cotidianos, com vértice relacionado à evolução das lavouras temporárias, nos períodos entre 2004 a 2014, no Município de Frutal, empregando-se a Estatística e a ferramenta digital conhecida como *software* Excel.

Assim, ao tratarmos do assunto voltado para as lavouras temporárias, primeiramente se fez necessário analisar o comportamento das safras no Município de Frutal e, por conseguinte, observar a organização do *site* do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, para coletarmos os referidos dados. A partir disso, verificou-se que a atividade agrícola do Município está dividida em três grupos, sendo o primeiro, o grupo dos cereais, leguminosas e oleaginosas, o segundo, as lavouras permanentes e, o terceiro as lavouras temporárias.

De forma simplificada, consideram-se como lavouras permanentes aquelas que não necessitam, após a colheita, de um novo plantio e de lavouras

temporárias, as quais coabitam com aquelas que necessitam de um novo plantio após cada colheita.

Por uma questão de delimitação do escopo do artigo, elegeu-se como objeto de estudo, as lavouras temporárias e, ainda, num recorte temporal que varia entre o período de 2004 a 2014.

Considera-se a base de dados disponíveis no *site* do IBGE, no grupo das lavouras temporárias, por conter as culturas que se obtém em safras, que foi o foco do presente trabalho.

Para fundamentar a pesquisa, pesquisadores e os alunos participantes impetraram um recorte de investigação (DINIZ, 2007), de acordo com a realidade, utilizando-se do estudo da matemática propostos pela Modelagem Matemática (BARBOSA, 2001).

## **1. METODOLOGIA DA PESQUISA**

Para alcançar os objetivos propostos, foram estabelecidos os seguintes critérios: (1) trabalhar a interdisciplinaridade de Matemática com a área de Geografia, por meio da definição do tema; (2) levantamento bibliográfico sobre o tema; (3) visita ao IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e à UEMG – Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade de Frutal; (4) abordagem dos princípios gerais da Estatística; (5) uso de tecnologias; (6) coleta, organização, descrição; e, (7) análise e interpretação dos dados coletados.

O trabalho interdisciplinar de Matemática com a área de Geografia ocorreu após a escolha do tema pelo bolsista e pela equipe integrante do projeto. Assim, a formação foi composta por um professor de Geografia, dois alunos bolsistas, um professor da UEMG e uma professora orientadora.

O levantamento bibliográfico foi realizado em pesquisas direcionadas com a temática proposta e que, após a leitura, definiram-se aquelas que seriam utilizadas na pesquisa.



A partir da construção de um questionário, realizou-se uma visita ao IBGE, na Unidade Frutal e, posteriormente, novas consultas foram feitas na mesma Unidade Acadêmica.

O uso do laboratório de Geomática, na UEMG, Unidade Frutal, possibilitou a inserção do uso ampliado da tecnologia e, ainda, o contato com a Universidade e seus centros de pesquisa.

O laboratório de informática da escola de origem do bolsista foi o local de encontro das orientações e, ainda, o local de busca de informações estabeleceu-se por intermédio de pesquisa *on-line*.

A abordagem dos princípios gerais da Estatística, para o nível de escolarização do estudante, foi realizada em consonância com o que se propõe no Currículo Básico Comum (CBC), de Minas Gerais, no eixo temático IV, Tratamento de Dados, no que se refere ao desenvolvimento das habilidades:

Organizar e tabular um conjunto de dados; interpretar e utilizar dados apresentados em tabelas; utilizar um gráfico de colunas para representar um conjunto de dados; interpretar e utilizar dados gráficos num gráfico de colunas (SEEMG, 2005, p. 30).

O uso das tecnologias deu sustentação à pesquisa, à leitura de artigos e dissertações disponibilizadas na internet, e o uso do *software* Excel, concomitantemente.

A coleta dos dados foi feita no *site* do IBGE, a organização e tabulação permitiram a confecção de gráficos.

A análise dos dados e a conclusão final da pesquisa constituíram-se no momento de olhar para os questionamentos e estruturar os rumos para pesquisas posteriores.

## 2. RESULTADOS DA ANÁLISE DOS DADOS

Com ênfase nas principais culturas temporárias produzidas no Município de Frutal, entende-se que o cultivo do abacaxi, no Brasil, teve um crescimento expressivo na década de 90 e no ano de 1998.

Desse modo os Estados de Minas Gerais, Belém do Pará, Paraíba e Bahia foram os maiores produtores, com 68% da produção nacional (EMBRAPA, 2000).

A pesquisa de Guimarães (2015) fornece a quantidade produzida de abacaxi a partir de 1999:

Figura 1 – Produção de Abacaxi

<i>Ano</i>	<i>Área plantada (ha)</i>	<i>Quantidade produzida (milhões frutos)</i>
1990	1.794	31.761
1992	1.820	32.760
1994	3.120	56.160
1996	3.400	68.000
1998	3.250	65.000
2000	4.200	88.200
2002	2.500	75.000
2004	1.500	45.000
2006	1.600	48.000
2008	1.600	48.000
2010	1.900	57.000
2011	1.900	57.000
2012	2.100	52.500
2013	1.600	48.000

Fonte: IBGE, Produção Agrícola Municipal 1990 à 2013. Org.: GUIMARÃES, A. R., 2014.

Fonte: GUIMARÃES, 2015, p. 87.

De acordo com a tabela acima, observamos que a produção de abacaxi, na cidade de Frutal, apresentou um declínio significativo a partir de 2002, devido à inserção de novas lavouras, como, por exemplo, a de cana-de-açúcar. No ano de 2000, a quantidade produzida foi de 88.200 milhões de frutos (GUIMARÃES, 2015).

Retrata-se, na figura abaixo, a produção no período analisado pela pesquisa:



Fonte: IBGE, 2016.

Figura 2 – Expansão da Cultura de Abacaxi no Município.

A produção de abacaxi, no período considerado acima, de 2004 a 2014, apresentou uma tendência de alta. Apesar da produção, entre os anos de 2012 e 2013 sofrer uma queda, ainda foi maior que em relação ao ano de 2004.

Já, em 2014, houve uma recuperação expressiva neste setor, mas ainda não superando a produção de abacaxi em que foi demonstrada no ano de 2000.

Outra cultura evidenciada no município foi a produção de amendoim:

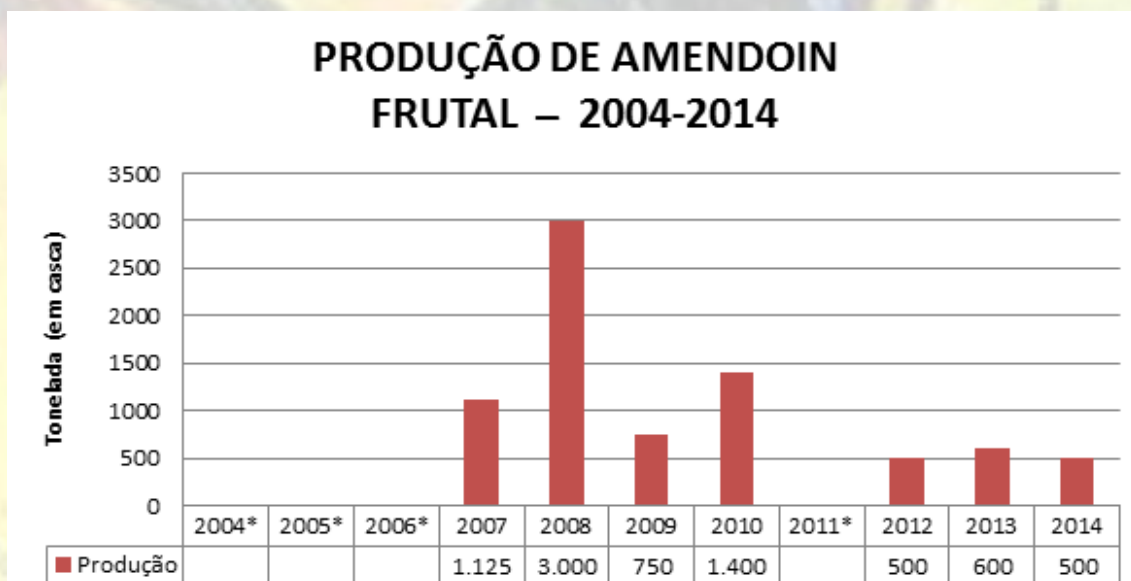


Figura 3 – Expansão da Cultura de Amendoim no Município\*  
Fonte: IBGE, 2016.

O que se observa é que essa cultura de amendoim não teve ascensão no município.

Dando sequência ao estudo acerca das culturas, a evolução da produção de arroz verificada na figura abaixo:

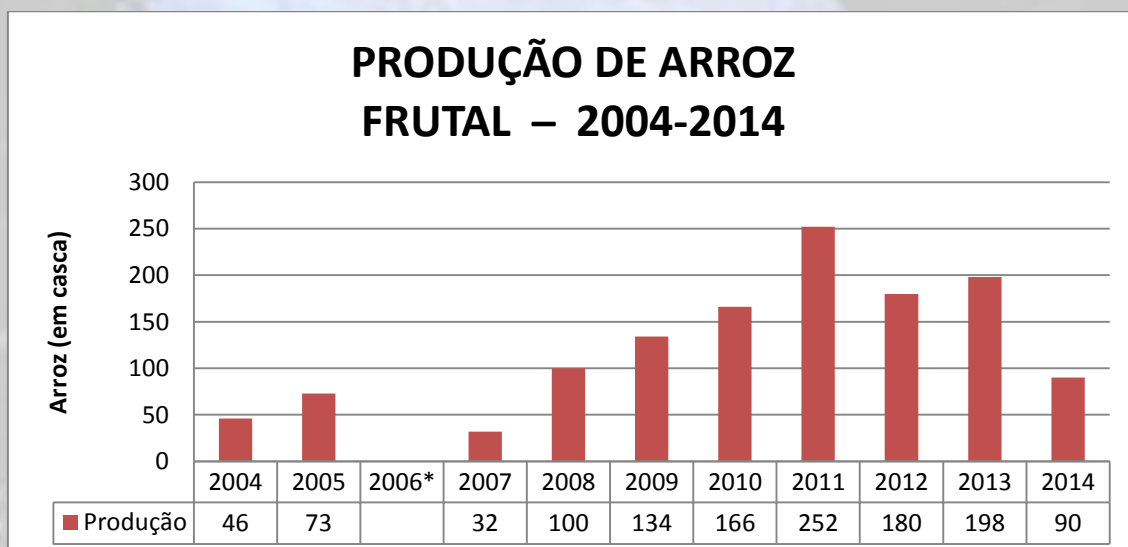
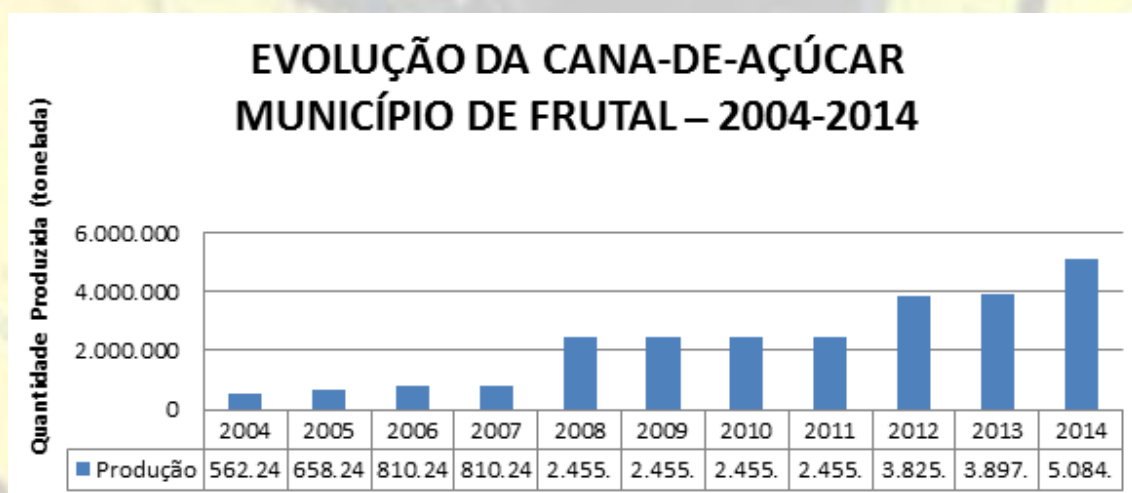


Figura 4 – Expansão da Cultura de Arroz no Município\*.  
Fonte: IBGE, 2016.

\* Não obtemos os dados.

Como observamos acima, a cultura de arroz também não teve um desenvolvimento contínuo, oscilando com índice alto em 2011, e com declínio em 2014.

Outra cultura temporária observada foi a cana-de-açúcar, conforme mostrou-se abaixo:



Como observamos, a cultura da cana-de-açúcar teve uma ascensão significativa, diferente das outras culturas analisadas.

Segue abaixo, mais dados sobre um cultivo que busca manter-se no mercado agrícola municipal:



Figura – Expansão da Cultura de Milho no Município.  
Fonte: IBGE, 2016.

A cultura do milho começa a se elevar a partir de 2014, mas não se compara ao crescimento contínuo que a cana-de-açúcar obteve no mesmo período avaliado. Nas figuras 6 e 7, postas a seguir, notamos que houve uma diminuição na quantidade produzida:

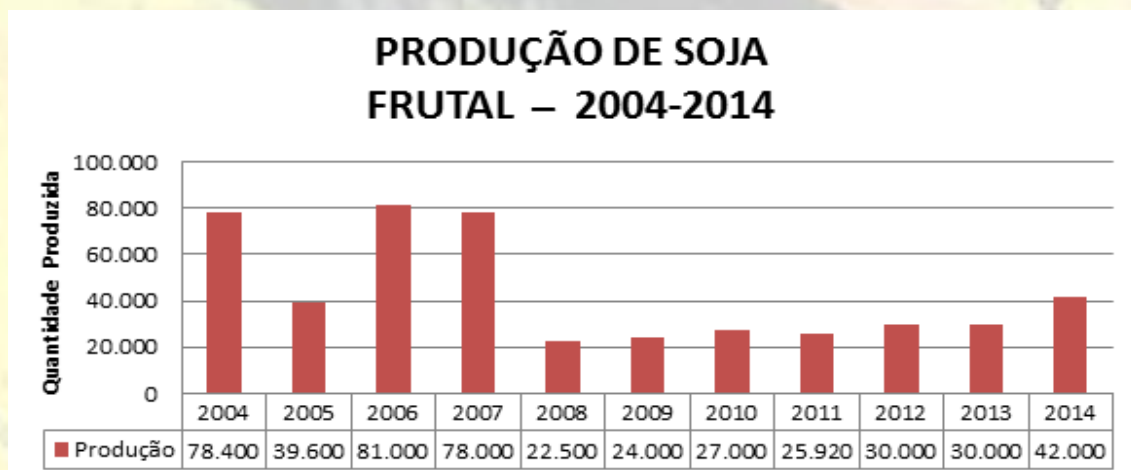


Figura 6 – Expansão da Cultura de Soja no Município.  
Fonte: IBGE, 2016.

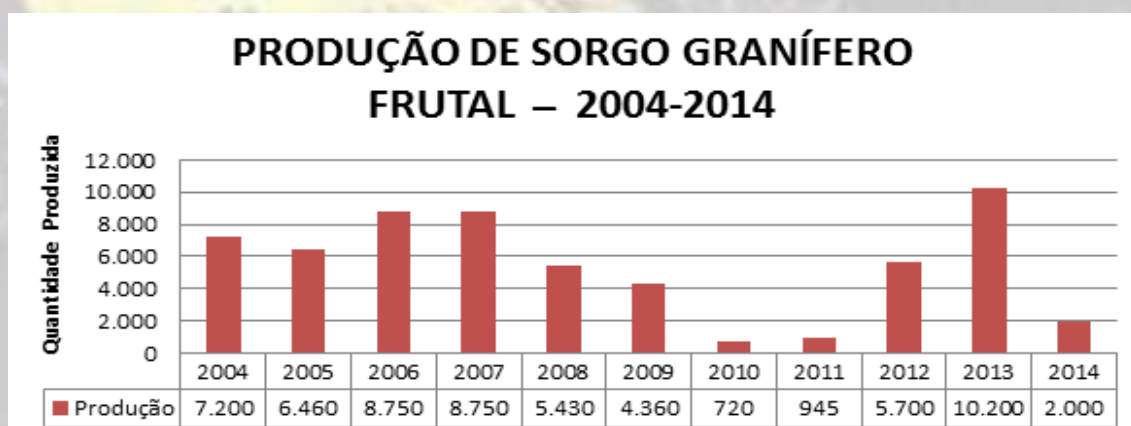


Figura 7 – Expansão da Cultura de Sorgo no Município.  
Fonte: IBGE, 2016.

Assim, conseguimos verificar que, no período mencionado, enquanto a cana-de-açúcar teve um desenvolvimento significativo, as outras lavouras temporárias não obtiveram a mesma elevação.

Por último, ilustramos no gráfico abaixo a evolução de todas as lavouras temporárias analisadas no Município de Frutal, tendo como referência o ano de 2004:

## EVOLUÇÃO DAS LAVOURAS TEMPORÁRIAS FRUTAL – 2004-2014

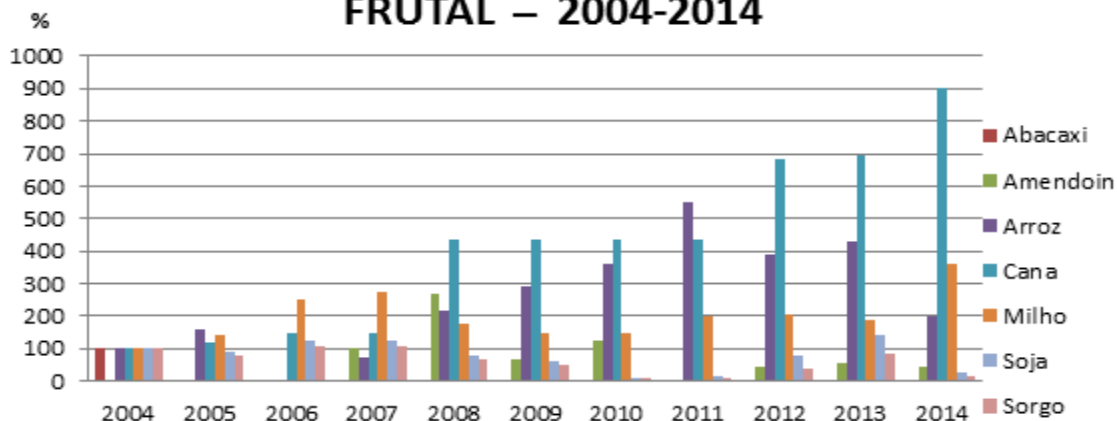


Figura 8 – Evolução das Lavouras, tendo como base o ano de 2004.  
Fonte: IBGE, 2016.

Assim, verificamos a expansão e a redução das culturas temporárias no Município de Frutal, as quais foram abordadas na presente pesquisa. Nota-se que houve uma redução na produção de milho e de arroz no período analisado, ao mesmo tempo em que evidenciamos o aumento da produção da cana-de-açúcar. Ou seja, os valores obtidos em 2004, resultaram posteriormente em um percentual de 100%.

### 3. CONCLUSÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A expansão do setor sucroalcooleiro inibiu o crescimento das demais culturas temporárias praticadas no Município. Trata-se de uma reflexão futura acerca da diminuição da plantação de alimentos para a população, além de outros fatores, como o das mudanças climáticas, a da baixa fertilidade dos solos, o êxodo rural, dentre outros. Com isto\*, evidencia-se uma redução da produção de alimentos e uma expansão na produção de cana-de-açúcar, no município de Frutal – MG.

\* Não obtivemos os dados.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, J. C. *Modelagem na educação matemática: contribuições para o debate teórico*. In: Anais da REUNIÃO ANUAL DA ANPED, 24, 2001, Caxambu. Caxambu: ANPED, 2001. 1 CD – ROM.

\_\_\_\_\_. A 'contextualização' e a modelagem na educação matemática do Ensino Médio. In: *Anais do ENCONTRO NACIONAL DE EDUCAÇÃO MATEMÁTICA*, 7., 2004. Recife: SBEM, 2004.

BASSANEZI, R. R. Modelagem Matemática – Um Método Científico de Pesquisa ou uma Estratégia de Ensino e Aprendizagem? In: BASSANEZI, R. R. *Ensino – Aprendizagem com Modelagem Matemática: Uma Nova Estratégia*. São Paulo: Contexto, 2002.

DINIZ, L. N. *O papel das tecnologias da informação e comunicação nos projetos de modelagem matemática*. Dissertação (Mestrado em Educação Matemática) – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2007.

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). Disponível em <http://www.frutvasf.univasf.edu.br/images/abacaxi.pdf>. Acesso em 20 de maio de 2015.

GUIMARÃES, A. R. *A PRODUÇÃO DE ABACAXI: estratégias de reprodução da agricultura familiar no município de Monte Alegre de Minas (MG)*. Dissertação de mestrado. 2015. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/bitstream/tede/4506/5/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Alessandra%20Rodrigues%20Guimar%C3%A3es%20-%202015.pdf>. Acesso em 15/05/2015.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=312710>. Acesso em: 08 de abril de 2016.

\_\_\_\_\_. *A produção Agrícola Municipal*. Volume 40. CD ROM. Disponível em [http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/66/pam\\_2013\\_v40\\_br.pdf](http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/66/pam_2013_v40_br.pdf). Acesso em 05 de maio de 2015.

PREVITALLI, F. S. FAGIANI, C. C. LUCENA, C. FRANÇA, R. L. *A expansão da agroindústria na região do triângulo mineiro/Brasil e implicações sobre o trabalho*. Sine loc / sine die.

SEEMG. SECRETARIA DE ESTADO DE EDUCAÇÃO DE MINAS GERAIS. CBC: *Conteúdo Básico Comum – Matemática (2005)*. Educação Básica - Ensino Fundamental (5<sup>a</sup> a 8<sup>a</sup> séries) Disponível em: [http://crv.educacao.mg.gov.br/SISTEMA\\_CRV/banco\\_objetos\\_crv/%7B4DA513B4-3453-4B47-A322-13CD37811A9C%7D\\_Matemática%20final.pdf](http://crv.educacao.mg.gov.br/SISTEMA_CRV/banco_objetos_crv/%7B4DA513B4-3453-4B47-A322-13CD37811A9C%7D_Matemática%20final.pdf). Acesso em 30/10/2016.

SOUZA, A. G. *A territorialização do Agronegócio Canavieiro em Frutal – MG*. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2012.

TEODORO, M. A. OLIVEIRA, J.A. CASTANHO, R. B. Uma análise da produção agrícola da microrregião geográfica de Frutal (MG) a partir de mapas temáticos. In: *Anais do Congresso Brasileiros de Geógrafos*, 7, 2014. Vitória: CBG, 2014. 1 CD – ROM.

SOUZA, A. G. CLEPS JÚNIOR, J. O desenvolvimento do setor sucroalcooleiro no triângulo mineiro e seus efeitos sobre a produção de alimentos e trabalho rural. In: *Anais do Encontro de Grupos de Pesquisa*, 7, 2009.



## SPAM: RECEBIMENTO, TRIAGEM E RECICLAGEM DE PRODUTOS ELETRÔNICOS – 2013 E 2014

SOUZA, Iracema Caproni de<sup>55</sup>

**RESUMO:** Este trabalho é fruto de um projeto de extensão que começou em 2009, no município de Frutal, a partir da constatação da existência de um grande volume de material eletrônico descartado às margens do Ribeirão Frutal. Esta ocorrência buscou encontrar soluções em outros centros de excelência acadêmica, como a USP, numa visita técnica realizada já no ano de 2010. A execução do cronograma de atividades, desde então, contou com o auxílio de docentes da UEMG – Universidade do Estado de Minas Gerais e de alunos do curso de Sistemas de Informação, da UEMG – Unidade Frutal – MG.

**PALAVRAS-CHAVE:** Lixo eletrônico, reciclagem, extensão.

**ABSTRACT:** This work is the result of a project that started in 2009, in the municipality of Frutal, from the finding of the existence of a large volume of electronic material thrown on the banks of the Ribeirão Frutal. This occurrence sought to find solutions in other centres of academic excellence, such as USP, a technical visit carried out in 2010. The execution of the schedule of activities, since then, told with the aid of teachers from UEMG – University of State of Minas Gerais and pupils of the course of information systems, UEMG – Frutal Unit – MG.

**KEYWORDS:** Electronic waste, recycling, extension.

---

<sup>55</sup> Economista, docente da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [iracema.caproni@uemg.br](mailto:iracema.caproni@uemg.br).

## INTRODUÇÃO

Em julho de 2013 foi feita a finalização de um Projeto de Pesquisa vinculado ao Programa de Iniciação Científica da UEMG (Universidade do Estado de Minas Gerais), que teve como bolsista, o aluno do curso de Sistemas de Informação, Felipe Samuel Machado Silva, trabalhando o tema: “O E-LIXO NO MUNICÍPIO DE FRUTAL/MG”, cuja orientadora fora a Professora Iracema Caproni de Souza.

Por meio dessa sua pesquisa de campo, atuando nos principais estabelecimentos comerciais que realizam serviços de manutenção em equipamentos de informática, pode-se constatar que todos os entrevistados geravam resíduos eletrônicos.

Destes, 70% disseram que não sabiam o que fazer com seus rejeitos (os equipamentos de origem eletrônica não reaproveitáveis) e que, devido a isso, os acumulavam ou descartavam no lixo comum. Ao lado disso, 90% dos entrevistados relataram dificuldades em comercializar esses resíduos ou praticar a logística reversa, especialmente em razão da diversidade dos mesmos.

Mediante essas verificações, ficou explícita a necessidade urgente de se implantar, na cidade de Frutal – MG, um espaço para o recebimento de lixo eletrônico, visando o desenvolvimento sustentável regional. Fato que, ao lado da prática, se sobrepõe aos ditames teóricos de certas correntes que se debruçam sobre a compreensão da sociedade moderna e as novas relações com o meio ambiente (ALMEIDA, 2007).

Entretanto, é válido ressaltar, que o texto que se segue, em função de sua natureza híbrida, que converge em si ações acadêmicas de pesquisa e de extensão, não segue ao padrão comum das escritas científicas, em que a citações apresentadas como probatórios dos argumentos que se alegam são feitas em formato verbal.

Aqui, as “citações” serão dadas por meio de imagens, as quais são capazes de igualmente atestar e validar os assuntos abordados.

## 1. PERCURSO HISTÓRICO DO PROJETO

Após a constatação do problema relacionado ao descarte de lixo eletrônico num córrego da cidade de Frutal – MG, um dos primeiros movimentos da equipe executora do projeto de extensão que se associou à ideia primária da pesquisa, foi a verificação em loco da questão estudada durante a Iniciação Científica aludida:



Igualmente, também se fez a realização de uma visita técnica na USP, concretizada em outubro de 2010, pelos professores Cícero Marcelo de Oliveira, Ana Maria Zanoni da Silva e Iracema Caproni de Souza (detalhe imagético abaixo):



Em seguida, em 08 de julho de 2013, foi firmada uma parceria entre a Prefeitura Municipal de Frutal, a Fundação UNESCO HIDROEX e a Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Frutal.

O termo de convênio se encontra na sede da Direção da Unidade acadêmica e com a Coordenadora do projeto, a Profa. Iracema Caproni de Souza. Vale ressaltar que é nesse convênio que se determinou a participação de cada um dos integrantes da equipe na execução do projeto.

Simultaneamente, o curso de Sistemas de Informação, por intermédio de seu coordenador de estágios, o Prof. Geraldo Nunes Corrêa, deu início a uma seleção de alunos interessados em trabalhar no projeto, aos quais seria destinada uma bolsa de um salário mínimo a ser paga pela Fundação HIDROEX, assim que o projeto começasse a funcionar em prédio próprio (notícia abaixo 14/04/2013– penúltimo parágrafo):



## Cidade das Águas recebe investimento de R\$ 25 milhões do Governo de Minas

Aportes serão aplicados na construção da Vila Olímpica, Anfiteatro e espaço Ecocidadania. Obras serão iniciadas nesta sexta-feira (12)

As obras da Cidade das Águas – **Unesco Hidroex**, no município de Frutal, no Triângulo Mineiro, estão em ritmo bastante avançadas. Nesta quarta-feira (10), o secretário de Estado de **Ciência, Tecnologia e Ensino Superior**, Narcio Rodrigues, assinou autorização para a ordem de serviço para a construção da Vila Olímpica, Anfiteatro e do espaço Ecocidadania. Com um investimento total de R\$ 25 milhões, as obras serão iniciadas nesta sexta-feira (12).

A Cidade das Águas é uma iniciativa do **Governo de Minas** em conjunto com a Unesco e tem como principal atividade o desenvolvimento de pesquisas para a preservação dos recursos hídricos no Brasil, América Latina e países africanos de língua portuguesa.

“Os investimentos aqui implantados não são apenas para o município de Frutal, mas para todo o Estado de Minas Gerais, o Brasil e o mundo”, destacou o secretário. As obras que já foram licitadas começam a ser realizadas imediatamente e tem previsão de conclusão para o segundo semestre de 2014.

Além do legado que o complexo irá deixar para o município e os países de língua portuguesa, o secretário ressaltou os avanços em estudos hídricos que beneficiarão a sociedade. “A cidade tomou para si a responsabilidade maior perante a humanidade de semear a solidariedade e o cultivo da sustentabilidade”, acrescentou Narcio.

Durante o evento, a expertise do presidente do Unesco-Hidroex, Octávio Elísio Alves de Brito foi lembrada pelas autoridades, que destacaram sua importância para a construção do projeto, que registra grandes avanços.

O evento ainda contou com a presença do subsecretário de Ciência, Tecnologia e Inovação, Vicente Gamarano, do deputado estadual José Maia, do vice-presidente da Fundação Unesco Hidroex, Alexandre Saad, e do diretor da **Universidade do Estado de Minas Gerais (Uemg)** em Frutal, Ronaldo Wilson.

Aliás, O campus da Uemg em Frutal, que integra a Cidade das Águas, também mereceu referências do secretário, que destacou que uma nova formatação da grade de cursos oferecidos pela unidade deverá ser anunciada em breve. Com a construção da Vila Olímpica, por exemplo, será possível oferecer à população da região cursos de Educação Física e Fisioterapia.

Narcio também lembrou que a Uemg deu um passo importante para se tornar uma das maiores instituições públicas de ensino superior no Estado, com a incorporação de seis fundações educacionais do interior. O governador **Antonio Anastasia** assinou mensagem encaminhando projeto de lei à Assembleia Legislativa, na última segunda-feira (8), com o objetivo de difundir o conhecimento e contribuir para a produção científica em todo o Estado.

## Boas novas

A assinatura das ordens aconteceu durante a solenidade que marcou os 100 dias do atual governo do município de Frutal. Na ocasião também foram assinados diversos acordos com outros órgãos do Governo de Minas. Entre eles, documento entre a Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Uemg e Unesco-Hidroex, que prevê a implantação de Oficina de Reciclagem do Lixo Eletrônico.

A implantação desta oficina terá o objetivo de reciclar todos os equipamentos de informática do município e recuperar aqueles que ainda podem ser reutilizados, dando destinação ambientalmente correta aos demais componentes que já não podem ser aproveitados.

Destaca-se ainda as parcerias do Governo de Minas para a reestruturação de dois Centros Vocacionais Tecnológicos (CVTs) em Universidade Aberta e Integrada de Minas Gerais (Uaitec). Uma das unidades será instalada na sede da Uemg e a outra no Centro de Eventos Culturais Yara Lins. Outra parceria destacada foi a implantação da nova fase do programa Educação para as Águas, para alunos do ensino fundamental da 1ª à 6ª série.

Ainda nesse mesmo ano de 2013, o curso de Comunicação Social, em sua Habilitação em Publicidade e Propaganda, por meio de sua Agência Laboratório, começou um estudo técnico para a formação do nome, da logomarca, escrita de *folders*, impressão de *banners*, redação de manuais e criação de campanha de divulgação do projeto:



Na ocasião da realização de várias reuniões na sede da Prefeitura Municipal de Frutal, um prédio foi disponibilizado para o funcionamento do Projeto. Porém, esse prédio, situado à Rua Paul Harris s/n, estava abandonado há muitos anos e não tinha a mínima condição de funcionamento, tendo em vista que nem nos seria possível saber quantos metros a construção tinha, pois não existia planta baixa, o piso totalmente irregular, banheiro sem água encanada para dar descarga e lavar as mãos, nenhuma janela, sem forro:



Como uma das primeiras providências para a realização das atividades, convidamos o Professor da UEMG, Unidade Frutal, Adriano Reis de Paula e Silva, que também é engenheiro, para que fizesse uma vistoria nesse prédio e verificasse a possibilidade de adequação para funcionamento do mesmo. Ele

após a visita técnica que fez (sem custo algum), indicou a necessidade de uma planta baixa e sugeriu uma série várias adequações necessárias, sem as quais se inviabilizaria totalmente a implantação do projeto naquele local.

Enfim, depois de várias visitas ao prédio e ao secretário de Meio Ambiente, o Sr. José de Souza e Silva Neto, foi marcada uma reunião com o Prefeito Municipal, o Sr. Mauri Alves, com o Secretário de Meio Ambiente, o Sr. Zé Neto, com o Diretor da UEMG, Unidade Frutal, o Sr. Ronaldo Wilson Santos, em conjunto com a mentora do projeto, a Profa. Iracema Caproni de Souza.

Nessas reuniões, o Prefeito concordou que se conversasse com o Tenente do Batalhão da Polícia Militar de Frutal, para ver a possibilidade da troca de prédio, pois a corporação tinha uma casa em forma de sobrado ao lado do barracão (também na Rua Paul Harris, nº 101) em melhores condições de uso, mas que estava funcionando como um depósito. Em função desse estágio de adiantamento, a equipe do Projeto passou a se preocupar com outras questões técnicas alinhadas à execução do Cronograma proposto. Assim, no final do ano de 2013, fomos atrás de obter as devidas licenças ambientais para podermos iniciar o trabalho.

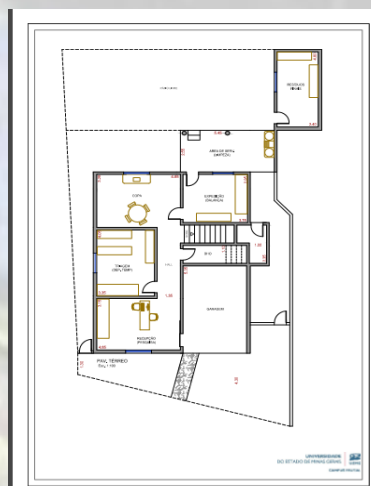
A relação dos itens necessários para iniciarmos nos foi enviada pelo docente da UEMG, Unidade Frutal, que também era Chefe do CPD (Centro de Processamento de Dados), à época, o Sr. Humberto Cecconi. Desse modo, então, foi que, no começo do ano de 2014, depois destas solicitações, verificações de adequação e ajustes da infraestrutura física, e de vários encontros com o Tenente do Batalhão da Polícia Militar do Município de Frutal, ficou acertado que haveria uma mudança dos materiais que ocupavam o sobrado, localizado na Rua Paul Harris, para outro barracão.

Após algumas semanas, enfim, foi tudo retirado do prédio o qual estávamos pleiteando para começarmos a instalar o projeto do “e-lixo”. Quando recebemos o imóvel (sobrado) percebemos que ele estava cheio de infiltrações, vazamentos e uma piscina de criança desativada com água parada da chuva, cheia de sujeira, inclusive foco de proliferação do mosquito da dengue. Assim, agindo junto com o Secretário do Meio Ambiente, fez-se a

solicitação dos reparos em caráter urgente, tais como pintura, além da remoção e fechamento da área onde se encontrava a piscina:



O imóvel, assim como o prédio anteriormente cedido ao Projeto, também não tinha a planta baixa para podermos delinear como funcionaria o projeto. Foi neste momento que chamamos novamente o auxílio do Professor da UEMG, Unidade Frutal, Adriano Reis de Paula e Silva, solicitando que ele fizesse uma vistoria e o desenho de uma planta do imóvel, no que nos atendeu prontamente sem nenhum custo:



Em suma, após algumas visitas ao Secretário do Meio Ambiente, ao Chefe de Gabinete da Prefeitura Municipal ao Pátio onde ficavam os funcionários responsáveis pela poda de árvores e pela manutenção dos imóveis da prefeitura solicitando reparos, o prédio ficou pronto e o Projeto pôde



ser inaugurado, em 16 de maio de 2014. A faxina, os materiais de limpeza e a dedetização ficaram por conta da UEMG e de seus funcionários.



## 2. ITENS DE FUNCIONAMENTO DO PROJETO

O estagiário Thiago Augusto Silveira Silvério, estudante do curso de Sistemas de Informação da UEMG em Frutal, era pago pelo HIDROEX e atuava como responsável por receber o material eletrônico, fazer a devida triagem e verificar a possibilidade de reciclagem do e-lixo transformando-o em futuras doações. O primeiro conjunto de ferramentas (amparada nos fundamentos de VELLOSO, 2004) foi comprado pela Coordenadora do Projeto, a Profa. Iracema Caproni de Souza, que conseguiu alguns componentes no almoxarifado da própria Unidade Acadêmica sede do Projeto, assim como algumas peças de mobiliário, tais como mesas e cadeiras que estavam sem uso:



O laboratório do curso de Comunicação Social da Unidade Frutal da UEMG, fez novos estudos e, por meio de votação realizada entre os membros do HIDROEX, da Prefeitura Municipal e da UEMG, decidiu-se por chamar o Projeto de “SPAM: coleta, triagem e reciclagem de produtos eletrônicos”.

Assim, então, impôs-se defronte ao prédio sede, a placa inaugural:

**SPAM**  
COLETA DE LIXO ELETRÔNICO

**DILMA VANA ROUSSEFF**  
Presidente da República

**ALBERTO PINTO COELHO JÚNIOR**  
Governador do Estado de Minas Gerais

**MAURI JOSÉ ALVES**  
Prefeito

**FRONTINO ÉSIO SANTANA**  
Vice-prefeito

**NARCIO RODRIGUES DA SILVEIRA**  
Secretário de Estado de Ciência e Tecnologia e Ensino Superior

**JOSÉ DE FREITAS MAIA**  
Deputado Estadual

**JOSÉ DE SOUZA E SILVA NETO**  
Secretário Municipal de Meio Ambiente

**DIJON MORAIS JÚNIOR**  
Reitor da UEMG

**OCTÁVIO ELÍSIO ALVES DE BRITO**  
Presidente da Fundação Unesco HidroEx

**CÂMARA DE VEREADORES**

**SEBASTIÃO CUSTÓDIO COUTO JÚNIOR**  
Presidente

**BRUNO AUGUSTO DE JESUS FERREIRA**  
1º Vice-presidente

**MARCELO LUIZ DE OLIVEIRA**  
1º Secretário

**LÚCIO FERNANDO AFONSO**  
2º Vice-presidente

**MAÍZA SIGNORELLI NUNES**  
2ª Secretária

**CARLOS ROBERTO SILVA**

**CARLOS ROBERTO SILVA**  
GLEIVA FERREIRA DE MELLO  
JOAB DE PAULA ALVES  
JOSÉ ADÃO DA SILVA  
JOSIMAR FERREIRA CAMPOS  
NEIVALDO DE PAULA CAMARGOS  
RICARDO SOARES DA SILVA  
ROMERO SILVA DE MENEZES  
SINOMAR BORGES  
SÔNIA SOARES DE OLIVEIRA VIEIRA

**AGRADECIMENTOS ESPECIAIS**

**RONALDO WILSON SANTOS**  
Diretor do Campus Frutal da UEMG

**IRACEMA SENISE CAPRONI**  
Coordenadora do SPAM – Coleta de Lixo Eletrônico



**FRUTAL/MG, 16 DE MAIO DE 2014**

E, resultante destas consultas e votações, obteve-se o logotipo, o qual se configurou conforme a imagem mais em destaque, na foto a seguir:



Pela ordem, funcionária da reitoria da UEMG – BH com a Coordenadora do Projeto, a Profa. Iracema

O Projeto, além de receber material eletrônico no horário comercial, na sede própria, optou por também recepcionar nas dependências da Unidade Acadêmica, tendo em vista que muitos alunos chegavam para as aulas e poderiam trazer consigo componentes para descarte. Neste sentido, promovemos internamente, o ajuste das intenções extensionistas previstas no escopo do Projeto às premissas sociais orientadoras de qualquer prática universitária (CHAUVEL, 2009). Assim, a Coordenadora do Projeto passou a visitar durante o semestre letivo todas as salas de aula para divulgar a iniciativa, além de manter sempre em evidência faixas ilustrativas deste case na entrada da Universidade:



### 3. RESULTADOS

Ainda durante esse ano de 2014, conseguiu-se o Alvará de Funcionamento e não foi realizado nenhum movimento de doação nem de descarte. O centro das ações do Projeto, portanto, focou na recepção de materiais e nos ajustes necessários às etapas que se seguiriam.

Se, de um lado, isso possa transparecer certa limitação do alcance da iniciativa, por outro lado, vê-se que este resultado guarda assento nos vieses e reveses que se associam à veia temática explorada por este Projeto (NASCIMENTO, 2006).

### REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Fernando. *Os Desafios da Sustentabilidade: uma ruptura urgente*. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2007.
- CARSON, Rachel. *Primavera Silenciosa*. São Paulo: Gaia, 2010.
- CHAUVEL, Marie Agnes e COHEN, Marcos. *Ética, Sustentabilidade e Sociedade: desafios da nossa era*. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.
- NASCIMENTO, Elimar Pinheiro. *Economia, Meio ambiente e Comunicação*. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.
- VELLOSO, Fernando de Castro. *Informática: conceitos básicos*. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

## UMA SOLUÇÃO PARA O CONTROLE DE SERVIÇOS PARA COOPERATIVAS DE CRÉDITO

REIS FILHO, Ivan J.<sup>56</sup>  
SOUSA, Lucas. S.<sup>57</sup>

**RESUMO:** Nos últimos anos, a tecnologia tem evoluído constantemente, proporcionando mais qualidade de vida, conforto e segurança. A internet faz parte dessa evolução e tem sido a base para o uso de aplicações de apoio à gerência das empresas e cooperativas. Por meio da tecnologia, é possível desenvolver sistemas eficientes, capazes de conectar vários setores de uma instituição. Objeto do presente trabalho desenvolveu uma aplicação para gerenciar o fluxo de informações entre a unidade da cooperativa de crédito (SICCOOB) de Frutal/MG e agências filiais nas cidades da região. A aplicação proposta e desenvolvida viabilizou-se no controle e gerenciamento de operações de clientes da cooperativa e proporcionou mais confiabilidade, segurança e agilidade nas rotinas diárias da instituição.

**PALAVRAS-CHAVES:** Aplicação Web, Sistema de apoio, Cooperativa de Crédito.

**ABSTRACT:** In recent years technology has constantly evolved, providing more quality of life, comfort and safety. The internet is part of this evolution and has been the basis for the use of applications to support business and cooperative management. Through technology it is possible to develop efficient systems, capable of connecting several sectors of an institution. Object of the present work developed an application to manage the flow of information between the administrative unit of the credit union (SICCOOB) of Frutal / MG and branch agencies in the cities of the region. The proposed and developed application was made feasible in the control and management of operations of clients of the cooperative and provided more reliability, safety and agility in the daily routines of the institution.

**KEYWORDS:** Web Application, support systems, credit cooperative.

---

<sup>56</sup> Sistemólogo, docente da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [ivan.filho@uemg.br](mailto:ivan.filho@uemg.br).

<sup>57</sup> Discente do Curso de Sistemas de Informação da UEMG, Unidade Frutal.

## INTRODUÇÃO

A tecnologia da informação tem avançado drasticamente nos últimos anos em diversos segmentos de atividades. Com a constante evolução tecnológica, faz-se necessário a utilização de sistemas gerenciais de informação para atender com agilidade a grande demanda de serviços e clientes nas grandes instituições.

Mesmo em pequenas empresas torna-se fundamental o uso de sistemas de informação para manipular e gerenciar as informações, visto que através deles é possível ter conhecimento dos clientes, concorrência, fornecedores e tendo como benefícios, maior eficiência, produtividade, maior precisão, custos operacionais reduzidos e vantagens competitivas com melhor qualidade. Um sistema de informação bem elaborado deve ser capaz de auxiliar os gestores a atingir as metas e objetivos de mercado da empresa, aperfeiçoando a comunicação interna e proporcionando decisões melhores com base na informação.

Um sistema de informação para uso específico em cooperativas de créditos possui como principal objetivo a confiabilidade dos dados para a tomada de decisão e apoio de cadastros administrativos. Uma base de informações referente à demanda de serviços se torna um grande aliado para o crescimento da cooperativa.

Assim, mais que uma exigência legal, atualizar o cadastro significa saber quem e quais são as suas necessidades como associados da cooperativa. Tudo isso permite a oferta de produtos e serviços sob medida para os correntistas, contribuindo na eficiência e no atendimento dos serviços na cooperativa. Um sistema para gerenciar o cadastro dos associados e a demanda de serviços é de grande importância para a instituição, uma vez que tais demandas devem ser executadas com maior segurança e confiabilidade possível.

Atualmente a cooperativa de crédito de Frutal (SICOOB Frutal) possui um total de sete agências de atendimento ao público, num raio de 200 km na região. Possui, também, uma Unidade Administrativa (UA) localizada na cidade de Frutal/MG, sendo essa responsável pelo setor operacional da cooperativa, onde fica centralizado o setor de cadastro e outros diversos serviços.

Toda demanda de produtos ou serviços da cooperativa, sejam eles, abertura de conta corrente, abertura de conta poupança e todo conjunto de operações de crédito, são originadas por meio do relacionamento entre agência e cliente/associado. Para cada serviço supracitado, é necessário o cadastramento de uma série de informações do associado no sistema principal da cooperativa, denominado SISBR 2.0.

O processo de cadastro no sistema de serviços é executado em três níveis de responsabilidade, sendo eles: agente de atendimento, cadastrista e o supervisor. O agente de atendimento é situado nas agências de atendimento, sendo responsável por recepcionar a planilha de cadastros vencidos, coletar os dados de novos associados, renovações e operações de crédito.

Todos esses serviços são compartilhados em uma pasta, com o nome do associado e compartilhada nos servidores da cooperativa. O cadastrista, lotado na Unidade Administrativa, é o responsável por acessar os arquivos com os dados coletados pelo agente de atendimento e inseri-los no sistema SISBR. O supervisor de cadastro é o responsável de priorizar as demandas enviadas pelo agente de atendimento e posteriormente aprovar os cadastros efetuados.

Cada serviço repassado para a Unidade Administrativa (UA) tem a sua prioridade de execução. Por exemplo: abertura de conta corrente tem um prazo de execução de três dias úteis, isto é, qualquer outra operação cadastrada no mesmo dia que tenha um prazo menor que ao de conta corrente, deve ser priorizada. Na cooperativa do SICOOB, em Frutal, existem quatro prioridades diferentes na rotina do cadastro, sendo elas: aberturas de conta corrente, aberturas de conta poupança, operações de crédito e, por fim, renovações/inclusões de cadastro.

Com relação à abertura de contas poupanças, o prazo limite para realizar essa operação pela UA é de quatro (04) dias úteis a partir da data de

envio das informações pelo agente de atendimento nas Unidades Filiais (UF). No caso das renovações e inclusões, o prazo limite para o setor de cadastro da UA realizar a operação é de cinco (05) dias úteis, a partir da data de envio das informações pelo agente de atendimento da UF. Para as operações de crédito, o prazo limite é de um (01) dia útil, isto é, esta operação tem maior prioridade perante as demais, portanto, deve ser priorizada com relação aos outros serviços.

Toda a demanda de serviços das UF eram cadastradas por meio de planilhas do Excel (Office da Microsoft), e na sequência, atendidas pela UA. Para cada operação é utilizado um arquivo no formato xls, onde são armazenadas todas as informações pessoais do associado e os serviços por ele requisitados.

Estas planilhas são preenchidas pelos agentes de atendimento da UF, de acordo com os dados coletados com o associado. Após o preenchimento da planilha e digitalização dos documentos necessários para a operação, o agente de atendimento da UF deve disponibilizar os arquivos na rede para o setor de cadastro da UA acessá-las, por meio de uma pasta compartilhada nos servidores. Nestas pastas, os atendentes armazenam os arquivos digitalizados para serem processados pelo setor operacional da UA, de acordo com sua prioridade.

O método de operacionalização de cadastro dificulta na otimização do tempo da realização do serviço, pois, para cada processo, ocorre a manutenção de um novo subprocesso, isto é, para cada nova operação um novo arquivo e novos diretórios devem ser criados diariamente para manter a organização dos arquivos do servidor.

A cooperativa não possui nenhum sistema gerencial de troca de informações entre o cadastro das UF e os agentes de atendimento da UA. Outro ponto negativo é o processo de ordenação dos serviços ser realizado de forma manual, ainda que sejam guardadas as suas devidas prioridades. Devido a isso, é necessário adequar à rotina do supervisor de cadastro a função de organizar a sequência de serviços de acordo com a prioridade do serviço.



Todavia, este processo não impede que o cadastrista priorize uma operação de menor precedência para benefício próprio ou para atender ao pedido de um terceiro, prejudicando assim a rotina e os prazos dos demais serviços. Dessa forma, uma alternativa foi desenvolver um sistema que visasse otimizar a transferência de arquivos e informações entre as UF e UA de forma que se pudesse gerenciar a ordem de prioridades dos serviços.

Desse modo, tem-se que a proposta do presente trabalho visou desenvolver uma aplicação de apoio para atender a demanda de serviços em todas as unidades da cooperativa (UF) e sua devida efetivação pela UA.

Para tanto, o sistema deve ser capaz de diferenciar os níveis de acesso entre os agentes de atendimento, o cadastrista e o supervisor.

Para o usuário cadastrista, o sistema deve ser capaz de coletar as informações pessoais dos associados e armazená-las em um banco de dados nos servidores da cooperativa, com objetivo de efetivar os serviços na sua ordem, observando as suas respectivas prioridades.

Após o desenvolvimento da aplicação e implantação em todas as unidades, pretende-se a melhoria na rotina de demandas de serviços, visto que serão eliminadas diversas tarefas manuais em todos os processos.

Com a agilização do trabalho, espera-se proporcionar aos agentes de atendimento mais tempo para atender os associados da cooperativa, oferecendo-lhes produtos e soluções que agreguem os objetivos do SICOOB Frutal.

Outro fator importante é a otimização no acesso às informações geradas que o sistema irá proporcionar, trazendo valor e confiabilidade à informação.

## **1. REFERENCIAL TEÓRICO**

Segundo Kennet C. Laudon e Jane P. Laudon (2007):

Um sistema de informação pode ser definido tecnicamente como um conjunto de componentes inter-relacionados que coletam (ou

recuperam), processam, armazenam e distribuem informações destinadas a apoiar a tomada de decisões, a coordenação e o controle de uma organização.

Com o passar dos anos, foram surgindo diversos tipos de sistemas de informação e metodologias de desenvolvimento, adaptando-se às diferentes necessidades das empresas. Em sistemas de informação, pode-se citar Sistema de Informação Gerencial (SIG), Sistema de Apoio à Decisão (SAD ou DSS), Sistema de Gestão Empresarial (ERP). Em metodologias de desenvolvimento, pode-se mencionar o modelo cascata, espiral, *extreme programming* (XP), Scrum e Crystal.

Os sistemas de informação e metodologias de desenvolvimento são abordados nas próximas seções.

### **1.1. Sistemas de Informação**

Segundo Oliveira (1998), SIG é “um processo de transformação de dados em informações que são utilizadas na estrutura decisória da empresa, proporcionando, ainda, a sustentação administrativa para melhorar os resultados esperados”. Estes, por sua vez, são sistemas cujo objetivo de fornecer apoio e informações aos gestores, auxiliando na tomada de decisões. Além disso, tais sistemas fornecem informações na forma de relatórios e ou gráficos. Podem ser citados como exemplo, relatórios de vendas, análises de desempenho de funcionários, entre outros que se enquadram como apoio gerencial.

Segundo Polloni (2001), SAD pode ser definido como sendo “um sistema que trata de assuntos específicos, estatísticas, projeções e comparações de dados referentes ao desempenho da empresa, estabelecendo parâmetros para novas ações dentro do negócio da empresa”. A necessidade de um sistema SAD surgiu em virtude da demanda por informações rápidas para auxiliar na tomada de decisões nas empresas, visto que a concorrência é um fator determinante na estratégia empresarial.

Os SAD são sistemas de apoio à decisão que auxiliam os gestores na solução de problemas gerenciais. Com o SAD é possível que o gestor tenha a solução de um problema específico através do agrupamento de informações específicas contidas em uma base de dados.

O Sistema ERP tem a finalidade de integrar todas as áreas funcionais de uma empresa, tais como, contabilidade, recursos humanos, operacional, financeiro, marketing, permitindo a consolidação das informações e processos em um único sistema, buscando o auge da eficiência e da eficácia nas organizações.

Entre as categorias de ERP, temos o *Customer Relationship Management* (CRM), *Supply Chain Management* (SCM), *Material Resource Planning* (MRP), *Human Resource Management* (HRM) (PRESSMAN, 2011).

Nos SIE (Sistemas de Informação Executiva) as informações são apresentadas com a visão dos executivos, focando-se na usabilidade e na interface, gerando um sistema fácil de utilizar com uma forma eficaz de exibição das informações. A história da evolução desse tipo de sistema se iniciou com o uso de planilhas eletrônicas, em que era necessária a consolidação dos dados para gerar informações, a fim de que se pudesse ser analisada da forma devida, o que atrasava o processo.

O presente trabalho foi desenvolvido utilizando abordagens de Sistemas de Informações Executivas (SIE), visando a usabilidade do sistema e eficácia na análise das informações necessárias para a rotina do setor de cadastro da cooperativa.

## **1.2. Metodologias de Desenvolvimento**

O modelo em cascata trata-se de uma abordagem linear e sequencial, partindo do levantamento de necessidades, planejamento, modelagem, construção, emprego e suporte (PRESSMAN, 2011). O modelo foi proposto para trazer ordem à área de desenvolvimento de software. Buscou-se, com ele, um máximo de estruturação e ordem nos processos. Estes modelos descrevem

um conjunto de elementos de processo pelos quais os elementos estão inter-relacionados (PRESSMAN, 2011).

O modelo espiral foi proposto por Barry Boehm. Ele utiliza a prototipação com os aspectos controlados pelo modelo cascata. Possui uma abordagem cíclica voltada para ampliar o grau de implementação de um sistema enquanto diminui o risco do mesmo (PRESSMAN, 2011). Utilizando-se este modelo, o sistema será desenvolvido em várias versões, sendo elas evolutivas e cada vez mais completas (PRESSMAN, 2011).

Visando formas melhores de desenvolvimento de software, em 2001, uma equipe de desenvolvedores denominados de “Agille Alliance” assinaram um manifesto conhecido por “Manifesto para o Desenvolvimento Ágil de Software” (PRESSMAN, 2011). Existem várias metodologias que adotam a filosofia dos métodos ágeis de desenvolvimento, dentre elas: Scrum, Crystal, Extreme Programming - XP (PRESSMAN, 2011).

O modelo *Extreme Programming* teve os primeiros conceitos associados no final de 1980, em trabalho escrito por Kent Beck. Ali, foram definidos cinco valores como base para o trabalho realizado com *Extreme Programming*, sendo eles: comunicação, simplicidade, feedback, coragem e respeito (PRESSMAN, 2011).

A XP enfatiza a colaboração estreita entre clientes e desenvolvedores como forma de conseguir a comunicação efetiva entre os envolvidos no desenvolvimento do software. Visando à simplicidade, a XP restringe o projeto para as necessidades imediatas do cliente, almejando um projeto que possa facilmente ser codificado. Em caso de necessidade de melhorias, o projeto poderá ser refabricado posteriormente (PRESSMAN, 2011).

O modelo Scrum, idealizado por Jeff Sutherland e sua equipe, surgiu na década de 1990. Este, por sua vez, possui princípios do manifesto ágil, que são utilizados para desenvolvimento que incorporam as seguintes atividades estruturais: requisitos, análise, projeto, evolução e entrega.

As atividades realizadas em cada processo são denominadas de sprint, as quais são realizadas em cada etapa das atividades metodológicas

(PRESSMAN, 2011). Sendo assim, as Sprint's podem ser definidas como sendo os ciclos de atividades que devem ser realizados dentro de um prazo.

O Scrum utiliza processos de software eficazes para projetos com prazos curtos e requisitos mutáveis (PRESSMAN, 2011).

O modelo Crystal foi idealizado por Alistair Cockburn e Jim Highsmith, visando à adaptabilidade do software. Para isso, são utilizados padrões e elementos únicos para cada metodologia (PRESSMAN, 2011). Cockburn caracteriza esse modelo como “um jogo de invenção e comunicação cooperativo e com recursos limitados, tendo como primeiro objetivo entregar software útil em funcionamento e, como segundo objetivo, preparar-se para o jogo seguinte” (PRESSMAN, 2011).

Devido à adequada compreensão dos requisitos do sistema e à baixa probabilidade de mudança no decorrer do desenvolvimento do sistema, o modelo cascata foi usado para o desenvolvimento do projeto.

## **2. TECNOLOGIAS UTILIZADAS**

Para o desenvolvimento da aplicação proposta foram utilizadas diversas ferramentas. Dentre elas, a ArgoUML foi usada para a criação dos Diagramas de Casos de Uso e Diagrama de Classe.

Após o levantamento dos requisitos, foi definido o uso de uma aplicação web para a solução proposta. Para as linguagens do lado do servidor (*server-side*) foram usados o PHP e o Mysql. Para as linguagens lado do cliente (*client-side*) foram utilizadas o HTML5, Bootstrap e JavaScript.

O PHP é uma das linguagens de desenvolvimento web mais utilizadas no mundo todo. Sua fama pode ser atribuída pelo motivo de ser uma linguagem considerada simples e poderosa, capaz de realizar grandes aplicações e ainda assim ser open-source. O PHP é um acrônimo recursivo para Hypertext Preprocessor. Concebido em 1994, por Rasmus Lerdof, era conhecida como PHP/FI.

A linguagem foi elaborada para a criação de scripts, e foi interpretada no servidor, gerando o HTML no navegador toda vez que a página é acessada (Luke Welling e Laura Thomson, 2005). Todo o processamento da página é realizado no servidor da aplicação e exibido no browser do cliente, não consumindo recursos da máquina do usuário. O PHP suporta diversos bancos de dados, entre eles temos MySQL, PostgreSQL, Sybase, Oracle, SQL Server, entre outros. Outra de suas qualidades é a portabilidade, podendo ser executado no Linux, Unix e Windows.

O MySQL é o Sistema Gerenciador de Banco de Dados (SGBD) mais conhecido no mundo atualmente. Criado por David Axmark, Allan Larsson e Michael Widenius, atualmente é pertencente à Oracle.

Um SGBD possui as seguintes características:

- Controle de Redundância;
- Compartilhamento dos dados;
- Controle de Acesso e Integridade; e,
- Cópia de Segurança.

O HTML é um acrônimo para (HyperText Markup Language), uma linguagem de marcação usada para formatar páginas web, com textos e informações que ficam armazenados nos servidores web e podem ser acessados através de browser. Criado na década de 1980, pelo então físico Tim Berners-Lee, tinha o intuito de otimizar a maneira como os cientistas trocavam arquivos e informações através da internet, baseado no ideal de que o conteúdo seria armazenado em um servidor e exibido nos computadores no navegador web. Atualmente o HTML está na sua quinta versão (HTML5) com diversas novas funções sintáticas.

O *Bootstrap* é um dos principais *frameworks* da atualidade, foi desenvolvido e disponibilizado pelo Twitter, para dar suporte ao HTML5, usando as linguagens CSS3 e *JavaScript*. O projeto ganhou importância no mercado e, atualmente, não possui mais vínculos com a empresa criadora, sendo, hoje, open-source. Além de incrementar na aparência, o *bootstrap* oferece muitos recursos para implementação nas páginas web, como grids

responsives, menus *drop down*, botões, carrossel, componentes CSS, *plugins* e JavaScript.

O *JavaScript* foi criado na década de 1990, pelo então funcionário da NetScape, Brendan Eich. Naquela época os navegadores web eram todos estáticos, ou seja, era necessário fazer requisições ao servidor toda vez que o navegador precisasse de uma resposta. Neste período, o navegador mais famoso era o NCSA Mosaic. Assim sendo, o javascript foi desenvolvido para deixar as páginas web mais dinâmicas, trabalhando em conjunto com o HTML, conhecida inicialmente por *LiveScript*. O *javascript* é conhecido também por trabalhar em conjunto com o html, sendo uma linguagem *front-side*, ou seja, ela é processada no próprio navegador, não sendo necessário processamento no servidor web. Uma das principais linguagens de desenvolvimento web, utilizado pela grande maioria dos sites e sistemas e criada pela Netscape. Suporta estilos de programação orientado a objetos, imperativo e funcional.

### 3. RESULTADOS

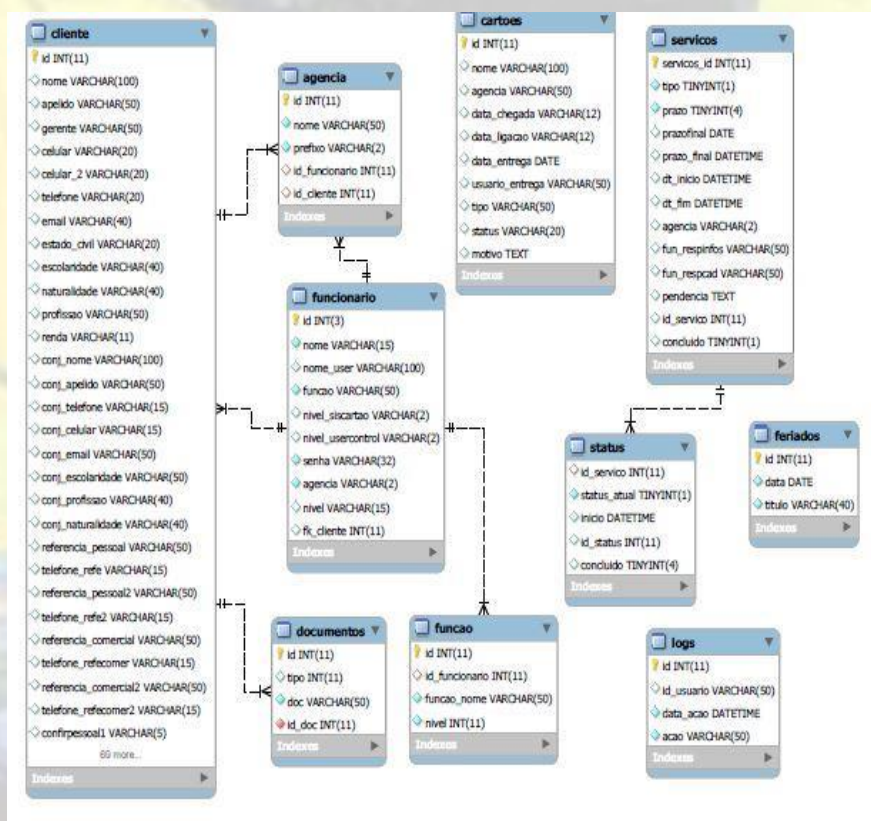
A solução proposta foi desenvolvida usando todas as ferramentas e considerando a metodologias mencionadas, visando obter melhor desempenho dos recursos disponíveis nos servidores da cooperativa de crédito. A figura 1 ilustra o diagrama de caso de uso representado para execução do trabalho.



**Figura 1.** Ilustração do diagrama do caso de uso.  
**Fonte:** do Autor.

Observa-se que a figura 1 ilustra a representação dos atores: Agente de Atendimento, Cadastrista e Supervisor. Cada ator desempenha uma função no uso da aplicação.

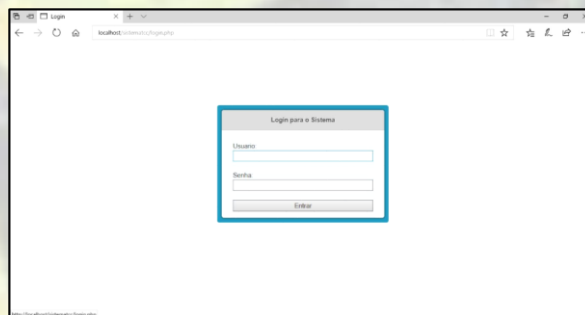
A figura 2 ilustra o diagrama de entidade e relacionamento projetado para o desenvolvimento da aplicação.



**Figura 2.** Ilustração do diagrama de entidade e relacionamento.  
**Fonte:** do Autor.

Observa-se que a figura 2 possui dez tabelas para armazenar os registros no banco dados, sendo elas: cliente, agência, cartões, serviços, funcionário, status, feriados, documentos, função e logs. A figura 3 ilustra a tela da aplicação de “Login para o Sistema”, inicialmente é necessário informar os dados de usuário e senha.





**Figura 3.** Tela de Login para acessar o Sistema.

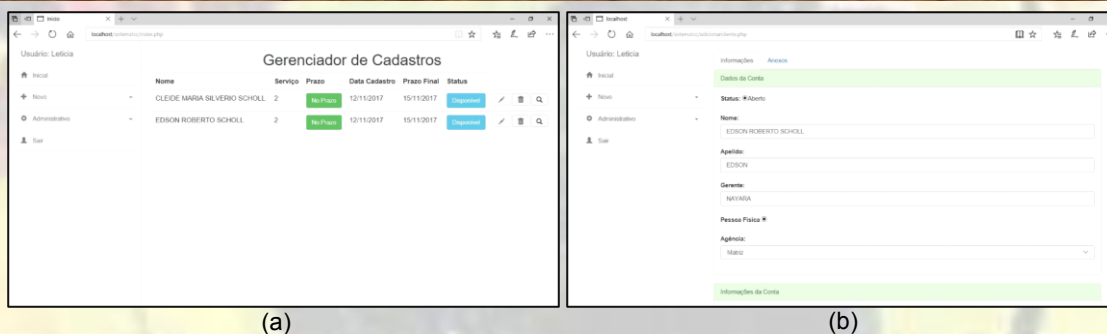
**Fonte:** do Autor.

O sistema possui três níveis de usuários, representados na escala de 1 a 3. O perfil de usuário nível 1 possui acesso total ao sistema, o de nível 2 de acesso intermediário, enquanto o nível 3 têm o acesso limitado. Os detalhes de cada perfil serão abordados nas próximas seções.

### **3.1. Perfil do agente de atendimento**

Após efetuar login no sistema, por meio do usuário e senha cadastrado a priori pelo supervisor, o agente de atendimento possui o acesso de nível 3, ou seja, apenas aos formulários de cadastros de serviços dos associados. Os serviços disponíveis pelo usuário desse perfil refere-se na abertura de conta corrente de pessoa física ou jurídica, poupança, operação de crédito e renovação de cadastros.

Tendo em vista que o sistema vai ser utilizado em várias unidades de atendimento, o agente de atendimento tem acesso apenas aos cadastros efetuados pela agência em que está alocado, não tendo acesso aos serviços dos demais postos de atendimento (figura 4).



**Figura 4a e 4b.** Telas Perfil do agente de atendimento. Tela inicial do perfil 3 em (a). Tela de abertura de conta em (b).

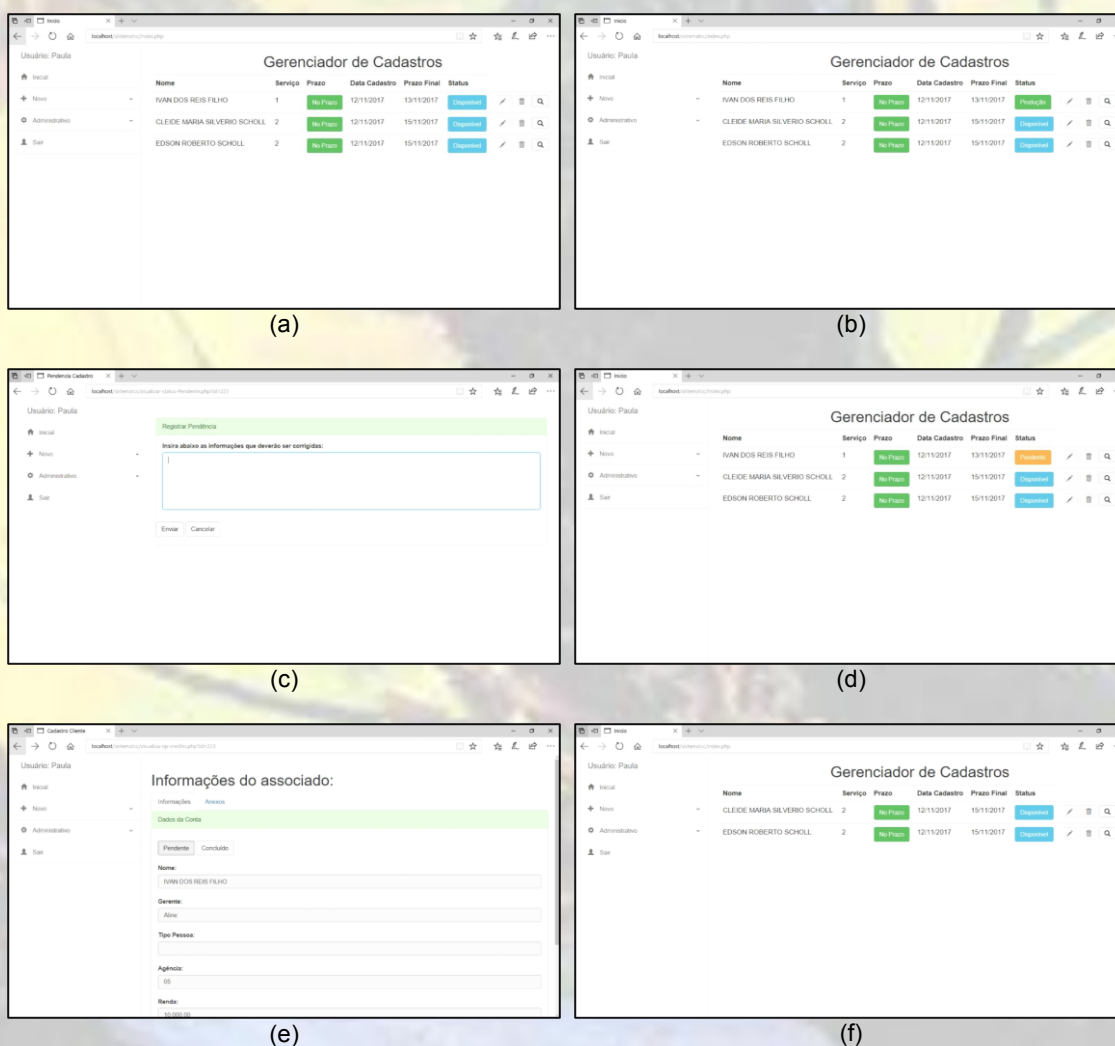
**Fonte:** do Autor.

Para o agente de atendimento efetuar o cadastro de um novo associado, ou uma nova operação de crédito, é necessário acessar a opção “Novo” no menu da lateral esquerda, em seguida selecionar o serviço específico que será solicitado pelo associado. Em seguida o sistema disponibiliza um formulário para a inclusão das informações referentes ao cliente (figura 4b).

### 3.2. Perfil do cadastrista

Depois que o agente de atendimento efetuou o cadastro do serviço, o mesmo é encaminhado para o cadastrista (nível 2) lotado na unidade administrativa. Os serviços são ordenados por ordem de prioridades, sendo a prioridade definida pela política de cadastros da cooperativa. Quanto maior a prioridade, menor é o prazo para conclusão do serviço pelo cadastrista.

Após o cadastrista efetuar o login no sistema, o mesmo exibe os serviços cadastrados pelos agentes de atendimento das unidades de atendimentos, ordenados em ordem de prioridades. A figura 5a demonstra a relação de serviços à serem realizados pelo cadastrista.



**Figura 5 (de “a” a “f”).** Tela do perfil Cadastrista. Tela inicial do perfil 2 em (a); Tela de alteração do status em (b); Tela para registrar pendência (c); Tela de alteração do status para pendente (d); Tela de informações do associado (e) e Tela do próximo serviço, pela prioridade (f).

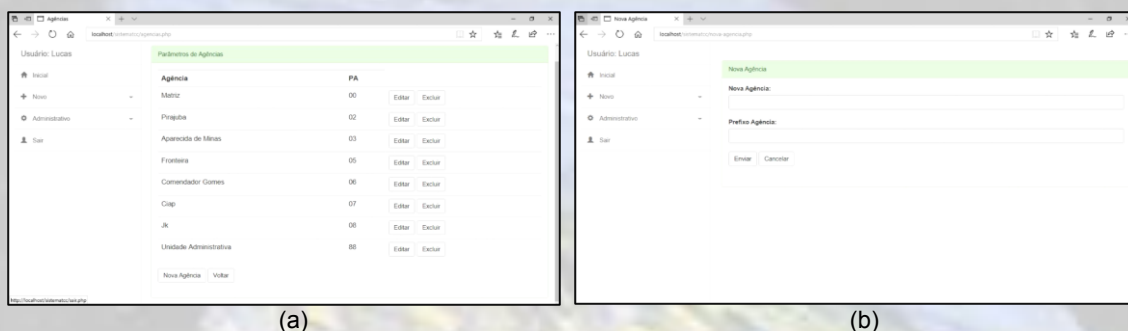
**Fonte:** do Autor.

Na figura 5a observa-se que cada linha da tabela representa um serviço a ser realizado pelo cadastrista. Os números 1, 2, 3 e 4 na coluna serviço representa a operação de crédito, abertura de conta corrente, abertura de conta poupança e renovação/inclusão de dados, respectivamente. Na coluna “prazo” especifica-se a situação do serviço, sendo: verde para dentro do prazo, amarelo no limite e vermelho para atrasado. A figura 5b ilustra o status do pedido, isto é, altera de acordo

com a situação da solicitação, sendo: disponível ou em produção. A figura 5c demonstra a tela usada para registrar alguma pendência do serviço. Caso a pendência seja confirmada o status do serviço fica como pendente (figura 5d). Se o serviço não tenha nenhuma pendência o cadastrista pode concluir o serviço (figura 5e). Após concluir, o serviço não é listado na tabela “gerenciador de Cadastro e o próximo da lista passa a estar disponível para análise (figura 5f)”. Dessa forma, o sistema inibe a possibilidade do cadastrista de “furar a fila” da sequência definida pela ordem de prioridade.

### 3.3. Perfil do supervisor

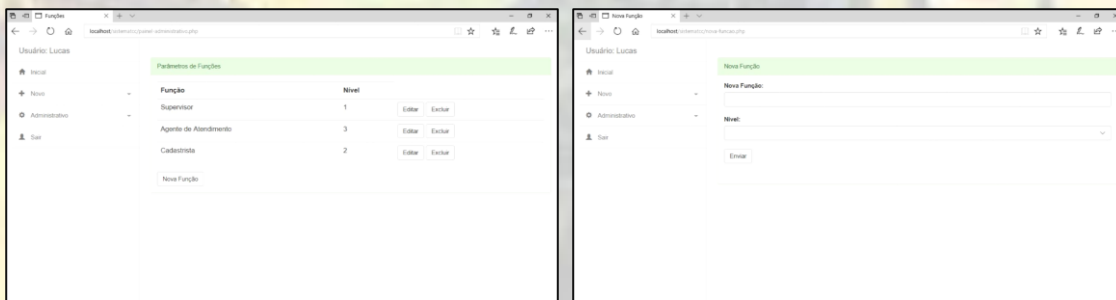
O supervisor tem acesso a todos os serviços do sistema. Esses serviços referem-se ao painel administrativo, onde o mesmo pode inserir, editar e excluir agências, funcionários e funções. No menu Administrativo, o supervisor tem acesso a opção “Agências”. O mesmo pode editar, excluir ou cadastrar novas agências, gerenciando, assim, as funcionalidades do sistema (Figura 6).



**Figura 6.** Tela das agências cadastradas em (a); Tela para inserir uma nova agência (b).

**Fonte:** do Autor.

Caso seja necessário excluir ou editar agência, têm-se as opções para selecionar e depois confirmar ação. O supervisor tem a opção de realizar o cadastro de novas funções no sistema, no menu “Administrativo” → “Parâmetros” → “Funções”, conforme ilustra figura 7.



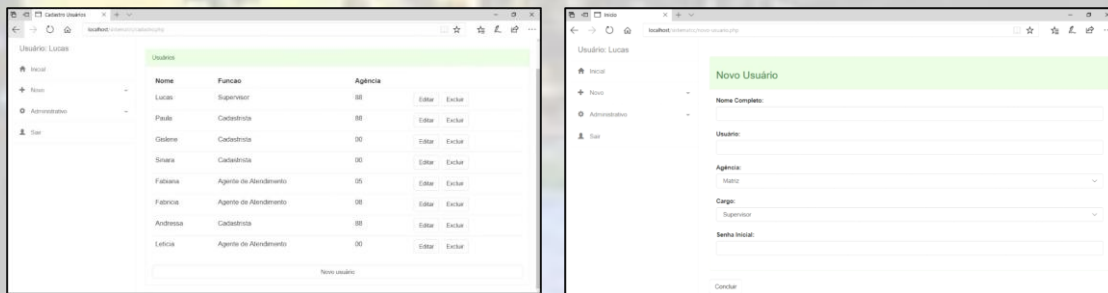
(a)

(b)

**Figura 7.** Tela para gerenciar função em (a); Tela para cadastrar nova função em (b).

**Fonte:** do Autor.

É possível excluir uma função selecionando o botão específico e confirmando a exclusão do mesmo. Após as inclusões de funções e agências, o supervisor dispõe efetuar o cadastro de usuários no menu “Administrativo” → “Usuários”, sendo direcionado para a página específica (figura 8).



(a)

(b)

**Figura 8.** Tela para gerenciar usuário em (a); Tela para cadastrar novo usuário em (b).

**Fonte:** do Autor.

O supervisor tem acesso a todas as páginas do sistema, no entanto, não tem privilégios para editar um cadastro após o envio de um serviço pelo agente de atendimento para o cadastrista na unidade administrativa. Possui também a opção de visualizar todos os cadastros sem alterar seu status.

#### **4. DISCUSSÃO**

O desenvolvimento e a implantação da aplicação proposta foram vistos com “bons olhos” pelos supervisores da Cooperativa. As etapas do processo de desenvolvimento da aplicação foram cumpridas de acordo com o cronograma previsto pelo trabalho. A implantação da aplicação foi realizada inicialmente em uma única agência filial e na unidade de atendimento. A previsão é a de que no próximo ano se inicie com todos os serviços sendo realizados pela aplicação apresentada.

Devido ao prazo, ainda não foi possível concluir a ferramenta de relatórios, uma vez que o mesmo deverá apresentar gráficos segmentados por agência, serviços e funcionários com diversas opções de filtro. Outra funcionalidade que não foi possível apresentar no trabalho, mas está na etapa de desenvolvimento, é a de importação de dados. Essa opção será realizada para fazer o upload de uma base de dados de todos os associados da cooperativa para aplicação desenvolvida no trabalho, eliminando o cadastro manual de clientes, renovação de cadastro e operação de crédito.

O software será utilizado inicialmente no SICOOB Frutal, o mesmo possui a expectativa de agilizar o processo de inclusão, renovação e operações de crédito. O trabalho tem como objetivo de profissionalizar o setor, gerenciar a fila e dar mais liberdade ao supervisor para as demais rotinas diárias de sua responsabilidade.

#### **5. CONCLUSÃO**

O presente trabalho apresentou um projeto de desenvolvimento de um sistema que tem por objetivo atender a necessidade de organizar a demandas de serviços da cooperativa, visando otimizar a rotina diária, reduzir o tempo para execução das atividades relacionadas ao setor da execução de serviços e reduzir consequentemente os custos operacionais.

Até o momento não existe uma aplicação na cooperativa de Frutal e nas demais unidades do sistema CREDIMINAS que atenda às necessidades que esse projeto visa atender. Visando ser uma solução pontual à um setor específico, que vinha tendo dificuldades de gerenciamento e controle. Está sendo desenvolvido para ser simples e intuitivo aos usuários, ao mesmo tempo em que pode se tornar uma fonte de feedbacks aos supervisores.

Com a utilização do sistema na cooperativa, espera-se um controle maior na demanda de cadastros de serviços da cooperativa diariamente, uma constante melhora na confiabilidade das informações, maior segurança dos dados dos associados, que serão apenas acessados pelos cadastristas ou pela própria agência do associado.

Além dos benefícios supramencionados o sistema proporciona o controle automático da fila de prioridades, anteriormente realizados de forma manual no dia a dia pelo supervisor. Com o uso da aplicação o controle passa a ser feito de forma automática, eliminando, inclusive o erro humano, e proporcionando liberdade e tempo para o supervisor executar outras tarefas, isto é, elimina a rotina de supervisão dos cadastristas. Visto que o sistema elimina a possibilidade de “furar a fila”, a aplicação elimina a necessidade de contato entre o agente de atendimento e o cadastrista para tratar sobre pendências ou saber sobre a situação e status da solicitação, uma vez que o sistema exibe em tempo real essas informações.

Como trabalhos futuros foi avaliado e aprovado a possibilidade de novos recursos no sistema, como relatórios e importação da base de dados de outro sistema, além de um filtro de busca nos formulários de renovação e operação de crédito.

## REFERÊNCIAS

CASTELLS, M. *A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade*. 1. Ed. – Rio de Janeiro: Zahar, 2003, 243p.

HIRAMA, K. *Engenharia de Software: Qualidade e Produtividade com Tecnologia*. 1. Ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. 226p.

PINHEIRO, A. F. *Fundamentos da Engenharia de Software*. 1. Ed. Pernambuco: Independente, 2015. 137p.

PRESSMAN, R. S. *Engenharia de Software: uma abordagem profissional*. 7.ed. Porto Alegre: AMGH,2011. 780p.

SOMMERVILLE, I. *Engenharia de Software*. 9. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. 529p.

WELLING,L;THOMSON,L. *Php e Mysql: Desenvolvimento Web*. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.



## A SOCIEDADE DEVORADA POR IMAGENS: OS ALIMENTOS ANIMALIZADOS E A DOCILIZAÇÃO DA MORTE

LIMA, Aida Franco de<sup>58</sup>

**RESUMO:** Este estudo trata de analisar temas concernentes aos produtos alimentícios animalizados, aos financiamentos bancários e às indústrias agroquímicas. Justifica a realização de uma pesquisa como esta, o fato de que a iconofagia ingestão de imagens, no sentido de o homem ser transformado em alimento para as imagens, reforça e se ampara pelo escudo do que não é dito nas embalagens, adornando a mensagem pela aura da invisibilidade, pela sombra, evidenciando, assim, outra face que as mesmas insistem em não mostrar. Por meio de uma varredura bibliográfica, vimos que nessa perspectiva se pode afirmar que os produtos ora analisados passam por um processo de assepsia, de modo a serem desconectados de suas origens. A resultante da investigação aponta para o fato de que tal processo dificulta a possibilidade de os consumidores estabelecerem relações entre o produto final que lhes é oferecido, suas origens e os aspectos negativos que podem acarretar com a aceitação ou dispensa deste ou daquele produto.

**PALAVRAS-CHAVE:** Semiótica, Animalização, Mensagem Publicitária, Setor Alimentício.

**ABSTRACT:** This study comes to analyze themes related to food products animalizados, bank financing and agrochemical industries. Justifies a search like this, the fact that the intake of images, that the man be turned into food for the images, and if supported by the shell that is not said in the packaging, adorning the message by the aura of invisibility by shadow, thus showing another face that they insist on not showing. Literature scanning, we saw that in this perspective one can affirm that the products now analyzed undergo a process of homogenisation, so to be disconnected from their origins. The resulting research points to the fact that such a process makes the possibility for consumers to establish relationships between the final product that is offered to them, their origins and the negative aspects that can lead to the acceptance or dismissal of this or that product.

**KEYWORDS:** Semiotics, Animalization Advertising Message, Food Industry.

---

<sup>58</sup> Comunicóloga e Semioticista, docente da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [aida.francodelima@gmail.com](mailto:aida.francodelima@gmail.com).

## INTRODUÇÃO

A publicidade relativa aos produtos alimentícios animalizados<sup>59</sup> nos leva a refletir sobre a dualidade implícita entre o ato de vender um produto a ser consumido e a maneira como o consumidor torna-se presa do seu desejo.

No segmento alimentício relacionado ao público infanto-juvenil, a fidelização dos clientes ocorre de modo a acompanhar suas transições etárias. Dessa forma, as marcas “crescem” juntamente com seus consumidores, ampliando suas linhas de trabalho de acordo com as demandas percebidas por estratégias de *marketing*, que se aperfeiçoam proporcionalmente às necessidades do mercado e da concorrência.

O poder de alcance e persuasão das mensagens publicitárias em questão reverbera-se nos “furacões da mídia”, conceito de Baitello Junior (2012) a respeito da sociedade midiática. No mesmo texto, o pesquisador relata uma palestra proferida por Flusser, na Alemanha, em 1990: “Reflexões nômades”. Na ocasião, Vilém Flusser propunha uma interessante periodização da história do homem e de seus traumas, elencados em três momentos: a hominização, a civilização e a era contemporânea, ainda não nominada.

A primeira fase, a da hominização, é decorrência da descida dos grupos de grandes humanoides das copas das árvores e sua necessidade de um caminhar bípede e ereto. “Da primeira catástrofe surge um nômade que na atividade de *‘fahren’* (‘deslocar-se’ em alemão) desenvolve o *‘enfahren’* (‘tomar conhecimento, reunir experiências’)” (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 27).

A segunda catástrofe, a civilização, influencia decisivamente a condição do homem, fixando-o na vida em aldeias, onde ele irá domesticar animais e cultivar plantas:

---

<sup>59</sup> Para a doutora em Teoria Política e Filosofia Moral pela Universidade de Konstanz, Alemanha, Sônia Terezinha Felipe, a animalização da alimentação, vestuário, lazer, ciência e linguagem humanas refere-se a “toda prática levada a efeito às custas do bem próprio, da liberdade e da vida de animais não-humanos e humanos”. (FELIPE, 2014, s/p).

Surge aí o assentado (cujo verbo em alemão é “*sitzen*”, “estar sentado”), o possuidor e acumulador de bens (do verbo “*besitzen*”, “possuir”). Flusser argumenta com a língua alemã, mas pode-se confirmar o mesmo na língua latina (e suas derivadas), na qual os verbos são igualmente irmãos: “*sedere*” e “*possedere*”, sentar e possuir (em espanhol, o verbo “*poseer*” mostra mais claramente a proximidade com o “*possedere*”) (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 27).

Nesse período de cerca de dez mil anos, aconchegado e protegido pelas habitações, o homem desenvolve a escrita e os sistemas lógicos dela advindos, como os numéricos e de cálculo, possibilitando o surgimento da ciência e da técnica. O período no qual estamos atualmente inseridos conduz-nos à terceira catástrofe. Sem denominação ainda, ela se caracteriza pela inexistência da proteção e do aconchego que marcavam a fase anterior. Nossas casas, de acordo com Baitello Junior (2012), estão “perfuradas” por todos os lados, tornando-se permeáveis aos “furacões da mídia”:

Assim, nossas moradias se tornaram inabitáveis (em alemão, “*ungenwöhnlich*”) e, por isso, inabitáveis (“*unbewohnbar*”), obrigando-nos a perambular, viajar. Navegar, surfar – enfim, dar o fora. Só que, nos caminhos, vias e estradas delimitados, ou, então, nas ondas do virtual. Convidam-nos a estar lá, onde não estamos, em cenários, paisagens e ambientes distantes e virtuais. O lugar onde estamos de fato – sempre sentados – é o lugar inóspito que não se deixa habitar, porque está invadido pela ventania das imagens visuais e sonoras da mídia (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 28).

Baitello Junior (2012) conecta a hominização aos deuses do vento, levando o homem a caminhos imprevisíveis e surpreendentes. Uma nova mobilidade somada ao novo nomadismo resultaria em uma reunião paradoxal de imobilidade com fluidez. “As imagens fluem celeremente e nós surfamos virtualmente nelas, enquanto o corpo, em torpor, está sentado em alguma cadeira sem alma” (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 28):

O que a língua latina chamava de *imago* referia-se ao retrato de um morto. Porque as imagens são indelévels, porque conferem uma segunda existência, elas possuem um status semiótico na segunda realidade (cf. Bystrina, 1989), em seu caso particular, a presença de uma ausência e seu oposto, a ausência de uma presença. Por isso, elas são fantasmagóricas, em sua origem mais remota. Além disso, as imagens não são, distintamente do que às vezes somos tentados a

pensar, subprodutos da luz, formas de luz ou seres do dia. São muito mais, em sua origem e desde então, habitantes da noite, possuem muito mais faces invisíveis do que aquelas que se deixam ver, mantêm estreitos laços históricos com o sombrio e com o insondável, com as zonas profundas de nós mesmos, com as quais temos ter contato (BAITELLO JUNIOR, 2005).

Ainda de acordo com Baitello Junior (2005), as imagens apresentam-se em configurações diversas, através de linguagens acústicas, olfativas, gustativas, táteis, proprioceptivas ou visuais. Decifradas suas origens e roupagens, ainda assim as imagens têm reveladas tão somente partes de suas facetas, e não o seu todo. Isso é perceptível quando analisamos o recorte de nossa pesquisa relativo à divulgação de produtos alimentícios animalizados, financiamentos bancários e indústria agroquímica.

É importante salientar que, mesmo em se tratando de contextos díspares, os temas citados apresentam em comum a ausência de uma presença, com faces não vistas, sombrias e insondáveis, como observou Baitello Junior (2005). Criadas e desenvolvidas em um universo próprio, as imagens e os suportes que as sustentam buscam o tempo todo nos seduzir para tal ambiente e, como atesta o autor, tal poder de sedução é revigorado com o enfraquecimento de nossas vistas diante de seus contínuos apelos:

Sua sedução conta, além disso, com um poderoso aliado, a extenuação dos nossos olhos diante de seu insistente apelo. E o “padecimento dos olhos” (assim o formulou Dietmar Kamper, 1997) em busca de camadas mais profundas, torna-se facilmente a primeira vitória das superfícies impenetráveis das imagens que sonegam as histórias, substituindo-as por mais imagens, mais superfícies ao invés de profundidades e desdobramentos (BAITELLO JUNIOR, 2005).

Além de suscitar uma presença de uma ausência e/ou seu inverso, as imagens são ainda iconofágicas, no conceito de Baitello Junior (2014), quando se revezam no ato de devorar e serem devoradas.

O autor destaca que o pensamento antropofágico, originado a partir do movimento modernista brasileiro de 1922, foi quem primeiramente demonstrou o fenômeno. Nessa perspectiva, modernismo concebia a antropofagia como estimuladora de uma devoração de ícones, ídolos e símbolos que remetiam à

cultura da Europa. A iconofagia possibilitaria um teor construtivo e criativo. Porém, com a ascensão e facilidade dos processos reprodutivos em larga escala, outro fenômeno foi modelado:

De antropófagos criativos, passamos (e esse “nós” aqui não se refere apenas aos brasileiros, mas aos consumidores globais) a iconofágicos de uma assim chamada cultura universal, pasteurizada e homogeneizada, e por último passamos a servir de “comida” ou alimento para essa mesma cultura universal de imagens (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 14).

Tal assepsia não interliga determinados alimentos ao abate de sua matéria-prima, o animal. Como veremos, ela desvincula do risco de superendividamento os clientes que fazem uso de cartões de crédito com limites muito acima das rendas, ou que aderem ao crédito consignado. Deparamo-nos também com o processo de assepsia quando certas marcas da indústria agroquímica, no caso aquelas ligadas ao “Programa Agrinho”<sup>60</sup>, fidelizam de modo indireto seus possíveis consumidores.

Os exemplos aqui delimitados, em um primeiro olhar, parecem díspares e distantes uns dos outros. Porém, ao avançarmos em seus conteúdos, presenciaremos a força do não dito, do silêncio, da incomunicação, e mesmo da violência, caracterizando esse tratamento asséptico que “limpa” as impurezas dos questionamentos, da leitura do que há nos bastidores das mensagens propagadas. Tais semelhanças aliam-se, ainda, ao público ora visado, retratado pelas crianças e adolescentes, juntamente com os idosos.

A vulnerabilidade desses dois públicos, filões do mercado publicitário, os transforma em imagens, a fim de que, nas etapas posteriores, sejam reduzidos a sujeitos passivos que serão devorados por essas próprias imagens, silenciosa e repetidamente.

---

<sup>60</sup> O “Programa Agrinho” completa 23 anos de trabalhos no Estado do Paraná, levando às escolas da rede pública de ensino uma proposta pedagógica baseada em visão complexa, na inter e transdisciplinaridade e na pedagogia da pesquisa. Anualmente, o programa envolve a participação de mais de 1,5 milhão de crianças e aproximadamente 80 mil professores da educação infantil, do ensino fundamental e da educação especial, estando presente em todos os municípios do Estado (Adaptado de: <http://www.agrinho.com.br/institucional>. Acesso em 19/11/2018, às 22h57min.).

## 2. IMAGENS E PALAVRAS DE UMA VIOLÊNCIA SILENCIOSA



## 2.1. PROBLEMATIZAÇÃO

Baitello Junior (2014) alerta para a violência perpetrada pela mídia, e informa que, assim, é registrada somente se testemunhada, sem considerar também um ato de violência o que ocorre nas profundezas da vida social, familiar ou mesmo em torno das relações interpessoais. Ele sublinha que apenas o que choca provoca escândalo ou traumatiza o senso comum e, depois disso, que é visto como sinônimo de violência.

Isso ocorre porque a sociedade já tem estado anestesiada de forma muito incisiva pelos índices diários de criminalidade, catástrofes e episódios policiais e violência social. Somente conteúdos que beiram à barbárie conquistam espaço nas mídias de massa e/ou informativa:

Foi Walter Benjamin, ele próprio vítima notável de um tempo histórico da mais bruta violência, quem chamou a atenção para a “violência lapidada” como uma das formas de manifestação da violência. Benjamin situa-se como uma das manifestações do “caráter destrutivo”, que é “alegre e jovem” (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 36).

Além da violência bruta intrínseca por parte dos adultos em relação às crianças e jovens, estes últimos ainda estão à mercê de outra modalidade de violência, caracterizada por “(...) símbolos, práticas cotidianas de adultos, instituições de ensino, brinquedos aparentemente inofensivos, gestos, comportamentos e hábitos” (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 36).

Tal processo é fortalecido em virtude da “juvenilização”, quando o velho é persuadido a manter-se juvenil, enquanto os jovens e as crianças se veem obrigados a tomar decisões sérias de modo precoce. Por essa ótica, os idosos precisam manter-se ágeis e atentos para que demarquem seu espaço público.

Baitello Junior (2014) assinala que os jovens estão cada vez mais convocados a terem acesso sem limites aos padrões de informações e comportamentos da vida adulta, pois são vistos como consumidores e, portanto, têm direcionados para si um “(...) arsenal de imagens educacionais,

informativos, comportamentais, publicitários e comerciais sem precedentes na história” (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 38).

Em contrapartida, a contínua repressão aliada à invisibilidade de sinais de maturidade, envelhecimento e escassez do vigor físico, provocam no hemisfério ocidental a multiplicação e transbordamento desse mesmo filão de mercado para fora de seu tempo natural, de modo que: “(...) o desaparecimento da velhice (melhor dito, seu banimento do acervo do arsenal das imagens que nos rodam diuturnamente) não estaria sendo parte de um processo que leva a um envelhecimento comportamental dos jovens?” (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 38).

O teórico registra que tal envelhecimento é perceptível no conservadorismo e apatia juvenis, exemplificado, ainda, pela ausência de consciência crítica e desmotivação que caracterizam as várias fases dos movimentos jovens, quando a utopia é tomada pelo culto a clichês do passado e pelo esmorecimento da inventividade, dentre outras situações:

(...) nas escalas mais amplas que as tribais, nas sociedades e na comunicação de massas, no apelo que sentem para as manifestações mais triviais e todas da chamada “cultura de massa”, na facilidade com que sucumbem à idiotia das imagens veiculadas em proporção e dimensão cada vez mais sutis. (...) Dessa forma, o fenômeno da senilização da juventude – como lado sombrio da juvenilização do homem – requer uma atenção mais acurada, como sintoma que se configura de uma moléstia da cultura contemporânea e seu aparato comunicativo (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 39).

Os ecos das vozes individuais, tantos de jovens como de idosos, não reverberam em meio à massa da qual fazem parte e que é, sucessivamente, recoberta das mais variadas imagens. Baitello Junior (2014) observa que a violência não se restringe tão-somente à disseminação de valores e critérios, ou mesmo à multiplicação de novos preconceitos, mas estende-se principalmente ao silêncio e à omissão em relação a possíveis soluções a problemas enraizados na sociedade.

Estes vão desde o abandono de crianças e indigentes nas ruas aos déficits nas áreas de saúde e educação. Para o teórico, tais imagens afetam o



centro da essência comunicativa que nutre os vínculos sociais, familiares e afetivos:

A imagem do abandono do velho e da criança são as peças de um fácil quebra-cabeças que leva ao quadro de abandono do cidadão. Imagens geram imagens, gestos geram gestos, atitudes geram atitudes, abandono gera abandono. A ilusão da autorregulação (veiculada no bojo da aplicação de “mercado” às áreas sociais da saúde, da educação e da assistência social) é uma das imagens mais desoladoras do nosso tempo (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 40).

No que diz respeito à autorregulação criticada por Baitello Junior (2014), veremos que esse é o principal ponto defendido por uma série de entidades as quais, por meio de uma nota pública, manifestaram seu descontentamento em relação à Resolução 163/2014. Implementada pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), ela estabelece princípios que devem nortear a publicidade de produtos infantis dirigida a crianças e adolescentes.

Gunther Anders (*apud* SCARELLI, 2007)<sup>61</sup> desenvolve uma abordagem crítica em relação à maneira como a televisão e o rádio ocuparam espaços significativos no cotidiano da sociedade em 1956. Hoje, reservadas as devidas proporções, tal crítica aproxima-se da influência da internet no dia a dia, pois, apesar da mobilidade pela qual a tecnologia rastreia o indivíduo, não mais o obrigando a permanecer em um ponto fixo, este se torna, justamente por isso, alvo de questionamentos, em virtude do distanciamento para com os relacionamentos face a face:

“A família francesa descobriu”<sup>62</sup>, afirma-se no jornal vienense “Presse” 33 de 24.12.54, “que a televisão é um meio extraordinário de afastar os jovens de passatempos caros, de prender as crianças em casa... e de dar um novo estímulo aos encontros familiares”. A chance contida de fato nesta forma de consumo consiste, ao contrário, em dissolver integralmente a família de modo tão natural que essa dissolução mantém – ou mesmo adota – a aparência da prezada vida familiar. (ANDERS *apud* SCARELLI, 2007, p. 27).

---

<sup>61</sup> Thiago Scarelli explica o trabalho realizado em torno do texto *O mundo como fantasma e matriz*, que consiste na tradução anotada e comentada de excertos do livro *Die Antiquiertheit des Menschen*, os quais estão situados no intervalo entre as páginas 97 e 170 da edição publicada em 2002 pela editora C.H. Beck, cujo texto corresponde integralmente à edição original de 1956, lançada pela mesma editora.

<sup>62</sup> As aspas são do autor.

Porém, o que a TV transmite são imagens reais ou fictícias do mundo exterior e, devido ao modo absoluto como reina, torna inválida e fantasmagórica a realidade do lar, quando o distante se aproxima e aquilo que está próximo se distancia ou se dissipa. Ou, no momento em que o fantasmagórico se torna verdadeiro ou o verdadeiro se torna fantasmagórico. “O lar real se degrada à condição de ‘container’, sua função se esgota em conter a tela para o mundo exterior” (ANDERS apud SCARELLI, 2007, p. 27).

A TV, com sua força centrífuga, é comparada à mesa da sala, que representava uma força centrípeta antes da chegada do aparelho televisor. Se antes as cadeiras eram dispostas de modo a permitir o movimento dos interesses, dos olhares e conversas, com a TV, elas obedecem a uma mera justaposição:

(...) a possibilidade de que um enxergue o outro, de que um olhe para o outro, consiste ainda somente no engano; a possibilidade de que um fale com o outro (quando isso absolutamente ainda se quer ou se pode), somente no acaso. Eles não estão mais juntos, estão um com o outro, ou melhor, um ao lado do outro, meros espectadores (ANDERS apud SCARELLI, 2007, p. 28).

O mesmo contexto é destinado aos aparelhos de rádio, para os quais Anders (apud SCARELLI, 2007, p. 29) atribui o poder de tomarem a fala humana. “Eles nos roubam nossa capacidade de expressão, nossa oportunidade de fala, nosso desejo de fala – exatamente como a música do gramofone e do rádio nos rouba a música doméstica”.

Em sua concepção, o rádio surge como uma pessoa pública, geralmente anônima. Seja como pano de fundo para um encontro amoroso ou em qualquer outra atividade, o rádio fixa seu território:

O primeiro efeito desta limitação sobre o apenas-ouvir já está claro. Ele consiste, em todas as culturas linguísticas, no embrutecimento, empobrecimento e perda de interesse da fala. E não consiste apenas nisso, mas também no embrutecimento e empobrecimento da vivência, ou seja, do próprio homem. E de fato porque o ‘interior’ do homem, sua riqueza e sutileza, não tem nenhuma existência sem a riqueza e a

sutileza do discurso; pois não é válido apenas que a língua é a expressão do homem, mas também que o homem é produto de sua fala; em suma: porque o homem é assim articulado, assim como ele mesmo articula; e assim desarticulado, assim como ele não articula (ANDERS apud SCARELLI, 2007, p. 32).

A partir do momento em que o rádio e a TV ocupam lugares significativos nos diversos ambientes, mudou-se o entendimento do homem em relação ao universo que o cercava. Assim, para se estar a par dos acontecimentos, os homens necessitam que os fatos cheguem até eles:

Quem quer “estar por dentro”, quem quer saber o que existe lá fora, precisa dirigir até a sua casa, onde os acontecimentos “encomendados para contemplação” já esperam por ele como a água encanada na torneira. (...) Pois os acontecimentos – eles mesmos, não as notícias sobre eles – as partidas de futebol, as missas, as explosões atômicas nos visitam; a montanha vai até o profeta. E o fato de que o mundo vai até o homem, ao invés do homem ir até ao mundo, é, ao lado da produção do eremita-de-massa e da metamorfose da família em um público-miniatura, o verdadeiro efeito transformador que o rádio e a TV trouxeram (ANDERS apud SCARELLI, 2007, p. 32).

Joseph Straubhaar e Robert LaRose (2004) lembram que a história da propaganda está entrelaçada com o crescimento dos meios de comunicação de massa dos EUA, e que aquela tem ligação direta com a economia industrial norte-americana. “A propaganda demonstrou-se eficiente em informar os consumidores sobre novos produtos e criar demanda para tais produtos” (LAROSE; STRAUBHAAR apud DUARTE, 2004, p. 34).

Os produtos da linha de produção necessitavam chegar ao consumidor final. O mercado para as massas estava sendo consolidado em decorrência da industrialização, urbanização e comunicação. A cultura enraizada, influenciada pelos ideais dos pioneiros e pelos preceitos religiosos estimulavam as pessoas a pouparem dinheiro. Somava-se a esse quadro a própria realidade dos anos anteriores a 1900, quando pessoas que tinham recursos escassos faziam com que o verbo “economizar” soasse apenas como uma consequência:

Mas, uma nova ética do consumo começou a emergir. Quando a indústria se deu conta de que necessitava de propaganda e marketing

para vender seus produtos, o marketing tornou-se uma parte legítima dos negócios, um grande departamento em todas as corporações. A propaganda cresceu como uma indústria e começou a empurrar dinheiro dentro da mídia existente, tanto que, em 1920, dois terços das rendas de jornais e revistas já vinham de anúncios (LEISS, KLINE & JHALLY, 1990) (LAROSE; STRAUBHAAR, apud DUARTE, 2004, p. 35).

As companhias de sabão americanas são pioneiras na utilização do rádio como mecanismo para alavancar as vendas. Partindo do pressuposto de que eram as mulheres as maiores compradoras deste tipo de produto, empresas como a Colgate e a Palmolive produziam peças radiofônicas que eram veiculadas nas rádios seguidas pelas suas respectivas marcas. Tamanho foi o resultado positivo, que a ideia logo foi adaptada para a televisão e copiada pela América Latina afora. As novelas e suas adaptações alavancariam a proposta de as lojas venderem produtos de massa:

Tanto as novelas – conhecidas em inglês como soap (sabão) operas – de rádio quanto as de televisão foram tão bem-sucedidas nos Estados Unidos que empresas de sabão que vendiam na América Latina começaram a produzi-las ali, primeiro para o rádio e depois para a televisão. (...) Em 1974, por exemplo, um crítico de televisão brasileiro notou que o momento decisivo de uma grande telenovela, transmitida no horário nobre para uma grande audiência, ocorreu quando o protagonista perguntou à sua mulher se ela gostaria de uma nova geladeira e ela caiu em lágrimas de felicidade. O crítico viu isso como um exemplo de um ideal de consumo da classe média em um país onde a maioria das pessoas havia sido bem dividida entre ricos e pobres (LAROSE; STRAUBHAAR *apud* DUARTE, 2004, p. 35).

A obra de Anders, mesmo lançada em 1956, possibilita promover um diálogo com o pensamento do contemporâneo Baitello (2003), que realiza uma abordagem a respeito da maneira como as imagens invadem não apenas as cidades, como também o planeta, e disputam espaço até mesmo com nossos corpos.

Comparadas com uma selva a cada momento mais densa e fechada, as imagens preponderantemente mais onipresentes e gigantescas apoderam-se das cidades, estradas e residências, nos deixando cada vez mais aniquilados, devorando-nos.

Situados em uma catástrofe até então inominada, estamos compelidos a um novo formato de vida e a um novo perambular pelos caminhos por onde conduz o “vento” e suas formas mais radicais:

Só que o vento agora não é feito de ar em movimento, mas de imagens e palavras [cada vez mais imagens que palavras!], sons e cenas, narrativas e informações, sites, blogs, redes sociais, twitter e o que mais possa vir pelas inúmeras telas e janelas que escancaramos para a entrada indiscriminada das intempéries, são por um lado, concretamente, as tomadas. É por elas que entra o furacão da mídia. Por outro, as minúsculas tomadas elétricas não trariam tantos danos se não abrissem compulsivamente, por meio de máquinas de imagens, janelas e mais janelas que nos convidam a espiar o tempo todo, que nos hipnotizam o olhar e nos paralisam o corpo (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 29).

Baitello Junior (2012) trata desse vagar com os olhos em direção às imagens sintéticas geradas pelas mídias como uma espécie de nomadismo voyeurista, visto que só se sente prazer em se ver, ao longe, o objeto de desejo.

Tem-se, então, uma nova concepção de fixidez e referência, o que faz com que passemos a ter uma diferente percepção e uma diferente vivência do espaço – e, fundamentalmente, uma nova percepção e vivência do cerne germinador do espaço, o corpo:

É um corpo que nunca está lá onde está o pensamento ou onde estão os desejos, porque ele é demasiadamente lento e pesado para se locomover como se locomovem o pensamento, o desejo, e as imagens que reverberam em nós, todos eles leves e volúveis como o vento e seus deuses (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 30).

Para Baitello Junior (2012), as telas do cinema, da TV e do computador também equivalem a janelas sintéticas, que mostram o mundo sinteticamente, simplificando o mundo dentro delas mesmas. Portanto, recriam o mundo como brinquedo, domesticando-o e tornando-o compatível com o nosso pequeno e estreito raio de mobilidade:

Significa trazer para perto, bem perto, tudo o que é distante. Significa trazer sem trazer, porque o que vem, vem traduzido, recortado, às vezes toscamente colorizado ou desodorizado, domesticado,

processado, enfim, simplificado como um processo de abstração. (...) Tudo na medida de nossa própria preguiça e nos moldes de nossa incapacidade de saltar, de reagir, de protestar, de rejeitar, de ficar indignados, de nos viramos de costas (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 52).

A terceira catástrofe elencada por Flusser e, como dito anteriormente, na qual estamos inseridos, explicita a maneira como a sociedade torna-se refém das mídias que adentram em quaisquer ambientes que poderiam ser considerados de refúgio e proteção. E, nessa perspectiva, nos remete novamente à iconofagia (BAITELLO JUNIOR, 2012), que reflete o consumo, no qual, em vez de sujeitos ativos, nos tornamos passivos: “(...) uma das dimensões mais intrigantes da imagem manifesta-se quando ela participa invasivamente das vidas das pessoas” (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 124):

Isso ocorre prosaicamente quando compramos um produto de uma marca famosa que custa dez vezes mais que outro similar de igual qualidade. Pagamos nove preços pela imagem e apenas um preço pelo produto. A iconofagia também ocorre quando pautamos nossas vidas pelas imagens, desejamos ser como as imagens (dos corpos esculturais, dos ídolos, dos rostos perfeitos, das peles sem rugas nem cicatrizes do tempo, dos cabelos sedosos e sempre lisos e esvoaçantes, dos narizes padrão Barbie e tantos outros modelos desejados), queremos ser como as imagens ideais. Perdemos o contato com o nosso corpo real, com o mundo das diversidades infinitas de corpos, de rostos, de narizes, de cabelos e peles. Alimentamo-nos com imagens e nos transformamos em imagens. Os exemplos dramáticos de enfermidades como anorexia, bulimia e obesidade mórbida nos desafiam a pensar sobre os efeitos danosos de uma sociedade da imagem sobre os corpos reais. Os médicos denominam tais enfermidades de “distúrbios da imagem corporal” (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 125).

Estamos sendo devorados pelas imagens criadas para fins de consumo. Os papéis inverteram-se. A criatura está coordenando os movimentos do criador. Como destaca Isleide Arruda Fontenelle (2002), em se tratando do universo das marcas, esse sugere uma segurança passageira ocultada pela própria lógica econômica. “É o vazio que permanece junto com um sentimento de desamparo que se torna cada vez mais intenso – terreno fértil para que se desenvolva o fetiche pela marca” (FONTENELLE, 2002, p. 303).

## 2.2. CONSUMO GARANTIDO

Trafegando pelos mais variados suportes midiáticos, a publicidade de produtos alimentícios animalizados, financiamentos bancários e produtos agroquímicos exerce o processo iconofágico de tal maneira que raramente o consumidor se percebe devorado.

“Podemos comer imagens?”, questiona Baitello Junior (2012, p. 120), ao que ele mesmo responde afirmativamente, com veemência, situando três sentidos em que nos alimentamos de imagens.

O primeiro é a partir do momento em que nossas escolhas ocorrem motivadas pela boa aparência visual, olfativa, gustativa e tátil dos alimentos. “Sua cor, seu aspecto, seu cheiro, seu sabor e sua textura entram sempre como critérios para que os alimentos seduzam. Portanto, a qualidade estética constitui um importante critério em se tratando de gastronomia” (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 120). Conforme seu entendimento, a imagem visual de um prato funde-se com seu sabor, o que faz com que sua imagem gustativa seja enriquecida.

O segundo sentido, não se tratando de algo saudável, ocorre quando ingerimos alimentos em que as qualidades nutritivas estão ausentes. Desse modo, a escolha é motivada por uma imagem coercitiva amparada em uma marca, grife, quantidades significativas de anúncios, impacto publicitário e influência do grupo social.

O autor, neste segundo caso, refere-se aos alimentos que se respaldam principalmente no aspecto visual, pois, além de não propiciarem valor nutritivo, desempenham um papel inverso, provocando danos à saúde.

Por sua vez, o terceiro sentido acontece, “quando tomamos o verbo “comer” em seu sentido mais amplo, metafórico, como apropriar-se, como metabolizar, usando apenas os olhos como órgãos de devoração”. Assim, “A expressão ‘comer com os olhos’ é perfeita”. Diz o autor, que é por isso que “Nosso tempo nos tornou especialistas em devorar o mundo por meio dos

olhos (dos nossos próprios olhos e dos olhos das máquinas que criamos para maximizar a atividade devoradora dos nossos olhos)”.

Conclui, assim, que “Isso significa que a boca ganhou um poderoso concorrente, o olho”. Donde, enfim, se questiona: “Será que a excessiva devoração de imagens não produz uma correlata voracidade alimentícia?” (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 120).

Martin Lindstrom (2012) diz que sempre se surpreende ao constatar os efeitos das mensagens publicitárias na percepção de frescor das pessoas. Segundo ele, o ketchup, da marca Heinz, ocupa o topo do ranking. O produto é classificado como sendo mais fresco do que alface e tomate pelos consumidores que não sabem definir exatamente o motivo de tal classificação, mesmo que na embalagem conste que sua validade está próxima do término.

Para o autor, o que se esconde por trás da impressão que ele considera “bizarra” de que o ketchup é um produto fresco tem a ver com a sua comercialização. “A Heinz exagera na ‘tomatice’ do produto, colorindo-o com um vermelho intenso (tom de um suculento tomate recém-colhido do pé) apesar de produzido a partir de um concentrado do fruto” (LINDSTROM, 2012, p. 70). Para conferir autenticidade ao frescor, o produto não precisa permanecer refrigerado:

O amplo trabalho que realizei para o McDonald’s mostrou que símbolos como esses podem alterar a percepção de qualquer coisa – desde frescor até valor, e mesmo qualidade. Em certa ocasião, ajudei a famosa rede a incorporar símbolos de frescor nas filiais da Europa. Entre diversas outras estratégias, pintamos folhas verdes no interior das luminárias e chegamos a expor tomates e legumes frescos em vitrines de vidro. Na França o McDonald’s foi além: mudou a cor do lendário logotipo amarelo para um tom escuro de verde-folha. E, acreditem, deu certo (LINDSTROM, 2012, p. 70).

A compra inicial de um produto alimentício pode estar relacionada à embalagem ou à aparência exterior, mas as compras subsequentes são determinadas significativamente pelo gosto (cf.: SCHLOSSER, 2001):

Cerca de 90% do dinheiro gasto com comida nos Estados Unidos é usado para comprar comida processada. No entanto as técnicas para



enlatar, congelar e desidratar destroem grande parte do sabor do alimento. Desde o final da II Guerra, surgiu uma enorme indústria no país dedicada a tornar a comida processada palatável. Sem essa indústria do sabor, a de fast food não existiria. O nome das principais redes norte-americanas de fast food e o que elas vendem são hoje mundialmente conhecidos e, o que é mais, estão entranhados em nossa cultura popular. Pouca gente, no entanto, seria capaz de dizer o nome das empresas que fabricam o gosto da comida fast food (SCHLOSSER, 2001, p. 157).

Schlosser (2001) destaca que a International Flavor & Fragrances (IFF), com fábrica em Dayton, Nova Jersey – EUA, além de ser a maior fabricante de sabores do mundo, fabrica o cheiro de seis dos dez perfumes mais vendidos nos EUA. Ela fabrica o cheiro do Beautiful, da Estée Lauder, do Happy, da Clinique, do Polo, da Ralph Lauren, e do Eternity, da Calvin Klein. E também é responsável pelas essências de produtos domésticos que variam de desodorantes a detergentes para máquinas de lavar pratos, sabonetes, xampus, lustra-móveis e cera de chão:

A ciência básica por trás de seu creme de barba é a mesma que determina o sabor de seu jantar congelado. O aroma de um alimento pode ser responsável por até 90% de seu sabor. Os cientistas acreditam que os seres humanos adquiriram paladar como forma de evitar envenenamento. Plantas comestíveis em geral são adocicadas; as letais são amargas. O paladar, então, supostamente serviria para nos ajudar a diferenciar a comida que é boa para nós da que não é. As papilas gustativas em nossa língua são capazes de detectar a presença de uma meia dúzia de gostos básicos, entre os quais: o doce e o azedo, o amargo, o salgado, o adstringente e o umami (gosto descoberto por pesquisadores japoneses, uma sensação plena, forte e deliciosa, desencadeada por aminoácidos em comidas tais como frutos do mar, cogumelos, batatas e algas). No entanto, as papilas fornecem meios relativamente limitados de detecção, quando comparadas, por exemplo, ao sistema olfativo do ser humano, capaz de perceber milhares de aromas químicos diferentes. Na verdade, o “sabor” é primordialmente o aroma dos gases sendo liberados pelas substâncias químicas que você acabou de pôr na boca (SCHLOSSER, 2001, p. 160).

Schlosser (2001) ressalta que a necessidade que o ser humano tem em relação ao sabor foi uma força histórica que ficou sem ser estudada ou examinada por um longo período. Enquanto impérios foram construídos e terras desbravadas, grandes religiões e filosofias foram mudadas pelo comércio de especiarias:

Em 1542, Cristóvão Colombo partiu da Europa em busca de temperos. Hoje em dia, a influência do sabor no mercado mundial continua decisiva. O nascimento e a queda de impérios empresariais – fabricantes de refrigerantes e salgadinhos, restaurantes de fast food – são determinados quase sempre pelo gosto de produtos vendidos (SCHLOSSER, 2001, p. 161).

Conforme Schlosser (2001), a indústria do sabor nasceu em meados do século XIX, quando a fabricação de comida processada em larga escala teve início. Ao reconhecer a necessidade de aditivos de sabor, as pioneiras do ramo recorreram aos perfumistas, que trabalhavam há anos com óleos essenciais e aromas voláteis. Foram os grandes perfumistas da Inglaterra, França e Holanda quem produziram muitos dos primeiros compostos de sabor.

A Alemanha, no começo do século XX, por meio de sua indústria química, assumiria a liderança tecnológica de sabores. Segundo a lenda, fora um cientista alemão quem teria descoberto casualmente o antranilato de metila, quando misturava substâncias químicas em seu laboratório e o ambiente foi tomado pelo aroma suave de uvas:

Depois da II Guerra, boa parte da indústria de perfumes mudou-se da Europa para os Estados Unidos, estabelecendo-se em Nova York, perto das lojas e dos fabricantes de roupas. Junto com ela, veio também a indústria de sabores, que acabou mais tarde transferindo-se para Nova Jersey, para ter mais espaço. Os aditivos manufaturados de sabor foram usados, sobretudo em bolos, pães, doces e refrigerantes até meados da década de 50, época em que a venda de alimentos processados deslanchou. A invenção de cromatógrafos de gás e espectrômetros de massa – máquinas capazes de detectar gases voláteis a níveis muito baixos – aumentou enormemente o número de sabores que podiam ser sintetizados (SCHLOSSER, 2001, p. 162).

O sabor procurado pelas pessoas em quase todo alimento, geralmente está presente em quantidades muito pequenas para que possam ser medidas em um meio tradicional da culinária, como em gramas ou colheres de chá. Os sofisticados espectrômetros e cromatógrafos fornecem uma leitura apurada sobre os componentes do sabor de um alimento. Porém, mesmo que tais aparelhos sejam capazes de detectar quantidades tão baixas quanto uma parte em um bilhão, não são compatíveis com o nariz humano, capaz de identificar “(...) aromas em quantidades de uma poucas partes por trilhão – o equivalente

a 0,000000000003%” (SCHLOSSER, 2001, p. 163). Aromas complexos, como os do café ou da carne assada, podem ser compostos por gases voláteis de quase mil substâncias químicas diferentes:

O ato de tomar, chupar ou mastigar uma substância libera seus gases voláteis. Eles escapam da boca para as narinas, ou entram pela passagem no fundo da boca, até atingirem uma tênue camada de células nervosas chamadas de epitélio olfativo, localizadas na base do nariz, bem entre os olhos. O cérebro combina os complexos sinais olfativos enviados pelo epitélio com os simples sinais de gosto enviados pela língua, atribui um sabor ao que você tem na boca e decide se aquilo é algo que você quer ou não comer (SCHLOSSER, 2001, p. 180).

Lindstrom (2012) diz que, conscientes de que a simples sugestão a frutas é capaz de criar associações poderosas a ideias como saúde, frescor e limpeza, marcas das mais variadas categorias estampam tais imagens, de xampus a condicionadores de cabelo, incluindo também sabonetes infantis, água mineral, chiclete de nicotina, hidratante labial, chás, vitaminas e cosméticos. Incluem-se, nesse rol, os lustra-móveis de abacaxi, laranja, pêssigo, maracujá e banana<sup>63</sup>:

Chegamos a um ponto em que os xampus são tão frutados que quase dá vontade de bebê-los. (...) Tal como ocorre com os viciados em drogas, cigarros ou comida, o condutor químico do processo é a dopamina, neurotransmissor responsável pela percepção do prazer. (...) O vício por grifes, assim como sua prima menos grave, a obsessão, são manifestações de dependência que, apesar de ainda não reconhecidas como transtornos psiquiátricos, ocorrem com grande frequência. É muito provável que alguém sofra desse mal, como o colega que precisa tomar um café na Starbucks para começar o dia (não pode ser qualquer café; tem de ser o da Starbucks) (LINDSTROM, 2012, p. 72- 81-82).

A ilusão atrai o público para o consumo dos produtos alimentícios de origem diretamente animal, apresentados nos mais diversificados ambientes. Além do prazer da degustação, são vendidos outros valores, como a manutenção de uma saúde equilibrada, apesar de esta ser uma tese

---

<sup>63</sup> Registro a passagem de quando comprei um xampu para a minha filha, que à época deveria ter cerca de 5 anos, com fragrância de chocolate. Invariavelmente quando iria usá-lo, ela questionava porque não poderia ingeri-lo também. Concluí que o resultado prático prometido para os cabelos era muito inferior aos efeitos do aroma exalado quando em contato com a água.

contestada por profissionais de diversas áreas, de nutricionistas a correntes abolicionistas.

Sônia Terezinha Felipe (2014, p. 01) destaca que a Universidade de Harvard faz hoje um *mea culpa* porque, na década de 1980, foram alguns de seus cientistas quem colocaram na pirâmide alimentar as carnes e os laticínios como base de sustentação da dieta saudável:

Hoje os centros de cardiologia estão atopeados de pacientes que seguiram a pirâmide alimentar de Harvard, estabelecida por médicos pagos pelas empresas de carnes, leites e ovos, que eram consultores dessas empresas ao mesmo tempo em que se fizeram passar por médicos neutros, preocupados com a saúde dos humanos. Então, agora, 30 anos mais tarde, com a derrocada da saúde causada por essa dieta insana, os médicos de Harvard, seguindo o que outros médicos e cientistas responsáveis apontaram desde aquela época, reconhecem que carnes, leites e ovos são responsáveis pelo câncer, diabetes, hipercolesterolemia, hipertensão, obesidade em todos os graus, ateromas e uma infinidade de outras mazelas e doenças que afetam os seguidores da dieta padrão imposta ao mundo para vender o que o agronegócio produz com seus químicos biocidas (FELIPE, 2014, p. 01).

Felipe (2014, p. 01) ainda esclarece que possui dados das mortes causadas por esses alimentos, publicados por T. Colin Campbell em seu livro *Whole: Rethinking the Science of Nutrition* (Integral: Repensando a Ciência da Nutrição), de 2013. De acordo com Felipe (2014), os números do Centers for Disease Control and Prevention, publicados por T. Colin Campbell, na última década, mostram que cerca de seis milhões de estadunidenses morreram do coração; quase outros seis milhões de câncer; um milhão e trezentos mil de derrame cerebral, e meio milhão morreram por conta da diabetes:

Essas doenças estão diretamente associadas à ingestão de carnes, ovos, leite de vaca e laticínios, farinhas refinadas e açúcar. Tudo o que a dieta padrão sugeriu aos comedores na década de 80 do século XX como ideal para manter-se saudável. A única coisa saudável que essa dieta animalizada manteve mesmo saudável nos últimos 30 anos foram as contas com saldos bilionários das indústrias de fármacos testados em ratos e beagles para tratar cronicamente das doenças e mazelas causadas simplesmente pelo que as pessoas botaram no prato, sob recomendação da propaganda medicinal desses alimentos, propaganda paga pelo agronegócio (FELIPE, 2014, p. 01).

A maneira como a população assimilou as informações veiculadas pela mídia em torno da necessidade de ingerir alimentos de origem animal, no intuito de alcançar uma vida saudável, nos leva ao pensamento de Joseph Campbell (1994). Ele resgata a origem do termo hindu “ilusão” (Maya), e reforça: “Maya é vivenciado como fascinação, encanto, especificamente encanto feminino. Para este último há um ditado budista: ‘De todas as formas de Maya a da mulher é a suprema’” (CAMPBELL, 1994, p. 55).

E, em se tratando de produtos originados com a morte de animais, a ilusão caracteriza-se de modo a apresentar ao consumidor final um conceito, por assim dizer, revestido de atributos que atraem seus sentidos, proporcionando sensações que vão além do produto originado de uma espécie animal. São apelos sensíveis baseados em cores, sons, cenários, músicas e movimentos utilizados pela publicidade, que eliminam resquícios que poderiam conectar o produto final à matéria-prima em seu estado de natureza-morta. De outro modo, muitas empresas, por sua vez, adotam a figura de animais felizes que propagam a morte da própria espécie.

Retomando ao pensamento de Campbell (1994), ele explica que, como um princípio cosmogônico – e como um princípio feminino e também pessoal –, diz-se que Maya possui três poderes:

1. Um poder de Ocultamento<sup>64</sup> que esconde ou dissimula o “real”, a característica intrínseca e essencial das coisas; de maneira que, como podemos ler num texto sagrado sanscrítico: “Apesar de estar oculto em todas as coisas, o Eu não brilha”.
2. Um poder de Projeção, que emite impressões e ideias ilusórias, junto com desejos e aversões associados – como poderia acontecer se, por exemplo, numa noite uma pessoa confundisse uma corda com uma cobra e se assustasse. Depois que a ignorância (o Poder de Ocultamento) encobriu o real, a imaginação (o Poder de Projeção) desencadeia os fenômenos. Lemos então que: “Esse poder de projeção cria todas as aparências, que seja dos deuses quer do cosmo”.
3. O poder revelador de Maya, que é a função da arte e da escritura, do ritual e da meditação, qual seja a de tornar tudo conhecido (CAMPBELL, 1994, p. 55).

Para o autor, os dois primeiros poderes, que dissimulam e projetam, podem ser exemplificados a partir das propriedades de um prisma pelo qual a

---

<sup>64</sup> Negritos nossos.

luz solar é transformada nas cores do arco-íris. “Disponha essas cores num disco, gire-o, e elas serão vistas como a cor branca. Da mesma forma, quando vistos de certa maneira, os próprios fenômenos poderão revelar o que normalmente ocultam (...)” (CAMPBELL, 1994, p. 57).

Como expusemos anteriormente, aliando o pensamento de Campbell (1994) à publicidade que vende produtos de origem diretamente animal, é possível afirmarmos que essa incorpora os três poderes de Maya: oculta a morte e sofrimento dos animais; projeta uma imagem ilusória, visto que o produto físico está acoplado a sensações que não se restringem apenas a saciar a fome; revela, no sentido de estender a aceitação do produto entre as mais variadas faixas etárias, principalmente estimulando o consumo entre os públicos mais jovens, formando, desse modo, um consumidor fiel ao produto.

### **2.3. QUEM VAI MATAR A COMIDA?**

Luís Fernando Veríssimo (2001) ilustrou o cenário contemporâneo em que as pessoas se alimentam de produtos de origem animal, porém, sem se dar ou sem querer se dar conta de sua origem. Em *A Decadência do Ocidente*, o autor narra a história de um pai que ganha uma galinha viva e a leva para dentro do apartamento, no intuito de transformá-la em um prato. Porém, o filho mais novo logo se afeiçoa ao animal, escolhendo até um nome para ele: Margarete:

– Comida?! – Sim, senhor. – Mas se come ela? – Ué. Você está cansado de comer galinha. – Mas a galinha que a gente come é igual a esta aqui? – Claro. Na verdade o guri gostava muito de peito, de coxa, de asa, mas nunca tinha ligado as partes do animal. Ainda mais aquele animal vivo ali no meio do apartamento (VERÍSSIMO, 2001, p. 32).

Na saga, o patrão se depara com a auxiliar doméstica que, além de não saber preparar uma galinha ao molho pardo, recusa-se a cortar seu pescoço. Coisa que nunca fizera. A missão também foi renegada pela esposa e pelos moradores do prédio: “Alguém no edifício se disporia a degolar a galinha. Fizeram uma rápida enquete entre os vizinhos. Ninguém se animava a cortar o

pescoço da galinha. Nem o Rogerinho, do 701, que fazia coisas inomináveis com os gatos” (VERÍSSIMO, 2001, p. 32).



Figura 2. Relacionar a imagem de uma galinha viva com o alimento pronto causou desconforto nos moradores do prédio da crônica de Veríssimo

Fonte: [www.nolugardoouro.blogspot.com.br/2009\\_01\\_01\\_archive.html](http://www.nolugardoouro.blogspot.com.br/2009_01_01_archive.html)

Na reportagem de capa da revista de variedades *Super Interessante*, de dezembro de 2010, intitulada “O lado escuro da comida”, o texto informativo tem início com a fórmula utilizada para a produção dos *nuggets*:

Frango. Água. Maizena modificada. Soda para cozimento. Sal. Glicose. Ácido cítrico. Caldo de galinha. Fosfato de sódio. Antiespumante dimetilpolissiloxano. Óleo hidrogenado de soja com antioxidante TBHQ. Isso agregado a mais 26 ingredientes é o que conhecemos pelo nome de *nugget*. A receita é produto de um sistema que faz de lasanha congelada a tomates mais ou menos do mesmo jeito que se fabricam canetas, ventiladores ou motos. É a agropecuária industrial (AXT *et al.*, 2010, p. 01).

Lígia Amparo da Silva Santos (2008) lembra que, em determinados momentos da história, como aconteceu com o pão, a carne também foi motivo de reivindicação. Isso aconteceu, por exemplo, na mesa do povo francês após a Segunda Guerra Mundial. “(...) o desejo e a repulsão, o apetite e a aversão,

submetidas em diferentes culturas a proibições ou restrições, permanentes ou temporárias, sendo mais frequentemente restrições de natureza religiosa (...)” (SANTOS, 2008, p. 284) marcam a relação da espécie humana em torno da carne. Traça-se, então, uma linha imaginária, que delimitará a maneira de garantir que o animal seja convertido em alimento:

Na definição do animal comestível ou não, traz a ideia da “distância ótima” entre o homem e o animal: uma distância muito grande é impossível de comer, uma proximidade afetiva de um animal doméstico, também não. Ou seja, nem tão próximo (parente) nem tão longe (estrangeiro, desconhecido). As espécies comestíveis se encontravam a uma distância intermediária (SANTOS, 2008, p. 265).

Santos (2008) explica que a literatura referente aos hábitos do nosso povo, em períodos mais remotos, indica uma variedade de animais que faziam parte da dieta brasileira, explicitando a diversidade da fauna, como caças e aves. “Jacarés, cobras, tatus, capivaras, antas, tartarugas, patos, marrecos, diferentes espécies de galinhas que foram reduzidas ao consumo de carne bovina e de frango, seguida pelos peixes, porco, carneiro e, em algumas regiões, a carne de bode” (SANTOS, 2008, p. 265). A autora entende que a carne bovina e de frango tiveram sua produção intensificada pela industrialização, em detrimento do peixe, que ainda conta com uma produção oriunda da pesca artesanal:

Fischler (1991) aponta que esta ambiguidade em torno do consumo da carne, a cada instante nos remete à questão da fronteira animal/humano, pondo em evidência a continuidade contra a descontinuidade que nós procuramos afirmar. Desta maneira, duas estratégias são destacadas para regular o problema das fronteiras entre o homem e o animal: a) a construção de uma distinção clara entre humanidade e animalidade afirmando a hierarquia dos seres; b) dissimulação de todas as características aparente de animalidade, de pensar a cadeia animal como matéria inanimada e não mais como parte de um corpo, um ser vivo. Para tanto, as tecnologias favorecem o processo nos quais as formas de apresentação dos cortes de carnes que tornam mais e mais uma matéria trabalhada, transformada, mais distante do animal vivente e de suas formas identificáveis (SANTOS, 2008, p. 284-285).

A autora faz ainda uma importante observação, ao lembrar que cenas de se matar galinha nos quintais, já, há muito tempo, têm sido afastadas do



cenário doméstico e parecem para uma grande parte da população como impensáveis:

(...) Ou melhor, “matar” é um verbo que foi substituído pelo “abater”, realizado nos abatedouros que se situam distantes das cidades. Assim, os animais são transformados em substâncias comestíveis, matérias alimentares desumanizadas, homogeneizadas, meras fontes proteicas que, para os mais antigos, não tem sabor. Enquanto, para os produtos, a regra é aproximar-se do “natural”, para as carnes em geral esta máxima não parece ser tão válida se considerarmos esse aspecto (SANTOS, 2008, p. 285).

Basta observar que os produtos derivados diretamente dos animais não se assemelham às suas origens. Qualquer conotação com a imagem original poderia afetar a preferência do consumidor. A imagem que segue, a de um porco fatiando a si mesmo, seria inconcebível para os padrões publicitários atuais. Porém, na sua essência, não se difere das mascotes das embalagens, as quais “oferecem a si próprias” como alimentos.



Figura 3: A imagem acima ilustra uma série de publicidades veiculadas há algumas décadas, em que estão explícitos conceitos que hoje são considerados politicamente incorretos.

Fonte: <http://zitosloko.blogspot.com.br/2009/07/14-propagandas-antigas-bizarras.html>

Santos (2008), como citado anteriormente, explica a respeito da “distância ótima” entre o homem e o animal, centrada na ideia, de que uma distância muito grande impede a transformação deste último em alimento, por desconhecê-lo, ao mesmo tempo em que uma proximidade afetiva de um animal doméstico soa como outro empecilho. Carol J. Adams (2012, p. 23-24) designa esse contexto como “referente ausente”:

Por trás de toda refeição com carne há uma ausência: a morte do animal cujo lugar é ocupado pela carne. O “referente ausente” é o que separa o carnívoro do animal e o animal do produto final. A função do referente ausente é manter a nossa “carne” separada de qualquer ideia de que ela ou ele já foi um animal, manter longe da refeição o “muuu” ou o “báaa”, evitar que algo seja visto como tendo sido um ser. Uma vez que a existência da carne é desligada da existência de um animal que foi morto para se tornar “carne”, esta fica desancorada do seu referente original (o animal), tornando-se, em vez disso uma imagem que não está ligada a nada (...).

A publicidade toma emprestado o “referente ausente” no momento em que faz uso de inúmeros recursos que desconectam o seu produto final, seja ele um *nugget* ou um presunto, de sua matéria-prima original, uma galinha e um porco. Desse modo, mecanismos midiáticos e publicitários adotados pela indústria de derivados diretos animais incluem uma assepsia a fim de desvincular o produto de sua origem.

Consequentemente, a pauta em torno do assunto e a qualidade de emissão dos processos midiáticos impactam a audiência quando se lançam luzes sobre os bastidores do universo da indústria que se abastece de animais. Exemplo desse trabalho asséptico em ordem avessa ou do que poderia se denominar como “referente presente” é o trabalho do fotógrafo norte-americano Peter Augustus. De acordo com Fábio Chaves, fundador do *site* vegano “Vista-se”, “(...) em uma viagem à China, Peter ficou intrigado como os mercados públicos mostram a carne vendida de uma forma mais próxima do que ela realmente é. Nos *fast-foods*, tão comuns no Ocidente, os cadáveres são maquiados, apresentados de uma forma completamente diferente do que são” (CHAVES, 2014, p. 01):

Hambúrgueres são partes de animais. Provavelmente não há dúvidas sobre isso. Segundo estimativas, pedaços de cerca de 1.000 animais podem estar em um único hambúrguer. O que o fotógrafo norte-americano Peter Augustus fez foi apenas ilustrar isso (CHAVES, 2014. p. 01).

As imagens que chegaram ao Brasil na primeira quinzena de agosto de 2014 mostram incômodas vísceras, além de pata e focinho de porco entre pães de sanduíche e pés de frango, tudo junto a um prato de *nuggets*.



Figura 4: Em seus formatos originais, os alimentos produzidos a base de carne conectam o produto final à sua matéria-prima.

Fonte: <http://vista-se.com.br/fotografo-choca-ao-colocar-partes-de-animais-dentro-de-paes-e-mostrar-sandwiches-como-eles-sao/>

O trabalho de Peter Augustus revela o que a publicidade tradicional insiste em ocultar. A partir do momento em que os corpos dos animais passam pelo processo industrial, dando novos formatos a seus pedaços, desmembrados ou transformados em uma pasta única, estes se tornam referentes ausentes. O animal, com todas as suas partes, é substituído por fragmentos, e a publicidade transforma tais pedaços destituídos de marcas anteriores de vida em algo apetitoso, em todos os sentidos. Portanto, as imagens de Augustus chocam e incomodam, pois conectam o produto final à sua matéria-prima.

Publicidades desse caráter seriam resultado de uma mídia persuasiva que opera certa descaracterização da ética comunicativa ao iludir o público para que este seja atraído a adquirir um produto cuja reflexão em torno de sua origem pode colocar em xeque seu consumo.

#### **2.4. MASCOTES E PERSONAGENS INFANTIS**

No universo da publicidade da indústria de alimentos animalizados, o viés especista, que confere diferentes direitos e/ou valores a espécies distintas, se sobressai. Dessa forma, os animais são transformados em matéria-prima que irá satisfazer as necessidades humanas. Por essa perspectiva, o consumidor dos derivados animais é impulsionado a um mundo fantasioso, onde a dor e a subtração dos direitos daqueles que sofrem passa por um processo de assepsia. Dessa maneira, de vítimas levadas ao consumo, esses personagens migram para o universo da publicidade e, muitas vezes, são transformados em mascotes que convidam o consumidor a saborear pratos feitos com ingredientes provenientes dos animais representados.

Um exemplo está na mascote da empresa Sadia, uma das indústrias gigantes do setor, classificada entre as maiores da América Latina, que emprega aproximadamente 55 mil funcionários e tem parceria com 10 mil granjas. Ela apresenta um peru customizado como seu “garoto-propaganda”. A origem da mascote é datada de 1971, quando a Sadia fez suas primeiras inserções na mídia, lançando diversos produtos semiprontos congelados. Na época, ganhou destaque o frango defumado temperado, que poderia ser levado direto ao forno, diminuindo o tempo de preparo:

Foi aí que surgiu a ideia de usar a ave como mascote da marca. A partir do seu nascimento, o desafio da comunicação foi transmitir em um comercial de 30 segundos a ideia de praticidade, rapidez e conveniência, sem ficar apelando para as qualidades do produto. Em animação a traço, ainda na TV preto e branco, o primeiro filme mostrou o carismático franguinho socorrendo uma dona-de-casa em apuros com o jantar. A empatia com o público foi imediata e o frango defumado Sadia virou um sucesso de vendas (SADIA, 2010, s/p).



Figura 5: À esquerda, o “garoto propaganda” da Sadia na década de 1970. À direita, em 2007, com novo visual.

Fonte: <http://www.sadia.com.br/sobre-a-sadia/mascote-sadia.jsp>

A figura da esquerda, acima, retrata a mascote como matéria-prima, ou seja, um produto alimentício, já que o frango faz parte do prato. A figura da direita, porém, mostra a mascote distanciada da concepção do alimento, anunciando os produtos à venda de forma paralela ao fato de que uma ave semelhante foi morta para produzir itens daquela indústria.

Cabe aqui outro resgate contextual: nos anos de 1980, o mercado de caldos de galinha foi explorado e disputado por duas grandes marcas: Maggi e Knorr. Nesse período, o Caldo Maggi, do Grupo Nestlé, transformou uma galinha – e posteriormente seu filhote – em garota propaganda, adotando o slogan “O caldo nobre da Galinha Azul”. Promovida entre os anos de 1987 a 1994, a campanha recebeu o Top de Marketing, em 1989:

Também foi criada a “Dança da Galinha Azul”, veiculada no programa Domingo Legal, do SBT, e um dos maiores sucessos do carnaval de 1989, quando a Maggi colocou o bloco da Galinha Azul na rua, com trios elétricos exclusivos. A Galinha Azul foi um grande sucesso. Fez “aparições” no Domingo Legal, na novela da 20h da Rede Globo e na promoção “Quem matou Odete Roitman”, além de “pousar” para um suplemento culinário da revista Playboy. A imagem da Galinha Azul ficou na memória do consumidor. Existem pelo menos cinco comunidades sobre ela no Orkut. O que une os internautas é a galinha de brinquedo, um dos brindes das promoções de ponto-de-venda. A galinha de brinquedo inclusive chega a ser leiloadada em alguns sites (SUPERBRANDS, 2005, p. 42-43).



Figura 6: A Galinha Azul, mascote do Caldo Maggi, lançada em 1989.

Fonte:

[https://www.nestle.com.br/site/images/historia/1976\\_2\\_dl.jpg](https://www.nestle.com.br/site/images/historia/1976_2_dl.jpg)

Carla Daniela Rabelo Rodrigues (2009), autora da dissertação “Perto do alcance das crianças – o papel dos personagens em propagandas de produtos de limpeza”, estudou a maneira como a utilização de personagens infantis é estrategicamente alocada para vender ou influenciar na decisão de compra, inclusive de produtos de limpeza:

Há muito tempo que a publicidade deixou de comunicar a função do produto para falar de sensações e prazeres além do objeto. O filósofo Gilles Lipovetsky fala desta função da publicidade quando diz que ela poetiza o produto, a marca e idealiza o trivial da mercadoria. Os personagens geralmente são utilizados pela publicidade para tentar obter uma conexão afetiva com o receptor, são porta-vozes e corporificam a marca. Além de estarem presentes em publicidade de produtos alimentícios, brinquedos, estão também em outros tipos de anúncios, como os de produtos de limpeza. Há utilização do lúdico para falar sobre bactérias, ratos, baratas, moscas, mosquitos, sujeira etc., como tentativa de suavizar a comunicação evitando apresentar estes elementos reais considerados “asquerosos” (RODRIGUES, 2009, p. 02).

Rodrigues (2009) é integrante da Rede de Trabalho do Projeto Criança e Consumo do Instituto Alana, e assistente da diretoria geral do Centro Cultural São Paulo. Em sua pesquisa, ela ressalta que, em se tratando de roteiros criados para a publicidade televisiva, muitos estão contemplados por histórias de ficção, como combates entre um herói e um inimigo perigoso.

Este é o caso do produto Pato Purific, encarnando a cada trama num super-herói distinto que luta contra as bactérias do vaso sanitário, ou de personagens humanizados, que realizam tarefas de limpar a casa em um tom de magia.

Segundo Rodrigues, o linguajar torna-se familiar à criança, pois faz parte de seu universo, em virtude de crescer estimulada por essas referências. Para ela: “O problema não está limitado somente à propaganda, mas a uma questão social na qual os pais, para aumentar a renda familiar, têm que dispor de um tempo cada vez maior longe de seus filhos e para compensar esta ausência cedem aos desejos e pedidos diversos” (RODRIGUES, 2009, p. 03). Há que se lembrar também da influência das crianças nas decisões da casa e, conseqüentemente, no momento da compra:

Além disso, a indústria cultural e de consumo faz da criança uma peça influenciadora de seus pais mesmo em relação a produtos não destinados a ela, como automóveis (ex.: comercial da Nissan com a banda Pequeno Cidadão), bancos (ex.: Poupançudos, da Caixa Econômica Federal), entre outros. No passado, o cigarro foi utilizado para atrair o público infante-juvenil por meio do personagem Joe Camel<sup>65</sup>. O recurso está presente em várias classes de produtos, basta observar nos meios de comunicação (RODRIGUES, 2009, p. 03).

No caso específico dos alimentos destinados ao público infantil, oriundos diretamente de animais, como os *nuggets*, os empanados ou os presuntos, esses também estão amparados por personagens ligados ao universo infantil. Porém, de modo mais pernicioso, tais produtos se mostram com numerosas vantagens. Tanto para os adultos que irão prepará-los e enfrentar o desafio de os pequenos realizarem suas refeições, como para as crianças, que irão ingeri-los, mesmo diante dos alertas dos pesquisadores que levantam os malefícios de tais produtos.

Conforme anunciado pelo boletim “Food and News” (2012), os clássicos personagens da Turma da Mônica, além de vender o extrato de tomate Elefante, macarrão instantâneo e empanados, em 2012, mudaram de fase, visando a um novo segmento do mercado consumidor: os adolescentes e pré-adolescentes:

---

<sup>65</sup> Em outro tópico, o assunto em torno de Joe Camel será retomado com base em estudos de Eric Schlosser.

(...) o objetivo é atender as necessidades e desejos do público teen, que não quer mais ter sua imagem atrelada ao universo infantil. (...) As embalagens de 250g trazem os conhecidos personagens de Maurício de Souza – Mônica, Cebolinha, Magali e Cascão – agora adolescentes e refletem a nova identidade dos jovens. Os Empanados Turma da Mônica Jovem são os primeiros produtos da Perdigão destinados especialmente aos consumidores dessa faixa etária. A marca já trabalhava com a linha, mas com produtos voltados ao público infanto-juvenil (FOOD AND NEWS, 2012, p. 01).



Figura 7: Personagens da Turma da Mônica Jovem são garotos-propaganda de linha de empanados destinados a pré-adolescentes e adolescentes.

Fonte: <http://revistabrf.com.br/perdigao-lanca-empanados-da-turma-da-monica-jovem/>

Ainda de acordo com a Revista “BRF Online” (2012), quando a principal personagem, Mônica, completou meio século, comemoraram-se também os 25 anos de parceria entre o autor Maurício de Sousa com a empresa Perdigão. Ao *Nugget* de Frango, o primeiro produto da linha Turma da Mônica, foi incorporada a salsicha, o hambúrguer, a mortadela e o pão de queijo.

“A parceria, longa e saudável, só evolui. Em embalagens repaginadas, os personagens agora são associados aos esportes e o catálogo da linha já



inclui entre os garotos-propaganda o pessoal da Turma da Mônica Jovem” (REVISTA BRF ONLINE, 2012, p. 01).

Em meados de 2014, alguns meses após o lançamento da animação “Os Smurfs II” (*The Smurfs II*, Raja Gosnell), a Perdigão utilizou os simpáticos personagens azuis para uma campanha promocional, agora voltada ao público infantil. Batizados como Chickens Perdigão Smurfs, eles foram apresentados em embalagens de 300 gramas, seguidos de mortadela de frango, pão de queijo e mini salsicha. “Todas as embalagens trazem os personagens, como Papai Smurf, Smurfette, Vaidoso, Ranzinza, Vexy e Hackus” (EMBALAGEM MARCA, 2013, p. 01).

A promoção do lançamento contou com o concurso cultural intitulado “Mostre o Smurf que há em você”. Para participar, o interessado deveria acessar o *site* da promoção, fazer um cadastro e enviar uma foto caracterizada com o tema Smurf, juntamente com uma frase criativa. As cem melhores fotos seriam premiadas, sendo que o primeiro lugar ganharia um pacote de viagem para quatro pessoas com destino a Paris, e os demais receberiam um DVD do filme Os Smurfs e kits Perdigão.



Figura 8: Os kits de produtos Perdigão exibem os personagens em alta na temporada

Fonte: [www.embalagemmarca.com.br/2013/09/perdigao-leva-smurfs-para-embalagens](http://www.embalagemmarca.com.br/2013/09/perdigao-leva-smurfs-para-embalagens)

Nota-se que, no “recheio” entre as estratégias publicitárias utilizadas para vender um produto e o público para o qual ele é destinado, estão os produtos de origem diretamente animal. Estrategicamente, esses estão desconectados de suas fontes produtoras. O sangue, a dor e a morte dos animais não cabem nos *story boards* emoldurados de felicidade e prazer proporcionados pelo ato de ingerir produtos que muitos pesquisadores caracterizam como não saudáveis.

### **3. OS EFEITOS DO *MARKETING* NO PRESENTE E NO FUTURO**

Em seu capítulo intitulado “Compra, nenê. O *marketing* que começa no útero”, Martin Lindstrom (2012) relata experiências diversas que comprovam que determinadas sensações podem ser enviadas como mensagens aos bebês, ainda no útero. Muitas delas podem influenciar diretamente a tomada futura de decisões e o consumo por parte dos novos sujeitos, segundo o autor.

Lindstrom examina uma experiência da Cosmetic Executive Women (CEW) que, em 1996, montou o primeiro centro de beleza em um dos hospitais mais conhecidos da Europa. A iniciativa se propôs a fornecer apoio emocional e psicológico a vítimas de traumas ou de doenças.

Os profissionais do centro de beleza, liderados pela psicoterapeuta Marie-France Archambault, apostaram na memória olfativa para recuperar o passado dos pacientes. Em uma parceria com a empresa International Flavors and Fragrances (IFF), a equipe de Archambault sintetizou mais de 150 aromas, como odores de florestas, grama, chuva, mar e chocolate. As fragrâncias eram usadas em oficinas olfativas para ajudarem as pessoas a acessar lembranças perdidas.

Dentre as experiências narradas, está o caso de um ex-executivo do setor de cosméticos que sofrera um acidente vascular cerebral grave. Ele não se recordava de absolutamente nada, mas, quando sentiu o aroma de morango, começou a falar de sua infância. Em outra experiência, um paciente não tinha nenhuma lembrança de seu acidente de moto. “Bastou sentir o cheiro

de asfalto para que seu cérebro ‘descongelasse’ e ele balbuciasse as palavras ‘asfalto’ e ‘motocicleta’. O olfato exerceu um papel importante nos primeiros passos rumo à recuperação de pacientes” (LINDSTROM, 2012, p. 28):

A experiência mostra que algumas associações e memórias do início da vida têm resistência suficiente para sobreviver até mesmo aos danos cerebrais mais sérios. Na primeira vez que ouvi falar desse projeto, tive a desconfiança e a suspeita antiga: a maior parte dos gostos e preferências dos adultos (comidas, bebidas, roupas, sapatos, cosméticos etc.) está associada à primeira infância. Se a satisfação infantil com o cheiro do morango consegue sobreviver aos danos de um acidente vascular cerebral, esse registro deve estar bastante enraizado, certo? (LINDSTROM, 2012, p. 28).

Estudos indicam que, em geral, as preferências por marcas e produtos se consolidam por volta dos sete anos. Mas, o autor, defende que tais gostos podem ser inculcados antes disso, por volta dos quatro ou cinco anos:

Novas pesquisas, porém, permitem apostar que fabricantes mais inteligentes vêm investindo na tentativa de manipular nossas preferências ainda mais cedo, ou seja, quando os futuros consumidores ainda estão na barriga das mães (LINDSTROM, 2009, p. 29).

Além das numerosas pesquisas que comprovam há anos que os bebês são capazes de ouvir a voz da mãe, outras, mais recentes, apontam que, ainda no útero, podem perceber um espectro mais amplo de sons vindos de fora do corpo materno, como, por exemplo, a música.

Lindstrom (2012) cita a pesquisadora do “Grupo de Estudos Avançados, da Universidade de Helsinque”, na Finlândia, Minna Huotilainen, que afirma que a música é muito poderosa na produção de memórias fetais. Quando a mãe escuta determinado ritmo com frequência, o feto aprende a reconhecer e a preferir o mesmo ritmo, em comparação com os demais.

Em relação à memória olfativa, Lindstrom (2012) narra o caso de uma rede de *shopping centers* na Ásia, a qual percebeu o tempo que as grávidas dispensavam para fazer compras. A cadeia de lojas espalhou talco infantil da Johnson & Johnson nas áreas que concentravam lojas de roupas infantis e aspergiu aroma de cereja nas praças de alimentação, além de tocar músicas

suaves da época em que essas mulheres haviam nascido, no intuito de evocar memórias positivas da infância:

O objetivo era aumentar as vendas entre consumidoras grávidas, o que de fato ocorreu. Mas, para surpresa de todos, houve outro resultado inesperado. Depois de pouco mais de um ano de experimentações sensoriais, a administração da rede passou a receber numerosas cartas de mãe relatando o efeito mágico que aquele shopping center exercia sobre os filhos. Assim que entravam no local, os bebês ficavam calmos, mesmo quando estavam agitados ou chorando pouco antes, fenômeno que 60% das mulheres alegavam não ocorrer em nenhum outro lugar, nem em locais que também proporcionavam aromas agradáveis (LINDSTROM, 2012, p. 29).

Lindstrom (2012) explica que, depois de analisarem essas descobertas, os executivos concluíram que o talco infantil, o aroma de cereja e os sons suaves haviam atravessado a placenta. Uma geração inteira de consumidores asiáticos pode ter sido atraída, mesmo que de modo inconsciente, para aquele *shopping center*. E, ainda que seja impossível afirmar qual será o comportamento desses bebês “fidelizados” em longo prazo, há que se pensar na possibilidade de que a experiência exerça efeito impactante sobre os hábitos de compra da próxima geração:

Do mesmo modo como ocorre com a música, desenvolvemos preferências por sabores e aromas específicos ainda dentro do útero materno. Segundo comprovações científicas, sabores e aromas fortes, como o do alho, passam pelo líquido amniótico e chegam até o feto. Minna Huotilainen explica: “Todas as sensações olfativas e gustativas são mediadas pelo líquido amniótico, que envolve a cavidade nasal e a boca. Já se sabe há algum tempo que esse líquido é muito rico e concentra fragrâncias típicas da dieta da mãe” (LINDSTROM, 2012, p. 32-33).

As afirmações de Lindstrom (2012) coincidem com um estudo segundo o qual os filhos de mães que consumiram alimentos ricos em alho ou baunilha durante os últimos três meses de gravidez preferiam leite acrescido dessas fragrâncias. Em outro experimento, realizado em 2001, os pesquisadores descobriram que bebês cujas mães haviam tomado suco de cenoura durante a gestação tinham preferência pelo cereal aromatizado com a hortaliça, em vez da opção tradicional.

Lindstrom cita que Julie Menella, psicobióloga do Monell Chemical Senses Center, da Filadélfia, conclui que “(...) por meio daquilo que comem na gravidez, as mães ‘orientam’ os filhos sobre o que convém ingerir” (LINDSTROM, 2012, p 33).

Os bebês gostam de sabores doces e rejeitam os azedos; sabemos disso porque os cientistas esfregaram diversos sabores em sua boca e depois registraram as expressões faciais. As preferências alimentares de uma pessoa, assim como a sua personalidade, se formam durante os primeiros anos de vida, através de um processo de socialização. Crianças pequenas aprendem a gostar de comidas apimentadas e condimentadas, de comida saudável com pouco tempero, ou de fast food, dependendo do que as pessoas a sua volta estejam comendo (ERIC SCHLOSSER, 2001, p. 160-161).

Schlosser (2001) destaca que o sentido do olfato humano ainda não foi totalmente compreendido, podendo ser grandemente afetado por fatores psicológicos e expectativas. A cor de um alimento pode determinar a concepção em relação a seu gosto. A imensa maioria dos aromas químicos é filtrada pela mente, a qual se concentra atentamente a uns e descarta outros. Pode-se acostumar a odores ou aromas, e o que antes aparentava ter características fortes, deixa de ter o mesmo impacto:

Aroma e memória parecem indissolúvelmente ligados. Um cheiro pode de repente evocar um momento há muito esquecido. Os sabores das comidas da infância parecem deixar uma marca indelével e os adultos retornam a elas, sem às vezes saber por quê. Chamadas de “comidas aconchegantes” tornam-se fonte de prazer, motivo de tranquilidade, fato que as cadeias de fast food se esforçam para promover. Memórias infantis de um lanche no McDonald’s podem se traduzir em visitas frequentes aos estabelecimentos da rede, como as fazem os “grandes usuários”, que comem quatro ou cinco vezes por semana num McDonald’s (SCHLOSSER, 2001, p. 161).

Por volta do ano de 1976, somente um pequeno grupo de empresas americanas tinha seu *marketing* direcionado às crianças, como Disney, McDonald’s, fabricantes de doces, brinquedos e sucrilhos. Hoje, o cenário é outro, e o público infantil é alvo de campanhas publicitárias de empresas telefônicas, petrolíferas e automobilísticas, além de lojas de roupas e redes de restaurantes.

Schlosser (2001) diz que a explosão de anúncios voltados ao público infantil ocorreu na década de 1980, quando muitos pais que trabalhavam fora aliviavam o sentimento de culpa por passarem menos tempo com os filhos gastando mais dinheiro com eles. Ela foi considerada “a década do consumidor criança” (SCHLOSSER, 2001, p. 62).

O cenário mudou de tal forma que as grandes agências de publicidade têm divisões específicas para crianças, e diversas empresas de *marketing* dirigem-se unicamente a tal segmento. O intuito é aumentar não somente o consumo atual, como também fidelizar o cliente futuro. “Na esperança de que as memórias nostálgicas de infância acabem levando a uma vida inteira de compras, as empresas agora planejam estratégias publicitárias do ‘berço ao túmulo’” (SCHLOSSER, 2001, p. 62).

“A ‘fidelidade a uma marca’ pode começar aos dois anos de idade. E de fato, pesquisas de mercado indicam que as crianças muitas vezes reconhecem um logotipo muito antes de serem capazes de reconhecer o próprio nome” (SCHLOSSER, 2001, p. 62-63). O autor rememora uma campanha publicitária dos cigarros Camel, que não é mais veiculada, a qual usava uma personagem de desenho animado chamada Joel Camel para vender cigarros, mostrando como a publicidade poderia influenciar crianças através de uma mascote bem escolhida:

Um estudo de 1991, publicado no Journal of the American Medical Association, mostrou que quase todos os americanos com 06 anos de idade eram capazes de identificar Joel Camel, personagem que lhes era tão familiar quanto o Mickey. Outro estudo descobriu que um terço de todos os cigarros vendidos ilegalmente a menores eram Camel. Mais recentemente, uma empresa de marketing realizou uma pesquisa em shoppings de todo o país, pedindo às crianças que descrevessem seu anúncio favorito na televisão. Segundo o CME KidCom Ad Traction Study II, estudo divulgado em 1999 durante a Conferência de Marketing para Crianças de San Antonio, Texas, os comerciais da Taco Bell, em que aparecia um cachorro chiuaua falando, eram mais populares entre os anúncios de fast food. As crianças que participaram das pesquisas também gostavam muito dos anúncios da Pepsi e da Nike, mas o grande favorito mesmo era o anúncio das cervejas Budweiser (SCHLOSSER, 2001, p. 63).

Schlosser (2001) destaca que James U. McNeal, professor de *marketing* da Universidade A&M do Texas e considerado a maior autoridade dos EUA em *marketing* dirigido ao público infantil, estuda esse público há mais de três décadas:

A chave é fazer a criança ver uma empresa... sob a mesma luz que [ela vê] a mãe, o pai, a avó ou o avô (...). Sendo assim, se uma empresa consegue se aliar a valores universais tais como patriotismo, defesa nacional e boa saúde, é muito provável que instile essa mesma crença na criança (McNEAL apud SCHLOSSER, 2001, p. 64).

Os pesquisadores de mercado organizam grupos específicos de crianças de dois ou três anos, analisam desenhos, contratam outras crianças para dirigirem grupos específicos, buscam auxílio de antropólogos culturais que vão aos mais variados ambientes, de residências a lanchonetes, observar o comportamento dos futuros fregueses:

Estudam a literatura acadêmica que trata do desenvolvimento infantil, buscando novos insights nas obras de teóricos como Erik Erikson e Jean Piaget. Estudam as fantasias vividas pelas crianças, depois aplicam os resultados no planejamento de anúncios e produtos (SCHLOSSER, 2001, p. 65).

Fontenelle (2002) registra que, nos anos de 1980, quando havia a intenção de se demolir a primeira loja do McDonald's que Ray Kroc havia inaugurado, a empresa recebeu inúmeras cartas de clientes que protestavam contra tal ato. Uma delas assegurava que o nome da empresa era uma palavra familiar, não apenas nos Estados Unidos, como em demais partes do mundo, e que a destruição da sede da primeira loja abalaria inclusive a confiança depositada na marca: "(...) ela [a carta] foi veiculada pelo "The New York Times", portanto, pela 'mídia-realidade' que se oferece como espelho no qual possamos mirar. Diante disso, numa jogada de *marketing*, o McDonald's decide fazer dessa sua primeira loja um museu" (FONTENELLE, 2012, p. 299).

Schlosser (2001) afirma que a internet favoreceu, seguramente, a coleta de dados do público infantil, e cita que uma investigação federal realizada em 1998, concluiu que, de 89 *sites* voltados para crianças, somente 1% exigia que essas obtivessem autorização dos pais antes de fornecerem seus dados.

O site do McDonald's exibia uma personagem que informava aos internautas que Ronald McDonald's era a grande autoridade em tudo e incentivava o público a mandar um *e-mail* contando a respeito dos itens preferidos do cardápio, além de preferências de livros, times e seus próprios nomes:

Os sites fast food não pedem mais que as crianças forneçam informações pessoais sem antes obter autorização dos pais; fazê-lo tornou-se uma violação de Lei Federal, graças à Children's Online Privacy Protection Act, que passou a vigorar em abril de 2000, e que protege a privacidade das crianças que estiverem navegando na rede (SCHLOSSER, 2001, p. 65).

No Brasil, em abril de 2014, o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), constituído por entidades da sociedade civil e ministérios do Governo Federal, publicou, no "Diário Oficial da União", a Resolução 163, aprovada por unanimidade, que define os princípios que deverão ser aplicados à publicidade de produtos infantis dirigidos a crianças e adolescentes.

Conforme a Resolução é considerada abusiva a publicidade e a comunicação mercadológica dirigidas à criança, que, de acordo com o *Estatuto da Criança e do Adolescente* (ECA), tenham até 12 anos de idade. Também é abusivo o uso de linguagem infantil, de pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil, de personagens ou apresentadores infantis, dentre outros:

O documento normativo dispõe que é abusiva "a prática do direcionamento de publicidade e comunicação mercadológica à criança com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço", por meio de aspectos como linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores; trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança; representação de criança; pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil; personagens ou apresentadores infantis; desenho animado ou de animação; bonecos ou similares; promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil (INSTITUTO ALANA, 2014, p. 01).

A Resolução 163 foi motivo de Nota Pública assinada pela Associação Brasileira de Anunciantes (ABA); Associação Brasileira de Agências de



Publicidade (ABAP); Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT); Associação Nacional de Jornais (ANJ); Associação Brasileira de Radiodifusores (ABRA); Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABRATEL); Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA); Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER) e a Central de *Outdoor*.

As entidades nominadas não reconhecem a legitimidade e vigência da citada Resolução e defendem que “(...) a autorregulamentação exercida pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – CONAR, é o melhor – e mais eficiente – caminho para o controle de práticas abusivas em matéria de publicidade comercial” (ABERT, 2014, p. 01).

#### **4. ALGUNS RESULTADOS**

Baitello Junior (2014) alerta a respeito do “(...) império e os imperativos das imagens que nos cercam” e que atingem principalmente as crianças e os jovens. Em sua concepção, certos aspectos de senilização da infância e da juventude deveriam merecer a atenção dos educadores, comunicadores e, principalmente, dos “(...) desorientados e impotentes pais e mães diante dos cenários assustadores que configuram diante de seus olhos. Um deles é a transformação das crianças e dos jovens em ‘mercado’” (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 39).

Nessa perspectiva, o pesquisador registra que tal público é entregue docilmente ao assédio das imagens e aos apelos consumistas, o que confere a essas crianças e jovens a impressão de certa autonomia para que decisões importantes de suas vidas sejam tomadas, mesmo em tão tenra idade:

O que vestir, o que comprar, o que comer, com o que brincar, deixam de ser decisões dos pais e dos adultos próximos. Passam a ser decisões pré-fabricadas, oferecidas pela mídia, pela publicidade dos heróis de consumo fácil, eles próprios pré-fabricados para servir aos fins em questão. (...) Essas imagens não são apenas visuais, mas também acústicas, performáticas e comportamentais, olfativas ou simplesmente mentais, distribuídas pela disseminação do imaginário que acompanha todo o movimento cultural (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 39-40).

Um museu dedicado a uma marca relativamente nova, na linha de raciocínio de Fontenelle (2002), é uma forma encontrada para se narrar um passado ainda muito presente, o que de certa forma provoca uma espécie de vertigem do tempo: “(...) o convite sugeria, também, uma ida ao McDonald’s ‘moderno’ situado do lado oposto da rua e aberto para o consumo imediato de seus produtos” (FONTENELLE, 2012, p. 300).

Tal conjectura nos remete ao pensamento de Baitello Junior (2014) a respeito da senilização dos jovens e ao momento em que ambos, marca e consumidor, se revezam na função de apenas alimento e iconofagia.

Baitello Junior (2014) rememora uma manhã de inverno de 1999, ocasião em que teve início uma rodada de palestras e debates em torno da imagem e violência, tendo como palco a “Casa das Culturas do Mundo”, em Berlim, cujo planejamento e organização coube a si e ao teórico Kamper.

Naquele ano, o questionamento entre os organizadores era se havia uma relação muito próxima entre a inflação das imagens e o aumento da violência mundial. Baitello Junior (2014) afirma que nem em sonho imaginavam que tal cumplicidade seria comprovada pouco mais de um ano, durante os atentados às torres gêmeas, em Nova Iorque, em setembro de 2001.

O cenário cinematográfico e essencialmente real demonstrou a existência de tal elo, comprovando que uma depende da outra para se multiplicar, reverberar e ecoar. O pesquisador revela que foi naquele simpósio que se teve a oportunidade de expor, pela primeira vez, a ideia de uma iconofagia em que essa se manifesta quando atua de modo invasivo na vida das pessoas. Isso se verifica em situações corriqueiras, como a da compra de um produto de uma marca famosa que significa dez vezes mais que outro de qualidade similar:

Pagamos nove preços pela imagem e apenas um preço pelo produto. A iconofagia também ocorre quando pautamos nossa vida pelas imagens, desejamos ser como as imagens (dos corpos esculturais, dos ídolos, dos rostos, perfeitos, das peles sem rugas nem cicatrizes do tempo, dos cabelos sedosos e sempre lisos e esvoaçantes, dos narizes de padrão Barbie e tantos outros modelos desejados), queremos ser imagens ideais. Perdemos o contato com nosso corpo real, com o mundo das diversidades infinitas de corpos, de rostos, de narizes, de cabelos e peles. Alimentamo-nos com imagens e nos transformamos em imagens.

Os exemplos dramáticos de enfermidades como anorexia, bulimia e obesidades mórbida nos desafiam a pensar sobre os efeitos danosos de uma sociedade da imagem sobre os corpos reais. Os médicos denominam tais enfermidades de “distúrbios da imagem corporal” (BAITELLO JUNIOR, 2014, p. 125-126).

Nota-se que, nessa espécie de “queda de braço” entre o CONANDA e as entidades signatárias da Nota Pública citada, encontra-se um público em potencial de consumidores que têm sido acionados de formas diversas, no intuito de que estes se estabeleçam como clientes fidelizados dos mais variados produtos e faixas etárias.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No caso dos alimentos animalizados, a excessiva quantidade de imagens, projetadas no intuito de conquistar e fidelizar a clientela, é promovida de modo a acompanhar a transição do universo infantil rumo ao mundo adulto.

A imagem da matéria-prima, o animal vivo, dá lugar a mascotes, personagens de desenhos animados, entre outros. São eliminados, dessa forma, resquícios de laços afetivos com o ser vivo mantendo-se uma “distância ótima” para que o referente, o animal morto, esteja ausente de modo a não interferir no ato do consumo. A violência literal, provocada nas mais variadas etapas em que os animais são preparados para o abate é omitida.

Desse modo, outro formato de violência silenciosa instala-se na fase seguinte, quando nos deparamos com pesquisas científicas que demonstram os inúmeros problemas que alimentos industrializados podem provocar à saúde.

## REFERÊNCIAS

ABERT. *Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão. Nota Pública. Publicidade Infantil.* Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/22580-nota-publica-publicidade-infantil>> Acesso em: 20 mar. 2014.

ADAMS, Carol, J. *A política sexual da carne: a relação entre o carnivorismo e a dominância masculina.* São Paulo: Alaúde Editorial, 2012.

ANDERS, Günter. *O Mundo como Fantasma e Matriz. Considerações Filosóficas sobre o Rádio e a Televisão – Uma Tradução Crítica de “O Antiquismo do Homem”.* São Paulo: USP, 2007.

AXT, Eduardo, *et al.* *O lado escuro da comida.* Superinteressante. São Paulo, 2010. Disponível em <<http://super.abril.com.br/alimentacao/lado-escuro-comida-614494.shtml>> Acesso em: 1 mar. 2014.

\_\_\_\_\_. *O pensamento sentado – Sobre glúteos, cadeiras e imagens.* Porto Alegre: Unisinos, 2012.

\_\_\_\_\_. *A sociedade das imagens em série e a cultura do eco.* Revista F@ro: *Revista Teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación.* ISSN 0718-4018, Nº. 1-2. Universidad Nacional Autónoma de México, 2005.

\_\_\_\_\_. *A era da iconofagia: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura.* São Paulo: Paulus, 2014.

\_\_\_\_\_. *Incomunicação e Imagem.* In. BAITELLO JR, Norval, *et al.* (Orgs.). *Os meios da incomunicação.* São Paulo: Annablume, 2005.

CAMPBELL, Joseph. *A imagem mítica.* Campinas: Papyrus, 1994.

CHAVES, Fábio. *Fotógrafo coloca partes de animais dentro de pães e mostra sanduíches como eles são.* Vista-se. Disponível em: <<http://vista-se.com.br/fotografo-choca-ao-colocar-partes-de-animais-dentro-de-paes-e-mostrar-sanduches-como-eles-sao/>> Acesso em: 13 ago. 2014.

FELIPE, Sônia Terezinha. *Harvard faz hoje o mea culpa, porque na década de 80 foram eles quem colocaram na famosa e maligna pirâmide alimentar, as carnes e os laticínios como base de sustentação da dieta saudável.* Santa Catarina, 18 mar. 2014. Facebook: Sônia T. Felipe. Disponível em: <[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=10203317487079521&id=1280753559](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10203317487079521&id=1280753559)> Acesso em: 20 mar. 2014.

FOOD AND NEWS. *Perdigão lança empanados da Turma da Mônica Jovem. Marca traz inovação ao mercado ao lançar novos produtos destinados ao público teen.* 19 de junho de 2012 14:35. Disponível em: <<http://www.foodandnews.com.br/2196-perdig%C3%83%C6%92%C3%82%C2%A3o-lan%C3%83%C6%92%C3%82%C2%A7a-empanados-da-turma-da-m%C3%83%C6%92%C3%82%C2%B4nica-jovem>> Acesso em: 15 fev. 2014.

FONTENELLE, Isleide A. *O Nome da Marca.* São Paulo: Boitempo Editorial, 2002.

LAROSE, Robert; STRAUBHAAR, Joseph. *Comunicação, mídia e tecnologia*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

LINDSTROM, Martin. *O lado oculto do marketing. Controlamos o que compramos ou são as empresas que escolhem por nós?* São Paulo: HSM Editora, 2012.

REVISTA BRF ONLINE. *A festa da dentucinha e sabichona – Mônica faz 50 anos, 25 deles em parceria com a Perdigão*. Disponível em < <http://revistabrf.com.br/a-festa-da-dentucinha-e-sabichona/>> Acesso em: 15 jul. 2013.

RODRIGUES, Carla Daniela Rabelo. *Perto do alcance das crianças – O papel dos personagens em propagandas de produtos de limpeza*. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-20052009-113949/pt-br.php>> Acesso em: 20 jul. 2014.

SADIA. *Sobre Sadia – Mascote Sadia*. Disponível em: < <http://www.sadia.com.br/sobre-a-sadia/mascote-sadia.jsp>> Acesso em: 15 fev. 2014.

SANTOS, Lígia Amparo da Silva. *O corpo, o comer e a comida: um estudo sobre as práticas corporais e alimentares no mundo contemporâneo*. Salvador: EDUFBA, 2008. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/38m/07>. Acesso em: 12 de maio de 2014.

SCHLOSSER, Eric. *País fast food: o lado nocivo da comida norte-americana*. São Paulo: Ática, 2001.

VERÍSSIMO, Luis Fernando. *A decadência do Ocidente*. In: *A mesa voadora*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.



# RESENHAS

As resenhas publicadas nesta seção são de total responsabilidade conceitual e redativa de seus autores. Contudo, vale dizer, que eles tratam dos diversos temas que são objeto de estudo em nossa sociedade. A pluralidade conceitual e retórica que ora se atesta, prende-se ao fato de que as escritas akedianas têm por premissa transitar pelas interfaces interdisciplinares, multidisciplinares e transdisciplinares. Ou seja, priorizamos os textos tematicamente plurais, interdisciplinares, isto é, aqueles que coloquem as disciplinas do saber humano em diálogos e correspondências. Atentamos, além disso, para a produção multidisciplinar, quer dizer, para o texto que figure como representação e de expressão de um par ou de um conjunto de áreas do conhecimento. Mas, aqui, sobretudo, dispomos escrituras em que se vislumbrem a transcendência das limitações impostas por esta ou por aquela área do conhecimento, acenando para as possibilidades criativas, para a inovação, sem abrir mão do rigor científico, ainda que em caráter embrionário.

## O RURAL E O URBANO NA SOCIEDADE BRASILEIRA: RELEITURA E ATUALIZAÇÃO DE DADOS

CACINELLI, Bruna Alves<sup>66</sup>; CARDOSO, Henrique Viana<sup>67</sup>; SILVA, Juliana<sup>68</sup>;  
ASSUNÇÃO, Larissa Castro Cortes<sup>69</sup>; MORAIS, Lorena Silva<sup>70</sup>; SILVA, Paola Bandera  
Ferreira<sup>71</sup>; PESSOA, Marcelo<sup>72</sup>

**RESUMO:** A presente resenha crítica fez parte das exigências de aprovação na disciplina Português Instrumental, cursada durante o 2º período do ano letivo de 2018. Por meio de uma revisão bibliográfica, o GT (Grupo de Trabalho) realizou uma atualização de dados de pesquisa social, agrária e de ocupação urbana junto ao IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Nesta atividade, pode-se verificar comparativamente, em face de um recorte temporal de cinquenta anos, que houve uma efetiva evolução crescente e conseqüente modificação do status da ocupação territorial, em hábitos de consumo e hábitos de vida. E, ainda que nosso texto não seja capaz de expressar fielmente os fundamentos de nossas descobertas, é correto afirmar que esta prática de pesquisa e de escrita contribuiu intensamente para a formação discente. Vale dizer ainda, que o trabalho se concluiu com uma apresentação oral dos dados coletados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ocupação do espaço, Rural, Urbano, Gestão de recursos.

**ABSTRACT:** This critical review was part of the approval requirements in Portuguese Instrumental, discipline accomplished during the second period of the school year of 2018. Through a literature review, the WG (working group) held a social research update, and agrarian urban occupation by the IBGE (Brazilian Institute of geography and statistics). In this activity, you can check by comparison, in the face of a timeframe of 50 years ago, that there was an effective growing evolution and consequent modification of territorial occupation, status in consumption habits and lifestyles. And, although our text is not able to express faithfully the fundamentals of our findings, it is fair to say that this practice of writing and research has contributed strongly to the student training. It is worth saying that the work concluded with an oral presentation of the collected data.

**KEYWORDS:** Occupation of space, Rural, urban, resource management.

---

<sup>66</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [bruna\\_cacinelli@hotmail.com](mailto:bruna_cacinelli@hotmail.com).

<sup>67</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [henrivianacar@hotmail.com](mailto:henrivianacar@hotmail.com).

<sup>68</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [juliana-sfrutal92@hotmail.com](mailto:juliana-sfrutal92@hotmail.com).

<sup>69</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [larissa.cassuncao@outlook.com](mailto:larissa.cassuncao@outlook.com).

<sup>70</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [lorena.ssilva@hotmail.com](mailto:lorena.ssilva@hotmail.com).

<sup>71</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [paolabandera@outlook.com](mailto:paolabandera@outlook.com).

<sup>72</sup> Sociolinguísta, docente da UEMG, Unidade Frutal, com Doutorado em Letras pela UEL e Pós-doutorado em Divulgação Científica pela USP.

Na história brasileira houve muitas mudanças nas ordenações das pessoas do campo para a cidade. Desde a vinda da burguesia de Portugal à consolidação de um país independente, vê-se esta constatação, especialmente com a industrialização automobilística do país. Desse modo, alavancou-se nossa sociedade, predominantemente de perfil urbano, passando-se de pouco mais de 30% de pessoas residentes nas cidades, em 1950, para mais de 80% em 2000.

Com a industrialização ainda crescente ainda nos dias atuais, os setores da economia também sofreram intensas mudanças, provocando uma reconfiguração da população economicamente ativa que, em menos de 20 anos, passou de 43% de envolvimento no setor primário, em 1970, para 23% em 1990.

Note-se que este dado não aponta apenas e tão somente para um cenário de benefícios, principalmente para a população feminina, que teve um aumento no valor na consolidação da PEA nas mesmas décadas. E, sob condições desfavoráveis no comparativo com os homens, elas ganhavam menos e estavam subjugadas a trabalhos de risco ou de pouco prestígio social.

As mudanças, na passagem do campo para a cidade, continuaram, e os números de trabalhadores envolvidos com atividades agrícolas diminuiu em cerca de 1,7%, enquanto que o de pessoas ocupadas em atividades não-agrícolas aumentou em algo em torno de 3,8 % ao ano.

Além disso, com a rápida mudança do campo para as cidades, houve intensas ocupações de áreas irregulares, como é o caso de Curitiba – PR, que conta com um montante de 21 mil famílias morando em locais inapropriados, o que gera tensão e violência dentro da pujante favelização e despejos forçados, provocando conflitos fundiários, tanto no campo como nas cidades.

Já, nos dias atuais, numa variação de 10 anos, de 2000 para 2010, a taxa de urbanização alavancou apenas 3,4 %, pouco, se for dado posto em comparativo com seu estopim no século passado.



Com a industrialização, se obteve um crescimento avantajado, de aproximadamente 10%, o que impulsionou ainda mais a população economicamente ativa nos setor terciário, para 53% em 2010.

No entanto, o rendimento expresso pelas mulheres ainda tem uma diferença em relação aos homens. Com parâmetro médio de 20% para diversas funções da economia, mesmo o número de mulheres chefes de residências tendo aumentado, alcançando o patamar de 30 %, em 2005, a economia atingiu, em 2008, um fluxo de consumo e renda semelhante ao dos EUA na década de 90.

Fazendo-se uma projeção futura deste cenário, afirma-se que o país continuará alavancando sua industrialização, principalmente no nicho do automotivismo e das revoluções tecnológicas de produção.

E, mesmo mantendo grande parte da concentração econômica no campo, terá uma redução da taxa de urbanização caindo 0,8 % ao ano em virtude do aumento populacional, que gerará, também, maiores conflitos sociais e populacionais, o que mostra a necessidade de se democratizar a posse da terra e de se criarem projetos de infraestrutura e de organização social, como fundos monetários para áreas agrícolas e serviços públicos de qualidade para áreas urbanas e rurais no Brasil.

## REFERÊNCIAS

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. *Metodologia científica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

CHIZZOTTI, A. *Pesquisa qualitativa em ciências sociais e humanas*. São Paulo: Cortez, 2006.

## Sites

<https://www.ibge.gov.br/>

## O RURAL E O URBANO NA SOCIEDADE BRASILEIRA: RELEITURA E ATUALIZAÇÃO DE DADOS

MORAIS, Adonias Gomes de<sup>73</sup>; GAZOTTO, Ana Beatriz B. Gazotto<sup>74</sup>; QUEIROZ, Ana Cristina M.<sup>75</sup>; SILVA, Camila Ferreira<sup>76</sup>; DINIZ, Kauane Salvina R.<sup>77</sup>; FERREIRA, Stefany Duarte C.<sup>78</sup>; PESSOA, Marcelo<sup>79</sup>

**RESUMO:** A presente resenha crítica fez parte das exigências de aprovação na disciplina Português Instrumental, cursada durante o 2º período do ano letivo de 2018. Por meio de uma revisão bibliográfica, o GT (Grupo de Trabalho) realizou uma atualização de dados de pesquisa social, agrária e de ocupação urbana junto ao IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Nesta atividade, pode-se verificar comparativamente, em face de um recorte temporal de cinquenta anos, que houve uma efetiva evolução crescente e conseqüente modificação do status da ocupação territorial, em hábitos de consumo e hábitos de vida. E, ainda que nosso texto não seja capaz de expressar fielmente os fundamentos de nossas descobertas, é correto afirmar que esta prática de pesquisa e de escrita contribuiu intensamente para a formação discente. Vale dizer ainda, que o trabalho se concluiu com uma apresentação oral dos dados coletados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ocupação do espaço, Rural, Urbano, Gestão de recursos.

**ABSTRACT:** This critical review was part of the approval requirements in Portuguese Instrumental, discipline accomplished during the second period of the school year of 2018. Through a literature review, the WG (working group) held a social research update, and agrarian urban occupation by the IBGE (Brazilian Institute of geography and statistics). In this activity, you can check by comparison, in the face of a timeframe of 50 years ago, that there was an effective growing evolution and consequent modification of territorial occupation, status in consumption habits and lifestyles. And, although our text is not able to express faithfully the fundamentals of our findings, it is fair to say that this practice of writing and research has contributed strongly to the student training. It is worth saying that the work concluded with an oral presentation of the collected data.

**KEYWORDS:** Occupation of space, Rural, urban, resource management.

---

<sup>73</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>74</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>75</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>76</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>77</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>78</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>79</sup> Sociolinguísta, docente da UEMG, Unidade Frutal, com Doutorado em Letras pela UEL e Pós-doutorado em Divulgação Científica pela USP.

Os conceitos de rural e urbano são duas dimensões do espaço geográfico, normalmente utilizados para distinguir suas formas de produção e organização, e que ainda correspondem às diferenças nas atividades de trabalho, de economia e de desenvolvimento. Com a tecnologia de ponta, o meio rural está perdendo grande parte de sua população para as cidades. Isso ocorre devido à inovação de máquinas que fazem quase todo o trabalho humano, fazendo que assim, muitas pessoas percam seus empregos. Alguns até se mudam pela procura de uma melhor qualidade de vida.

No Brasil, na segunda metade do século XX, a população perdeu suas características rurais e adquiriu um perfil predominantemente urbano. Em 1950, pouco mais de 1/3 dos brasileiros viviam em domicílios urbanos, passando para mais de 3/4 em 2017. O censo demográfico revelou que, em 2000, 81% dos brasileiros residiam nas cidades, ocorrendo uma pequena queda dessa porcentagem em 2017, circunstância em que os dados revelaram 76%.

Em 2018, mais de 80% da população brasileira já vive em cidades. No ano de 2000, contudo, na Região Sudeste e no estado de São Paulo, respectivamente, o grau de urbanização chegou a 91% e 93%, em 2015, foram registrados 92% e 96,6%. Os efeitos dessa dinâmica de êxodo rural acarretam dificuldades para o processo de urbanização, como o aumento de desemprego e do emprego informal, momento que coincide com o crescimento da população e também em que o mercado de trabalho não consegue absorver todos os trabalhadores. Desse modo, muitos se sujeitam a desempenhar trabalhos sem vínculos empregatícios, fazendo expandir as periferias urbanas, propiciando a formação de habitações irregulares e o crescimento exacerbado das favelas.

Entre 1999 e 2001, o grupo de empregados com carteira assinada em atividade agrícola sofreu redução de, em média, 5,5% ao ano, enquanto que os de sem carteira de trabalho assinada registrou uma média anual de queda de 1,7%. Em 2015, registrou-se 36% de empregados com carteira assinada e de 15% sem carteira assinada. As mulheres mantinham, em 1998, uma taxa de desemprego maior (20%) que a dos homens (14%). De 2002 a 2007, a taxa média de desemprego entre as mulheres foi de 5,8% e, entre os homens, de 5,3%, diferença de 0,5% ponto percentual. No primeiro trimestre de 2018, a

taxa de desemprego foi de 15% entre as mulheres, bem acima dos 11,6% dos homens.

Em termos de hierarquia econômica, podemos dizer que, originalmente, o campo exerce um papel preponderante sobre as cidades. Afinal, foi o desenvolvimento da agricultura e da pecuária que permitiu a formação das primeiras civilizações e seu posterior desenvolvimento. No entanto, com o avanço da Revolução Industrial e as transformações técnicas por ela produzidas, o meio rural viu-se cada vez mais subordinado ao urbano, uma vez que as práticas agropecuárias e extrativistas passaram a depender cada vez mais das técnicas, tecnologias e conhecimentos produzidos nas cidades.

Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 2018, a indústria brasileira cresceu 4,0% em maio, comparando-se ao mesmo período de 2016, e avançou 0,8%, indicador este referente a abril do mesmo ano. Já, a previsão IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) de produção industrial apontou recuo de 1,7% no resultado da pesquisa industrial mensal, referente a julho do ano anterior.

Nesse sentido, se faz necessária a realização de políticas públicas para solucionar esses tipos de problemas, proporcionando mais oportunidades de emprego, com práticas econômicas satisfatórias e projetos residenciais com as infraestruturas (água, esgoto, e outras) necessárias para a sociedade brasileira.

## REFERÊNCIAS

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. *Metodologia científica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

CHIZZOTTI, A. *Pesquisa qualitativa em ciências sociais e humanas*. São Paulo: Cortez, 2006.

## Sites

<https://www.ibge.gov.br/>

<http://www.ipea.gov.br/portal/>

## O RURAL E O URBANO NA SOCIEDADE BRASILEIRA: RELEITURA E ATUALIZAÇÃO DE DADOS

CLAUDINO, Danillo Tito Franco<sup>80</sup>; MONTEIRO, Juliana Soares<sup>81</sup>; SOUZA, Giovane Martins Rodrigues de<sup>82</sup>; SILVA, Maria Janiely Campos<sup>83</sup>; SILVA, Sarah Ferreira<sup>84</sup>; BRITO, Thiago Silva<sup>85</sup>; PESSOA, Marcelo<sup>86</sup>

**RESUMO:** A presente resenha crítica fez parte das exigências de aprovação na disciplina Português Instrumental, cursada durante o 2º período do ano letivo de 2018. Por meio de uma revisão bibliográfica, o GT (Grupo de Trabalho) realizou uma atualização de dados de pesquisa social, agrária e de ocupação urbana junto ao IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Nesta atividade, pode-se verificar comparativamente, em face de um recorte temporal de cinquenta anos, que houve uma efetiva evolução crescente e conseqüente modificação do status da ocupação territorial, em hábitos de consumo e hábitos de vida. E, ainda que nosso texto não seja capaz de expressar fielmente os fundamentos de nossas descobertas, é correto afirmar que esta prática de pesquisa e de escrita contribuiu intensamente para a formação discente. Vale dizer ainda, que o trabalho se concluiu com uma apresentação oral dos dados coletados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ocupação do espaço, Rural, Urbano, Gestão de recursos.

**ABSTRACT:** This critical review was part of the approval requirements in Portuguese Instrumental, discipline accomplished during the second period of the school year of 2018. Through a literature review, the WG (working group) held a social research update, and agrarian urban occupation by the IBGE (Brazilian Institute of geography and statistics). In this activity, you can check by comparison, in the face of a timeframe of 50 years ago, that there was an effective growing evolution and consequent modification of territorial occupation, status in consumption habits and lifestyles. And, although our text is not able to express faithfully the fundamentals of our findings, it is fair to say that this practice of writing and research has contributed strongly to the student training. It is worth saying that the work concluded with an oral presentation of the collected data.

**KEYWORDS:** Occupation of space, Rural, urban, resource management.

---

<sup>80</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [danillintito@gmail.com](mailto:danillintito@gmail.com).

<sup>81</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [juliana.s.monteiro@hotmail.com](mailto:juliana.s.monteiro@hotmail.com).

<sup>82</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [giovanerodrigues1234@gmail.com](mailto:giovanerodrigues1234@gmail.com).

<sup>83</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [janysilva1357@gmail.com](mailto:janysilva1357@gmail.com).

<sup>84</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [sarahferreira12345@hotmail.com](mailto:sarahferreira12345@hotmail.com).

<sup>85</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal. Contato: [paolabandera@outlook.com](mailto:paolabandera@outlook.com).

<sup>86</sup> Sociolinguísta, docente da UEMG, Unidade Frutal, com Doutorado em Letras pela UEL e Pós-doutorado em Divulgação Científica pela USP.

No Brasil, na segunda metade do século XX, a população perdeu suas características rurais e adquiriu um perfil predominante urbano. Em 1950, um pouco mais de um terço dos brasileiros viviam em domicílio urbano, passando para mais da metade, em 1970, e para mais de três quartos, em 1991. Entre 1990 e 1995, esse movimento migratório superou os 5,5 milhões de habitantes, isso significa que, se essa toada persistisse durante toda a década, 28% da população que vivia no meio rural, em 1990, teria mudado sua residência, no ano 2000. Durante a história do Brasil, alguns acontecimentos marcantes influenciaram o êxodo rural, inicialmente, durante os tempos coloniais, o país vivia a expansão do café, em 1831, 50% de toda a produção agrícola em território nacional vinha exclusivamente do grão. O Brasil tornou-se referência mundial na exportação do produto, porém, após a crise que atingiu efetivamente a produção desse bem, o produto perdeu sua efetividade e seu declínio foi drástico, o que obrigou trabalhadores dos cafezais a migrarem para as cidades, na busca de novas alocações no mercado de trabalho nas cidades.

Apesar de não ter sido um movimento uniforme em todas as regiões do país, a industrialização no setor agrícola aconteceu conforme a quebra da economia do café, pois o incentivo do Estado nesse processo, mais uma vez impulsionou o êxodo rural e, com a chegada das máquinas no setor, o trabalhador rural viu-se sem oportunidades de alocação no campo, impulsionando a expansão do movimento e tornando o principal fator do crescimento populacional das cidades. Com o aumento desenfreado da população, em curto período de tempo surgiram problemas sociais que se prolongaram, desde o Brasil Colônia até a atualidade, como o desemprego, crescimento de favelas e uma conseqüente marginalização. Muita oferta de mão de obra, dada pelo aumento populacional, causou uma incompatibilidade no mercado de trabalho, muita gente e pouco emprego, colocando os cidadãos em situação de informalidade. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou, no ano 2000, dados que mostraram que 81,25% da população brasileira morava em cidades, com uma forte variação na quantidade de habitantes da área urbana em cada município.

No caso específico do Brasil, a população economicamente ativa soma aproximadamente 79 milhões de pessoas (46,7%), índice muito baixo, uma vez

que o restante da população, certa de 53,3%, fica à mercê do sustento destes economicamente ativos. Em diversos países, o índice é superior, aproximadamente 75% atuam no setor produtivo. Aqui, os homens representam 58% e as mulheres 42% daqueles que desenvolvem atividades em distintos setores. Segundo o IBGE, do total da população produtiva no país, pouco mais de 20% encontra-se no setor primário (agricultura, mineração, pecuária etc.), 21% no setor secundário (indústria e construção civil) e 59% no setor terciário (comércio e serviços). O grupo de empregados com carteira assinada em atividade agrícola, entre 1999 e 2001, sofreu uma redução de, em média, 5,5% ao ano, enquanto que o de sem carteira de trabalho assinada registrou uma média anual de queda de 1,7%. O crescimento do número de ocupados em atividades não agrícolas, (média de 3,8% ao ano), ainda que importante, não foi suficiente para elevar o nível de ocupação total, havendo, nesses dois anos, crescente participação dos ocupados sem registro de carteira assinada (média de 6,5% ao ano).

Sobre a informalidade, recentes dados afirmaram que o agro é informal. Uma pesquisa do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada da Escola Superior da Agricultura Luiz de Queiroz (ESDQ-USP), mostra que, considerando todos os segmentos do agronegócio, apenas 36% dos empregos do setor possuem carteira assinada. Um terço do total atua por conta própria, outros 15% trabalhavam sem carteira assinada e somente 4% são empregadores. Sendo assim, constando, segundo o IBGE, 76% da população se concentra em áreas predominantemente urbanas e habitam 26% em municípios brasileiros e pelo censo de 2020, 84,4% da população, viverão em áreas urbanas e 15,6 restantes e zonas rurais.

## REFERÊNCIAS

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. *Metodologia científica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

CHIZZOTTI, A. *Pesquisa qualitativa em ciências sociais e humanas*. São Paulo: Cortez, 2006.

## Sites

<https://www.ibge.gov.br/>

## O RURAL E O URBANO NA SOCIEDADE BRASILEIRA: RELEITURA E ATUALIZAÇÃO DE DADOS

SILVA, Antônia Karla da<sup>87</sup>; SALVADOR, Bárbara<sup>88</sup>; SILVA, Célio Souza<sup>89</sup>; MARTINS, Gabriella Granel<sup>90</sup>; MACHADO, Mateus Luiz da Silva<sup>91</sup>; FAUSTINO, Patrícia Vieira Faustino<sup>92</sup>; PESSOA, Marcelo<sup>93</sup>

**RESUMO:** A presente resenha crítica fez parte das exigências de aprovação na disciplina Português Instrumental, cursada durante o 2º período do ano letivo de 2018. Por meio de uma revisão bibliográfica, o GT (Grupo de Trabalho) realizou uma atualização de dados de pesquisa social, agrária e de ocupação urbana junto ao IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Nesta atividade, pode-se verificar comparativamente, em face de um recorte temporal de cinquenta anos, que houve uma efetiva evolução crescente e conseqüente modificação do status da ocupação territorial, em hábitos de consumo e hábitos de vida. E, ainda que nosso texto não seja capaz de expressar fielmente os fundamentos de nossas descobertas, é correto afirmar que esta prática de pesquisa e de escrita contribuiu intensamente para a formação discente. Vale dizer ainda, que o trabalho se concluiu com uma apresentação oral dos dados coletados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ocupação do espaço, Rural, Urbano, Gestão de recursos.

**ABSTRACT:** This critical review was part of the approval requirements in Portuguese Instrumental, discipline accomplished during the second period of the school year of 2018. Through a literature review, the WG (working group) held a social research update, and agrarian urban occupation by the IBGE (Brazilian Institute of geography and statistics). In this activity, you can check by comparison, in the face of a timeframe of 50 years ago, that there was an effective growing evolution and consequent modification of territorial occupation, status in consumption habits and lifestyles. And, although our text is not able to express faithfully the fundamentals of our findings, it is fair to say that this practice of writing and research has contributed strongly to the student training. It is worth saying that the work concluded with an oral presentation of the collected data.

**KEYWORDS:** Occupation of space, Rural, urban, resource management.

---

<sup>87</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>88</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>89</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>90</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>91</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>92</sup> Discente do Curso de Administração da UEMG, Unidade Frutal.

<sup>93</sup> Sociolinguísta, docente da UEMG, Unidade Frutal, com Doutorado em Letras pela UEL e Pós-doutorado em Divulgação Científica pela USP.



Uma notável mudança no aspecto rural e urbano se intensificou no Brasil nos últimos dois séculos, transformação por meio da qual são observadas grandes transformações econômicas e sociais. O país deixou de ser predominantemente rural e agrário, para se tornar uma sociedade urbana, com predominância econômica da indústria e do setor de serviços.

Tal fato já aparece nos dados de 1950, que mostravam que um pouco mais de 1/3 dos brasileiros viviam em domicílios urbanos, passando para mais da metade em 1970, e para mais de 3/4 em 1991. Essa mudança do campo para a cidade ocorreu por vários fatores, tais como a substituição do homem pela máquina no campo, o que contribuiu ainda para o desemprego do mesmo.

Documentos de 2000 evidenciam que 81% dos brasileiros residiam nas cidades, essa mudança de pessoas do campo para a cidade fez com que estas, por sua vez, buscassem conhecimentos, já que a maioria não possuía um bom grau de escolaridade ou pouca especialização. Esse fator é importante, pois sem estes recursos elas ficariam desempregadas ou conseguiriam um emprego com um salário muito baixo.

Em 2010, o censo já mostrava que, no período de 2000 a 2010, 5,6 milhões de brasileiros deixaram o meio rural, o que acarretou numa grande taxa de urbanização no país. Na década de 70, intensificaram-se a instalação da indústria de bens de capital e os investimentos em infraestrutura de transporte, comunicação e energia, e foram implantadas as indústrias de alta tecnologia, como a bélica, a aeronáutica, a de informática e a nuclear.

O ritmo do crescimento industrial e os investimentos deixaram de se expandir nos anos 80, privilegiando projetos de modernização tecnológica e gerencial.

A infraestrutura de transporte se caracterizou como importante condutora desse crescimento e do desenvolvimento econômico e social no Brasil. Ademais, os setores rodoviário, ferroviário, portuário e aéreo têm contribuído para reduzir a competitividade de produtos e serviços, porém com um patamar de inversão muito baixo entre os anos de 2010 e 2013.

Dados de 2014 a 2016 mostraram que a tendência de investimentos na infraestrutura de transporte seguia uma linha crescente, mas ainda não o suficiente para fazer face às deficiências e necessidades do setor. As privatizações provocaram uma onda de embates políticos, pois grandes empresas-símbolos da modernização brasileira e pertencentes a setores econômicos estratégicos foram vendidas a preços relativamente baixos. Ao seu turno, a iniciativa privada era vista com bons olhos para certa parcela da população, mesmo que esta gerasse certa desnacionalização, pois grande parte dos investidores advindos dela é formada por estrangeiros que têm um maior poder financeiro.

Em 1970, 44% da PEA (População Economicamente Ativa) ocupada estava no setor primário, 18% no secundário e 38% no terciário, enquanto que, em 1990, essa distribuição correspondia a 23% e 55%, respectivamente. A PEA revela o conjunto de dados para estabelecer estatísticas sobre as características socioeconômicas espaciais de um país, ou seja, PEA é a população empregada ou que possui condições de trabalhar e que realiza algum esforço para isso.

Desse modo, vê-se que, em 2004, 84,6 milhões de brasileiros que trabalhavam estavam distribuídos em 21% no setor primário, 21% no secundário e 58% no setor terciário. Isso evidencia a curva crescente no setor terciário, este que, por sua vez, envolve as provisões de serviços, tanto para negócios quanto para consumidores finais, como transportes, vendas e distribuição de bens. De acordo com os dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) de 2010, a PEA neste ano compreendia 63,05% da população, apesar de esse número não considerar aqueles que não trabalham com contrato formal ou carteira assinada. Ainda segundo o IBGE, do total da população ativa no Brasil, pouco mais de 20% encontram-se no setor primário, 21%, no setor secundário; e 59%, no setor terciário. A PEA feminina brasileira tem-se ampliado continuamente: 31%, em 1980, 36%, em 1991, e 44%, em 2000. No Estado de São Paulo, a taxa de participação das mulheres no mercado de trabalho cresceu de 47% para 51%, entre 1994 e 1998.

O mercado de trabalho está em constante mudança devido à inovação e ao aumento da mobilidade e informalidade, as mulheres têm ganhado, no

último século, maior destaque na PEA, mas isso não significa que as mesmas desfrutem de salários maiores do que os dos homens.

Em 2010 os dados indicam que somente 94,3 milhões de brasileiros eram economicamente ativos, a participação de homens declinou de forma contínua, enquanto a participação feminina apresentou uma elevação de quase 7%, aumentando a fração de mulheres no mercado de trabalho. Em 2016, as mulheres ocuparam 44% das vagas de emprego, e vale importante ressaltar que o rendimento médio, em 2010, era de R\$1.587 para os homens, e de R\$1.074 para as mulheres, estas que foram menos afetadas pelo desemprego entre 2012 e 2016.

O êxodo rural resultante da migração da população rural para os centros urbanos ocorre com o objetivo de garantir melhores condições de vida. Um estudo destaca estatísticas sobre a população urbana e rural que desenham o perfil do Brasil no início do novo século. Dados IBGE mostram que no ano de 2000, 81,25% da população brasileira morava em cidades contra 18,75% que morava em zonas rurais.

Por sua vez, o êxodo rural pode gerar consequências, como o descontrole dessa nova população que não tem estrutura de moradia, o que pode resultar na aparição de bairros desestruturados ou favelas. Esta nova população também pode ficar desempregada por conta da falta de qualificação profissional, já que os jovens do meio rural não acreditam na perspectiva de desenvolvimento naquele meio, especialmente quando se deparam com as grandes oportunidades de emprego e educação nas cidades.

Segundo dados do censo de 2010, 29.852.986 de pessoas viviam em áreas rurais no país, o que representava 15,65% da população, enquanto que a população urbana somava 160.879.708, ou seja, 84,35% da população. A Região Sudeste é a mais urbanizada do país, representando 92,9% de grau de urbanização. Os estados que possuem os menores percentuais de população vivendo em áreas urbanas estão concentrados nas regiões Norte e Nordeste, sendo que Maranhão (63,1%), Piauí (65,8%) e Pará (68,5%) apresentam índices abaixo de 70%. A projeção é a de que, até 2020, haverá o fim do êxodo rural no Brasil, com 90% da população vivendo em áreas urbanas, contra 10%

nas áreas rurais, dados impressionantes se comparados aos de 1940, em que 70% da população moravam no campo.

A urbanização no final do século XXI constitui-se num fenômeno global, relatórios mundiais mostram que cerca de dezenove megacidades no mundo possuíam mais de 10 milhões de habitantes em 2004. Este grande número revela que uma porcentagem de pessoas recorrem à ocupação de loteamentos clandestinos, irregulares ou favelas. Em Curitiba, dados indicam que existem vinte e uma mil e quinhentas famílias morando em áreas de ocupação irregulares. Na região metropolitana, incluindo a capital, existem 200 áreas de moradia consideradas irregulares. Destas, 59 estão sob ação judicial, sendo que 10 ações já estão encaminhadas para despejo.

Isso acaba mostrando que a urbanização também se resume na urbanização da pobreza. Nessas áreas não há uma coleta de esgoto adequada, quando há o esgoto é despejado *in natura* nos rios e mares e também não há a coleta de lixo. Ao todo, 8,3 milhões de pessoas, em 2010, vivam em áreas de risco no Brasil, segundo o IBGE. Estes números equivalem à população do Pará. Estas pessoas estavam expostas a desastres naturais, como deslizamentos de terra e inundações e, com base nestes números, a região sudeste tem grande parte do número dessas pessoas com moradia irregular, cerca de 4,3 milhões, enquanto que em Salvador, o número da população exposta a riscos de desastres é de 45,5%.

A concentração de terras, no campo e na cidade, é gravíssima. Apenas os 20 maiores proprietários rurais têm, juntos, 20.219.412 hectares de terra no país, o equivalente aproximado a todo o território do Estado de São Paulo. Por outro lado, são 4 milhões e 600 mil famílias rurais sem-terra. Entre os trabalhadores rurais, há mais de 25 mil casos de pessoas em regime de trabalho escravo em nosso país, em sua maior parte, comprovados e documentados internacionalmente pela OIT (Organização Internacional do Trabalho).

A reforma agrária é um sistema em que ocorre a divisão de terras, ou seja, propriedades particulares (latifúndios improdutivos) são compradas pelo governo, a fim de lotear e distribuir para famílias que não possuem terras para

plantar. De 2003 para 2010 houve um aumento de propriedade das famílias rurais. Em 2010, passou a ser de 5 milhões e 160 mil. Porém, observa-se que as propriedades pequenas diminuíram, enquanto que as grandes propriedades, acima de mil hectares aumentaram. Em 2003, 51,6% das propriedades eram acima de mil hectares, e em 2010 essa porcentagem cresceu para 56,1%.

Até 2016, mais de 50 mil trabalhadores foram libertados de situações análogas a de escravidão em atividades econômicas nas zonas rural e urbana. Do total de conflitos, 1295 estão relacionados à luta pela terra, incluindo desde situações de despejo e ameaça até os casos de morte. Além disso, houve 69 conflitos referentes a questões trabalhistas, sendo 68 deles somente ocorrências de trabalho escravo. Estabelecimentos com menos de 10 hectares representam cerca de 47% do total das propriedades brasileiras, mas ocupam menos de 23% da área rural total.

O estudo agrupou os municípios de acordo com a relevância agropecuária: 1% com maior concentração de terras os 19% seguintes e os 80% restantes, com base no último Censo Agropecuário do IBGE de 2006 e o IBGE Cidades, de 2010.

## REFERÊNCIAS

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. *Metodologia científica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

CHIZZOTTI, A. *Pesquisa qualitativa em ciências sociais e humanas*. São Paulo: Cortez, 2006.

### Sites

<https://www.ibge.gov.br/>

<http://www.ilo.org/brasil/lang--es/index.htm>



# RESUMOS

Os resumos publicadas nesta seção são de total responsabilidade conceitual e redativa de seus autores. Contudo, vale dizer, que eles tratam dos diversos temas que são objeto de estudo em nossa sociedade. A pluralidade conceitual e retórica que ora se atesta, prende-se ao fato de que as escritas akedianas têm por premissa transitar pelas interfaces interdisciplinares, multidisciplinares e transdisciplinares. Ou seja, priorizamos os textos tematicamente plurais, interdisciplinares, isto é, aqueles que coloquem as disciplinas do saber humano em diálogos e correspondências. Atentamos, além disso, para a produção multidisciplinar, quer dizer, para o texto que figure como representação e de expressão de um par ou de um conjunto de áreas do conhecimento. Mas, aqui, sobretudo, dispomos escrituras em que se vislumbrem a transcendência das limitações impostas por esta ou por aquela área do conhecimento, acenando para as possibilidades criativas, para a inovação, sem abrir mão do rigor científico, ainda que em caráter embrionário.

## BUNKAI: UMA VIDA NO KARATÊ<sup>94</sup>

PESSOA, Marcelo<sup>95</sup>

**RESUMO:** Este estudo apresenta um conjunto de reflexões sobre a aplicação das técnicas e filosofia do Karatê-do à vida prática. Neste sentido, como metodologia para o desenvolvimento deste trabalho, empregou-se a revisão bibliográfica, combinada com o relato de experiências vividas e interpretadas pelo próprio autor, ambientadas no Curso e Projeto de Extensão KYOKAI, sediado na UEMG, Unidade Frutal, desde o ano de 2016. Justifica a realização deste estudo, o fato de que o Coordenador do Projeto e Curso, por ocasião da solicitação para a promoção ao 5º Dan, deve realizar uma produção monográfica, a qual é um dos quesitos a serem atendidos pelo postulante ao referido grau. Como resultado desta investigação, segundo pronunciamento da banca avaliadora da monografia, chegou-se à produção de uma obra publicável, devido ao teor de originalidade biográfica e bibliográfica que a ela se imprimiu.

**PALAVRAS-CHAVE:** Karatê, KYOKAI, Arte Marcial, Filosofia do Karatê, UEMG.

**ABSTRACT:** This study presents a set of reflections on the application of the techniques and philosophy of karate-do to practical life. In this sense, as a methodology for the development of this work, it was the literature review combined with the account of experiences and interpreted by the author himself, placed on the course and extension project KYOKAI, based in UEMG, Frutal unit, since the year 2016. The realization of this study, the fact that the project coordinator and course, at the time of the request for promotion to 5th Dan, must perform a monographic production, which is one of the requirements to be met by the appellant to that degree. As a result of this investigation, according to statement from the peer review of the monograph, to produce a publishable work, due to the amount of biographical and bibliographical originality that she printed.

**KEYWORDS:** Karate, KYOKAI, martial art, Philosophy of karate, UEMG.

---

<sup>94</sup> Publicação em formato de Resumo, apresentado como painel, durante a realização da fase local do Seminário de Pesquisa e de Extensão da UEMG, Unidade Frutal, no segundo semestre de 2018.

<sup>95</sup> Sociolinguísta, docente da UEMG, Unidade Frutal, com Doutorado em Letras pela UEL e Pós-doutorado em Divulgação Científica pela USP.

# (DES)IGUALDADE DE GÊNERO E SEUS REFLEXOS NA QUESTÃO SALARIAL<sup>96</sup>

SIMON, Andréia Garcia Martin<sup>97</sup>  
MOTA, Keila Martins<sup>98</sup>  
PIAZZA, Marina Silveira de Freitas<sup>99</sup>

## INTRODUÇÃO

A igualdade formal entre homens e mulheres está clara e explícita no artigo 5º, *caput*, e inciso I, da Carta Política brasileira. Ademais, cabe ressaltar que a Constituição adotou normas específicas para mulheres, tendo em vista que o princípio da igualdade entende que pessoas postas em situações diversas, possuem o direito de serem tratadas de maneira desigual, caracterizando a chamada igualdade material, que consiste em considerar as particularidades do sujeito de direito.

Destarte, citamos: licença-gestação para a mulher, com período superior ao da licença-paternidade (art. 7º, incisos XVIII e XIX); normas protetoras ao trabalho da mulher (art. 7º, inciso XX); prazo inferior para a aposentadoria por tempo de serviço da mulher (art. 40, inciso III, letras a, b, c e d; art. 202, I, II, III e § 1º).

## 1. PROBLEMA DE PESQUISA

O problema da pesquisa encontra-se na desigualdade entre homens e mulheres, principalmente, no quadro salarial. A desigualdade de gênero é uma questão histórica, cultural, social, econômica e política, amplamente, discutida. Como ora explanado, a igualdade entre homens e mulheres é garantida pela *Constituição Federal* de 1988.

---

<sup>96</sup> Publicação em formato de Resumo Expandido, apresentada originalmente na modalidade painel, durante a realização da fase local do Seminário de Pesquisa e de Extensão da UEMG, Unidade Frutal, no segundo semestre de 2018.

<sup>97</sup> Professora Doutora do Curso de Direito na Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, Unidade Frutal. Contato: [andreiagarciamartin@gmail.com](mailto:andreiagarciamartin@gmail.com).

<sup>98</sup> Graduanda em Direito pela Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, Unidade Frutal. Contato: [keilamartinsmota@gmail.com](mailto:keilamartinsmota@gmail.com).

<sup>99</sup> Graduanda em Direito pela Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, Unidade Frutal. Contato: [marinasfreitasp@gmail.com](mailto:marinasfreitasp@gmail.com).



Entretanto, a igualdade substancial ainda é um objetivo a ser conquistado dentro do contexto social brasileiro, o que poderá ocorrer por meio de ações afirmativas e de políticas públicas.

Dessa forma, como proposta de solução, será apresentado neste trabalho “o princípio da igualdade”, especialmente no que tange à igualdade de gênero ao longo de todo o constitucionalismo brasileiro, destacando as conquistas femininas como pontos históricos.

Serão ressaltados também, os tópicos trabalhistas e o direito da mulher de isonomia salarial, contrastando com a realidade social atual.

## **2. OBJETIVO GERAL**

Tal análise possui como finalidade central estudar a desigualdade de gênero e a busca incessante da mulher pela conquista da isonomia salarial.

### **2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Em adição, o presente trabalho visa ampliar o conhecimento sobre igualdade de gênero na *Constituição Federal* de 1988; examinar o conceito de desigualdade entre homens e mulheres e suas implicações para o campo do Direito, especificamente, naquilo em que se viola a igualdade prevista no artigo 5º da Carta Magna do Brasil, o que, por conseguinte, prejudica a isonomia salarial e aponta para questões e perspectivas constitucionais e trabalhistas a respeito do tema.

## **3. METODOLOGIA**

Este estudo constitucional e histórico retrata as dificuldades que as mulheres enfrentam no mercado de trabalho, sobretudo, quanto à perspectiva salarial. Valendo-se de um estudo bibliográfico e explicativo com um referencial teórico. Associa-se a este procedimento, o método dedutivo e qualitativo; refletindo fontes de pesquisa primárias, por se tratar de um trabalho fundamentado em doutrinas, gráficos e tabelas que abordam tal tema, e secundárias, por utilizar *sites* e artigos disponíveis na rede de internet.

#### 4. RESULTADOS ALCANÇADOS

No Brasil, apesar da isonomia salarial – um desdobramento do princípio da dignidade humana – estar presente em Constituições anteriores, foi na Constituição Cidadã, de 1988, que essa equiparação se consolidou como um direito fundamental. A Carta Magna traz, dentro do capítulo dos direitos sociais, em seu art. 7º, a expressa proibição da ocorrência de diferença salarial por motivo de sexo, idade, cor ou estado civil, conforme os ditames do princípio da igualdade. Além disso, a mesma proibição se encontra na CLT (Lei 5.452/1943 alterada pela Lei 13.467/2017), que ordena que “a todo trabalho de igual valor corresponderá salário igual, sem distinção de sexo” no art. 5º, e o art. 461 e seus §§ reforçam o impedimento.

No entanto, os mandamentos legais supracitados aparentam não serem eficientes para garantir a igualdade salarial, visto que, não obstante à vedação de remuneração desigual por motivo de sexo, a realidade é completamente diversa da prevista em lei. Diversas pesquisas realizadas no país nos últimos anos dão conta de que mulheres ganham menos que homens em todas as áreas e cargos, como apontam os dados colhidos entre 2012 e 2016, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por exemplo, que mostraram que mulheres recebem apenas 76,5% do rendimento dos homens, como no seguinte gráfico:

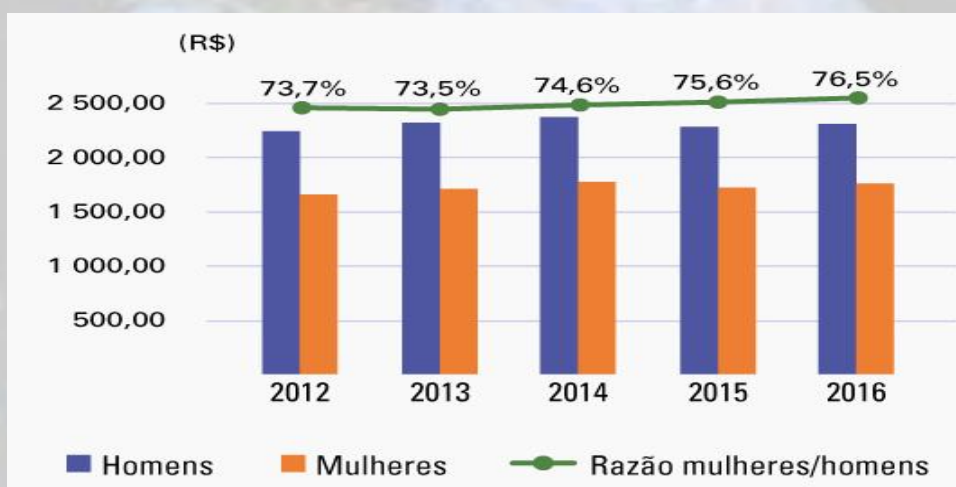


Gráfico 1 – Rendimento habitual médio mensal de todos os trabalhos e razão de rendimentos, por sexo. Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2012-2016.

A pesquisa feita pelo IBGE revelou outro dado importante: além de receberem salários menores que os dos homens no desenvolvimento das mesmas funções, as mulheres estudam e trabalham mais.

Outro levantamento com a mesma pauta foi realizada pelo CATHO, importante *site* brasileiro de classificados de empregos, e divulgado em março de 2017. Os resultados revelam as diferenças salariais em oito funções, de estagiários a gerentes. A maior discrepância foi encontrada no cargo de consultor, como se verifica no gráfico abaixo:



Gráfico 2 – Diferença de salário homem e mulher — Fonte: G1, 07/03/2017.

Diante dos dados apresentados, se faz clara e nítida a desigualdade salarial entre gêneros no Brasil, em todos os cargos. Os dados indicaram que ambos os sexos, apesar de desempenharem as mesmas funções e receberem as mesmas atribuições, recebem contraprestação salarial diferenciada tão somente em razão de seus gêneros, visto que os homens auferem uma remuneração salarial mais alta.

## 5. DISCUSSÃO

A *Constituição Federal* de 1988 é conhecida como Constituição Cidadã, por reconhecer e garantir, expressamente, os direitos e garantias fundamentais do cidadão brasileiro, trazendo como fundamento a dignidade da pessoa humana, observando os ditames dos direitos humanos. Da mesma forma, garante a igualdade entre os cidadãos que, para que se concretize, recomenda que os desiguais, na prática, sejam tratados desigualmente; a chamada igualdade material.

Como exposto, visualizamos a igualdade material aplicada às mulheres quando observamos período mais longo para a licença-maternidade em relação à licença-paternidade, ou o direito à aposentadoria, que se dá cinco anos mais cedo que homens. Contudo, ao que tange a aferição salarial para trabalhadores na mesma função, mulheres e homens se equiparam, posto que para que seja possível a homens e mulheres exercerem as mesmas funções, necessariamente devem possuir as mesmas habilidades.

Na contramão da Carta Magna, os dados obtidos pelas pesquisas analisadas nos mostram que a realidade é diferente do que é esperado. Tais análises revelam que as mulheres ganham menos que os homens em todos os cargos, mesmo laborando na mesma função. Além de ilegal, entendemos que tal prática pode ser considerada imoral, já que não se vê razão alguma para que homens e mulheres, bem como os transgêneros, ao desempenharem funções iguais, tenham rendimentos desiguais.

O Estado tem o dever de agir para fazer com que as proibições trazidas em seu ordenamento em relação ao tema sejam respeitadas e cumpridas, valendo-se de ações afirmativas e de políticas públicas. Estudar a possibilidade e viabilidade de imputação de multa para empresas que têm essa prática poderia surtir algum efeito no curto prazo. No médio e em longo prazo, a conscientização constante da igualdade e do respeito entre todos os gêneros existentes precisa ser feita na sociedade como um todo, nas escolas, no ambiente de trabalho, mas, especialmente, dentro das famílias.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 5 de outubro de 1988: atualizada até a Emenda Constitucional n. 84, de 02-12-2014. 43. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. *Conteúdo Jurídico do Princípio da Igualdade*. Malheiro Editores, São Paulo, 1995, 3a. edição atualizada, 3a. tiragem.

PIOVESAN, Flávia. *Ações afirmativas no Brasil: perspectivas e realidades*. *Sine loc*, 2008.

## Sites

BRASIL. Agência de Notícias IBGE. *Mulher estuda mais, trabalha mais e ganha menos do que o homem*. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20234-mulher-estuda-mais-trabalha-mais-e-ganha-menos-do-que-o-homem>> Acesso em: 15 set. 2018.