

FEMA - IMESA

Revista

VALE

Arte
Ciência
Cultura

Fundação Educacional do Município de Assis - FEMA
Revista do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis - IMESA



Número 5
Novembro/2007

Ficha Catalográfica

VALE Arte, Ciência, Cultura nº 5, Assis, SP

Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis - IMESA

Fundação Educacional do Município de Assis - FEMA

Anual

ISSN - 1676-2525

1. Faculdades - Artigo. 2. Faculdades - periódicos

I. IMESA

001.05

Presidente do Conselho Curador
Dr. Sidinei Galli

Diretor - executivo
Dr. Luiz Ricardo Begosso

Diretora do IMESA
Dra. Márcia Valéria Seródio Carbone

Vice-diretor do IMESA
Dr. Luiz Carlos Begosso

Coordenadores dos cursos

Ciências Gerenciais
Ms. Osmar Aparecido Machado

Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Ms. Rosemary Rocha Pereira da Silva

Comunicação Social - Jornalismo
Ms. Aparecida Macena da Silva

Direito
Ms. Gerson José Beneli

Informática
Dr. Almir Rogério Camolesi

Matemática
Dr. Cleiton Joni Benetti Lattari

Química
Dr. Mary Leiva de Faria

Comissão Editorial

Prof^ª. Ms. Eliane Aparecida Galvão Ribeiro Ferreira

Prof^ª. Ms. Maria Delma Carvalho

Conselho Consultivo

Prof. Dr. João Luís Cardoso Tapias Ceccantini - UNESP

Prof^ª. Dr^ª. Lúcia Vilela Leite Filgueiras - USP

Prof. Dr. Pedro Henrique Godinho - UNESP

Prof^ª. Dr^ª. Raquel Lazzari Leite Barbosa - UNESP

Prof. Dr. Sérgio Donizete Zorzo - UFSCar

Prof. Dr. Vinício C. Martinez - UNESP

Artes Gráficas/Diagramação

Agência Geração Propaganda/FEMA

Pedro Augusto Pípolo

Rodrigo de Souza

Editoração Eletrônica

Prof^ª. Ms. Alcioni Galdino Vieira

Fotografia

Prof. Ms. Paulo Henrique de Barros Miguel

Laboratório de Fotografia/FEMA

Revisão Textual

Prof^ª. Ms. Eliane Aparecida Galvão Ribeiro Ferreira

Prof. Ms. Ricardo Magalhães Bulhões

Tiragem

500 exemplares

FEMA - Fundação Educacional do Município de Assis

Av. Getúlio Vargas, 1200 - Vl. Nova Santana - Assis/SP - 19807-634

Fone: (18) 3302 - 1055 - www.fema.edu.br

SUMÁRIO

ADMINISTRAÇÃO.....	10
---------------------------	-----------

AS ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS INFLUENCIANDO A DECISÃO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES: ESTUDO DAS MARCAS DE SABONETES.....	11
---	----

LUCIANA DALLA LASTA

MARLETTE CÁSSIA OLIVEIRA FERREIRA

MEDIÇÃO DE DESEMPENHO E ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO NA PERSPECTIVA DE UMA PEQUENA EMPRESA INDUSTRIAL, TERCEIRA CATIVA DE UMA MÉDIA EMPRESA CALÇADISTA.....	20
--	----

REINALDO BATISTA LEITE

COMUNICAÇÃO.....	29
-------------------------	-----------

REFLEXÕES SOBRE O DISCURSO HUMORÍSTICO EM CRÔNICAS.....	31
---	----

VIVIANE ALESSANDRA DE GÊNOVA SILVA

A CRÔNICA COMO FERRAMENTA DE INCENTIVO À CRIATIVIDADE NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO.....	37
---	----

ALZIMAR RODRIGUES RAMALHO

RÁDIO COMUNITÁRIA: SEU PAPEL SOCIAL E SEU USO COMO INSTRUMENTO DE EDUCAÇÃO.....	44
---	----

OSWALDO MIGUEL

DE AUSCHWITZ A ASSIS: A FUGA DO NAZISTA JOSEF MENGELE DA ALEMANHA E SUA PASSAGEM PELA “CIDADE FRATERNAL”.....	55
---	----

ALINE MUSTAFA FERREIRA DA SILVA

HACIA: UM CASO DE ANÁLISE CONTRASTIVA ENTRE PORTUGUÊS E ESPANHOL.....	63
---	----

MÁRCIA VALÉRIA SERÓDIO CARBONE

CALVIN A HAROLDO: PRECISO MESMO IR À ESCOLA?.....69

DIVA LEA BATISTA DA SILVA

LIBERDADES.....79

ELIANE APARECIDA GALVÃO RIBEIRO FERREIRA

O JORNALISMO INFORMAL DA PERIFERIA METROPOLITANA E SUA
FUNÇÃO INTERATIVA.....87

RICARDO MAGALHÃES BULHÕES

MODA E MÍDIA: A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE.....91

MARIA DELMA CARVALHO

PAULA FERREIRA MOTA

A MÍDIA E A PREVENÇÃO EM CAMPANHAS DE COMBATE ÀS
DROGAS.....99

ANDRÉ CAMPOS SILVA

ELEMENTOS DA CULTURA POPULAR BRASILEIRA NA PUBLICIDADE:
UM CASO DA REDE MCDONALD’S.....106

RENATA CORRÊA COUTINHO

SEMIÓTICA DOS SIGNOS DIGITAIS.....118

ALCIONI GALDINO VIEIRA

A CONSTRUÇÃO DE SENTIDO EM WENDERS/HANDKE: ASAS DO
DESEJO E O POEMA LIED VOM KINDSEIN.....126

JÚLIO SATO

DIREITO.....137

APONTAMENTOS SOBRE A LINGUAGEM E O ASSÉDIO MORAL NO
TRABALHO.....139

VIVIANE CAPUTO

A PRESERVAÇÃO DA EMPRESA SOB O ENFOQUE DA NOVA LEI DE
FALÊNCIA E DE RECUPERAÇÃO DE EMPRESAS.....147

LUIZ ANTONIO RAMALHO ZANOTI

ANDRÉ LUIZ DEPES ZANOTI

LACUNAS NO DIREITO.....156

LUIZ GERALDO FLOETER GUIMARÃES

REESTRUTURAÇÃO SOCIETÁRIA – UM ESTUDO ALTERNATIVO COM
OBJETIVO DE PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO.....167

RENATO SPRICIDO RABASSI

A DISCIPLINA JURÍDICA DO CONTRATO DE TRESPASSE NO NOVO
CÓDIGO CIVIL.....176

GERSON JOSÉ BENELI

EDUCAÇÃO.....183

ENSINO E APRENDIZAGEM DE LÍNGUAS SOB A ÓTICA DAS
INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS: TELETANDEM EM INGLÊS.....185

DANIELA NOGUEIRA DE MORAES GARCIA

A MOTIVAÇÃO DE ALUNOS E AS CARACTERÍSTICAS DE SUAS
VARIÁVEIS PRINCIPAIS.....193

OSMAR APARECIDO MACHADO

HISTÓRIA.....203

O PENTECOSTALISMO NA PERSPECTIVA DOS ESTUDOS
REGIONAIS.....205

LUÍS DE CASTRO CAMPOS JÚNIOR

A PINTURA DE VAN GOGH.....214

DAGMAR MANIERI

QUÍMICA.....223

DETERMINAÇÃO DE CAFEÍNA EM ÁGUAS NATURAIS COMO
INDICADOR DE ATIVIDADE ANTRÓPICA.....225

ÉRICO CASARE NIZOLI

NÍVEA CRISTINA DE CARVALHO GUEDES

DANIELA ZACHARIAS CYPRIANO

.....

Administração

Luciana Dalla Lasta*
Marlette Cássia Oliveira Ferreira**

RESUMO: O Marketing tem um papel importante dentro de uma organização, é de grande responsabilidade deste departamento o sucesso ou não de um produto ou serviço que deve atender às necessidades de seu público-alvo, bem como satisfazê-lo. Grande parte deste mérito se dá às pesquisas contínuas praticadas pelas empresas, as quais procuram sempre inovar para se manter líderes de mercado. O papel do profissional de Marketing em ambas as linhas de produtos é extremamente importante e de extrema responsabilidade.

PALAVRAS-CHAVE: marketing; publicidade; público-alvo.

* Bacharel em Administração, pela Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos.

** Mestre Interdisciplinar em Administração, Comunicação e Educação pela Universidade São Marcos. Contato: marlettecassia@hotmail.com.

FEMA - IMESA

0. Introdução

Este artigo tem por objetivo apresentar as estratégias mercadológicas que influenciam a decisão de compra dos consumidores a partir do estudo das marcas de sabonetes **Lux** e **Dove** da empresa Unilever do Brasil. Muitas empresas, atualmente, focam a propaganda bem elaborada como uma arma fundamental contra seus concorrentes.

Neste texto procura-se avaliar como o Marketing de um produto ou serviço é capaz de despertar a curiosidade pelo novo, fazendo com que o consumidor venha a experimentar o produto em busca do resultado prometido e ilustrado na propaganda. Tem-se como problema neste trabalho avaliar quais são as estratégias de Marketing utilizadas em anúncios publicitários pelos sabonetes **Lux** e **Dove** no ano de 2005.

As estratégias mercadológicas utilizadas pelos sabonetes **Lux** e **Dove**, no ano de 2005, foram capazes de influenciar o consumidor no processo de decisão de compra. No caso da **Lux** foram utilizadas propagandas com personalidades, celebridades, estrelas famosas, sensuais e perfeitas para enfatizar o que o sabonete proporciona, despertando o interesse de um consumidor potencial. Em contrapartida, a **Dove** elaborou suas propagandas enfocando mulheres comuns, procurando mostrar como o seu sabonete pode auxiliá-las em seu dia-a-dia. Ambas obtiveram sucesso pela diversidade em sua linha de produtos, preços e praça.

Objetiva-se neste trabalho avaliar a importância da comunicação da empresa Unilever do Brasil, identificando as estratégias de criação utilizadas pela empresa em seus anúncios publicitários dos sabonetes **Lux** e **Dove**. Busca-se observar como uma propaganda influencia na compra do consumidor e através desta como a Unilever consegue atingir os resultados esperados tanto em vendas como em satisfação dos seus clientes. Para a consecução dos objetivos, utilizou-se o estudo de caso, um dos métodos que permite esclarecer as estratégias utilizadas nos anúncios publicitários, examinando as informações nele contidas.

O marketing assume um papel de suporte ao produto ou serviço, relativamente ligado ao sucesso do mesmo. A comunicação deve ser cuidadosamente transmitida ao público selecionado, pois esta é uma das principais ferramentas do Marketing, esta comunicação pode ser paga ou não.

1. Estratégia mercadológica

Deve-se esclarecer alguns conceitos básicos de Marketing necessários para o entendimento do papel da propaganda dentro do esforço promocional. Como todas as funções básicas da empresa, o Marketing tem condições de definir o seu papel somente após o estabelecimento do Planejamento Estratégico. Segundo Kotler (1998), é uma forma gerencial de desenvolver e manter o equilíbrio entre objetivos, experiências, recursos da organização e também oportunidades de mercado, atualizando sempre os produtos ou serviços da empresa com o intuito de obter crescimento e lucro. Para McCarthy e Perreault (1997), significa se deparar com oportunidades interessantes e colocar em prática a estratégia de produto ou serviço que traga bons rendimentos para a empresa. Portanto, pode-se afirmar que planejamento estratégico é desenvolver estratégias que conduzam a organização

FEMA - IMESA

para um melhor desempenho, naturalmente, melhores resultados.

Para perceber oportunidades, os profissionais precisam avaliar o ambiente organizacional que é constituído pelos clientes, concorrentes, fornecedores e órgãos reguladores e, a partir dessa análise, traçar a estratégia de Marketing que, segundo McCarthy e Perrault (1997), está relacionada a um mercado-alvo e a um mix de Marketing. Como mercado-alvo, entende-se aqueles consumidores que a organização pretende atingir e como mix de Marketing, aqueles itens relevantes que auxiliam a organização a satisfazer as necessidades do mercado-alvo. Dessa forma, pode-se pensar qual é a finalidade da atividade de Marketing.

Marketing é definido por Kotler (1998), como sendo um método social e gerencial no qual uma pessoa ou um grupo de pessoas adquirem o que necessitam ou desejam por um processo de criação, de oferta e de troca de um produto de valor com outros. Este autor ainda enfatiza que as atividades de Marketing são necessárias para as pequenas e as grandes empresas. Para essas últimas, é importante porque as empresas líderes querem permanecer nesta posição, mas para que isto aconteça deve-se primeiro buscar a expansão da demanda de mercado pertencente a ela, deve-se defender seu posicionamento nesse mercado e, por fim, buscar uma maior fatia de mercado.

Antes das decisões de Marketing é importante que a empresa compreenda o significado de demanda de mercado que, segundo Churchill e Peter (2003), representam os consumidores dispostos a comprar bens ou serviços em uma relação entre o preço do mesmo e a quantidade procurada, e quanto maior o preço, menor a procura. Para representar a demanda por um determinado bem, o consumidor precisa ter o desejo e a renda para poder adquiri-lo. Muitas pessoas desejam comprar um porsche, entretanto poucas são consideradas pertencentes à demanda deste produto, porque são poucas as pessoas no mundo que podem adquiri-lo. Para o profissional de *Marketing* interessa definir o segmento de mercado que, conforme Churchill e Peter (2003), é composto por consumidores-alvo, cujas necessidades a organização deverá atender. Para esses consumidores saberem que essa é a intenção da empresa, necessário se faz trabalhar a publicidade e a propaganda do produto ou do serviço. Levitt (1990) explica que a empresa ou organização deve se preparar para oferecer aos seus clientes e consumidores o que realmente desejam e valorizam, mantendo-se sempre à frente dos concorrentes. Segundo McCarthy e Perreault (1997), é necessário usar todas as formas possíveis de convencimento ao consumidor, pois há resistência a esta persuasão, sendo assim, a marca deve exalar credibilidade em seus anúncios, testemunhos e comparações.

2. Análise das campanhas publicitárias

Entre as revistas pesquisadas, apresentam-se as publicidades selecionadas, das marcas de sabonetes **Lux** e **Dove** as quais serão analisadas.

FEMA - IMESA

2.1 Peça Publicitária Dove I



(Fonte: Revistas *Nova* e *Manequim*, de agosto de 2005)

Há sete mulheres de variados biótipos, ou seja, loura, morena, ruiva. A maioria está acima do peso normal. Também aparecem as embalagens dos produtos que são apresentados em sabonete em barra e loção, eles prometem 90% de eficácia no trato da pele para torná-la mais firme, a partir de colágeno. Neste anúncio, a **Dove** procura transmitir à mulher comum credibilidade do seu produto, mostrando resultados. Busca convencer esta mulher de que o produto foi feito para ela e que transforma as gordinhas em mulheres bonitas e sensuais. Com seu corpo mais firme e diminuindo a flacidez, a mulher fica mais segura quanto à sua aparência. Segundo McCarthy e Perreault (1997), estas mulheres que estão nesta propaganda não representam o mito ou o estereótipo empregado na maioria das peças publicitárias. O título da propaganda é ‘Uma curva envergonhada perde toda timidez quando está firme’. O título deste anúncio, de acordo com Martins (1997), é indireto, pois curva não sente vergonha. Trata-se de um título afirmativo, pois declara que uma curva fica firme ao utilizar o produto. É um título seletivo, pois o público-alvo de sua campanha são as mulheres que estão acima do peso normal.

O slogan adotado por esta linha de produtos da **Dove** faz parte do Sistema Firmador **Dove**: ‘Testado em curvas de verdade’. Este slogan, segundo Martins (1997), transmite *status* porque as pessoas ao verem o anúncio publicitário têm uma sensação de privilégio. O anúncio passa informações ao consumidor de que ele se sentirá uma pessoa privilegiada ao utilizar o produto, pois este foi feito exclusivamente para ele, atendendo às suas mais íntimas expectativas.

A agência não emprega pessoas consagradas e famosas pelo corpo perfeito, antes pessoas comuns que se apresentam em peças íntimas, mostrando muita sensualidade e poder de convencimento.

2.2 Peça Publicitária Dove II



(Fonte: Revista *Manequim*, de novembro de 2005)

FEMA - IMESA

Nesta propaganda, como na anterior, também há mulheres de variados biótipos, ou seja, loura, morena, ruiva. Algumas estão acima do peso normal. Também aparecem as embalagens dos produtos que são apresentados em sabonete em barra e loção, prometendo 90% de eficácia em deixar a pele mais firme a partir de colágeno. Neste anúncio, a **Dove** procura também transmitir à mulher comum credibilidade do seu produto, mostrando resultados, como é dito no anúncio. Busca-se convencer a mulher de que o produto foi feito para ela e que transforma as gordinhas em mulheres bonitas e sensuais. Com seu corpo mais firme e diminuindo a flacidez, a mulher fica mais segura quanto à sua aparência. Com o mesmo foco do anúncio anterior, estas mulheres que estão nesta propaganda não representam o mito ou mesmo o estereótipo empregado na maioria das peças publicitárias, como afirma McCarthy e Perreault (1997).

O título da propaganda é: ‘Deixar modelos tamanhos 36 mais firmes não teria sido nenhum desafio’. O título deste anúncio, conforme Martins (1997), é direto, pois de forma clara e facilitada, induz o consumidor a pensar sobre o benefício que terá ao usar o produto diante da afirmação proposta no anúncio. Trata-se de um título afirmativo, pois declara que não é desafio para ele deixar as modelos tamanhos 36 mais firmes, antes as que estão acima do peso normal. É um título seletivo, pois o público-alvo de sua campanha são as mulheres que estão acima do peso normal. Também é um título-sugestão, pois ao informar o leitor, ele também promete resultados como foram comprovados e anunciados.

O slogan do anúncio é que o produto faz parte do Sistema Firmador **Dove**: ‘Testado em curvas de verdade’. Segundo Martins (1997), trata-se de um slogan que transmite *status* e também estilo pelos benefícios que a utilização do produto em questão dará ao público-alvo ao utilizar o produto.

3.4 Peça publicitária Lux I



(Fonte: Revista *Nova*, de março de 2005)

Na propaganda se encontra uma celebridade, juntamente com a foto do novo produto da linha **Lux** devidamente embalado. Ela está sentada em uma mesa, com taças à sua frente, elegantemente maquiada e ‘radiante’. Este é o foco do anúncio publicitário, pois quem a acompanha precisa usar óculos escuros para proteger seus olhos da luminosidade que seu corpo exala após utilizar o produto. A atriz possui um corpo escultural, basicamente é o estereótipo que, para Carrascoza (2002), nada mais é do que uma ‘rotulação’, na qual se classifica, neste caso, uma mulher bonita, uma celebridade.

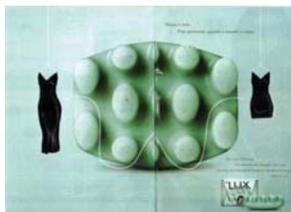
O título deste anúncio: ‘Chegou Lux esfoliação luminosa’, segundo Martins (1997), é direto, pois declara que ao usar o novo sabonete poderá realizar uma esfoliação na pele

FEMA - IMESA

e proporcionará mais luminosidade. É também um título afirmativo, pois deixa bem clara a característica principal do sabonete, a esfoliação luminosa da pele, conseqüentemente um título-sugestão, porque ao afirmar as características, sugere o uso do novo sabonete da linha **Lux** à leitora. O subtítulo, 'O único com extratos de pérola que revelam a luminosidade natural da sua pele', explica a composição do novo sabonete da linha **Lux**, ou seja, de onde deriva esta luminosidade natural na pele; das pérolas. O slogan adotado por este novo sabonete da linha de produtos **Lux**, 'Sinta-se luminosa, sintase-se **Lux**', reafirma a idéia do subtítulo.

Martins (1997) explica que o slogan deve se fixar na mente do seu público-alvo, para isso deve ser curto e transmitir a mensagem principal da campanha que, neste caso, é o mesmo que dizer; sintase-se radiante, deslumbrante, transmitindo a sensação de *status*, pois a consumidora deverá se sentir uma celebridade usando o produto.

3.5 Peça publicitária Lux II



(Fonte: Revista *Nova*, de junho, julho e agosto de 2005)

Nesta propaganda da **Lux** não há a presença de mulher, mas há dois vestidos pretos pendurados em cabides, um longo e outro curto, ambos desenhados a forma de um corpo escultural, adotando assim o mito do estereótipo perfeito. Está presente também o novo sabonete **Lux** em tamanho irreal, para justamente mostrar seu diferencial; ele não serve apenas para firmar a pele, mas para massageá-la também. O produto aparece novamente, junto com sua embalagem inovadora em formato de caixinha, no canto direito posterior da página.

O título deste anúncio, 'menos é mais principalmente, quando o assunto é roupa', conforme Martins (1997), é indireto, pois induz a leitora a pensar sobre a real intenção desta frase; para seu corpo ficar à mostra, ela precisa usar menos roupa, para tanto existe o novo sabonete **Lux Firmassage**, capaz de lhe fornecer segurança. Trata-se de um título afirmativo, pois deixa bem claro ao público-alvo a satisfação que terá ao usar o produto. É também um título-sugestão, pois aconselha a leitora a usar o produto, prometendo satisfação. Por fim, é seletivo, pois apesar de trazer benefícios a qualquer usuário do mesmo, ele é destinado a um determinado segmento. O subtítulo, 'Novo **Lux Firmassage**. Um sabonete que massageia o seu corpo, deixando uma sensação de firmeza na sua pele e no seu ego', explica claramente os benefícios do novo sabonete **Lux**. Ele afirma que, ao utilizar este sabonete, o consumidor estará beneficiando não apenas seu corpo, mas

FEMA - IMESA

também seu ego, ou seja, a mulher se sentirá muito mais segura para usar qualquer roupa para mostrar o seu corpo mais firme. Este subtítulo aparece inserido no anúncio publicitário em letras menores do que as do título. O slogan adotado por este novo sabonete da linha de produtos **Lux** é: ‘Sinta-se **Lux**’. Martins (1997) define que slogan tem que ser algo marcante para que haja a memorização rápida dele, não deixando de transmitir a mensagem central da propaganda. Neste caso, ‘sinta-se Lux’, é a mesma coisa que dizer ‘sinta-se deslumbrante’, este é o foco do slogan adotado, transmite a sensação de status, para que a leitora sinta que possui um corpo perfeito, como se, ao usar o produto, o seu corpo ficasse firme.

4. Considerações Finais

A Unilever do Brasil está sempre à frente de seus concorrentes, a marca de sabonete **Lux** investe em pesquisas com o objetivo de inovar. Em contrapartida, o sabonete **Dove** promove estudos clínicos e dermatológicos periodicamente para avaliar e comprovar a qualidade do produto e confirmar o real respeito pela pele. Ambas não deixam falhas em elemento algum do composto de Marketing. Conforme afirma Peter e Churchill (2003), esta é uma ferramenta usada estrategicamente, por meio da qual se oferta um produto ou serviço ao cliente por uma quantia pré-estabelecida em espécie, encaminha o produto ou serviço ao mercado e, por fim, informa expondo o produto e procura convencer o consumidor a respeito do mesmo. Este processo é muito importante, não pode haver falhas, e neste caso pode-se comprovar que a Unilever do Brasil entende a importância do mesmo, pois ambos os produtos, atendem a esses requisitos, conseqüentemente, a empresa tem um retorno consideravelmente satisfatório em toda sua linha de produtos. Ambas as marcas de sabonetes trabalham a mente de suas consumidoras, motivando-as a pensar que, ao utilizarem os produtos anunciados, ficarão parecidas com os estereótipos e até sentirão a mesma sensação que elas transmitem, de belas, se transformando em modelos a serem seguidos. A **Lux** faz propaganda que provoca o consumidor, despertando seus desejos, através das propagandas veiculadas na mídia com mulheres famosas (estrelas de cinema e TV), sensuais e perfeitas, gerando em seu público-alvo uma necessidade de experimentar o novo.

A **Dove** procura promover em seus anúncios um tratamento mais saudável, valorizando a beleza natural da mulher, independente da sua forma. Os tipos de mídia utilizados pela Unilever são: a televisão, a revista e o *display* no ponto de venda. Segundo Cobra (1997), a televisão é a mídia de maior importância no país, ela consegue atingir centenas de pessoas ao mesmo tempo, por isso é considerada a mídia favorita. A revista, também segundo o mesmo autor, é considerada uma forte mídia e *display* no ponto de venda, pois de extrema importância para a exposição do produto. Referente às formas de apresentação e exposição do produto no mercado, percebeu-se que a empresa tem contínua participação devido à sua presença em vários meios de comunicação considerados de grande porte, pois abrangem o maior número de público-alvo ao mesmo tempo. O que motiva também a empresa das linhas Lux e Dove a investir em fortes meios de comunicação é a sua concorrência que está presente em quase todas as mídias.

FEMA - IMESA

Considerando o que foi pesquisado, constatou-se que as linhas **Lux** e **Dove** da Unilever do Brasil usam de alguns artifícios para convencer e mostrar credibilidade de seus produtos. As propagandas são todas de produto que, de acordo com McCarthy e Perreault (1997), focam a venda do mesmo e não a organização, portanto a Unilever tem que atingir seu foco, e para isso são empregadas em seus anúncios mulheres de vários biótipos. No caso da **Dove**, mulheres consideradas acima do peso normal, bonitas e com forte poder de convencimento, demonstrando alegria e satisfação com o resultado obtido pelo uso do produto em questão. A **Lux** também emprega mulheres em seus anúncios publicitários, mas estas são consideradas com estereótipo perfeito. Geralmente utilizam celebridades sensuais, ou seja, procuram rotular um estilo de mulher perfeita que, segundo Carrascoza (2002), a sociedade aceita sem ao menos questionar. Uma associação de palavras é muito utilizada nos anúncios de ambas as linhas de sabonete como forte elemento de sedução. O título é citado por Martins (1997), como sendo um forte atrativo contido no anúncio, como foi observado nos anúncios analisados, o título tem sim um poder de convencimento, nele se nota o depoimento de quem utilizou os produtos, causando uma reação no leitor, de curiosidade, no qual ele tentará saciá-la o mais rápido possível, adquirindo o produto para comprovação do que foi anunciado direta ou indiretamente ao leitor. O slogan é outro quesito presente de grande importância no anúncio. Martins (1997) afirma que é algo marcante, podendo ser apenas uma palavra de fácil memorização e deve passar a idéia central da mensagem. A **Lux** e a **Dove** realmente atingem este objetivo, todos seus slogans são curtos, portanto de fácil memorização e transmitem a mensagem principal do anúncio. A Unilever do Brasil procura inovar e satisfazer seus consumidores. Para tanto, busca atingir as suas expectativas e, principalmente, aproveitar as oportunidades de mercado para expandir sua linha de produtos. Na propaganda, a imagem é o contato que permite a transmissão de dados, de informações ao público-alvo. Pode-se considerar que as linhas de produtos **Lux** e **Dove** estão muito bem asseguradas com relação ao Marketing empregado. Obviamente, não basta apenas criar um Marketing em cima de um produto e lançá-lo no mercado, este produto deve cumprir o que promete ou perderá, juntamente com a sua marca, toda credibilidade. A Unilever do Brasil priva muito essas preliminares.

Diante do que foi exposto neste artigo, pode-se concluir que os consumidores destes produtos são selecionados, os da linha de produtos **Dove** são mulheres consideradas acima do peso normal, mas que não devem se sentir infelizes por isso, por não terem um estereótipo 'rotulado', ou seja, o biótipo da mulher perfeita, magra e bonita, pelo contrário, devem buscar auxílio para se sentirem bem como são, em seu aspecto natural e saudável. Os consumidores da linha de produtos **Lux** também são mulheres, mas que estão buscando benefícios diferenciados, pois a **Lux** oferece uma vasta linha de sabonetes capazes de provocar sensações diferentes a quem os utilizar, não apenas mulheres consideradas com um estereótipo perfeito são usuárias desta linha, mas todas que buscam os benefícios que ela oferece. Conclui-se também com esta pesquisa que os anúncios publicitários analisados da linha **Lux** e **Dove** agem com o mesmo poder de informação, mostrando à leitora os benefícios atingidos ao utilizar o produto em questão, o 'estereótipo perfeito' é usado para motivar e, claro, atrair o público-alvo, as mulheres, e a empresa Unilever do Brasil elabora produtos para todos os biótipos de mulheres, eliminando qualquer tipo de

FEMA - IMESA

discriminação ou exclusão. As estratégias utilizadas pela empresa são visuais e textuais; utilizam mulheres comuns e belas em seus anúncios, que fogem ao estereótipo de mulher perfeita, e palavras com forte poder de sedução.

BIBLIOGRAFIA

- CARRASCOZA, J. N. **Redação Publicitária**. 2. ed. São Paulo: Futura, 2003.
- CHURCHILL JR., G. A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para o cliente**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
- COBRA, M. **Marketing Básico: uma abordagem Brasileira**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- KOTLER, P. **Administração em marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- LEVITT, T. **A imaginação de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.
- MARTINS, J. S. **Redação publicitária: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- MCCARTHY, E. J.; PERREAULT JR., W. D. **Marketing Essencial: uma abordagem gerencial e global**. São Paulo: Atlas, 1997.
- PINHO, J. B. **Comunicação em Marketing: princípios da comunicação mercadológica**. 6. ed. São Paulo: Papirus, 2002.
- Revista Nova da Editora Abril.**
Disponível em: <<<http://nova.abril.com.br>>>.
Acesso em: 6 março 2006.
- Revista Manequim da editora Abril.**
Disponível em: <<<http://manequim.abril.com.br>>>.
Acesso em: 6 março 2006.
- Linha de sabonetes e hidratantes Dove.**
Disponível em: <<<http://www.unilever.com.br/ourbrands/personalcare/dove.asp>>>.
Acesso em: 13 abril 2006.
- Linha de sabonetes Lux.**
Disponível em: <<<http://www.unilever.com.br/ourbrands/personalcare/lux.asp>>>.
Acesso em: 13 abril 2006.

Reinaldo Batista Leite*

RESUMO: Este artigo tem por objetivo apresentar um levantamento sobre alguns sistemas de medição de desempenho citados pela literatura e confrontá-los com o sistema de medição de desempenho utilizado por uma pequena empresa industrial. Para tanto, uma descrição da maneira como uma empresa mede e avalia seu desempenho será mostrada, seguida de uma discussão quanto à adequação de um ou mais dos modelos de sistema de medição.

PALAVRAS-CHAVE: desempenho organizacional; estratégia do negócio; medição em uma pequena empresa industrial.

* Professor da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis. Contato: rbleite@dep.ufscar.br.

FEMA - IMESA

0. Introdução

A medição de desempenho e o seu posterior gerenciamento iniciam-se com algumas questões. O sistema de medição, quando não devidamente considerado, pode acabar tendo sua utilização restrita aos eventos financeiros (cumprimento dos requisitos exigidos pela legislação). As medidas de desempenho, mal definidas, podem comprometer os objetivos estratégicos da organização como, por exemplo, quando o foco passa a ser o alcance dos índices e estes, para serem alcançados isoladamente, comprometem o desempenho global da organização.

Para Lebas (1995), o entendimento sobre as questões “*o que medir*” e “*para que medir*” é fundamental para o gerenciamento do desempenho. Lebas relaciona a medição com o desempenho, passando pelas seguintes questões: os alvos a serem alcançados, as regras indicando os meios para alcançar esses alvos e o conhecimento do momento quando esses alvos são alcançados (que são traduzidos em modelos causais). A questão “*para que medir*” proporciona um entendimento do processo de geração de desempenho e influencia a questão “*o que medir*”. Esta questão também deve implicar em orientação estratégica. Com o que é medido pode-se analisar eventos passados, possibilitando o entendimento de eventos futuros. O entendimento de eventos futuros e do processo de geração de produtividade culmina no desempenho da organização que, por sua vez, deve ser gerenciado, fechando o ciclo na reavaliação da medição, passando por essas duas questões.

Para Kaydos (1991), a medida de desempenho possui algumas funções. É possível agrupá-las em duas funções mais gerais: a de comunicar a estratégia, clarificando valores da organização; e a de orientar e promover mudanças de comportamento. A comunicação da estratégia e a clarificação dos valores são feitas, pois as medidas de desempenho possibilitam a identificação de problemas e oportunidades (diagnóstico de problemas e compreensão do processo que a organização opera), e a melhoria no planejamento e controle (a alocação de recursos de maneira mais eficiente, a definição de responsabilidades e a identificação de quando e onde são necessárias ações). Com isso, um entendimento do sistema de produção pode ser alcançado. A orientação e promoção de mudanças de comportamento são feitas através da exibição das realizações, do reconhecimento do desempenho e da recompensa pelo desempenho, que culminam em envolvimento pessoal. Para Kaydos, o benefício de maior valor em se definir medidas adequadas (próprias) de desempenho é o entendimento do sistema de produção e das forças que o conduzem.

O comportamento das pessoas da organização é influenciado pelo sistema de medição. Portanto, caso o sistema de medição não seja adequado às atividades desempenhadas pela organização, suas conseqüências podem ser prejudiciais aos objetivos estratégicos estabelecidos pela organização. Tanto Kaydos (1991) como Lebas (1995) consideram a medição como parte do processo de gerenciamento do desempenho. Por isso, para que o gerenciamento da organização seja eficaz, o projeto de sistemas adequados de medição de desempenho é importante.

FEMA - IMESA

1. Sistemas de Medição de Desempenho

Esta seção inicia-se com a descrição da evolução histórica feita por Johnson e Kaplan (1993) a respeito da contabilidade gerencial. As empresas do início do século XIX, como consequência da Revolução Industrial, investiam quantias significativas de capital em seus processos de produção. As limitações para a coleta e processamento de informações precisas (elevado custo devido a limitações tecnológicas) contribuíram para a agregação de informações (determinação dos custos dos produtos, por exemplo), de forma a simplificar os relatórios contábeis. O uso das informações contábeis para informes gerenciais proporcionou o desenvolvimento de indicadores de contabilidade gerencial. Os indicadores de contabilidade gerencial se desenvolveram para motivar e avaliar a eficiência de processos internos e não para medir a lucratividade geral da empresa (JOHNSON; KAPLAN, 1993). Porém, mesmo refletindo a eficiência dos processos internos, as organizações da época tinham condições de fazer a avaliação gerencial, pois mesmo com um sistema de medição simplificado, as organizações não eram muito complexas em suas estruturas de produtos e em suas estruturas organizacionais. No final do século XIX e no início do XX, com o crescimento das corporações diversificadas de múltiplas atividades, os sistemas de contabilidade gerencial sofreram suas evoluções finais, desenvolveu-se grande parte das práticas de contabilidade gerencial utilizadas atualmente (JOHNSON; KAPLAN, 1993), como cálculo de custos de mão-de-obra, orçamentos de caixa, previsões de vendas, custos padrões etc.

Na década de 1920, as linhas de produção das organizações eram mais focadas que as atuais, de modo que o efeito das simplificações na atribuição dos custos era menor. Além disso, naquela época o custo para coleta de dados e fornecimento de informações sem a defasagem dos relatórios contábeis (anuais, semestrais ou trimestrais) era elevado demais. Dessa forma, as organizações pararam de investir nos sistemas de contabilidade gerencial. Nas décadas que se seguiram, com a expansão das linhas de produtos, as mudanças nas tecnologias de produção, a diminuição dos ciclos de vida dos produtos e os avanços na tecnologia de informação seria de se esperar que os sistemas de contabilidade gerencial fossem aprimorados. Porém, segundo Johnson e Kaplan (1993), o espírito e o conhecimento para projeto de sistemas de contabilidade gerencial tinham desaparecido e as empresas continuaram utilizando os sistemas de custos e métodos de informações gerenciais da década de 1920. Com a automação dos sistemas de custos nos computadores, os sistemas manuais encontrados nas fábricas foram automatizados, sem questionamento. Ao usar sistemas simplificados (a administração com base no sistema de contabilidade tradicional, com agregação de custos e despesas e posterior rateio aos produtos por utilização ou custo da mão-de-obra direta ou por outros critérios) como base para decisões gerenciais, corria-se o risco de distorções no custo dos produtos (subsídios ou aumento nos custos) que poderiam resultar em esforços equivocados para a redução desses custos e, conseqüentemente, em resultados comprometidos para a organização. Por exemplo, produtos intensivos em capital e com pequena influência da mão-de-obra poderiam receber subsídios devido aos critérios de rateio que levassem em conta o custo da mão-de-obra direta. Por outro lado, produtos intensivos em mão-de-obra poderiam receber subsídios dados aos produtos intensivos em capital e não do custo da mão-de-obra direta em si. Na

FEMA - IMESA

década de 1980 começa a vir à tona os problemas com o sistema contábil tradicional para a tomada de decisão. Dois caminhos se seguiram a partir desses problemas: a busca de relevância para os sistemas de medição baseados em indicadores financeiros (JOHNSON; KAPLAN, 1993); e o estudo e formulação de modelos para sistemas de medição de desempenho que consideram o uso de outras medidas, além das financeiras, como medidas de clientes, por exemplo (KAPLAN; NORTON, 1992). A partir daí, alguns modelos de sistemas de medição (*frameworks*) foram criados.

A tabela 1 apresenta uma síntese de alguns *frameworks*, destacando: o sistema tradicional que, segundo Veltz e Zarrifian (1994), é centrado no controle e na medida da eficiência das operações (economizar tempo, mão-de-obra etc.) desse controle, proporciona os ganhos financeiros esperados, o *Balanced Scorecard* (centrado na estratégia que, segundo Kaplan e Norton (1996), não substitui o sistema de medição do dia-a-dia) e o *Performance Prism* (“prisma do desempenho” que, segundo Neely e Adams (2000), antes da preocupação com a estratégia, parte da preocupação com os *stakeholders*). Os *stakeholders* não se limitam a acionistas, mas incluem, como citado por Neely e Adams (2000), empregados, fornecedores, *complementors* (que fornecem produtos e serviços capazes de ampliar o valor dos produtos que a empresa fornece ao cliente), reguladores/ comunidade legal e grupos de pressão (organizações não-governamentais etc.).

Tabela 1: Síntese dos *frameworks* de sistemas de medição

<i>Framework</i>	Sistemas Tradicionais	<i>Balanced Scorecard</i>	<i>Performance Prism</i>
Centrado em:	Controle	Visão e Estratégia	<i>Stakeholders</i>
Baseado em:	Eficiência operacional	Aprendizado (capital intelectual)	Competências (recursos, não necessariamente pessoais)
Perspectivas:	Operacional e financeira	Financeira, Clientes, Processos Organizacionais Internos e Aprendizado e Crescimento	Satisfação dos <i>Stakeholders</i> Estratégias, Processos, Competências, Contribuição dos <i>Stakeholders</i>
Outras informações:	Perspectiva financeira no topo das análises, mas os relatos financeiros podem vir atrasados, caso os períodos contábeis sejam usados (três ou seis meses, por ex.)	Perspectiva financeira no topo das análises; o BSC não deveria substituir o sistema de medição operacional; sistema flexível, com poucas medidas que representem a estratégia atual adotada (e que são mudadas quando a estratégia se alterar)	Satisfação dos <i>Stakeholders</i> no topo das análises. Para tanto, contribuições são esperadas dos <i>stakeholders</i> e, pensando nestes <i>stakeholders</i> , a estratégia é formulada, os processos e as competências são desenvolvidos em alinhamento com a estratégia. Presença do “dono” do processo

(Fonte: o autor)

Independentemente do *framework* apresentado, o importante, como citado por Neely e Adams (2000), é reconhecer que não há um melhor modo de enxergar o desempenho do negócio: cada organização precisa se adaptar às suas próprias especificidades e às do ambiente de negócio na qual ela está inserida.

2. Sistema de Medição de Desempenho e Estratégia da Organização

Estratégia é o padrão global de decisões e ações que posicionam a organização em seu ambiente e têm por objetivo fazê-la atingir suas metas de longo prazo (SLACK et al., 1997). A estratégia divide-se em três níveis hierárquicos: corporativa, de negócios e das

FEMA - IMESA

funções. O modelo hierárquico é uma simplificação da forma de raciocinar a estratégia e não tem a intenção de representar a maneira como ela é formulada.

Segundo Mintzberg et al. (2000), a formulação da estratégia de uma organização é uma composição de planos para o seu futuro (estratégia pretendida) e de padrões extraídos de seu passado (estratégia realizada em períodos anteriores). As intenções plenamente realizadas da estratégia podem ser classificadas como deliberadas, as não realizadas podem ser chamadas de não-realizadas, e as realizadas que não eram inicialmente pretendidas, mas que foram realizadas, podem ser classificadas como emergentes. Mintzberg et al. (2000) destacam que poucas estratégias são puramente deliberadas (o que significaria aprendizado zero) e poucas são totalmente emergentes (o que significaria controle zero). Para os autores, as estratégias da vida real precisam exercer controle, fomentando o aprendizado.

Mintzberg et al. (2000) comentam que as vantagens decorrentes de dada estratégia também estão associadas a desvantagens. As estratégias resolvem as questões mais amplas para que as pessoas possam cuidar de pequenos detalhes, elas são vitais, seja por sua presença ou ausência, pois a ausência deliberada de uma estratégia pode promover flexibilidade em uma organização, por exemplo.

Um sistema de medição deve estar alinhado com a estratégia da organização. Este aspecto é um ponto de partida em alguns *frameworks* de sistemas de medição de desempenho, como o BSC e o *performance prism*, por exemplo. Suas perspectivas devem ser construídas de forma a reforçar a estratégia da organização.

Quando um sistema de medição de desempenho não está alinhado com a estratégia, ele pode comprometer a realização dos objetivos definidos por ela. Ele pode “engessar” de tal forma a organização, impedindo o surgimento de estratégias emergentes, ou ainda representar puramente esse tipo de estratégia, ou seja, a organização se encontrará em uma posição bastante delicada: sem aprendizado ou sem controle.

3. Medição de Desempenho em uma Pequena Empresa Industrial

Para exemplificar e fundamentar a discussão da próxima seção, uma empresa industrial terá seu sistema de medição de desempenho descrito. Inicialmente, o ambiente em que ela opera será caracterizado.

A empresa em questão é uma produtora de calçados, terceira cativa de uma empresa consolidada no mercado (com uma marca já conhecida), ou seja, só há o fornecimento de produtos para esta “matriz”. A matriz fornece diariamente à empresa (e a outras terceiras) todo o material necessário para a produção (na quantidade certa para a produção contratada, considerando um percentual de perdas dos materiais). Cada terceira é especializada em um segmento de produtos, portanto não há competição entre as terceiras. As vantagens que levam a matriz a terceirizar parte da sua produção são basicamente descontos em impostos, pois ela somente seleciona as terceiras que são classificadas no sistema simples de impostos. Com isso, os encargos ficam menores para a matriz. Do lado das terceiras, as vantagens para aceitarem a terceirização, ao invés de produzirem um produto próprio, envolvem a inexistência de inadimplência (a matriz paga pela produção) e a ausência de preocupações com fornecedores (a terceira só compra materiais de limpeza e de higiene, o

FEMA - IMESA

restante é fornecido pela matriz). Essas vantagens foram citadas pelo proprietário da empresa descrita nesta seção. Além disso, caso a terceira seja bem conduzida, ela tem uma margem de lucro garantida, pois sem perdas excessivas de materiais fornecidos pela matriz (problemas com refugos, por exemplo) e ineficiências na produção (como uso abusivo de horas-extras, por exemplo) o preço por produtos pago pela matriz considera uma margem de lucro para a terceira.

Para elaboração do sistema de medição de desempenho da pequena empresa de calçados, terceira de uma empresa maior, medidas financeiras praticamente não são consideradas. Apenas o fluxo de caixa (baseado nos saldos dos bancos e nas contas a pagar e receber – acompanhamento diário) e o demonstrativo de resultados (baseado na contabilidade – acompanhamento mensal) são utilizados como indicadores financeiros. As medidas operacionais são as mais importantes e suas metas definidas com base nos tempos das operações. Elas são utilizadas basicamente para o controle das operações, e as duas medidas utilizadas são a eficiência (dos grupos (células), das linhas de produtos (duas linhas diferentes) e a do chão de fábrica) e o controle de qualidade (de perdas de materiais e de retrabalho). A eficiência das células é acompanhada pelo supervisor de hora em hora e, caso haja problemas, o gerente é acionado. O gerente recebe relatórios diários com a eficiência das linhas de produtos e do chão de fábrica. Paralelamente, são enviados diariamente à matriz o total de pares produzidos e a quantidade de trabalhadores que faltaram ao trabalho. A indústria de calçados é dividida basicamente em três setores: corte, pesponto (costura) e montagem, sendo que as duas linhas de produtos supracitadas só existem no pesponto. Do corte, a produção é dividida em duas linhas formadas por células (com uma coladeira e uma pespontadeira) e a montagem é reagrupada em uma única linha. Com esses dados a matriz monta um relatório de eficiência que é enviado ao gerente da terceira que compara os relatórios. Toda a linguagem utilizada internamente na terceira gira em torno do número de pares de calçados. Os trabalhadores sabem a quantidade de pares que eles devem produzir para a empresa não ficar em prejuízo (o ponto de equilíbrio), consideram a capacidade de produção pelo número de pares (e não pelas horas disponíveis – essa conversão é feita pelo pessoal do planejamento) etc. Um aspecto a ser destacado é que a matriz envia o lote diário de produção que a terceira deve produzir e o PCP (planejamento e controle da produção) da terceira gera as ordens de produção (por setor e por célula) que são dimensionadas de forma a facilitar os controles de eficiência, feitos de hora em hora.

A figura 1 mostra um exemplo de planilha para o controle de eficiência utilizado pela terceira e a figura 2 mostra um exemplo de planilha enviada para o gerente da terceira e para a matriz:

EFICIÊNCIA (Célula 1)			
MODELO	Metr/h		
1	10		
2	20		
...	...		
X	Y		
MODELO	PROD.	HORAS GASTAS - Previsão	
1	60	6	
2	40	2	
...	
X1	Y1	Y1/Y	
Tempo Produção (previsto)			8
Horas Trabalhadas (real)			9
Eficiência		89% (Tempo Previsto/Real)	

(Figura 1: Controle diário de eficiência da célula de manufatura)

FEMA - IMESA

PLANEJAMENTO DE CONTROLE DE PRODUÇÃO																
SEÇÃO = PESPONTO 06				DEZEMBRO/ 02				DIAS - UTEIS								
DATA	PRODUÇÃO PROGRAMADA	HORAS DIÁRIAS	TRAB	Linha1	Linha2	TOTAL	% DIÁRIO	ACUMULADOS PREV	REAL	SALDO	% MEDIO	PREV	REAL	FALTAS %FALTA	EFIC	PER CAPTA
02	SEG															
03	TER															
04	QUA															
05	QUI															
06	SEX															

(Figura 2: Relatório emitido para a gerência da terceira e para a matriz)

4. Discussão e Conclusão

Com as informações referentes ao exemplo da empresa industrial (seção 4), aos sistemas de medição de desempenho e à estratégia da organização (seções 2 e 3), é possível levantar algumas questões a respeito da prática de medição e de sua adequação a um ou outro modelo apresentado pela literatura, e ainda avaliar como a medição reforça ou dificulta a realização dos objetivos definidos pela estratégia.

Primeiramente, alguns autores apresentam seus modelos de sistema de medição de desempenho partindo do pressuposto de que o sistema tradicional está ultrapassado e não mais se aplica às organizações que operam atualmente. Porém, como pode ser observado, pelo exemplo descrito na seção anterior, o sistema de medição utilizado pela empresa descrita é muito próximo dos sistemas tradicionais, centrado no controle. Além disso, pela entrevista realizada, não há indícios de descontentamento (por parte da gerência) com o sistema de medição adotado: a linguagem adotada pela gerência é compreendida pelo pessoal operacional (todos os indicadores são estruturados com base em número de pares), o que representa uma barreira a menos para o alcance dos objetivos, visto que a gerência não é cobrada, por exemplo, por percentual do ROI (retorno sobre o investimento), necessitando converter este objetivo à linguagem operacional.

Outra questão que pode ser extraída das seções anteriores e do exemplo da empresa diz respeito ao alinhamento da estratégia com o sistema de medição. Para a empresa de calçados, trabalhando como terceira de uma outra empresa, sendo especializada em alguns tipos de calçados e respondendo à empresa contratante com volume de produção, a estratégia é bastante semelhante à adotada pelas empresas de automóveis no início da produção em massa: não há muita preocupação com a demanda (embora não seja desejado um aumento muito drástico no volume de produção no decorrer do período, pois nem sempre a empresa que a contrata deseja essa produção a mais. Para continuar trabalhando como terceira, a empresa não deve exceder o valor de faturamento que possibilite sua inserção no sistema simplificado de impostos). Como o sistema de produção de calçados é intensivo em mão-de-obra, não há necessidade de grandes investimentos para pequenos aumentos na produção e ainda uma parte dos trabalhadores trabalha sob o regime de contratos temporários (devido à especialização da mão-de-obra da região onde a empresa do exemplo opera), é possível batalhar por melhoria na eficiência da área produtiva da empresa (uma maneira de aumentar a lucratividade no decorrer da produção de determinado produto), e caso não haja interesse na produção extra que pode ser gerada, é possível se desfazer de alguns funcionários.

FEMA - IMESA

A partir da tabela 1 podemos verificar se a utilização de outros *frameworks* na empresa em questão é possível e que adaptações seriam necessárias.

Caso a empresa descrita na seção 4 deseje ampliar sua atuação através da diversificação de seus produtos (há diversidade com relação a tamanhos dos produtos fabricados – grade – e variações nos modelos de calçados, porém apenas um tipo de calçado é produzido: tênis, sapato ou sandália, por exemplo) e da ampliação dos seus clientes e/ou fornecedores, talvez o sistema de medição possa (ou deva) ser modificado. Isso não deve, porém, ser feito apenas por modismo, pois a inclusão de novas perspectivas (como satisfação dos clientes ou aprendizado, por exemplo) pode não significar muito para a maneira como a empresa opera atualmente. Na pior das hipóteses, pode representar desvantagem, pois os trabalhadores serão cobrados por mais medidas, podendo haver resistências culturais à mudança na medição, sem contar a ausência de metodologias para a medição de dimensões qualitativas, como descritas por Macedo-Soares e Ratton (1999), e o “desempenho com base nos números” pode desviar a empresa de seus objetivos estratégicos, caso a preocupação com os números seja excessiva e outros aspectos sejam deixados de lado.

A rigor, tanto o *Balanced Scorecard* (BSC) quanto o *Performance Prism* poderiam ser implantados na empresa, caso ela saia do ambiente competitivo “protegido” pela média empresa (que é ao mesmo tempo seu cliente e seu fornecedor), mas mesmo que isso ocorra, o ambiente competitivo em que ela está inserida é muito dinâmico e os produtos têm um ciclo de vida muito curto (geralmente de seis meses, quando uma nova estação exige novos modelos). Assim sendo, um *framework* baseado em competências, como o *Performance Prism*, parece trazer mais vantagens do que o BSC. Contudo, isso não impediria que o BSC fosse implantado, mas o fato de empresas de segmentos industriais muito influenciados pela moda, como empresas de confecções e empresas de calçados, pode exigir mudanças mais frequentes no conjunto de medidas do BSC, de tal forma que permaneçam com poucas medidas e atendam à estratégia adotada para determinada estação (os produtos do segmento calçadista têm geralmente um ciclo de vida de seis meses, quando uma nova coleção é lançada para a nova estação – duas por ano: primavera/verão e outono/inverno).

Os modelos de sistema de medição, como os descritos na seção 2, ou mesmo de outros que não foram abordados neste artigo, não devem ser seguidos como uma “receita de bolo” em nenhuma empresa. Eles foram construídos com base em experiências dos autores em alguns casos, mas deve ser feita uma análise quanto aos benefícios (e mesmo aplicabilidade) de uma perspectiva de dado sistema às particularidades do ambiente onde a empresa se encontra, mesmo quando isso culmine na criação ou na exclusão de uma perspectiva, de modo que o sistema de medição seja mais adequado para a empresa em questão. Como bem citado por Neely e Adams (2000), o importante é reconhecer que não há um melhor modo de enxergar o desempenho do negócio, cada organização precisa se adaptar às suas próprias especificidades.

Por fim, é importante ressaltar que as considerações quanto à complexidade do sistema produtivo, à cultura organizacional da empresa e ao ambiente onde a empresa está inserida determinarão a complexidade do sistema de medição de desempenho. Esta é uma analogia à idéia defendida por Sipper e Bulfin (1997) de que, quanto mais complexo o

FEMA - IMESA

sistema produtivo de uma empresa, mais avançado deverá ser o sistema de planejamento e controle da produção. O bom uso do sistema (seja ele de planejamento da produção ou de medição de desempenho), explorando as suas potencialidades oferecidas e tendo ciência das deficiências apresentadas por ele, certamente pode prover melhor resultado do que a simples adoção de um *framework* que está “na moda” no ambiente empresarial, sem a análise da real necessidade de modificação do sistema atual.

BIBLIOGRAFIA

JOHNSON, H. T.; KAPLAN, R. S. *Contabilidade gerencial – a restauração da relevância da contabilidade nas empresas*. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P.: Linking the balanced scorecard to strategy. *California Management Review*, v. 39, n.1, p. 53-79, fall 1996.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P.: The Balanced Scorecard – measures that drive performance. *Harvard Business Review*, p. 71-79, jan./feb., 1992.

KAYDOS, W. *Measuring, managing, and maximizing performance*. Portland: OR, Productivity Press, 1991.

LEBAS, M. J. Performance measurement and performance management. *International Journal Production Economics*, v. 41, n. 23-25, p. 23-35, 1995.

MACEDO-SOARES, T. D. L. V. A.; RATTON, C. A. Medição de desempenho e estratégias orientadas para o cliente: resultados de uma pesquisa de empresas líderes no Brasil. *Revista de Administração de Empresas*, v. 39, n. 4, out./dez., 1999.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. *Safári de Estratégia*. Bookman, Porto Alegre, 2000.

NEELY, A.; ADAMS, C. *Perspectives on performance: the performance prism*. Cranfield, UK, Centre for Business Performance, 2000 (working paper).

SIPPER, D.; BULFIN, R. *Production: planning, control, and integration*. New York: McGraw-Hill, 1997.

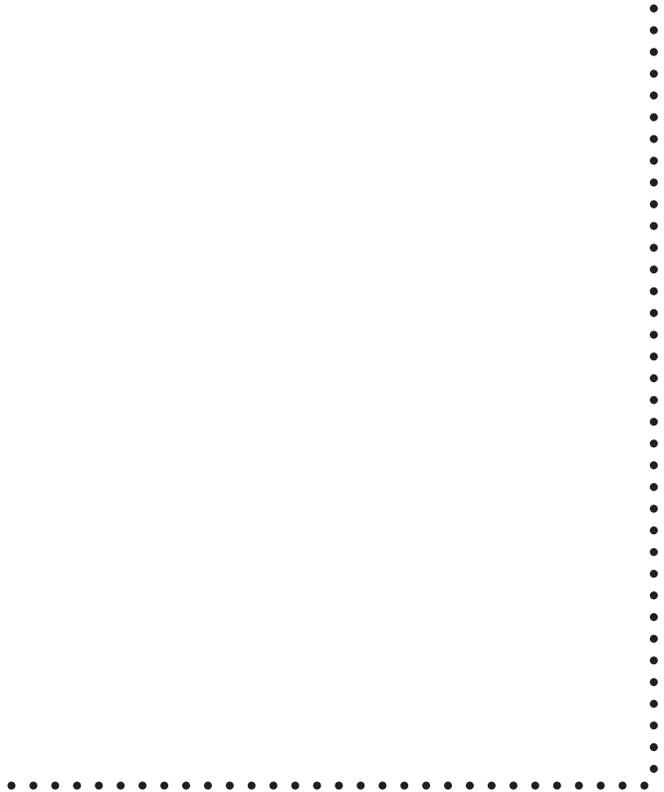
SLACK, N.; Chambers, S.; Harland, C.; Harrison, A.; Johnston, R. *Administração da Produção*. São Paulo: Atlas, 1997.

VELTZ, P.; ZARRIFIAN, P. De la productivité des ressources à la productivité par l'organization. *Revue Française de Gestion*, n. 97, p. 59-66, jan./fev., 1994.

Agradecimentos

À empresa que tão prontamente colaborou com o desenvolvimento da pesquisa apresentada em parte neste artigo, inclusive estendendo o acesso à Matriz. Ao Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos que disponibilizou os recursos e a infra-estrutura necessária para o desenvolvimento da pesquisa. À FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, por ter financiado este trabalho.

Comunicação



Viviane Alessandra de Gênova Silva*

RESUMO: Este artigo tem por objetivo possibilitar uma reflexão sobre o papel do discurso humorístico em crônicas, bem como seu envolvimento na formação de opinião do leitor. Neste trabalho, parte-se do pressuposto de que o humor no contexto jornalístico é elemento motivador para aprofundamentos posteriores nos assuntos abordados pelo cronista.

PALAVRAS-CHAVE: humor; crônica; opinião; leitura.

* Jornalista formada pela Fundação Educacional do Município de Assis - FEMA. Contato: vivianege@hotmail.com. Este artigo foi baseado em uma pesquisa mais ampla que serviu ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado “A carnavalização da notícia: análises de crônicas de José Simão”, orientado pela Prof^a. Mestra Eliane Aparecida Galvão Ribeiro Ferreira, em 2005.

FEMA - IMESA

0. Introdução

Pretende-se, neste trabalho, refletir sobre a relação entre o discurso humorístico em crônicas e a formação de opinião do leitor. Embasa esta análise princípios de carnavalização de Bakhtin.

A crônica, em suas origens, teve importante papel crítico na sociedade e que ainda reflete nas leituras atuais. Por sua vez, o humor é utilizado como atração e representa um viés para desmontar o sério e as significações comprometidas com o poder hierárquico; é um modo de ridicularizar momentos corriqueiros do dia-a-dia e mostrar defeitos ou vícios implícitos na sociedade.

1. A crônica: breve relato histórico

Derivada do latim *chronos*, a crônica significava, no início da era cristã, o relato de acontecimentos em ordem cronológica, sem nenhuma participação interpretativa do cronista. Já na Idade Média, passa a exprimir uma representação individual dos fatos e, a partir do século XIX, foi definida como uma forma especial de literatura, pois, apesar da aproximação do conto e do poema, não podia ser caracterizada como estes, pois continha elementos de ambos.

Com o desenvolvimento da imprensa, a crônica passou a fazer parte dos jornais e apareceu pela primeira vez em 1799, no *Journal de Débats*, publicado em Paris (França), conforme informações do site “Alô Escola”, da TV Cultura. Os textos comentavam de maneira crítica os principais acontecimentos da semana, de modo que a crônica servisse também como instrumento de informação ao leitor. Nesse período, esses textos eram publicados no rodapé dos jornais, os “folhetins”.

Ainda conforme o sistema de comunicação, a prática foi trazida ao Brasil na segunda metade do século XIX, de modo parecido às publicações francesas. Gradualmente, no entanto, distanciou-se do sentido documentário e passou a ter um caráter mais literário, fazendo uso de linguagem leve e coloquial.

Desde seus primórdios, portanto, a crônica tem mantido a tradição de recorrer aos acontecimentos antigos e/ou imediatos para tecer os comentários. O cronista, por sua vez, trata do assunto com superficialidade, de modo que o texto seja uma conversa com o leitor “já informado”, sem que se torne, porém, confuso. O cronista busca produzir no leitor a sensação de que está diante dos fatos e, a partir de pequenas pinceladas de informação, almeja que ele tire suas próprias conclusões.

2. A crítica textual e a charge

Enquanto gênero jornalístico, a crônica adota instantaneidade semelhante à do jornal, pois tende a reproduzir comentários “quentes” dos últimos dias, apesar de, eventualmente, admitir críticas relacionadas a fatos antigos.

A sensibilidade é um ponto importante do cronista, o qual deve estar atento a todos os fatos em sua volta de forma que o que vê, seja também o que o leitor vê, a fim de proporcionar o diálogo proposto em seu texto.

FEMA - IMESA

A estudiosa em Literatura, Irene A. Machado (1994, p. 240), classifica a crônica como “uma manifestação de linguagem que fez os acontecimentos pitorescos do cotidiano virarem literatura”. Machado (1994, p. 241) entende que “o componente emocional, ainda que irônico, é o que traz uma palpitação diferenciada a este texto e o leva para bem longe da notícia e da reportagem que o gerou”. Pode-se considerar, portanto, a crônica como um gênero sério-cômico.

Em consonância com os estudos de Laura Nery (2006), a crônica e a charge admitem características semelhantes capazes de promover o leitor à crítica. Enquanto a charge adquire representações pictóricas, freqüentemente legendadas, a crônica adota a forma textual; ambas satirizam personagem e/ou episódio de conhecimento público. Dessa forma, essas expressividades se classificam como gêneros de relato que remetem a um mesmo tipo de intelectual no que diz respeito à sua relação com a cidade:

A crônica moderna liga-se estreitamente ao espaço e à experiência urbanos. Do mesmo modo que a caricatura é um gênero identificado com o desenvolvimento técnico e empresarial da imprensa. Tendo igual suporte, o jornal ou a revista, e nutrindo-se basicamente da mesma fonte - a cidade e seus personagens, caricatura e crônica ancoram-se, ainda, numa mesma percepção da temporalidade (NERY, 2006).

A estudiosa lembra que o desenvolvimento dos serviços de impressão e a competitividade no mercado refletiram diretamente nas linhas editoriais das gazetas e revistas. Para atender ao público, as empresas de comunicação adotaram um estilo mais “leve”. Os pesados artigos de fundo e os antigos folhetins cederam lugar às reportagens, às crônicas, à ilustração e também às imagens fotográficas, que hoje são mais trabalhadas e representam um recorte do ato pretendido. “É por ser fragmento (de forma, de idéias) que a expressão literária pelas crônicas é múltipla, contendo sentidos perceptíveis a um vasto público” (Apud NERY, 2006).

A partir das considerações apresentadas neste artigo, pode-se afirmar, portanto, que o cronista e o caricaturista dividem com o leitor o espaço público e expressam demandas coletivas, muitas vezes ignoradas pelas autoridades. Conforme Nery (2006), proximidade com o público, inovações na linguagem, visão sintética da realidade, seleção de eventos cotidianos como inspiração e o contato direto com as ruas, são algumas das numerosas semelhanças entre os termos.

3. O humor e a carnavalização

Analisar o efeito do humor em crônicas sem retomar alguns de seus primórdios, na Antiguidade, seria tarefa difícil, considerando que este sentimento surgiu de forma questionadora à valorização única do sagrado e do sério.

Da tragédia, surgiram as manifestações ligadas ao divino, por meio do culto a Dionísio, ou Baco, deus da natureza, dos instintos e dos vinhos. Profecias, mitos, lendas e conflitos humanos eram alguns dos enfoques das ações dramáticas da época que, em

FEMA - IMESA

sua maioria, descrevia personagens heróicos que lutavam, geralmente em nome da honra, uma lei divina, o que justificava todos os seus atos. Havia a presença concreta do sofrimento vindo da paixão, da guerra ou de outro fator motivado por um dos deuses.

Deixando de lado o reino dos deuses e entrando no reino dos homens, a comédia surgiu como uma nova manifestação popular que buscava quebrar o sério, o sagrado e o ameaçador para dar lugar ao riso como força criadora na literatura. O humor irônico presente nas comédias aparecia como manifestação de uma época marcada pela impotência e significava reflexão.

Ligada ao rito profano, a origem da comédia também está vinculada ao culto a Dionísio, porém, de forma diferenciada. Com uma visão menos conservadora, nas festas populares primaveris, os agricultores celebravam a glorificação do trabalho na lavoura e comemoravam a conservação da vida humana por meio da agricultura, quebrando, portanto, um ritual religioso para a centralização do homem.

Estas realizações, mais tarde, deram origem às manifestações carnavalescas de hoje. Em procissões comemorativas o poder de reprodução humano, tal como o da natureza que cultivava seus frutos, o falo (órgão da virilidade masculina) era escoltado por homens mascarados que percorriam as ruas em blocos. “Criavam-se máscaras contorcidas, deformadas de rostos, figuras com barriga e nádegas exageradamente aumentadas e grandes falos artificiais” (MACHADO, 1994, p. 218).

Quanto à visão carnavalesca do mundo, o crítico russo Mikhail Bakhtin apresentava como uma aproximação do mundo com o homem, e do homem com ele mesmo, de modo que o Carnaval não seja considerado um fenômeno boêmio e banal, mas uma “grandiosa cosmovisão universalmente popular” que, transportada para a literatura, configure-se na “carnavalização da literatura” (Apud FÁVERO, 1999, p. 51).

Nestas condições, o estudioso Daniel Kupermann, particulariza que:

O mundo carnavalizado das festas e da arte popular é um mundo no qual as misturas, os excessos e o rebaixamento de todas as formas no sentido da vida material e corporal celebram o “tempo alegre”, o tempo da transformação e da metamorfose, responsável pela degradação e morte de tudo o que existe de antigo, e pelo renascimento daquilo que é novo (KUPERMANN, 2006).

Vários recursos ligados diretamente ao humor compõem a carnavalização da linguagem, como a própria paródia, que utiliza a intertextualidade e os elementos polifônicos e dialógicos para provocar a identificação da leitura do espectador com seu mundo real, o riso ambivalente. Assim sendo, o riso de determinado fato/personalidade acaba se tornando o rir de si mesmo.

FEMA - IMESA

4. José Simão e seus leitores

As crônicas de José Simão, colunista do jornal *Folha de S. Paulo*, podem ser consideradas exemplos de crítica textual que emprega o discurso humorístico como atração. Os comentários chistosos deste colunista servem como contrapeso para a correria diária dos leitores e, talvez, à sua própria indefesa diante da superatividade social e política.

As crônicas de Macaco Simão, como o próprio colunista se classifica, são caracterizadas por vários recursos e expressões que demonstram a informalidade textual, em uma tática de aproximação do leitor. Neologismos, justaposições, sinédoques, hibridismos, onomatopéias, paródias, paráfrases e metáforas são alguns dos diversos elementos utilizados por ele. O próprio “macaco”, escolhido como nome artístico, pode ser considerado um recurso chistoso, considerando que este animal tem um instinto marcado pela sátira e pelo cômico.

Em uma pesquisa realizada por Aline Tânia Vilalva e pela autora deste artigo, em 2005, por meio de questionário aplicado a uma parcela de leitores de José Simão, procurou-se descobrir se as pinceladas de informações, devidamente temperadas com elementos atrativos de suas crônicas, são, de fato, compreensíveis para esses leitores e provocam a sua curiosidade, criando a necessidade de um detalhamento da notícia. A pesquisa foi aplicada em 80 universitários da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), com idade entre 17 e 35 anos, aproximadamente.

Concluiu-se que 56% dos leitores às vezes sentem interesse em buscar mais informações quando lêem uma crônica de Simão; para 31% dos entrevistados suas crônicas aguçam o interesse e, para 13%, elas não incitam esse tipo de curiosidade. O resultado, portanto, comprovou a hipótese inicial, confirmando que a maioria dos investigados realizava leituras posteriores ou buscava outras fontes para aprofundar-se no assunto abordado pelo cronista. Percebeu-se, também, que o humor foi o elemento motivador para tal aprofundamento.

5. Considerações finais

A partir das reflexões suscitadas neste texto, pode-se concluir que o humor é uma via que possibilita a construção da visão crítica e acompanha a tendência de transformação dos tempos e da história humana.

Diariamente, assistimos ao desenvolvimento da linguagem humorística em seus diversos meios de comunicação, seja no simples ato da informação até a publicidade, os artigos científicos, a política e outras fontes. Sobretudo, como salienta Daniel Kupermann (2006), “o terreno das relações interpessoais é caracterizado por um clima irreverente, onde a espontaneidade passa a ser o valor privilegiado”.

O discurso humorístico em crônicas é apenas uma das diversas faces que o humor adquire no contexto jornalístico e, enquanto tenta abolir qualquer tipo de hierarquia, convida o leitor a refletir sobre sua função formadora de opinião.

FEMA - IMESA

BIBLIOGRAFIA

FÁVERO, Leonor Lopes. *Paródia e Dialogismo*. In: FIORIN, José Luiz; BARROS, Diana L. Pessoa de (orgs). *Dialogismo, Polifonia, Intertextualidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999, p. 49-62.

KUPERMANN, Daniel. *Do humor e do grotesco na Psicanálise*. In: *Humor, o necessário, o esquecido, o suficiente*, 2006. Disponível em: <<<http://www.gradiva.com.br/grotesco.htm>>>. Acesso em: 07 set. 2006.

MACHADO, Irene A. *Literatura e Redação: conteúdo e metodologia da Língua Portuguesa*. São Paulo: Scipione, 1994.

NERY, Laura. *Charge: Cartilha do Mundo Imediato*. In: *Cátedra/PUC-Rio*. Disponível em: <<http://www.letas.puc-rio.br/Catedra/revista/7Sem_10.html>>. Acesso em: 07 set. 2006.

ORIGEM e desenvolvimento da crônica. In: *TV Cultura – Alô Escola*. Disponível em: <<<http://www.tvcultura.com.br/aloescola/literatura/cronicas/origem.htm>>>. Acesso em: 07 set. 2006.

SILVA, José Ricardo Carvalho da. *A leitura dos textos de humor*. In: *Rede de Letras*. Disponível em: <<http://www.estacio.br/rededeletas/numero18/postudo_extudo/texto02.asp>>. Acesso em: 07 set. 2006.

VILALVA, Aline Tânia; SILVA, Viviane Alessandra de Gênova. *A carnavalização da notícia: análises de crônicas de José Simão*, 2005. 89 p. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso – TCC) Fema/Imesa. Assis.

Alzimar Rodrigues Ramalho*

RESUMO: Ao iniciar-se na prática jornalística, o estudante depara-se com um dilema: seu papel social enquanto profissional de comunicação exige lógica, objetividade, clareza, fidelidade aos fatos. Por outro lado, muito mais do que o conhecimento da técnica de redação, é imperioso que o jornalista seja criativo, para que seu texto não fique pasteurizado, limitado às regras. A literatura é uma fonte inesgotável de aprendizado para quem quer escrever bem. E é amparado nela – especialmente na crônica – que o jornalista pode encontrar um meio de aflorar a sua criatividade, já que é o mais jornalístico dos gêneros literários e o mais literário dos gêneros jornalísticos. Uma experiência iniciada no segundo semestre de 2002 com estudantes do 3º ano de Jornalismo do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis (IMESA), mantido pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), como parte do conteúdo da disciplina “Técnica Redacional em Jornalismo II” (Jornalismo Opinativo), tem demonstrado que, ao vencer os bloqueios iniciais, os alunos resgatam o prazer do lúdico, do texto “despretensioso” (embora carregado de pretensões), do jogo de palavras. O estímulo à criatividade ocorre no momento em que todas as formas de exposição das idéias são aceitas. Como resultado, um produto laboratorial – a edição do livro de crônicas “Terceiros Passos”, lançado durante a Semana de Comunicação organizada pela coordenação do curso, quando os autores realizam a noite de autógrafos e os exemplares são vendidos a preços simbólicos.

PALAVRAS-CHAVE: crônica; jornalismo opinativo; criatividade.

* A autora é Jornalista, professora do curso de Comunicação Social-Habilitação em Jornalismo do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, Mestre em Comunicação – Mídia e Cultura e doutoranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da USP.

FEMA - IMESA

Escrever nunca é sabido.

João Cabral de Melo Neto

0. Introdução

Ao iniciar-se na prática jornalística o estudante depara-se com um dilema: seu papel social enquanto profissional de comunicação exige lógica, objetividade, clareza, fidelidade aos fatos. Por outro lado, muito mais do que o conhecimento da técnica de redação, é imperioso que o jornalista seja criativo, para que seu texto não fique pasteurizado, limitado às regras.

A emoção, em uma matéria jornalística, seduz o leitor. Mas é preciso que o jornalista tenha muito cuidado para não “errar a mão”. São dois os perigos principais: o erro de medida, o exagero; e as adjetivações, totalmente subjetivas e fruto de avaliações pessoais, algumas sem fundamento. Há ainda o risco do senso comum e, principalmente, das frases feitas, como “rigoroso inquérito” ou “terrível acidente”.

A literatura é uma fonte inesgotável de aprendizado para quem quer escrever bem. E é amparado nela – especialmente na crônica – que o jornalista pode encontrar um meio de aflorar a sua criatividade, já que é o mais jornalístico dos gêneros literários e o mais literário dos gêneros jornalísticos.

1. Breve Histórico da Crônica

A crônica surgiu na Inglaterra, com Joseph Addison e Richard Steele. Segundo o Professor Doutor Antonio Manuel dos Santos Silva¹, eles eram proprietários de três jornais semanais no início do século XVIII: *The Tatler*, *The Spectator* e *The Guardian*. Em 1714, todas as edições do *The Spectator* foram traduzidas para o francês, marcando a presença da crônica no hábito do leitor. O estilo perpetuou-se anos depois na Suécia, Itália, Espanha e Rússia, sendo este último o berço literário de grandes escritores como Dostoievski, Tolstói e Tchekov, em 1769.

Nos séculos XVIII e XIX, o gênero foi o responsável pela ampliação do público leitor, estabelecendo um novo gosto literário. Sem personagens míticos ou exclusivamente da realeza, na crônica os leitores reconheciam-se nos personagens, nos temas, nos ambientes e nos problemas apresentados. Essa mudança de paradigma na literatura possibilitou uma mudança de estilo na própria literatura e na cultura, dando início ao Romantismo em suas duas vertentes – sentimental e racional. A técnica da crônica também introduziu uma novidade ao romance, e ao expor a conversação dá início ao folhetim, e conseqüentemente à novela e suas vertentes mais populares – radionovela e telenovela.

¹ Tema exposto na disciplina “Crônica Literária e Meios de Comunicação”, ministrada pelo Professor Doutor Antonio Manoel dos Santos Silva, no programa de Mestrado “Mídia e Cultura”, da Universidade de Marília. Agosto a novembro de 2003.

FEMA - IMESA

No Brasil, a crônica surgiu no início do século XIX, com os jornalistas Francisco Otaviano, Ferreira de Araújo e Ferreira de Menezes. Em meados daquele século despontaram os romancistas José de Alencar, Artur Azevedo, Aluísio Azevedo, e os poetas Olavo Bilac e Medeiros de Albuquerque. No final do século XIX, a crônica brasileira chegou ao ponto alto com Machado de Assis e, até 1920, o país contava com grandes escritores como Coelho Neto, João do Rio e Lima Barreto.

Com o movimento modernista despontaram Mário de Andrade, Oswald de Andrade, Carlos Drummond de Andrade, Manuel Bandeira, Fernando Sabino, Paulo Mendes Campos, Sérgio Porto (Stanislaw Ponte Preta), entre outros. A escritora Clarice Lispector foi a primeira cronista que, em 1950, escrevia para as revistas *Senhor* e *O Cruzeiro*. Outra expoente feminina foi Hilda Hilst. Nos anos 1970, destacou-se a jornalista Marisa Raja Gabaglia.

2. A Crônica como Gênero Jornalístico Opinativo

O cronista é o narrador do tempo presente, ele vê o cotidiano. Partindo da definição de ser uma narrativa curta que, geralmente, tem como ponto de partida um fato real comentado pelo autor, muitas vezes lírica ou bem-humorada, a crônica se destina à publicação em jornal ou revista (agora também na televisão e internet), e deve estar relacionada a acontecimentos diários, com uma visão criativa do autor. O cronista é essencialmente um observador, um espectador que narra literariamente a visão da sociedade em que vive, por meio dos fatos do dia-a-dia. Como reforça Gottardi (2002, p. 138), citando Tristão de Athaide, “a crônica num livro é como um passarinho afogado”, devido ao seu caráter efêmero. A autora complementa:

a crônica não é para ser conservada, mas para ser consumida. É na sua fruição por um leitor fiel, que a procura como uma necessidade junto ao seu café matinal, que a crônica brasileira se justifica: há realmente um liame estreito entre o cronista e seu leitor, uma relação personalizada que se evidencia já na prática jornalística de se colocar a foto do cronista junto à crônica, foto que vai se atualizando de tempos em tempos (...) de modo que não é uma voz sem rosto que ouvimos neste texto, mas a pessoa concreta que vemos (GOTTARDI, 2002, p. 138).

Para o escritor Mário de Andrade, no texto “Advertência”, de 1943 (LOPES, 1976), “a Crônica em sua origem jornalística é o texto descompromissado de grandes ambições; não pede o artesanato exaustivo, nem o rigor da informação. Crônica não é artigo nem ficção. Dentro da prosa é a libertação da rigidez do gênero”.

Gottardi (2002, p. 139) referenda essa premissa ao analisar a crônica com base na Estética da Recepção, na qual o leitor é peça fundamental. Nos “vazios” do texto, verificados nos pontos de indeterminação, no não-dito, nas entrelinhas, verificam-se o caráter ambíguo da crônica, e sua oscilação entre texto jornalístico e literário. Mesmo tendo como base o cotidiano, o cronista imprime um enfoque pessoal, sem qualquer apego à veracidade dos

FEMA - IMESA

fatos, apóia-se nas metáforas e até mesmo no humor, na ironia ou na sátira. “O cronista pretende-se não o repórter, mas o poeta ou o ficcionista do cotidiano, fazendo aflorar do acontecimento sua porção imanente de fantasia. Na realidade, a veracidade positiva cede lugar à veracidade emotiva.”

O Jornalismo Opinativo está presente sob diversas formas, nos meios impressos e eletrônicos, desde os editoriais, que revelam a opinião do próprio veículo, ou dos artigos, que manifestam o pensamento de profissionais contratados ou não, como também por meio de ilustrações (fotografias e desenhos). E a crônica enquadra-se como gênero jornalístico opinativo na medida em que os fatos são um pretexto para que o autor exponha seu ponto de vista. A associação de idéias, o jogo de palavras e as contraposições utilizam-se do real e do imaginário para realçar o factual. Sua fidelidade ao cotidiano possibilita uma crítica social capaz de comover o leitor, de fazê-lo pensar, sentir e emocionar-se. Pode ser também enquadrada como gênero jornalístico literário, visto que escrever crônica exige não apenas a técnica, que se pode aprender, mas também a arte. Em última instância, ser cronista é um dom.

Para escrever uma crônica o autor deve colocar-se em posição de diálogo com o leitor, podendo utilizar-se de três estruturas: narrar o acontecimento (tendência ensaística); expor sua opinião sobre determinado fato (muito comum nas crônicas de jornais); ou então nem narrar, nem comentar, simplesmente divagar sobre o fato de maneira lírica. Citando Staiger, o Professor Doutor Antonio Manuel dos Santos Silva expõe a existência de três gêneros de expressão – lírico, épico e dramático. Por estarem radicados na experiência de vida de cada um, dificilmente se manifestam de forma pura: ora predomina um, ora outro, ora se fundem. O lírico corresponde ao tempo presente, e fundamenta-se no devaneio, derivando para o lado da recordação, do “eu”, que baseia-se em um fato da realidade mas não tem o objetivo de contar uma história, apenas expressar suas sensações sobre o fato em questão, a expressão de um estado de alma. O épico (narrativa) remete ao passado, e fundamenta-se na memória. A exemplo da fábula, dos contos primitivos ou maravilhosos, o fato real se desrealiza, com a diferença de que na crônica não é uma “moral da história”. O dramático é o tempo futuro, e fundamenta-se na ação, em causas e conseqüências.

3. “Terceiros Passos” – Relato de Experiência Didática

Um dos requisitos fundamentais para o profissional de Jornalismo, especialmente se ele pretende trabalhar com texto, é o domínio das técnicas de comunicação escrita. Para Blikstein (1999, p. 23), ao escrever é preciso atender três funções básicas: “produzir uma resposta, tornar o pensamento comum aos outros e persuadir”. Mandryk e Faraco complementam, ao observar que a escrita é um diálogo à distância, uma conversa sem a presença do outro:

além da prática constante, é preciso que você, estudante, desenvolva uma compreensão consciente do ato de escrever (...) o interlocutor está presente no momento da fala e ausente no momento da escrita (...) quem vai ler nossos escritos está longe; não podemos complementar nossa mensagem com gestos, expressões faciais e

FEMA - IMESA

tons de voz; nem podemos reajustá-la à medida que nosso interlocutor vai lendo (MANDRYK; FARACO, 2002, p. 9).

Como ensina Novaes (1980), são condições que contribuem para o estímulo do desenvolvimento da criatividade: criar no indivíduo necessidade de atividade e atitude criadora por meio da mobilização de fontes geradoras de idéias e da crítica construtiva; adquirir conhecimentos em vários campos, sensibilizando o aluno aos estímulos ambientais e encorajando-o à manipulação de objetos e idéias; e propiciar o controle das situações.

A jornalista Márcia Neder, em entrevista à “Carta do Editor” aponta uma questão fundamental sobre a criatividade no texto jornalístico:

Muita gente acha que o texto é letra, palavras no papel ou na tela. Eu acho que o texto são todos os sentidos da gente, e temos que exercitá-los para escrever bem. Um texto tem cor, tem cheiro, tem forma. O texto é redondo quando ele tem imagem. (...) Eu me lembro de um texto do escritor siciliano, Giovanni Verga, que descreve um incêndio. Você, ao ler, sente calor (NEDER, 1993).

Para se produzir um texto jornalístico criativo é necessário que o profissional tenha intimidade com a literatura, de onde pode construir seu repertório. Surge daí o primeiro bloqueio, fruto de uma formação educacional que a cada dia pouco incentiva o hábito da leitura (quando muito, apenas os livros que serão exigidos nas provas). Os estudantes de Jornalismo sentem-se limitados ao deparar-se com a necessidade de oferecer um novo “olhar” sobre os fatos do cotidiano. Treinados a ater-se nas informações básicas do *lead* (o que, quem, quando, como, onde e por que), respostas fundamentais que devem estar contempladas em um texto informativo, ao deparar-se com o texto opinativo sentem-se confusos. O maior temor é o de expor suas emoções acerca de um determinado acontecimento, principalmente porque terão que deixar cair a máscara da impessoalidade que os protege da sociedade.

Uma experiência iniciada no segundo semestre de 2002 com estudantes do 3º ano de Jornalismo do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis (IMESA), mantido pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), como parte do conteúdo da disciplina “Técnica Redacional em Jornalismo II” (Jornalismo Opinativo), tem demonstrado que ao vencer os bloqueios iniciais, os alunos resgatam o prazer do lúdico, do texto “despretensioso” (embora carregado de pretensões), do jogo de palavras. O estímulo à criatividade se dá no momento em que todas as formas de exposição das idéias são aceitas.

Os textos têm como referência notícias de jornais. A cada aula os alunos recebem recortes de jornais, sem conhecimento prévio do assunto que será tema de sua crônica, e a partir da notícia têm total liberdade para criar. Num segundo momento, são produzidas também crônicas líricas e finalmente opinativas, reportando-se a fatos locais, regionais, nacionais ou internacionais – à escolha do estudante. Os exercícios de redação são combinados com leituras de crônicas apresentadas pela professora ou por iniciativa dos próprios alunos, em que são observadas questões estilísticas e argumentativas.

FEMA - IMESA

Sem regras (exceto as gramaticais), sem preconceitos preestabelecidos de “belo, bom ou ruim”, cada aluno é incentivado a criar, mais e mais, sobre diferentes argumentos propostos. A cada final de exercício – feito no decorrer de duas aulas – eles são incentivados a ler (e interpretar) para os colegas, deixando de lado a inibição e a timidez, gerando um clima de reconhecimento bastante positivo, alcançando muitas vezes aplausos e até emoções mais fortes, chegando às lágrimas.

Como resultado, um produto laboratorial – a edição do livro de crônicas “Terceiros Passos”, que juntamente com os jornais-laboratório, programas de radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo on-line, são marcas do resultado prático das teorias empregadas em sala de aula. O livro é lançado durante a Semana de Comunicação organizada pela coordenação do curso, quando os autores realizam a noite de autógrafos e os exemplares são vendidos a preços simbólicos.

4. Considerações Finais

Em três anos de experiência de produção de crônicas em sala de aula, percebemos que ao incentivar a livre associação de idéias sem o rigor da informação, o estudante de Jornalismo experimenta novas formas de expressão e passa a explorar uma capacidade de comunicação até então desconhecida. Verificam-se reações diferentes, que demonstram a tendência profissional do aluno. Alguns apresentam mais facilidade em redigir um texto informativo (desenvolvido em outras disciplinas) e sentem-se bastante inseguros em expor seus sentimentos; e outros, ao contrário, descobrem uma criatividade que não havia se manifestado em outros tipos de texto. Mesmo na própria produção das crônicas, fica evidente a tendência pelo estilo narrativo, lírico e opinativo.

Essa experiência torna-se ainda mais rica ao se considerar os avanços percebidos em outras disciplinas, e até no próprio comportamento na prática da reportagem, desde um olhar mais periférico à própria notícia, no momento da entrevista, como na construção do texto informativo – em última análise o estilo mais comum do texto jornalístico.

BIBLIOGRAFIA

- BLIKSTEIN, Izidoro. *Técnicas de Comunicação Escrita*. São Paulo: Ática, 1999. 17. ed.
- LOPES, T. P. A. O cronista Mário de Andrade. In: ANDRADE, Mário. *Táxi e crônicas no Diário Nacional*. São Paulo: Duas Cidades e Secretaria da Cultura, Ciência e Tecnologia, 1976.
- GOTTARDI, Ana Maria. As faces da crônica: ambigüidade e diversidade. In: *Comunicação: Veredas – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Marília*. São Paulo: Ed. Arte & Ciência, 2002.
- MORAES, João Batista Ernesto de. Uma Crônica sobre a Crônica. Artigo retirado do segundo capítulo da tese de doutoramento do autor, intitulada *Um narrador inquieto e o riso do Crioulo Doido: uma análise das crônicas de Stanislaw Ponte Preta*. Unesp/Araraquara (SP)
- MANDRYK, D.; FARACO, C. A. *Língua Portuguesa – Prática de Redação para estudantes universitários*. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

FEMA - IMESA

NEDER, Márcia. Entrevista transcrita na publicação “Carta do Editor” – Comunicação entre jornalistas da Editora Abril – Ano II – nº 7. Rio de Janeiro: Abril, 1993

NOVAES, Maria H. *Psicologia da criatividade*. Petrópolis: Vozes, 1980.

Oswaldo Miguel*

RESUMO: O presente artigo visa propor algumas reflexões sobre a rádio comunitária, o seu papel social junto aos moradores na qual está inserida, a sua conceituação e importância como propagadora de educação por meio de sua programação.

PALAVRAS-CHAVE: rádio comunitária; papel social; educação.

* Especialista em Comunicação Social e mestrando em Educação pela Unimep. Contato: niva@femanet.com.br

FEMA - IMESA

0. Introdução

Entende-se que as rádios comunitárias desempenham uma importante função social para membros da comunidade na qual estão inseridas. Essa prática para o desenvolvimento da cidadania pode ocorrer por meio das várias formas de participação existentes: programação veiculada na mídia local; difusão da educação; propagação de informações confiáveis, ou seja, mais próxima da realidade dos moradores do bairro; aglutinação e organização dos mesmos moradores; além de conferir à comunidade uma força política com poder de barganha com o poder público. Isso resulta em uma melhor qualidade de vida para todos os moradores da comunidade. Entretanto, as rádios comunitárias têm enfrentado muita resistência para cumprir esse papel. São duas as frentes que emperram a sua caminhada: de um lado, está o governo que é quem autoriza o seu funcionamento mediante concessão, e de outro os donos das rádios convencionais.

Segundo a Brasildefato (2006), no segundo semestre de 2005, foram fechadas 1200 rádios. Nos oito meses do ano de 2006, a Agência Nacional de Telecomunicação (Anatel) fechou 800 emissoras de rádio consideradas comunitárias. Desses números, a Anatel não sabe informar quais tinham, de fato, caráter comunitário.

Para se visualizar a morosidade da tramitação dos papéis para legalização de uma rádio comunitária, toma-se como exemplo a Rádio Heliópolis, instalada na favela do mesmo nome, a maior de São Paulo, com 125 mil habitantes. Depois de 14 anos em funcionamento, uma referência de comunicação democrática e popular no país, a rádio foi fechada em julho deste ano, pela Polícia Federal e pela Anatel, por determinação do juiz Hélio Egydio de Matos Nogueira, da 9ª. Vara Criminal Federal de São Paulo. Entretanto, os documentos para a legalização da rádio haviam sido enviados ao Ministério das Comunicações há oito anos, sem obter nenhuma resposta. Álvaro Malaguti, membro da Associação Mundial de Rádios Comunitárias (Amarc) afirma:

A morosidade no caso de Heliópolis é padrão e que justamente por conta dessa incompetência do Estado em resolver a questão é que os comunicadores acabam sendo forçados a atuar na ilegalidade. A Heliópolis se tornou presente na dinâmica social daquela área. Foi fruto da organização da associação de moradores, um exemplo de rádio com excelentes projetos políticos educacionais. A sociedade não pode ser penalizada pela incompetência do Estado, pela sua limitação e deficiência (BRASILDEFATO, 2006).

Em relação aos proprietários de rádios convencionais, estes se manifestam isoladamente alegando sofrerem prejuízos, principalmente com a interferência nos sinais, ou se pronunciam por meio de associações como, por exemplo, a Associação Mineira de Rádio e Televisão (AMIRT). O presidente desta entidade Eurico Gode, citado por Peruzzo (1998), afirma que: “as rádios piratas causam interferência no sinal das estações legalmente constituídas e perpetram uma concorrência desleal com empresas idôneas, que recolhem impostos e cumprem suas responsabilidades sociais”.

FEMA - IMESA

Além disso, uma rádio comunitária situada nas proximidades do Aeroporto de Congonhas foi acusada, por meio do discurso midiático corporativista na defesa de interesses econômicos e políticos, de interferir no sistema de comunicação e navegação de uma aeronave da TAM, em 31 de outubro de 1996, e causado sua queda. Segundo Chico Lobo:

É estranho que pequenas emissoras, que funcionam com baixa potência, no máximo 50 Watts, venham a causar esse tipo de desarranjo nos aviões de carreira. Não podemos imaginar que grandes empresas aeronáuticas, como a Boeing e a Folker, fossem tão ingênuas ou irresponsáveis para deixar sair de seus hangares aeronaves com tamanha vulnerabilidade nos sistemas de navegação (CHICO LOBO, 1997).

A realidade, porém, parece ser outra e está bem distante de interferências em sinais e deslealdade na concorrência em busca de anunciantes. De acordo com Peruzzo:

As rádios convencionais têm receio da pulverização da audiência e da conseqüente perda de anunciantes. A prática tem demonstrado que pequenas emissoras comunitárias têm conseguido índices de audiência e de aceitação pelas comunidades locais. Primeiro porque desenvolvem uma programação sintonizada com os interesses, cultura e problemática locais. Segundo porque têm revelado grande capacidade de inovar programas e linguagens, o que as diferenciam das FMs tradicionais. Terceiro porque acabam revelando grande potencial de atrair os anunciantes locais tanto pelo preço mais baixo das inserções, quanto pela possibilidade da alta segmentação de mercado, ou seja, atinge diretamente o público-alvo do anunciante local (PERUZZO, 1998).

A repressão contra as rádios comunitárias está diretamente ligada a grupos do poder dominante. Segundo Silveira (2001), o que está em jogo, nessa ânsia de se calar as rádios comunitárias, é o desejo de se manter o predomínio político e, conseqüentemente, o econômico do grupo dominante. Naturalmente, somente os tolos não sabem, ou fingem não saber, que a informação é poder.

1. Caracterização da rádio comunitária

A rádio comunitária se caracteriza como um tipo especial de emissora de rádio FM, sua potência está limitada a, no máximo, 25 watts, atingindo uma abrangência de aproximadamente um quilômetro, a partir da sua antena transmissora que pode ter 30 metros de altura.

De acordo com a Lei 9.612, de fevereiro de 1998, a concessão para a instalação de uma rádio comunitária só será permitida a Associações Cívicas e Fundações, sem fins lucrativos, com sede na localidade onde está inserida. Além disso, no seu artigo 4º estabelece que a programação das emissoras de radiodifusão comunitária deverá seguir

FEMA - IMESA

os seguintes critérios: preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade; promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida; respeito aos valores éticos e sociais das pessoas e da família, favorecendo à integração dos membros da comunidade atendida; não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.

A história da rádio comunitária no Brasil começou a ser construída em 10 de abril de 1995, quando o então ministro das Comunicações, Sérgio Motta, recebeu em audiência representantes de rádios comunitárias e livres. Houve um reconhecimento público do Ministério das Comunicações que:

Reconheceu a existência de milhares de emissoras de baixa potência em todo o País, operando sem licença do Poder Público e da necessidade de se criarem, com urgência, regulamentos que pudessem tornar tal fenômeno social amparado legalmente. Tanto o encontro como o reconhecimento dessa realidade foram fatos inéditos na história da radiodifusão brasileira e demonstravam que, finalmente, o Estado começava a dar sinais de que enfim seria criada uma legislação para a radiodifusão em baixa potência (LOPES, 2005).

Um ano após a fala do ex-ministro Sérgio Motta, havia sete Projetos de Lei em tramitação no Congresso Nacional propondo a regulamentação das rádios comunitárias. Com a publicação da Norma Complementar nº. 2, em 07 de agosto de 1998, no Diário Oficial da União, e a designação do Canal 200 (87,9 MHz) como frequência única para a atividade de radiodifusão comunitária deu-se início à regulamentação das rádios já existentes e que operavam na clandestinidade. Essas medidas também serviram de incentivo para os que tentavam implantar esse veículo de comunicação na comunidade onde atuavam. Conforme Lopes:

Depois de quase 70 anos de rádio no Brasil, e 34 anos após a promulgação do Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4.117/62), finalmente a radiodifusão comunitária gerou a preocupação de se criarem aparatos legais que a tornassem legalmente estabelecida e, assim, reconhecida pelo Poder Público (LOPES, 2005).

Atualmente, os números das rádios comunitárias existentes no Brasil são divergentes. Segundo o jornal *Gazeta Mercantil* (2001), em 2001, existiam 12.000 mil rádios que se intitulavam comunitárias, destas, somente 24 tinham concessões do Ministério das Comunicações. Naquele período, o órgão governamental analisava 5,5 mil pedidos de licença. De 1999 a 2001, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) havia fechado 4.611 estações de rádio, e 90% delas eram comunitárias. Cerca de 4.500 mil rádios estão acionando a Anatel na justiça.

FEMA - IMESA

A pesquisadora Peruzzo (1998) também afirma que os números são controversos, segundo ela, “para uns 5.500, para outros 7000, mas existem estimativas que falam na existência de 10.000 emissoras no país”.

Para Silveira, o número é ainda maior:

atualmente, acredita-se que existam cerca de 20.000 mil rádios comunitárias operando em baixa potência (geralmente de 25 a 100 watts ERP) nos municípios, sem autorização do governo. Metade delas já requereu essa autorização que, entretanto, não vem com regularidade e em tempo razoável (SILVEIRA, 2001).

De fato, 7.000, 10.000 ou 20.000 rádios comunitárias constituem um número considerável, se compararmos com o número de rádios existentes em cada cidade brasileira, mesmo nas capitais. Manzano esclarece:

Atualmente existem menos de 5000 emissoras comerciais AM e FM no país – três mil pertencem a políticos e as demais são ligadas a famílias de empresários das comunicações ligadas a políticos -. E, do ponto de vista tecnológico, ou seja, no espectro radioelétrico brasileiro de frequência modulada – é nessa frequência que operam as comunitárias -, cabem 100.000 emissoras, pelo sistema analógico. Se considerarmos o sistema digital, de tecnologia já dominada, o número é praticamente ilimitado. Fica claro que a não regulamentação e os limites que vêm sendo impostos são mais por uma questão de ordem política do que técnica (Apud PERUZZO,1998).

Nota-se que o uso democrático dos meios de comunicação social, especialmente a rádio, é de fundamental importância para um avanço significativo na conquista da cidadania por meio da construção de mecanismos de libertação. A rádio comunitária é o veículo pelo qual a classe popular pode se expressar, é o canal de conscientização, mobilização, informação, manifestação cultural e educação.

Silveira (2001) também compartilha dessa idéia e argumenta que, objetivamente, as rádios comunitárias contribuem para a preservação da língua portuguesa e das raízes culturais locais, a tradição e os costumes, além de facilitar a descoberta de talentos voltados para a música, locução radiofônica e líderes políticos, que o debate público revela. Para este autor:

As grandes lideranças nacionais não mais surgirão a partir de indicações de amigos para o exercício de elevados cargos públicos, mas pela gradual e testada ascensão do político, que escalará a pirâmide do poder a partir do epicentro municipal (SILVEIRA, 2001).

As rádios comunitárias podem dar uma importante contribuição no desenvolvimento social do país e, conseqüentemente, na construção da cidadania de

FEMA - IMESA

pessoas excluídas socialmente. Por isso, elas fazem parte de um movimento nacional com participação de praticamente todos os estados da federação. Tão grande é a sua importância que existem entidades representativas de seus anseios, tais como a Associação Mundial de Rádios Comunitárias sub-região Brasil – AMARC Brasil, uma associação de coordenação, cooperação, consulta, intercâmbio e promoção para rádios comunitárias em todo o mundo. É reconhecida como organismo não-governamental internacional (ONGI), de caráter laico e sem fins-lucrativos. A missão da AMARC consiste em promover a democracia na comunicação, especialmente na rádio, para favorecer a liberdade de expressão e contribuir para o desenvolvimento igualitário e sustentável das sociedades. Na América Latina, a AMARC se divide em seis sub-regiões: América Central, Caribe, México, Países Andinos, Cone Sul e Brasil, a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRACO); e associações estaduais: Associação das Rádios Comunitárias do Ceará (ARCOCE) e Associação Paulista de Radiodifusão Local Comunitária (APERLOC).

2. Rádios Livres no Brasil

A Constituição Federal de 1988 garante a todo cidadão brasileiro, com relação à comunicação, a institucionalização do direito à informação. Assim, todo cidadão tem direito à informação como um bem social e um direito fundamental, e liberdade de pensamento, isso quer dizer, livre expressão da palavra, livre discurso oral ou escrito, e direito de se informar e ser informado.

Porém, as reivindicações para obter os direitos acima mencionados começaram a partir do final dos anos 1970, com a abertura política, no final do governo João Batista Figueiredo. A luta para a difusão de informações via mídia não convencional teve início com os movimentos sindicais, profissionais e populares que reivindicavam a adoção de medidas para coibir a política de concessão de rádios e TV, permeada pelo comprometimento predominantemente político e econômico. Queriam que o poder público incorporasse um caráter mais igualitário e democrático à área da comunicação.

Pode-se afirmar que uma rádio é considerada livre, clandestina ou pirata quando ela realiza a radiodifusão sem qualquer concessão, permissão ou autorização do governo. Elas entram no ar e ocupam um espaço no dial na tentativa de se criar uma alternativa à hegemonia comunicacional vigente. Segundo Lopes:

O modelo das rádios livres era, em geral, bastante similar ao de suas concorrentes comerciais. Com poucas exceções, as rádios não-outorgadas costumavam buscar sobrevivência também por meio de publicidade de anunciantes locais e, para tanto, concorriam pela audiência com as mesmas armas das rádios outorgadas (LOPES, 2005).

As primeiras experiências de rádio livre no Brasil aconteceram em Vitória (ES), em outubro de 1970, com a Rádio Paranóica; Rádio Spectro, em Sorocaba (SP), em 1976, e a RGG-Rádio Globo de Criciúma (SC), em 1978. Nesse momento, porém, as rádios livres não tinham envolvimento com grandes causas sociais ou políticas, a proposta era de entretenimento. A partir daí, surgiram centenas de emissoras consideradas livres. São

FEMA - IMESA

Paulo tinha dezenas delas em 1985, como por exemplo: Rádio Totó, Rádio Xilik e Rádio Livre-Gravidade.

O bairro Paulicéia, em Piracicaba (SP), viveu uma experiência significativa de 14 de julho de 1990 a 03 de abril 1992, com o funcionamento da Rádio Livre Paulicéia, instalada no prédio do Centro Comunitário do bairro. Ela operava com 10 Watts de potência, não tinha fins lucrativos, era de propriedade dos moradores do bairro e gerida por um conselho coordenador escolhido pelo voto. As discussões sobre o papel da rádio e o que iria ser veiculado contavam com a participação de 120 pessoas.

Para aglutinar e organizar os moradores das comunidades foram produzidos: um jornal, a Rádio Livre Paulicéia e a TV Livre do Centro Comunitário, sob a orientação de Joel de Oliveira e Naomi Torigoi, e de funcionários públicos. O que era esperado aconteceu, o jornal teve uma edição e a TV parou de funcionar. Mas a rádio...

Segundo Guedes (1995), a filosofia de ser um instrumento coletivo é que orientou a construção da Rádio, contando com a colaboração coletiva dos moradores. Os equipamentos, inicialmente emprestados, passaram a ser adquiridos por meio de doações e da realização de festas para arrecadação de fundos para a compra de peças. Quando a Rádio se desenvolveu, não era mais aceito o empréstimo de quaisquer equipamentos, uma vez que não se pretendia o vínculo de proprietário. Os discos eram de moradores que emprestavam durante a programação.

A Rádio tinha 53 programas, totalizando 120 horas semanais de atividades e difundia os mais variados estilos musicais, questões religiosas, debates, entrevistas, notícias, especialmente as relacionadas à comunidade e as destinadas às crianças. Entretanto, predominava a música black. O destaque da programação eram os programas infantis, uma exigência feita pelas próprias crianças. Assim, nasceram os programas Dinamite Júnior, Explosão Júnior e Criança Livre.

Nos dias 04 e 05 de abril de 1992, estava programado, no Centro Comunitário, um Seminário de Comunicação, que contaria com a presença do jornalista e professor de Ética e Legislação, da ECA/USP, José Carlos Rocha, do jornalista especializado em jornal, rádio, TV e formas alternativas, comunicação popular e comunitária, membro do Comitê Nacional de Comunicação, Frederico Barbosa Ghedini, entre outros. Contudo, no dia 03 de abril, às 16h45min, a Polícia Federal de Campinas, acompanhada de duas viaturas do Grupo Armado de Repressão a Roubos e Assaltos (GARRA) e uma viatura da Rede Globo, interditaram o prédio no qual estava instalada a Rádio, lacraram o cabo da antena, levaram equipamentos e todos os discos. O locutor Demétrio Chimento que fazia uma programação de pagode no horário, também foi levado para prestar depoimento na Polícia Federal de Campinas. Ele foi solto após o pagamento de fiança. Sobre o acontecimento, o jornal *O Diário* publicou:

A reportagem da Rede Globo estava junto com os policiais o que leva Joel de Oliveira a acreditar que a busca partiu dela em função da Rádio estar promovendo o “Seminário de Comunicação” que acontece hoje e amanhã no Centro Comunitário. Segundo Oliveira, nada vai impedir que o seminário aconteça. Discutir o problema dos meios de comunicação alternativos e a posição que eles ocupam dentro da

FEMA - IMESA

sociedade é o principal tema do Seminário de comunicação que acontece hoje (O DIÁRIO, 1992, p. 9-10).

3. As primeiras rádios comunitárias no mundo

A primeira rádio comunitária instalada no mundo de que se tem notícia foi implantada em Homa Bay, às margens do lago Vitória, no Quênia, em 1982. Essa foi a primeira tentativa da Unesco de instalar uma rádio utilizando um novo tipo de material barato e de pouca potência. Os engenheiros utilizaram na montagem da rádio, equipamentos que podiam ser comprados no comércio a preço razoáveis. Eles criaram um receptor FM e um receptor-adaptador AM/SW para ondas curtas, destinados às comunidades locais, que os próprios interessados podiam montar. De acordo com Carlos Arnaldo:

Apesar do entusiasmo dos habitantes da região de Homa Bay por 'sua' rádio e do interesse pelos assuntos comunitários por ela despertado, a emissora foi desmantelada ao fim de dois anos. A primeira rádio comunitária do Quênia antecipara-se a sua época. Mas não foi uma experiência inútil: ficou demonstrado que as rádios comunitárias não eram utópicas nem inviáveis economicamente; a criação da Rádio Homa Bay só custara US\$ 25 mil (ARNALDO, 1997).

A segunda experiência realizada pela Unesco aconteceu em 1986, em Guirandurokotte (Sri Lanka). Segundo Arnaldo (1997), o programa consistia na revitalização do rio Mahaweli, para acolher um novo centro de desenvolvimento. Naquela região, a mortalidade golpeava as crianças quase tão duramente quanto o gado famélico. A Unesco e a Danida (Agência Dinamarquesa para o Desenvolvimento Internacional) propunham formar uma equipe itinerante de produtores de rádio para visitar as aldeias. Para o autor:

A fundação da Rádio Guirandurokotte, a primeira rádio FM permanente do país, foi um momento extraordinário do projeto. Construído por seus próprios técnicos, permitiu à equipe de produção estabelecer o diálogo com a população local. A Rádio nunca interrompeu suas transmissões desde 1986 e até hoje continua em atividade. Para o funcionamento de rotina, a equipe recorreu aos serviços de produtores e técnicos auxiliares da localidade. É a filha de um camponês quem abre as transmissões diariamente, informando a programação; outros participam como apresentadores ou auxiliares de produção. A emissora também apadrinhou um dispensário onde se transmitem noções elementares de higiene aos habitantes da aldeia, os quais, por sua vez, difundem esses conhecimentos através das ondas radiofônicas ou verbalmente entre si. Os apresentadores também estimulam os ouvintes a empreender atividades lucrativas, como o fornecimento de peixes para o mercado regional ou a gravação em cassete de canções e poemas folclóricos. A Rádio Guirandurokotte é realmente, no pleno sentido da palavra, uma rádio popular (ARNALDO, 1997).

FEMA - IMESA

Ainda, segundo Arnaldo (1997), depois de 10 anos de experiências a rádio tinha novas propostas: apoiar por meio das rádios comunitárias de Welikande, Batticoloa, Tricomalee, os esforços pela paz, considerada um fator decisivo para o desenvolvimento nacional e o progresso das áreas rurais; incitar as comunidades locais a assumirem responsabilidades em matéria de comunicação e utilizarem suas próprias instalações para impulsionar o desenvolvimento da coletividade; enfrentar os novos desafios culturais e instalar uma paz duradoura. Nesse sentido, a rádio é um instrumento de poder a serviço do povo.

4. Comunidade

Diante das idéias acima expostas, entende-se ser importante, para o debate, a definição do local onde as rádios comunitárias estão instaladas, ou seja, na comunidade. Segundo o dicionário Aurélio, comunidade significa qualidade do que é comum, sociedade, lugar onde residem indivíduos agremiados, comuna.

No debate sobre a caracterização de comunidade, vários pesquisadores têm dado a sua contribuição. Segundo Fernandes (1994), o trabalho comunitário é uma expressão das mais correntes entre aqueles que circulam pelo terceiro setor, mostra a plenitude de uma atividade localizada, de dimensões razoavelmente pequenas e personalizada. Ser local, pequena e personalizada são características que, nesses meios, emprestam valor à comunidade.

Para esclarecer o termo comunidade, o autor faz uma relação entre trabalho, moradia e urbano. Para Fernandes, a comunidade:

é formada por um conjunto de famílias e circunscreve um lugar de moradia. Está perto de casa e, ao menos nos centros urbanos, longe do local de trabalho. Não é assim nos meios rurais, onde casa e trabalho costumam compor um espaço diferenciado, porém contínuo. Em se tratando de cidade, no entanto, o gosto pela 'comunidade' acompanha um certo distanciamento do assim chamado 'mundo do trabalho' (FERNANDES, 1994).

Já Marcondes Filho (1991) argumenta que o debate sobre "comunidade", como forma de organização social, tornou-se mais intenso com o advento da sociedade industrial capitalista. As pesquisas de Morgan sobre comunidades primitivas, os comentários de Engels em "A Origem da Família, da Propriedade e do Estado" deram os primeiros elementos para que fossem colocadas as questões sobre comunidade em contraposição à sociedade.

Para o autor, uma comunidade caracteriza-se por determinações quanto à estrutura, à dinâmica interna e ao indivíduo nela situado. E afirma: "o indivíduo, sem sombra de dúvida, é o centro da comunidade. Aqui instala-se a negação da sociedade 'de massa' burguesa, com seus mecanismos de despersonalização, desorientação, desarticulação, anonimato, reações isoladas, fugas de diferenciação, *status*, destaques etc." (MARCONDES FILHO, 1991).

FEMA - IMESA

Para Bueno (Apud MARCONDES FILHO, 1991), ser negro, judeu, japonês etc., não são elementos suficientes para definir uma “comunidade negra”, “judia”, “japonesa”. Segundo ele, estes são, enquanto raças e tipos étnicos, somente grupos diferentes na sociedade. Não basta, portanto, a existência de uma característica básica comum. Este é apenas o laço de união, e não o sentido da ligação.

Então, quando se fala em comunitário ou se conceitua o termo comunicação comunitária; argumenta-se sobre os interesses populares, as informações a partir das mídias não convencionais, as propostas de transformação social, ou seja, a construção de uma sociedade mais justa e a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como sujeito do processo. Pode-se afirmar, portanto, que estamos tratando dos excluídos socialmente, dos marginalizados. Conforme Marcondes Filho:

A sociedade afasta e descaracteriza o cidadão, a partir do momento em que as relações sociais no capitalismo têm um caráter de mercadoria que reduz as relações a devaneios. A sociedade, portanto, cria relações abstratas e vazias entre as pessoas. Uma comunidade aparece aí como aquela forma de organização que reúne as pessoas e resgata a sociabilidade perdida. Esse é o sentido produtivo que se deve atribuir hoje ao fenômeno comunidade (MARCONDES FILHO, 2001).

Durante o regime militar, nos anos 70, a expressão “comunidade” ganhou peso à medida que foi reduzida ao mínimo a participação cívica no Estado e nas empresas. Era preciso que se olhasse para outra direção: justamente para as comunidades, ou seja, para as bases. Segundo Fernandes (1994), o trabalho comunitário típico desenvolvido nesse período é composto de muitas reuniões com pessoas sentadas em círculo ressaltando a relação face a face, numa comunicação igualitária e eminentemente conceitual.

Para Bauman (2001), a palavra comunidade sugere uma boa coisa: o que quer que “comunidade” signifique é bom ter uma comunidade, estar numa comunidade. Para ele, a comunidade é um lugar “cálido”, um lugar confortável e acolhedor. Ainda segundo o autor, numa comunidade podemos contar com a boa vontade dos outros. Quando estivermos passando por dificuldades, ninguém se alegrará com a nossa desgraça, pelo contrário, as pessoas não pedirão fiança antes de decidirem se nos ajudarão, não perguntarão como e quando retribuiremos, mas sim do que precisamos. É nesse contexto que está inserida a rádio comunitária. Sendo assim, ela se caracteriza como um importante instrumento educativo, possibilitando, nesse processo, uma reivindicação mais ampla no desenvolvimento social. Esse tipo de rádio constrói valores, aumenta a consciência de membros da comunidade, conseqüentemente, faz com que o cidadão perceba e lute pelos seus direitos, por meio do novo olhar que adquire em relação ao mundo.

FEMA - IMESA

BIBLIOGRAFIA

AMARC – Associação Mundial de Rádios Comunitárias subregião Brasil. Disponível em: <<<http://www.crisbrasil.org.br/apc-aa/cris>>>. Acesso em: set. 2006.

Disponível em: <<<http://www.brasildefato.com.br/v01/agencia/nacional/news>>>. Acesso em: ago. 2006.

ARNALDO, Carlos A. Do povo, para o povo. *O Correio da Unesco*. Rio de Janeiro, ano 25, no. 4, abr. 1997, p. 32-35.

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

FERNANDES, Rubem César. *Privado porém Público: o terceiro setor na América Latina*. 2. ed. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. *O Direito de Antena em Face do Direito Ambiental no Brasil*. São Paulo: Saraiva, 2000.

GUEDES, Gilse Barbosa. Democracia na Rádio Livre Paulicéia. In: PERUZZO, Círcia M. K. (org.) *Comunicação e Culturas Populares*. São Paulo: Intercom, 1995.

LOBO, Chico. “A mentira das Interferências”. *No ar*. Rio de Janeiro: Abraço, março, de 1997, nº 1.

LOPES, Cristiano Aguiar. *Políticas Públicas de Radiodifusão comunitária no Brasil. Exclusão como Estratégia de contra-reforma*. Dissertação de Mestrado apresentada a Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2005.

MARCODES FILHO, Ciro. *Quem manipula quem?* 4. ed. Petrópolis. Vozes, 1991.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. *Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil*, Paper apresentado no GT Cultura e Comunicação Popular, XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, set. 1998.

_____. *Comunicação nos Movimentos Populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1998.

SILVEIRA, Paulo Fernando. *Rádios Comunitárias*. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.

Aline Mustafa Ferreira da Silva*

RESUMO: Este estudo pesquisou fatos relacionados à passagem do médico nazista Josef Mengele, foragido de guerra, por Assis, interior do Estado de São Paulo, mais especificamente na entidade denominada “Casa da Criança ‘Dom Antônio José dos Santos’”, na década de 70. Pretendeu-se descobrir, por meio de depoimentos de testemunhas, como era o comportamento e o dia-a-dia, na instituição local, do carrasco considerado historicamente responsável por mais de quatrocentas mil mortes de prisioneiros no campo de concentração de Auschwitz, na Polônia, durante a Segunda Guerra Mundial.

PALAVRAS-CHAVE: Josef Mengele; nazismo; Assis; esconderijo; “Casa da Criança”.

* Jornalista graduada, em 2005, pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA). Pós-graduanda em Comunicação Jornalística pela Fundação Cásper Líbero – SP. Artigo baseado no Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, intitulado “Mengele: uma faceta do nazismo em Assis”, orientado pela professora Elizete Mello da Silva no ano de 2005. Contato: aline_mustafa@hotmail.com

FEMA - IMESA

0. Contexto histórico: a ascensão de Mengele no regime nazista

Conhecido entre suas vítimas como “Anjo da Morte”, Josef Mengele era médico-chefe do campo de concentração de Auschwitz e se tornou um dos principais carrascos de Adolf Hitler durante o regime nazista. Era ele o responsável pela higiene do campo e por selecionar quais dos recém-chegados a Birkenau deveriam ser enviados para morte imediata ou para o trabalho escravo. A ele são atribuídas, diretamente, mais de 400 mil mortes, as quais Mengele definia como em prol de “experimentos científicos”. Segundo Goñi:

No campo, Mengele era conhecido como “o principal provedor da câmara de gás e dos fornos”, principalmente por causa do seu gélido comportamento nas seleções feitas nos trens de Auschwitz, onde médicos da SS examinavam recém-chegados que desciam dos vagões de carga e os mandavam diretamente para a câmara de gás ou os poupavam para o trabalho escravo. Diferentemente dos outros médicos, que se embriagavam para executar suas tarefas desumanas, Mengele estava sempre sóbrio, calmo e cínico, impecável em seu uniforme das SS. Geralmente assobiava árias de óperas enquanto dividia a fila de vítimas, apontando com sua bengala: direita, esquerda, morte, ou morte em vida (GOÑI, 2004, p. 296).

O nazista tinha por objetivo a obtenção de mecanismos de manipulação genética capazes de tornar os arianos mais puros em suas futuras gerações. Suas experiências eram feitas principalmente com crianças judias negras e ciganas, com interesse especial por gêmeos e anões. Ao dissecar anões vivos, Mengele “esperava encontrar evidências de que eles eram produtos da excessiva miscigenação entre as raças. A partir de experimentos com gêmeos ansiava desvendar o mistério genético que lhe permitiria multiplicar os arianos em quantidade suficiente para povoar os cantos do planeta” (In: VEJA, 12 de junho de 1985, p. 24).

O médico costumava injetar corantes nos olhos de prisioneiros na tentativa de mudar-lhes a cor da íris, uma característica genética imutável. Também amputava pernas e braços e tratava os cotos com uma substância que devia fazê-los regenerar. Suas experiências “médicas” incluíam, ainda, enviar às câmaras de gás as crianças que não atingissem as alturas mínimas ideais de suas faixas etárias, e acompanhar a agonia de uma recém-nascida privada do leite materno, após Mengele ter mandado fechar os bicos dos seios de sua mãe. Sobreviventes do método de aborto revelaram também que o médico forçava mulheres grávidas a deitarem-se no chão e ele mesmo calcava suas botas na barriga delas até a saída do feto.

Neste universo de violência e crueldade, o nazista matou e dissecou milhares de prisioneiros sem descobrir nenhum conhecimento científico com seus bárbaros experimentos. Apenas revelou formas mais cruéis de matar seres humanos.

FEMA - IMESA

1. Fuga da Alemanha nazista

Com o fim da guerra, em 1945, Mengele deixou Auschwitz disfarçado como médico comum e tomou rumo ignorado. Em junho do mesmo ano, sua unidade militar foi presa pelos americanos, mas o nazista não foi identificado pelos aliados e acabou liberado. Dali foi para a Itália, onde tramou sua fuga para a América do Sul, incluindo Argentina, Paraguai e Brasil. O “Anjo da Morte” conseguiu apoio de instituições ou redes internacionais de proteção aos nazistas e obteve êxito em sua trajetória. Assim, escapou do julgamento das atrocidades cometidas por uma brutal irracionalidade e praticadas por instrumento de uma medicina cruel.

Alheias a seu destino, as vítimas de Mengele estavam indignadas com a falta de esforços reais para prendê-lo e, assim, organizaram um julgamento *em ausência* em Yad Vashem, Jerusalém, no ano de 1985. A intenção era demonstrar a decepção com o fracasso em levar o nazista a julgamento e atrair a atenção de um público internacional mais amplo. Cento e seis testemunhas relataram, perante o tribunal, todas as atrocidades pelas quais foram obrigadas a vivenciar e que continuavam lhes causando danos à saúde, dia após dia. Entre as vítimas estava a artista Perla Ovitc, caçula de uma família de 10 irmãos, entre sete anos, que haviam sido objetos de ávidas experiências do carrasco de Auschwitz. Conforme Koren e Negev:

Eu lamentava que o Dr. Mengele estivesse ausente de seu julgamento. A única razão pela qual eu queria que ele fosse pego era para que tivesse de ficar sentado dias e noites ouvindo o que tinha feito conosco. Eu teria lhe mostrado as cicatrizes, falado sobre meu coração fraco e as pernas que não conseguem mais me manter de pé. Não acredito que ele teria pedido desculpas, mas se os juízes me perguntassem se ele deveria ser enforcado, eu lhes diria que o deixassem ir. Eu fui salva graças ao demônio – Deus lhe dará seu merecido (KOREN; NEGEV, 2006, p. 209).

O impacto destes testemunhos impulsionou os governos de Israel, Estados Unidos e Alemanha a organizarem novos esforços na procura por Mengele. Deste modo, foi emitida uma ordem de busca para a residência de Hans Sedlmeier, em Günzburg, um executivo aposentado da família Mengele, suspeito de viajar regularmente à América do Sul para entregar dinheiro ao fugitivo. Uma caderneta de endereços achada naquela casa trouxe os investigadores ao Brasil, onde eles localizaram os restos mortais de Josef Mengele no Cemitério de Nossa Senhora do Rosário, em Embu, interior de São Paulo.

As dúvidas das vítimas do carrasco sobre a veracidade de sua morte persistiram até 1992, quando Rolf Mengele, filho único do “Anjo da Morte”, concordou em fornecer amostras de sangue para uma comparação de DNA com um dos ossos encontrados em Embu. O DNA da amostra de osso era idêntico. Mengele havia morrido de ataque cardíaco enquanto nadava tranqüilamente em uma praia de Bertioga, litoral de São Paulo.

FEMA - IMESA

2. Refúgio em Assis

Exatamente, por meio das inúmeras notícias sobre a morte do famoso médico nazista em solo brasileiro foi que se descobriu, quase sem querer, sobre a estadia do “Anjo da Morte” em Assis, em uma entidade dirigida pela Igreja Católica denominada “Casa da Criança ‘Dom Antônio José dos Santos’” que funcionava como internato para garotos. As testemunhas locais, porém, não reconheceram as fotos do senhor de espessos bigodes e olhar tenro como sendo do carrasco nazista Josef Mengele. Para os funcionários e internos da entidade, o homem retratado era “seu Pedro”, andarilho acolhido na “Casa da Criança” durante cinco meses na década de 70 e que prestou serviços como jardineiro.

A descoberta logo foi revelada pela mídia local e obteve confirmação da Polícia Federal após investigações com testemunhas. A interiorana cidade de Assis, realmente, havia abrigado o criminoso de guerra mais procurado do mundo. E assim como em outras regiões e países, ele conseguiu se manter incógnito e livre do julgamento pelas atrocidades cometidas.

As informações sobre a estadia de “seu Pedro” em Assis são, por vezes, confusas e contraditórias. Pesquisas feitas em 2005, por esta autora e por Carolina Cristina Mantovani Ferreira, então estudantes de Jornalismo da Fundação Educacional do Município de Assis, mostraram que decorridas mais de três décadas da passagem do carrasco por Assis, esta notícia ainda causa desconforto. Algumas entrevistas somente foram obtidas com a condição de serem preservadas as identidades das testemunhas. Em outro caso, um ex-interno da entidade na década de 70 e que conheceu o jardineiro “Pedro” recusou-se terminantemente a fornecer informações sobre o caso e, mostrando-se irritado, também se eximiu de justificar sua atitude.

Outro exemplo das inúmeras dificuldades encontradas pelas autoras da pesquisa refere-se à ex-funcionária da entidade, Maria Carmo (nome fictício), de 74 anos. Ela concordou em relatar suas lembranças sobre o misterioso abrigado da instituição, inclusive fornecendo seu nome completo e permitindo-se fotografar; porém, momentos após a entrevista, ela solicitou que sua identificação não fosse publicada. A alegação era de que o exame de DNA feito nos ossos enterrados em Embu “não comprovava” que o corpo era realmente de Josef Mengele e ela tinha “medo” de que algo lhe acontecesse caso fosse identificada.

Todas as testemunhas, no entanto, não hesitaram em afirmar que o homem identificado pela mídia nacional como Josef Mengele é o mesmo que esteve abrigado na “Casa da Criança”. Somente as atitudes diferiam os dois personagens. Enquanto o médico nazista é descrito como cruel, sórdido e “médico-monstro” pelas terríveis experiências cometidas, o andarilho abrigado em Assis era conhecido por seu comportamento calmo, respeitoso e cordial. “Misterioso”, era sim, o termo mais utilizado para defini-lo.

Ele teria chegado à entidade em uma manhã, deixado por um carro escuro. Estava bem vestido, porém sujo e descalço, conforme relembra a ex-diretora da instituição, Irene Salotti. Mengele teria pedido abrigo até que tivesse condições de seguir viagem e foi atendido pela então presidente da “Casa da Criança”, freira Georgette Brodnyansky. O pedinte foi então instalado em um espaço constando de quarto e banheiro, afastado do prédio central.

FEMA - IMESA

O homem chamado de “seu Pedro” não deixava transparecer, em momento algum, indícios que pudessem revelar sua verdadeira identidade. Pelo contrário, o abrigado se mantinha discreto, não falava sobre seu passado e nem fazia referências à sua família. Apenas executava os serviços que lhe eram pedidos e nos momentos ociosos, refugiava-se em seu quarto, onde desenvolvia o hábito da leitura e apreciava músicas, preferencialmente clássicas, e mantinha-se isolado da convivência com outras pessoas.

Se na distante Polônia, durante a Segunda Guerra Mundial, o médico era temido por suas brutais experiências pseudocientíficas em cobaias humanas no campo de concentração de Auschwitz, em Assis, especificamente na “Casa da Criança”, ele medicou crianças carentes e inclusive curou um garoto, segundo o depoimento de sua mãe. O mesmo homem que, na década de 40, pregava a superioridade da raça ariana e tentou comprovar, com experimentos em anões, que essa deformidade resultava do excesso de miscigenação entre as raças, na instituição local teve de conviver, pacificamente, com crianças e funcionários de classes econômicas baixas e de diferentes origens e etnias.

Durante os cinco meses em que permaneceu na “Casa da Criança”, o hóspede ensinou Irene a fazer chás medicinais para dar às crianças. Formada em Farmácia, ela percebeu que o mesmo acumulava conhecimentos médicos, mas não o questionou sobre o assunto. “Percebemos que era o jeito dele e não adiantava perguntar nada”, recordou, em entrevista ao jornal *Diário de Assis*, em 24 de novembro de 2004.

Segundo relatos da ex-diretora, o abrigado mostrava-se mais inquieto quando a entidade recebia visitas. Nessas ocasiões, ele se trancava na despensa da cozinha e somente saía de lá quando não pudesse mais ser visto por estranhos, atitude que indicava seu receio em ser reconhecido e descoberto. Conforme relatou Irene Salotti, as ações do abrigado despertavam a curiosidade dos demais trabalhadores, que o consideravam “estranho” e desconfiavam que se tratava de “alguém importante”.

Do mesmo modo misterioso com que chegou, “seu Pedro” também foi embora. Ele apenas avisou Irene e a irmã Georgette que partiria na madrugada do dia seguinte, sem explicar o porquê e nem para onde. A ex-diretora, então, lhe deu de presente uma camisa de linho de manga longa, que foi recusada pelo hóspede. “Não quero. Fica de presente para as crianças”, teria dito, em seu português “arrastado”. Mengele beijou sua mão e agradeceu pela hospedagem. “Deus lhe pague por tudo que a senhora fez por mim. Agradeço pelo leite que tomei aqui”, teriam sido algumas de suas palavras.

De acordo com os relatos de Irene Salotti, o nazista foi levado na madrugada do dia seguinte, por um carro escuro. Após a partida, Irene e a freira procuraram possíveis materiais esquecidos em seu quarto, mas nada encontraram de objetos pessoais ou documentos.

3. Contraste de sentimentos

É curioso observar o contraste de sentimentos revelados por testemunhas após a notícia da morte de Josef Mengele, ou “seu Pedro”. Irene conta que chegou mesmo a chorar ao saber do ocorrido, antes de ter conhecimento de quem, na verdade, era seu abrigado. “Foi uma decepção muito grande”, resume. Em sua opinião, o homem que conviveu com as crianças e funcionários da entidade em nada lembra as descrições do “médico-monstro” de Auschwitz. “Ele foi uma pessoa praticamente boa”, argumenta a ex-

FEMA - IMESA

diretora em defesa a um dos criminosos mais cruéis da história da humanidade, que soube, como poucos, despertar o ódio ou a simpatia das pessoas à sua volta.

A tristeza pôde ser observada também na reação de Perla Ovitz, que como Irene, assume ter chorado “a noite inteira” quando soube da morte do carrasco de Auschwitz. “Os rios de sangue que ele tirou de nós (...) passavam diante dos meus olhos, mas mesmo assim eu chorei. O coração é o mais estúpido dos órgãos humanos” (KOREN; NEGEV, 2006, p. 210-211).

4. Suspeitas

É fato que Josef Mengele conseguiu se manter incógnito e assim, livre de acusações e julgamentos, devido à ajuda de uma rede de proteção aos fugitivos nazistas. Assim, é possível crer que em Assis houvesse ao menos um colaborador que tivesse interesse em manter anônimo o “Anjo da Morte”. A religiosa Georgette Brodnyansky é, neste caso, a principal suspeita das testemunhas ouvidas durante a pesquisa feita em 2005.

Isto porque, entre outros fatos, foi ela a responsável por conceder abrigo a um pedinte desconhecido e alojá-lo entre as crianças atendidas pelo internato. A freira ainda conversava em alemão com o abrigado, segundo relatos das testemunhas, e havia avisado a mãe de um garoto doente de que o jardineiro “entendia bem” de Medicina.

A religiosa também foi a única fonte procurada por jornalistas locais a se recusar a fornecer informações sobre “seu Pedro”. De acordo com o repórter Roberto Silo, responsável pela reportagem, a irmã se mostrara indiferente com a descoberta da identidade de seu abrigado e passou a ficar irritada quando abordada sobre o assunto. Durante uma entrevista ao jornal *Voz da Terra*, ela afirmou “estar muito contrariada com estas especulações em torno da vida e da morte de Josef Mengele, pois se ele já morreu o que resta agora é rezar pela alma do médico nazista”.

O jornalista Roberto Silo descreveu, em reprodução de memória, uma conversa mantida entre ele e a freira em 1985, em reportagem veiculada pelo jornal *Diário de Assis* de dezembro de 2004. Quando questionada se sabia que seu abrigado era Josef Mengele, Georgette apenas respondeu que ele era “um homem bondoso, que cuidava bem das crianças e do jardim”. Também alegou que, por ser irmã de caridade, ajudava “quem batesse à sua porta”, não importando sua origem e nem seu passado. A sentença final da religiosa, no entanto, deixa dúvidas sobre suas reais intenções. “Além do mais, os judeus mataram Jesus Cristo”.

5. Considerações finais

Sob o disfarce de um simples jardineiro, Josef Mengele conseguiu se manter incógnito na “Casa da Criança” e, especificamente, em Assis. Nenhuma pessoa que conheceu o abrigado pela instituição ousou dizer que aquele senhor de bigodes era o temível médico nazista que havia torturado e matado milhares de prisioneiros em busca da raça perfeita. Mesmo após as confirmações de testemunhas e da Polícia Federal, de que o pedinte e o “médico-monstro” eram a mesma pessoa, os entrevistados relutaram em acreditar que “seu Pedro” teria sido capaz de cometer as atrocidades reveladas.

FEMA - IMESA

A justificativa é que, apesar de misterioso, quieto e discreto, o abrigado não demonstrou, em nenhum momento, ações que pudessem revelar sua verdadeira origem. Era, sim, culto, gostava de literatura e de músicas clássicas, remetia e recebia cartas sem a ajuda de terceiros e, por vezes, medicava as crianças doentes; atitudes consideradas estranhas para um simples pedinte que passou a trabalhar como jardineiro, mas não a ponto de despertarem demasiada atenção dos demais funcionários.

A mudança brutal de comportamento pode ser explicada pela obrigação de conviver pacificamente com seus colegas e os internos, no caso da Casa da Criança, já que uma atitude mal pensada poderia colocar em risco seu disfarce.

Nota-se que o carrasco precisou se adequar a algumas condições para continuar incógnito, entre elas não demonstrar simpatias ao racismo e ao nazismo. Talvez por isso ele tenha vivido durante meses ao lado de crianças carentes e de variadas raças e etnias, sem poder, contudo, demonstrar a repugnância que sentia por povos não arianos.

O disfarce e a mentira foram concretizados porque, até o fim de sua vida, o médico nunca demonstrou arrependimento pelas idéias ensandecidas de Hitler e nem pelo genocídio de milhares de pessoas durante o Holocausto. Documentos pessoais e diários de Josef Mengele, esquecidos na Superintendência da Polícia Federal e revelados pela *Folha de S. Paulo* em novembro de 2004, demonstram esse argumento, como no registro em seu diário, em janeiro de 1976, sobre as leituras das memórias de Albert Speer, o arquiteto de Hitler. Ao mencionar que Speer reconheceu erros, o nazista afirma que “(ele) se diminui, mostra arrependimento, o que é lamentável”.

Com essa “transformação”, por mais difícil que possa ter sido ao “médico-monstro”, seu objetivo foi cumprido; ele não foi reconhecido e nem delatado, e pôde se abrigar na “Casa da Criança” durante alguns meses, tomando rumo ignorado. E Assis, literalmente, não percebeu a ameaça que a rondava. Seus moradores não tomaram conhecimento de que uma entidade religiosa, localizada na centenária cidade do interior paulista, abrigou o criminoso de guerra mais procurado do mundo como se hospedasse realmente um pedinte qualquer. Um assassino insano e cruel, como poucos, que conviveu diariamente com crianças inocentes e conseguiu despertar, nas pessoas daquela instituição, sentimentos de simpatia e solidariedade. Um assassino insano que liquidou mais de 400 mil vidas, mas que deixou “saudades” ao partir de Assis.

BIBLIOGRAFIA

ARANTES, Silvana. Perón ajudou Mengele, afirma escritor argentino. *Folha de S. Paulo*. Caderno Brasil, página A8: 23 de novembro de 2004.

GOÑI, Uki. *A verdadeira odessa*. São Paulo: Record, 2004.

KOREN, Yehuda; NEGEV, Eilat. *Gigantes no coração*. A emocionante história da Trupe Lillput – uma família de anões que sobreviveu ao Holocausto. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2006

MUSTAFA, Aline. Na trilha do carrasco. *Diário de Assis*. Páginas 4 e 5: 4 de dezembro de 2004.

PINTO, José Nêumane. *Mengele: a natureza do mal*. São Paulo: EMW Editores, 1985.

REVISTA VEJA. A exumação do enigma. Brasil, p. 20-28: 12 de junho de 1985.

FEMA - IMESA

____. A vida na sombra. Nazismo, p. 28-31: 19 de junho de 1985.

ROSA, Ana; MICHAEL, Andréa. Josef Mengele: os arquivos secretos do Anjo da Morte. *Folha de S. Paulo*. Caderno Mais, páginas 4 a 7: 21 de novembro de 2004.

____. Doente, Mengele tentou voltar à Europa em 74. *Folha de S. Paulo*. Caderno Brasil, página A8: 22 de novembro de 2004.

____. Mengele conheceu no Brasil simpatizantes do nazismo. *Folha de S. Paulo*. Caderno Brasil, página A9: 23 de novembro de 2004.

____. Mengele trabalhou dez anos no Brasil. *Folha de S. Paulo*. Caderno Brasil, página A14: 24 de novembro de 2004.

____. Mengele elogiou repressão da ditadura. *Folha de S. Paulo*. Caderno Brasil, página A28: 28 de novembro de 2004.

____. Para alemão, mídia mentiu sobre o nazismo. *Folha de S. Paulo*. Caderno Brasil, página A29: 28 de novembro de 2004.

____. Mengele tentou publicação de livro na década de 70. *Folha de S. Paulo*. Caderno Brasil, página A7: 29 de novembro de 2004.

SILLO, Roberto. Josef Mengele pode ter vivido em Assis. *Voz da Terra*. Matéria de capa: 20 de junho de 1985.

____. Confirmado: Mengele viveu em Assis em 70. *Voz da Terra*. Matéria de capa: 22 de junho de 1985.

SILVA, Aline Mustafa Ferreira da; FERREIRA, Carolina Cristina Mantovani. *Mengele: uma faceta do nazismo em Assis*. Trabalho de Conclusão de Curso da Fundação Educacional do Município de Assis (Fema), 2005.

Márcia Valéria Seródio Carbone*

RESUMO: Ao estudar a preposição espanhola “hacia”, notamos a intrigante ausência, em português, de uma preposição direcional que possa ser o seu equivalente autêntico. Apresentamos aqui uma análise comparativa entre os sistemas preposicionais do português e do espanhol.

PALAVRAS-CHAVE: preposições direcionais; análise contrastiva das preposições.

* Diretora e professora do IMESA. Doutora em Letras pela UNESP/Assis. Professora do Colégio FEMA e do IMESA. Doutora em Letras pela UNESP/Assis.

FEMA - IMESA

0. Introdução

O ponto de partida deste trabalho foi o desejo de estudar a intrigante “ausência”, em português, de uma preposição direcional que possa ser considerada como um autêntico equivalente da preposição espanhola “hacia”. Esse interesse levou-nos a fazer uma análise comparativa entre os sistemas prepositivos direcionais do espanhol e do português. Concebemos como direcionais as preposições que exprimem a idéia de movimento rumo a um limite, seja este preciso ou não. Para tanto, elaboramos uma síntese das investigações diacrônicas e sincrônicas sobre as preposições direcionais espanholas e portuguesas; nosso intuito foi o de comparar as preposições direcionais que em ambas as línguas se referem a limites mais ou menos precisos.

Em seguida, procedemos à análise, no seu contexto sintático, de todas as ocorrências de “hacia” em *El amor en los tiempos del cólera*, de Gabriel García Márquez e de suas respectivas traduções, feitas por Antonio Callado. Consideramos algumas dessas ocorrências nas duas línguas e refletimos sobre a propriedade das equivalências fornecidas pelo tradutor.

1. Quadro das preposições direcionais espanholas de aproximação a um limite

As observações diacrônicas e sincrônicas a respeito das preposições semanticamente atreladas à idéia de direção (ou mais especificamente, as de movimento de aproximação a um limite) nos possibilitam formular um quadro prepositivo gradual de maior ou menor precisão de proximidade a um limite, dentro do espanhol.

Quadro Prepositivo Gradual de Precisão Direcional - Espanhol

Aproximação a um Limite

Preposição	Valor Diacrônico	Valor Sincrônico
<i>Contra</i>	direção imprecisa, valores semelhantes aos de “hacia”	contrariedade, oposição
<i>Hacia</i>	equivalente do latim “versus” (em direção a), direção imprecisa	direção imprecisa
<i>Para</i>	do latim “per/pro ad”, direção relativamente precisa	direção relativamente precisa
<i>A</i>	do latim “ad”, direção mais precisa	direção mais precisa
<i>Hasta</i>	do árabe “hatta”, direção precisa	direção precisa

A partir deste quadro, podemos observar que:

a) No espanhol, sincronicamente, a preposição de valor direcional mais impreciso é “hacia”; a de valor direcional mais preciso é “hasta”. Isto significa que, em “hacia”, a aproximação a um limite é vaga, imprecisa; ao passo que com “hasta” a aproximação a este mesmo limite é definida.

b) Diacronicamente, a preposição “contra” apresentou valores semelhantes aos de “hacia”; o que se verifica também nas investigações filológicas da preposição “contra” portuguesa. No entanto, em espanhol moderno, não permaneceram tais valores.

c) O valor igualmente primitivo de “contra”, com sentido de contrariedade, oposição, manteve-se nos dias atuais. Com essa acepção, em alguns casos, pode neutralizar-se com

FEMA - IMESA

“hacia”. Trata-se do traço sêmico “direção-orientação” acrescido da oposição a um movimento: “viene contra / hacia Madrid.”

d) “Hacia” distingue-se do “para” espanhol pelo caráter *indefinido* da orientação direcional, sendo esta última comum a ambas. “Para” expressa uma direção-orientação definida com um propósito definido, enquanto “hacia” indica uma direção que engloba um limite.

e) Destas cinco preposições de aproximação a um limite, apenas duas (“a” e “hasta”) enfatizam o limite.

f) Traço semântico comum entre “hacia” e “para”: ênfase à direção ou orientação.

g) Quanto à relação “a” e “para”, observa Pottier (1962, p.337): “a” refere-se a uma perspectiva exata, precisa; “para” refere-se a uma perspectiva mais abrangente.

h) Quanto ao contexto de referência temporal a que estas preposições também podem aplicar-se (com exceção de “contra”) apenas “a” manifesta um caráter pontual, definido. “Hasta”, “para” e “hacia” expressam lapsos de tempo menos definidos.

2. Quadro direcional das preposições portuguesas de aproximação a um limite e possibilidades de correspondência com “hacia”

Quadro direcional das preposições portuguesas			
	Valor diacrônico	Valor Sincrônico	Correspondência com “hacia”
Contra	em direção a	oposição	de modo geral, apenas em nível diacrônico
Para	direção relativamente precisa	direção relativamente precisa	única opção simples no português
A	direção precisa	direção precisa	de modo geral, não
Até	direção exata	direção exata	não

A falta de correspondência entre “hacia” e uma preposição simples do português atual, toma rumos diferentes. De um lado, do ponto de vista diacrônico, nota-se a existência de uma única preposição, ou seja, “contra”, com grande parte dos valores atuais da espanhola “hacia”. De outro, sincronicamente, encontra-se uma locução prepositiva “em direção a”, traduzível pela preposição “hacia”, mas que não dá conta de todos os valores que esta pode assumir, principalmente os temporais.

Em comentário ao quadro acima elaborado, podemos observar que:

a) O “para” português é a preposição simples que mais se aproxima de “hacia”. No entanto, como sabemos, essa preposição não abarca todas as sutilezas da partícula espanhola.

b) O emprego das preposições portuguesas “para”, “sobre” ou “por” com sentido de tempo aproximado é pouco freqüente no português atual. O que, de fato, tem vigorado são as locuções prepositivas “lá para” ou “lá pela”.

FEMA - IMESA

c) A preposição “em”, em usos familiares, acompanha verbos direcionais, competindo com “para”, embora tal emprego preposicional viole a gramática tradicional.

d) O “para” português inclui o “até”; o “para” espanhol não inclui “hasta”. Isto significa que, em português, “para” e “até” se neutralizam; o que não se verifica em espanhol:

Port.: “Vou para São Paulo.” / “Vou até São Paulo.”

Esp.: “Voy hacia Madrid.” / “Voy hasta Madrid.”

Tal fato pode explicar-se de duas maneiras. O “para” português, pelo seu caráter relativamente preciso, em alguns casos, equivaleria a “até”. As preposições espanholas “hacia” e “hasta” ocupariam posições extremas quanto à direção a um limite: aquela, de indefinição e esta última, de precisão. Daí serem incompatíveis.

e) Em nível sincrônico, o quadro gradativo das *preposições de direção a um limite* é formado, basicamente, por “a”, “até” e “para”, indo da mais precisa à menos precisa.

3. Análise das ocorrências de “hacia” em *El Amor em los Tiempos Del Cólera*

A análise contrastiva de línguas tem como um dos seus possíveis objetivos o estudo dos casos em que os alunos (falantes de uma determinada língua, mas aprendizes de outra) provavelmente encontrarão dificuldades ao estudar este segundo idioma.

Buscando analisar a tradução da preposição “hacia” para o português, é que fizemos uma leitura de *El Amor em los Tiempos del Cólera* (1985), de Gabriel García Márquez, com o objetivo de rastrear as suas diversas ocorrências, comparando cada um de seus empregos com a tradução portuguesa feita por Antonio Callado.

Nessa procura por “hacia” em *El Amor em los Tempos del Cólera*, um livro de 503 páginas, encontramos apenas 46 exemplos. Ora, esse fato é bastante significativo, pois indica que a preposição “hacia” é pouco empregada, sobretudo se a comparamos com outras preposições. Mais ainda: os quase raros aparecimentos de “hacia” indicam também que esta preposição, enquanto classe de palavra, não pode ser considerada isenta de teor significativo; se não, seria amplamente empregada como instrumento puramente conectivo.

Esse estudo nos possibilitou chegar a alguns contextos sintáticos da preposição “hacia”, os quais, de certa forma, delineiam o comportamento, as preferências e as exigências da preposição em análise. Dentre tais contextos, salientamos:

a) *Verbo não-direcional* + “hacia”

Que “hacia” tenha um valor direcional, não se pode negar. Esse fato se deve à sua significação básica de movimento em direção a um ponto, que não é necessariamente o limite final deste movimento. Por isso, essa preposição conserva muito maior afinidade com verbos de valor também direcional, aqueles que por si só manifestam a idéia de direção.

Não é, porém, o caso do exemplo a seguir. Neste, há um verbo não-direcional seguido de “hacia”.

FEMA - IMESA

1. “... respirando hacia el lado por donde cantaban los gallos,...” (p.21)	1. “...respirando sempre para o lado em que cantavam os galos,...” (p.16)
--	---

b) Notemos que o verbo “respirar”, isoladamente, quanto ao sentido, não marca qualquer direção. No entanto, ao lado de “hacia”, esta como que o contagia, fazendo-o adquirir matizes direcionais, sendo possível, inclusive, imaginarmos o ato de respirar voltado para o lado. O mesmo se pode dizer da versão portuguesa, em que o verbo passa a assumir um teor direcional graças à preposição “para”. Aliás, no português, temos o acréscimo do advérbio “sempre”, que acentua o valor durativo do gerúndio. Vale enfatizar então que, em ambos os casos, um verbo cuja noção é simplesmente a de absorção (de ar), adquire um sentido espacio-direcional.

Por outro lado, dos quarenta e seis exemplos de “hacia” encontrados, vinte e seis (ou 56,5%) são traduzidos por “para”.

2. “caminaba hacia su camarote”	2. “andava para o seu camarote”
---------------------------------	---------------------------------

Primeiramente, convém afirmar que, numa tradução, há perdas e ganhos, pois se trata de idiomas distintos, cada qual com suas particularidades. Ou seja, quando se trabalha com tradução de línguas, é que se verifica, com efeito, a pertinência de princípios como o da arbitrariedade lingüística. Isto quer dizer que o fato de “para” traduzir, em grande parte dos casos, a preposição “hacia”, não significa que ela (“para”) seja o equivalente perfeito de “hacia”. Na realidade, a preposição “para” portuguesa apresenta as suas distinções com relação à espanhola “hacia”. No entanto, este é o elemento de que nós, falantes do português, dispomos para expressar o significado direcional indefinido de “hacia”, preposição simples, inexistente no português atual. Isto é: nesta grande parte dos casos exemplificados acima, “para” adquire um valor direcional, semelhante a “hacia”. Isto é o que podemos afirmar quanto à relação “hacia” (espanhol) / “para” (português).

Quadro Gradativo – Equivalentes Portugueses de “hacia”			
Preposição espanhola	direccional	Equivalentes no português (segundo Antonio Callado)	Gradação espacial e/ou temporal
Hacia (acepção espacial)		Rumo a	{direção imprecisa
		A caminho de	{direção relativamente precisa
		Para	{direção precisa
		A	{direção precisa e insistente a um limite
		Até*	{extensão de movimento
Hacia (acepção temporal)		PELO*	
		Por volta de	{localização imprecisa no tempo
		A*	{pontualidade na localização temporal

FEMA - IMESA

Os termos assinalados com (*), pelo valor que expressam, parecem ser incompatíveis com o sentido da preposição espanhola. A nosso ver, não seriam, portanto equivalentes portugueses de “hacia”. Por isso, propomos um outro quadro de correspondentes desta preposição na língua portuguesa.

Com base nos dados acima referidos, torna-se possível relacionar um quadro direcional no que tange ao português. É o que ora se vê:

<i>Equivalentes portuguesas de “hacia”</i>	
Hacia (valor espacial)	Rumo a A caminho de Em direção a
Hacia (valor temporal)	Por volta de Aproximadamente Quase a Mais ou menos a Lá pela

BIBLIOGRAFIA

CARBONE, Márcia Valéria Seródio. *A preposição espanhola HACIA: significados, usos e equivalências em português e outras línguas. Estudo contrastivo do sistema preposicional do espanhol e do português*. 128f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Assis, 1998.

GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. *El Amor en los Tiempos del Cólera*. Barcelona: Bruquera, 1985.

_____. *O Amor nos Tempos do Cólera*. Trad. Antonio Callado. 17. ed. Rio de Janeiro: Record, 1997.

HOYOS-ANDRADE, Rafael E. *El funcional PARA en español y portugués*. In: *Revista de Letras*. Assis, Instituto de Letras, História e Psicologia - UNESP, 1977, 19: 175-187.

LUQUE DURÁN, Juan D. *Las Preposiciones*. (I - Valores Generales). 2. ed. (Colección “Problemas Básicos del Español”). Madrid: Sociedad General Española de Librería, 1973.

Diva Lea Batista da Silva**

RESUMO: Este trabalho tem como objetivos: verificar as relações percebidas entre Calvin e Haroldo, personagens das histórias em quadrinhos, de Bill Watterson e os filósofos João Calvino e Thomas Hobbes, por meio da análise de uma tira em quadrinhos de Calvin e Haroldo, com base em uma leitura de enquadramento de câmeras. Nessa análise, serão destacadas as relações vistas entre a tira analisada e a educação escolar.

PALAVRAS-CHAVE: histórias em quadrinhos; filosofia; educação escolar.

* Trabalho de aproveitamento da Disciplina *Histórias em Quadrinhos como Ferramenta de Propaganda, Marketing, Treinamento e Ensino*, oferecida no Curso de Especialização lato *sensu*, pela Faculdade Cásper Líbero, sob a orientação do Professor Dr. Flávio M. de Alcântara Calazans, durante o 2º semestre de 2005.

** Doutora, na área de Filologia e Linguística Portuguesa, pela UNESP de Assis/São Paulo e professora nos cursos de Administração, Jornalismo e Publicidade e Propaganda, no Instituto de Ensino Superior de Assis (IMESA), da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA). Contato: divalea@femanet.com.br

FEMA - IMESA

0. Introdução

Por que essa curiosidade? Leitora há muitos anos das tiras de Bill Watterson, no jornal *O Estado de S. Paulo*, Caderno 2, percebi relações de algumas delas com o desprazer ou melhor, *a raiva, o desespero, a agonia* que muitos alunos, como Calvin, têm de ir à escola, de fazer deveres de casa, redações ou leituras, etc. como deveres de casa.

Fazia-me sempre estas duas perguntas que foram o fio condutor deste trabalho:

1) *Quais as relações existentes entre Calvin & Haroldo e os filósofos Calvino e Hobbes?*

2) *Há relação entre as tiras em quadrinhos de Watterson e a “ideologia da seriedade”, de Baêta Neves (1974), ainda tão permeada na escola, nos tempos atuais?*

Na primeira parte, apresento sucintamente as biografias do escritor Bill Watterson, dos filósofos John Calvino e Thomas Hobbes, e faço uma breve descrição de Calvin e Haroldo, personagens principais das tiras em quadrinhos de Watterson. Mostro também as relações percebidas entre Calvin/João Calvino, e Haroldo/Thomas Hobbes. As descrições e biografias das personagens e dos filósofos, contidas nesta parte, foram baseadas nos sites www.calvineharoldo.com.br e www.calvibr.hpg.ig.com.br. Na segunda parte, analiso uma tira de Bill Watterson, que constitui o corpus deste trabalho, com base em uma leitura de enquadramento de câmeras. Na terceira parte, destaco as relações vistas entre a narrativa da tira analisada e a educação escolar, bem como apresento algumas considerações sobre o que foi discutido no decorrer deste trabalho.

1. Relações percebidas entre os personagens e os filósofos estudados

O criador das histórias de *Calvin & Hobbes* é William B. Watterson II, mais conhecido como Bill Watterson, nascido em 5 de julho de 1958, em Washington. Formou-se no Kenyon College, em Gambier, Ohio, em 1980, em Ciência Política. Casado com Melissa, moram em Hudson, Ohio. As tiras *Calvin & Hobbes* eram diárias e distribuídas em 14 países pela Universal Press Syndicate. A primeira tira foi lançada no dia 11 de novembro de 1985 e desde então, *Calvin & Hobbes* ganhou fama pelo mundo. Seus livros venderam mais de um milhão no primeiro ano, sendo que o último, *Os Dez Anos de Calvin & Haroldo*, alcançou a lista dos *best-sellers* do New York Times. Infelizmente, Bill Watterson parou de desenhar as tiras de *Calvin & Hobbes*, no dia 1º de janeiro de 1996.

É difícil que o autor apareça para se justificar aos *órfãos* de Calvin. O que se sabe é que há anos Watterson disse ser impossível continuar mantendo indefinidamente seu padrão de qualidade num trabalho para publicação diária. Ele não tem equipe e trabalha só. Nunca aceitou vender os direitos da história para camisetas, bonecos e desenhos de tv.

De acordo com o autor, a origem dos dois nomes de suas principais personagens, Calvin e Haroldo, muitas vezes é entendida por pessoas que estudam Ciência Política como uma piada e poucas pessoas entendem a relação que feita com Calvino e Hobbes.

Desse modo, destaco neste trabalho alguns aspectos das teorias desses filósofos que creio estarem relacionadas com as tiras de Watterson, procurando responder às duas perguntas que me instigaram a fazer este trabalho.

FEMA - IMESA

1.1 John Calvino

O nome de Calvin, das tiras de Watterson, foi inspirado no reformador religioso do século XVI, Jean Cauvin, dito Calvin (1509-1564).

Abordarei nesta parte, de acordo com Portela (2005), o 3º pecado que ameaçava o calvinismo, isto é, “o **pecado da acomodação no aprendizado**”, não como pecado, mas como “preguiça mental. Em várias tiras de Calvin, percebi que ele realmente se *acomodou*: acredita que já *sabe tudo*, acha que não precisa mais ir à escola e tem, além da *preguiça mental*, a preguiça física também, pois quer que outros façam seus trabalhos e pesquisas.

1.2 Thomas Hobbes

Haroldo recebeu o nome de Thomas Hobbes (1588-1679), matemático, teórico político do século XVII, e filósofo inglês.

De acordo com Hobbes, a sociedade precisa de uma autoridade em que todos os seus membros têm o dever de ceder o suficiente da sua liberdade natural, de forma que a autoridade possa assegurar paz interna e defesa comum, isto é, os homens só poderiam viver em paz se concordassem em submeter-se a um poder absoluto e centralizado.

Destacamos as seguintes relações entre alguns conceitos de sua teoria e as tiras de Watterson (Limongi, 2002):

a) **manutenção da paz civil/iminência de castigo**: Haroldo, em algumas tiras, tenta resolver as situações conflitantes que Calvin provoca com suas ações;

b) **transformação do conceito para palavra**: o tigre de pelúcia do Calvin tem um nome, Haroldo, e se torna animal vivo, quando conversa com o menino longe das outras personagens, auxiliando-o tanto nas travessuras como nos estudos;

c) **método análise/síntese**: em certas tiras, Haroldo analisa o problema criado pelas outras personagens ou pelo próprio Calvin e explica a solução ao menino;

d) **imposição de vínculos de obrigação permanente entre os homens**: isso ocorre nas relações sociais de Calvin como: não brigar com Susie, sua colega de escola; não brigar com a babá; ir todos os dias à escola; fazer todos os deveres escolares etc.

e) **razão/imaginação**: em certas tiras, Calvin se retira do mundo da razão e vai para o mundo privado de sua imaginação, com o uso da *caixa duplicadora*: cria vários Calvins, para cometer suas travessuras e fugir depois de cometê-las; da *caixa do tempo*: ir para o futuro para ter seu dever de casa resolvido, etc., em vez de enfrentar seus problemas no mundo comum e público, que poderá ajudá-lo, tomando uma decisão em conjunto.

1.3. Calvin

Segundo Bill Watterson, o nome Calvin veio de um teólogo chamado Jean Calvin (João Calvino), que acreditava piamente em predestinação, o que é retratado em várias tiras. Ao contrário de que muitos pensam, Calvin não foi baseado nas memórias de infância do autor e nem veio do nome de um filho de Watterson.

Calvin é uma criança de 6 anos, de classe média, que dedica parte integral do seu tempo para infernizar a vida de seus pais, sua vizinha, sua babá, sua professora e, não raro,

FEMA - IMESA

de seu tigre de pelúcia. Um menininho que possui as preocupações de um adulto, mas as reações de uma criança, e vê o mundo diferente de como nós vemos, ou ... de como os adultos vêem. Como qualquer criança, ele não leva uma vida diferente das outras: passa as manhãs na escola e as tardes brincando; é difícil para comer (por exemplo, estrogonofe ou espinafre); briga para não dormir e nunca quer se levantar da cama (principalmente para ir à escola); vive grandes peripécias na banheira na hora do banho, adora brincar na neve e em caixas de areia... Deve ser por isso que ele me *seduziu...*, por apenas ser *uma criança*.

A relação dele com seus pais é muito engraçada e, ao mesmo tempo, “profissional”, principalmente com seu pai, que sempre está com seu mandato de pai em avaliação. Já com a mãe, bem... ela é a chefe, a *tirana* da casa. Calvin **sabe** que não está certo em algumas coisas, mas sempre pergunta a ela se pode fazer aquilo. Outras vezes, ele ignora o que conhece de errado, e faz sem consultá-la, como se fosse um inocente.

Mas ele nunca foi *literalmente* uma criança de seis anos. Pelas leituras feitas, Watterson inclui muito de si na personalidade de Calvin, que adora usar um vocabulário difícil ou que não é normal por grande parte das crianças.

1.4. Haroldo

Haroldo é o tigre de pelúcia que tenta, na medida do possível, *enfiar* um pouco de juízo na cabeça de Calvin, e, segundo este, é o melhor amigo que alguém poderia ter. O nome Haroldo vem de um filósofo do século XVII chamado Thomas Hobbes. Este possuía uma visão obscura e pessimista da natureza humana, que o tigre compartilha.

Muitas coisas que fazemos e nos parecem normais, para Haroldo são estúpidas e sem qualquer explicação lógica, como podemos ver em tiras em que este questiona o tratamento que estamos dando ao planeta. Como na maioria dos animais, Haroldo possui dignidade, paciência e bom senso, que são cada vez mais raros em muitos dos seres humanos. Foi inspirado em Sprite, uma das gatas de cor cinza que o autor possuía que apenas lhe forneceu as características faciais e a idéia do corpo longo do Haroldo, como também foi modelo para a sua personalidade única.

Como a maioria das histórias de animais, o humor vem de seu comportamento humano. Haroldo fica de pé e fala, mas Watterson preserva o lado felino do bicho, sua privacidade e tato, tanto de seu comportamento físico quanto de sua atitude, junto com seu imenso orgulho contido em não ser humano. *Como Calvin, eu normalmente prefiro a companhia de animais a pessoas e Haroldo é minha idéia de amigo ideal.* (www.calvineharoldo.com.br/personagens, 2005).

2. Calvin & Haroldo: uma leitura de enquadramento de câmeras

Por meio dos elementos que fazem parte dos quadrinhos, percebemos que os recursos estéticos responsáveis por sua narrativa englobam os aspectos visuais, lingüísticos e sonoros (quando aparecem onomatopéias).

A narrativa une a imagem ao texto, elementos icônicos aos verbais, reveladores de conteúdos ideológicos, sociológicos, mitológicos, mesmo que ela, a narrativa, seja hoje

FEMA - IMESA

um dos suportes da escrita, diante dos extraordinários atrativos do audiovisual, conferindo à história em quadrinhos um grande potencial criativo e comunicativo.

A imagem nos quadrinhos assume o papel da linguagem; pode ser interpretada e ser compreendida como significados que vão além do visual. Essa interpretação pressupõe relações com o contexto social, cultural, histórico do sujeito intérprete/o leitor.

Na narrativa exposta nos quadrinhos, é feita a descrição do cenário e das personagens, da situação ou das ações e a forma de diálogo. Este, apresentado no estilo direto, tenta, na maioria das vezes, imitar a língua falada, por meio de balões, símbolos (ideogramas e pictogramas), sinais de pontuação e onomatopéias. Nesse tipo de texto, temos o espaço, a imagem, as cores e a distribuição de enquadramentos, que, trabalhados em conjunto, constituem a mensagem global. Esta, por sua vez, pode veicular valores ideológicos que, muitas vezes, são questionados pelo leitor, quando percebidos. Ou, dependendo do público-alvo, o leitor se limita simplesmente ao enredo da história.

Assim, na forma em que são apresentadas as imagens, está o papel do **significante** (desenhos, balões, sinais de pontuação etc.) da montagem da narrativa, enquanto que o conteúdo (tema) nela exposto constitui o papel de seu **significado** (os conceitos que são expressos). Desse modo, a seqüência dos quadrinhos abre novas possibilidades narrativas e estéticas para o campo da significação das HQs.

Para que aconteça uma narrativa em quadrinhos, teremos de obedecer a um roteiro, ou como quer Cirne (2000, p. 143, grifos meus), *a um plano, que nos quadrinhos, será a célula da leitura. Leitura esta que agencia a narrativa através de novos planos, de novas imagens, e não apenas de uma ilusão de ótica, como no cinema.*

2.1. Análise de uma tira em quadrinhos

Ao olhar uma história ou tira em quadrinhos, observamos que ela é formada por todos os elementos que vemos à nossa frente. Resta-nos saber **o que, como e em que espaços** ocorre o enredo dessa tira, enfim como os elementos da narrativa *se enredam*, se tecem para nos chamar a atenção. Dizemos *espaços*, no plural, pensando em sua multiplicidade das diversas esferas, e pela necessidade de não hierarquizá-los, não submetê-los um ao outro. Falamos dos espaços do **real** e do **imaginário**, analisados em conjunto e concomitantemente. No primeiro – o real –, desenvolve-se a ação política, o concreto, o factual. No segundo – o imaginário –, está a sua representação, o seu sentido adquirido. Trata-se de um produto simbólico e, portanto, cultural.

Já, de acordo com o foco de interesse do autor, o cenário da tira, ao olharmos através da lente de uma câmera, além de ficar limitada a um campo visual retangular, pode se distanciar ou se aproximar. Assim, é possível desenhar as imagens, dando destaque na cena aos pontos que queremos valorizar e transmitir ao leitor. Ambientes, detalhes, expressões são como quadros bem elaborados que, em um desfile ordenado, contínuo e coerente, vão sendo mostrados na tira aos olhos do leitor, para despertar as reações pretendidas pelo seu autor.

O objetivo é chamar a atenção do leitor e provocar sua imaginação, suas emoções, para que ele sinta vontade de experimentar, vivenciando a narrativa da tira que está vendo/lendo. Pincéis, lápis, crayons, equipamentos cada vez mais leves e versáteis são as principais

FEMA - IMESA

ferramentas utilizadas para transferir o que o autor pensa em imagens com forma, plasticidade, movimento, dramaticidade etc.

As técnicas aplicadas nas tiras em quadrinhos fundamentam-se no desenvolvimento dos procedimentos relacionados ao cinema. Grande parte dessas técnicas de realização é também a mesma de todas as formas de realizações audiovisuais, qualquer que seja o sistema de captação, transmissão ou distribuição.

Para entendermos um pouco mais do idioma “diretorês” e ter a possibilidade de se sair bem na análise da fita, isto é, da tira, expomos neste trabalho alguns conceitos baseados em Xavier e Zupardo (2004, p. 59-64), sobre enquadramentos de câmera.

Enquadrar significa escolher através do visor de uma câmera o que, dentro dos elementos de um espaço, será parte da tira. Trata-se de *como* e *o que* se enxerga de uma situação. Para selecionar o *conteúdo* que fará parte do quadrinho, devemos levar em conta o fundo, as formas, as cores e não somente o tema de nosso interesse.

Enfim, no enquadramento, como na fotografia, podemos utilizar diversos planos, pois nele o quadro é determinado pela distância entre o fotógrafo/autor e o tema, e que também pode ser modificado de acordo com o seu *ponto-de-vista*. São eles:

a) Grande Plano Geral (GPG): nesse plano, o ambiente é o elemento principal e ocupa a maior parte do quadrinho. Uma pequena parte é reservada à(s) personagem(ns).

b) Plano Geral (PG): aqui o ambiente divide espaço com a personagem, que é vista de corpo inteiro em um cenário, onde se vê os objetos de cena; há uma interação entre eles. É uma tomada geral; por exemplo, de um parque infantil com várias crianças brincando.

c) Plano Americano (PA): é o que mostra o desenho da personagem do joelho para cima, o que dá mais destaque e importância a ela do que ao cenário.

d) Plano Médio (PM): a personagem é enquadrada, desenhada da cintura para cima. É muito utilizado para mostrá-la sozinha ou em um diálogo entre ela e outras personagens.

e) Primeiro plano (PP): desenha a personagem mais ou menos do peito para cima, na altura do colarinho, e o leitor vê apenas seu rosto e seus ombros. O que se destaca é apenas a expressão da personagem; o fundo praticamente desaparece.

f) Close-up: o desenho do rosto da personagem toma todo o quadrinho: é cortado um pouco da parte superior da cabeça e o queixo fica como que apoiado na parte inferior do quadro. Esse plano é muito utilizado para transmitir as emoções da personagem em uma determinada situação.

g) Plano de Detalhe (PD): é um plano bem fechado, destaca uma parte do rosto de uma pessoa (olho, boca), uma tatuagem em seu corpo, uma lágrima caindo etc.

h) Câmera Alta: mostra a pequenez da personagem diante do ambiente, pois ambos são vistos de cima para baixo: achata a imagem da personagem e mostra sua posição de inferioridade e timidez, em relação ao leitor ou ao ambiente.

i) Câmera Baixa: é o contrário do enquadramento anterior, pois a personagem é vista de baixo para cima, o que deixa sua imagem maior, podendo dar a impressão de uma auto-estima positiva ou uma personagem autoritária (vai depender do roteiro). É como o ponto-de-vista de um pedestre olhando um edifício.

Eis a análise da tira escolhida de Calvin & Hobbes, do site www.publico.clix.pt/calvin_and_hobbes/index (2005):

FEMA - IMESA



Neste quadrinho, temos como tipo de enquadramento o **Plano Geral (PG)**, pois parece ser uma cena suburbana, devido à calçada com grama, árvore e, de frente ao ponto de ônibus, Calvin espera com Haroldo a condução para ir à escola. Há uma interação entre o espaço e as personagens (Calvin e Haroldo), que aparecem de corpo inteiro no cenário (“campo”). Ambos provavelmente olham na direção em que o ônibus virá e Calvin com uma expressão comenta sobre como está o dia... *gostoso*.



Já no segundo quadrinho, vemos a fisionomia raivosa de Calvin, característica imagética que denuncia o seu desencanto para com a escola, também expresso pela frase: - *Que desperdício ir à escola numa manhã como esta*. Para expressar essa característica existencial de Calvin, o enquadramento usado é o **Plano Médio (PM)**, no qual as personagens são desenhadas da cintura para cima, preenchendo o quadro, o que dá um destaque maior às imagens do que ao espaço (cenário em branco).



Neste quadro, já é utilizado o **Primeiro Plano (PP)**, em que o fundo do cenário desaparece, inclusive as linhas do quadrinho e o que se destaca é a personagem Haroldo; do peito para cima; vemos seus ombros e sua cara. Sua fisionomia não mudou de um quadro para outro, parecendo não estranhar nem a reclamação de Calvin, nem a sua “careta”. Quando faz a pergunta, parece já saber qual resposta que vai ser dada (Haroldo não está “preso a nada”, nem há linhas do quadrinho para “segurar” o que ele já sabe.)

FEMA - IMESA



Por isso, no último quadro, Watterson volta ao enquadramento tipo **Plano Geral (PG)**, e vemos todo o cenário em que as personagens estão, sob outro ponto de vista, da direita para a esquerda, como se a câmera tivesse rodado em volta do cenário (contra-campo). Finalizando a narrativa, diz Calvin: *Passaria toda a manhã a dormir*, com uma expressão mais para frustração, do que de tristeza, por não poder ficar em casa “num dia de outono, soberbo e fresco”. (Esse tema é mostrado em muitas tiras de Watterson)

Considero essa tira mais um instrumento de crítica social que Watterson utiliza, por meio do humor irônico de Calvin, para *depreciar* a educação escolar:

- Por que “*ir à escola numa manhã como esta*”?

3. Considerações finais

Em minha trajetória profissional como docente, percebo que a “ideologia da seriedade” (Baêta Neves, 1974), como forma de dominação cultural, nos impõe regras e padrões que rodeiam o nosso cotidiano e nos compromete com as tradições socioculturais comuns a toda sociedade. De acordo com essa ideologia, o humor e o riso não devem ser levados a sério, pois são inconseqüentes, momentâneos e sem importância. Isso nos dificulta a ter uma visão crítica de toda a sociedade e exerce uma repressão sobre a análise e crítica sociais, muitas vezes possível por meio do humor.

Devido a essa ideologia e ao desconhecimento do uso da HQs em aulas, esse tipo de texto ainda é muito criticado tanto por docentes como pais de alunos, pois não crêem na eficiência desse suporte de texto. Isso responde a 2ª pergunta feita no início deste trabalho:

- *Há relação entre as tiras em quadrinhos de Watterson e a “ideologia da seriedade”, de Baêta Neves (1974), ainda tão permeada na escola, nos tempos atuais?*

Verifiquei que existem várias relações por meio da análise e interpretação de muitas tiras de *Calvin e Haroldo*, porque a escola e o conteúdo trabalhado nela, muitas vezes, se tornam enfadonhos, desinteressantes, indesejados, pois muitos docentes não criam oportunidades para o aluno pensar; ele, muitas vezes, é castigado porque expõe a sua opinião, critica sobre o que vê...

Com base no que foi tratado no decorrer deste trabalho, faço as seguintes considerações:

1) Concordo com Watterson que a idéia das duas versões do Haroldo (animal/brinquedo) é geralmente mal compreendida, pois há momentos em que, como leitora, eu mesma não consegui separar a ficção da realidade em muitas tiras. O tigre é mais do que um brinquedo: parece-me que Haroldo faz/fala aquilo que Calvin quer fazer/falar e não pode. Bill Watterson expressa o que pensa sobre essa personagem:

FEMA - IMESA

Eu não penso no Haroldo como um boneco que milagrosamente ganha vida quando Calvin está por perto. Também não penso nele como um produto da imaginação de Calvin... Ele vê Haroldo de uma maneira, e os outros personagens de outra. Eu mostro duas versões da realidade, e cada uma delas faz total sentido para o personagem que participa da cena em questão. Eu acho que é assim que a vida é... Nenhum de nós enxerga o mundo exatamente da mesma maneira, e eu apenas passei este sentimento para a tirinha (In: <http://www.calvinbr.hpg.ig.com.br/haroldo>, 2005).

2) Parece-me que Watterson retira toda a “energia” de sua série, da mistura entre a suposta “ignorância” de Calvin e a sua capacidade de imaginar, levantar suposições. Para mim, em certas situações narradas em suas tiras, Calvin exagera demais em seus atos e falas para ser real. Será que algum de nós conseguiria viver (conviver) com Calvin, sem ter a grande tentação de dar-lhe umas palmadas ou responder “porque sim” às suas perguntas? Nesse sentido, foi curioso saber em minhas pesquisas que Watterson teve licenciatura em Ciência Política; seu primeiro emprego foi como cartunista político, mas foi despedido porque lhe faltava mais experiência, “jogo de cintura” para tratar certas questões polêmicas, o que deixa transparecer por meio do Calvin em algumas tiras.

3) As tiras de Calvin, para um leitor atento e sabedor do que acontece na educação escolar atual, conseguem tocar mais nos fatos reais dessa educação, porque algumas delas são mais políticas do que certas reportagens veiculadas pelos telejornais. Isso acontece justamente por se situarem em um gênero em que as *violações* linguísticas e imagéticas são mais aceitáveis e permitidas, como nos quadros humorísticos de TV, “Casseta e Planeta”, por exemplo.

4) Calvin, não só na tira analisada, como em outras, nos entretém sem se comprometer; em outras, nos leva à reflexão sobre como a escola não estimula o aluno a pensar; como ela é “chata”, o que faz com que ele, por exemplo, deteste levantar cedo para ir estudar etc.

5) Com frequência, percebo como educadora, a ocorrência do **3º pecado da acomodação no aprendizado**, em muitos colegas que acreditam que já dominam todos os conhecimentos, que não precisam fazer mais nenhum curso. Repetem sempre as mesmas *verdades*, desprezando a experiência do outro, a riqueza da troca de experiências, seja em seu campo de atuação ou em reuniões, congressos, eventos científicos etc. Crêem, infelizmente, que já dominaram tudo o que se pode saber, dedicando-se a grandes e extensas discussões, como se mestres fossem.

Concluindo, Calvin, personagem de Bill Watterson, é famoso no mundo inteiro pela abordagem diferente que o autor faz de problemas típicos dos valores correntes do mundo contemporâneo, principalmente neste trabalho em que destaco algumas relações entre o que ocorre na escola e os acontecimentos presentes em seu cotidiano infantil.

A visão bem-humorada, porém, muitas vezes sarcástica, de Calvin, parece ser uma saída para uma educação desgastada, corroída pelas contradições que lhe são inerentes,

FEMA - IMESA

seja pela falta de preparo de muitos docentes, seja pela compreensão que muitos têm da escola, e a conseqüente angústia no espírito das pessoas, principalmente de muitos pais.

BIBLIOGRAFIA

CALAZANS, F. M. de A. *Histórias em quadrinhos na escola*. São Paulo: Paulus, 2004.

CIRNE, M. *Quadrinhos, sedução e paixão*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

Disponível em: <<<http://www.calvinbr.hpg.ig.com.br/personagens>>>.

Acesso em: 25 set. 2005.

Disponível em: <<<http://www.calvineharoldo.com.br/personagens>>>.

Acesso em: 25 set. 2005.

Disponível em: <<http://www.publico.clix.pt/calvin_and_hobbes/index>>, 06 dez. 2000.

Acesso em: 01 nov. 2005.

PORTELA, S. *Cinco pecados que ameaçam os calvinistas*. Disponível em:

<<<http://www.solanoportela.net>>>. Acesso em: 20 out. 2005.

LIMONGI, M. I. *Hobbes*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

SILVA, D. L. B. da. *Do pensar ao escrever: um prazer*. Assis/SP, 2000. 341p. Tese (Doutorado em Filologia e Linguística Portuguesa). Universidade Estadual Paulista.

WATTERSON, B. *Calvin & Hobbes*. Trad. Helena Gubernatis. Lisboa: Gradiva, 2004.

XAVIER, C.; ZUPARDO, E. *Entregando o "ouro" para os mocinhos: o roteiro da comunicação empresarial*. São Paulo: Zennex Publishing, 2004.

Eliane Aparecida Galvão Ribeiro Ferreira*

RESUMO: O presente artigo tem por objetivo apresentar uma possibilidade de leitura da obra *Em liberdade*, de Silviano Santiago, pelo enfoque do leitor, inserindo-a no gênero de metaficção historiográfica.

PALAVRAS-CHAVE: metaficção historiográfica; leitor; romance.

* Prof^ª Mestra e Doutoranda em Literaturas de Língua Portuguesa pela Unesp, campus de Assis, ministra aulas no Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA/FEMA. Contato: eagrif@femanet.com.br.

FEMA - IMESA

Começamos oprimidos pela sintaxe e acabamos às voltas com a Delegacia de Ordem Política e Social, mas, nos estreitos limites a que nos coagem a gramática e a lei, aindanos podemos mexer.

Graciliano Ramos

A obra de Silviano Santiago, *Em liberdade*, insere-se no gênero romanesco de produção pós-moderna, mais especificamente, no de metaficção historiográfica. Justifica-se a classificação dessa obra como pós-moderna, pois ela ultrapassa as fronteiras da teoria e da prática, envolvendo uma na outra e uma pela outra, sendo a história o cenário dessa problematização. Como romance pós-moderno, a obra questiona os conceitos inter-relacionados que acabaram se associando ao humanismo liberal: autonomia, transcendência, certeza, autoridade, unidade, totalização, sistema, universalização, centro, continuidade, teleologia, fechamento, hierarquia, homogeneidade, exclusividade e origem. Ainda, nesse processo, questiona o próprio fazer ficcional. Trata-se, então, de uma obra que apresenta uma narrativa autoconsciente que exige tanto o distanciamento quanto o envolvimento do leitor. Assim, a obra de Santiago enquadra-se na definição de “metaficção historiográfica”, por ser um romance que, ao mesmo tempo, é intensamente auto-reflexivo e, de maneira paradoxal, também se apropria de acontecimentos e personagens históricos.

Para a consecução do objetivo, opta-se neste artigo pelo caminho da dialogia, a partir da hipótese de que somente pela leitura plurissignificativa pode-se compreender o diálogo entre textos diversos de diferentes autores, que se instaura no interior da obra e a define. Entende-se por dialogismo, em consonância com Diana Luz Pessoa de Barros (In: BARROS; FIORIN, 1999, p.2), a característica essencial da linguagem e o princípio constitutivo, muitas vezes mascarado, de todo discurso.

Norteia esta análise a concepção de que uma obra, conforme Regina Zilberman (1984, p.133-4), por ser uma unidade concomitantemente composicional e dialógica, é portadora de um fenômeno literário, que circula do plano ficcional ao ideológico a partir de sua estrutura, independentemente da sociedade que o produz ou o reflete. Para tanto, busca-se compreender como se organizam os discursos na narrativa.

De acordo com Cyana Leahy-Dios (2000, p.27), um dos benefícios potenciais da literatura é a ampliação do sentido das múltiplas possibilidades de vida no leitor. Ela lhe dá uma chance de “viver” dilemas morais. Nesse sentido, constrói-se neste texto a hipótese de que o contato com o Romance Histórico Contemporâneo permite ao leitor a ampliação de sua visão de mundo, pois ele vê a realidade sob novos prismas, refaz o “real”. Isto porque, segundo Diana Pessoa de Barros (In: BARROS; FIORIN, 1999, p.7), os discursos literários, por serem dotados de ambivalência intertextual interna e proporcionarem a multiplicidade de vozes e de leituras, permitem a substituição da verdade única, pelo diálogo de “verdades textuais”, contextuais e históricas. Dessa forma, o leitor reconsidera, por meio do diálogo com textos diversos de diferentes autores, a “verdade única” que possui, ou melhor, que lhe tinham transmitido.

FEMA - IMESA

Neste artigo, parte-se do pressuposto de que a literatura é condicionada primordialmente, tanto em seu caráter artístico quanto em sua historicidade, pela relação dialógica entre obra e leitor. Essa relação decorre da estrutura do texto, da presença de vazios que solicitam do leitor um papel na composição literária: o de organizador e revitalizador da narrativa. Esse papel só pode ser exercido quando o leitor preenche os vazios do texto, por meio do ato de concretização, em um processo comunicativo, no qual o leitor “recebe” o sentido do texto ao constituí-lo (ISER, 1999, p.107, vol. 2). Desse modo, a atualização da leitura se faz presente como um processo comunicativo.

Um texto possui uma estrutura de apelo que invoca a participação de um indivíduo na feitura e acabamento: é seu leitor implícito. A comunicação ocorre quando o leitor reconhece essa estrutura de apelo que lhe permite a projeção na narrativa. Essa projeção ocorre, quando o leitor, na busca do sentido, procura resgatar a coerência do texto que os vazios interromperam. Nesse caso, a produtividade do leitor entra em jogo, porque há comunicação e, justamente por causa dela, a leitura se torna um prazer.

Justifica-se neste texto a eleição de um recorte metodológico para a consecução do objetivo de apresentar uma possibilidade de leitura da obra de Silviano Santiago, pelo enfoque do leitor, uma vez que, pelas características construtivas que essa obra apresenta, bem como pelo trabalho estético, revela-se dotada de uma linguagem plurissignificativa, situada em um gênero contemporâneo, marcado pela reflexão sobre o fazer ficcional, pelas relações em sociedade entre o estado autoritário e os intelectuais, e pelas relações entre textos diversos. Assim, seu significado não se deixa apreender facilmente, pois a obra, pelos inúmeros discursos que evoca, acolhe e estabelece, possui sentidos diversos que lhe permitem diferentes leituras. *Em liberdade* produz, então, sobre o leitor o efeito poético que se define, segundo Eco (1985, p. 13), como a capacidade que tem um texto de gerar leituras sempre diversas, sem nunca se esgotar completamente.

Concebe-se, neste texto, metaficção historiográfica, de acordo com Linda Hutcheon (1991, p.126), como o processo de examinar e analisar criticamente os registros e as relíquias do passado. A metaficção historiográfica recusa a visão de que apenas a história tem uma pretensão à verdade, por meio da afirmação de que tanto a história quanto a ficção são discursos, construtos humanos, sistemas de significação, e é a partir dessa identidade que as duas obtêm sua principal pretensão à verdade.

A obra de Santiago, publicada em 1981, apresenta-se como uma continuidade ao livro de memórias de Graciliano Ramos, *Memórias do cárcere*, publicado inacabado em 1953. Neste livro, Graciliano escreveu sobre os dez meses e dez dias em que ficou preso, de 3 de março de 1936 a 13 de janeiro de 1937. Conforme nota explicativa de seu filho, Ricardo Ramos, apresentada ao final do segundo volume, Graciliano informa que faltava apenas a escrita de um capítulo dessas memórias; a escrita do tempo em liberdade. A obra de Silviano Santiago, publicada em 1981, propõe-se a essa escritura, justificando-se, então, para o leitor e produzindo efeito de verossimilhança.

Como na obra de Graciliano, Silviano também retrata, em seu livro, *Em liberdade*, o Brasil no período da ditadura Vargas e as humilhações e os sofrimentos de vários presos políticos. Entretanto, a narrativa de Silviano não se fixa somente na tumultuada década de 30. Ela realiza em seus desdobramentos, provocados pelos questionamentos do narrador, recuos e avanços temporais, situando sua trama ora no século XVIII, ora no século XX,

FEMA - IMESA

nas décadas de 30 e 60. Além disso, a obra relativiza a configuração espacial da narrativa, apresentando os eventos diegéticos, ora no Rio de Janeiro, ora em São Paulo, nas décadas de 30 e 60, ora em Minas Gerais, no século XVIII.

Trata-se de uma narrativa que, ao focar a saída da personagem Graciliano Ramos do cárcere e a sua “reintegração” na sociedade, mistura diário, romance, ensaio, depoimento, a partir de uma ótica realista. A ficção de Silviano Santiago, graças ao efeito de verossimilhança, produz no leitor a sensação de que lê um diário que realmente poderia ter sido sobre as angústias do escritor Graciliano, recém-liberto da prisão, desprovido de emprego e de dinheiro.

Também, em busca da verossimilhança, *Em liberdade* aparece sob a forma de um diário que apresenta rasuras, anotações, às quais o “editor” acrescenta notas de rodapé explicativas. Assim, Silviano oferece para o leitor uma história alternativa – outra e alternada –, nascida da junção de textos-signos que vão se afirmando, por meio de renovada tensão entre si, como produto de uma relação e de um processo. Configura-se, então, o espaço das liberdades, do narrador-personagem que submerge e emerge verticalmente no papel, enquanto horizontalmente recua e avança no tempo, mudando de espaços pelas reflexões configuradas também no papel. Este é, aliás, o único espaço que lhe pertence, mas não exclusivamente, porque também nesse espaço o autor Silviano realiza e projeta as ações das personagens, por elas e nelas, suas máscaras. Ainda, cabe refletir sobre o espaço da liberdade de Silviano, enquanto o da ficção irônica, quanto ao seu próprio processo de criação, que visa “enganar os olhos” pela verossimilhança que instaura para produzir pela paródia a reflexão no leitor. Trata-se de um diário que não o é, antes, pelas notas do editor, pelos rodapés, explicações da edição e epígrafes, apresenta-se no todo, em seu conjunto, como um texto ficcional híbrido constituído por inúmeros textos. Segundo esse “editor” (narrador), esse diário provém ainda de originais que Graciliano Ramos teria dado a um amigo em 1946 e, posteriormente, em 1952, o autor teria pedido a esse amigo que os queimasse. Esses comentários aparecem no início do livro de Silviano em “Nota do editor”, assim Silviano constrói a origem do “falso diário” do escritor, então agora, personagem ficcional, Graciliano. Por meio dessa estratégia ficcional intertextual, Santiago remete seu leitor a outras leituras como, por exemplo, a dos originais de Franz Kafka e a da obra *O nome da rosa*, de Umberto Eco, cuja abertura apresenta a mesma estratégia enunciativa com o objetivo de capturar a atenção do leitor, por meio de um jogo lúdico que aguçava a sua curiosidade.

A obra *Em liberdade*, de Santiago, define-se pelo paradoxo e pela preterição presentes no discurso de um protagonista-narrador que, embora negue a si mesmo enquanto um ser existente, afirma-se por meio de seu discurso, apesar de declarar ser indiferente a descobertas existenciais, realiza diversos movimentos introspectivos em busca de si mesmo.

Caracteriza-se, também, pela linguagem ríspida, cortante, asfíxiante do narrador que reconstitui a sua própria odisséia, enquanto reflexo especular de outras. Essa linguagem permite ao leitor reconhecer o efeito de verossimilhança que Santiago produz ao construir sua ficção no estilo substantivo, vigoroso e psicológico do autor Graciliano. Destaca-se no discurso do narrador a capacidade de síntese, de dizer o essencial em poucas palavras, e o estilo “enxuto” que sempre foi considerado um exemplo de elegância e de elaboração

FEMA - IMESA

da prosa de Graciliano. Em suas reflexões sobre a construção do discurso narrativo, o narrador-protagonista define para o leitor o seu construto semelhante ao de lavar roupa das mulheres que via em sua infância, ensaboando, esfregando e torcendo as peças inúmeras vezes até que saíssem bem o excesso de água e a sujeira, enfim o narrador, como àquelas, pretende obter ao término de seu trabalho um produto limpo e enxuto.

A odisséia do protagonista aparece desdobrada em duas instâncias; uma psicológica, interna, que sinaliza o mergulho em si mesmo que ele realiza em busca de uma razão para ser, existir; outra externa, que o apresenta realizando performances em seu meio social, visando efetivamente ser, significar. As duas “viagens”; externa e interna, por sua vez aparecem desdobradas em momentos diversos, pois elas obrigam o protagonista também a mergulhar em seu passado, em suas memórias relacionadas a experiências diversas, ainda a mergulhar no passado histórico de outros personagens históricos que, pelas performances, aproximam-se do protagonista, por meio da identificação. Essas personagens são Cláudio Manuel da Costa (poeta e rebelde do século XVIII que participou da rebelião de Vila Rica em 1789), o romancista Graciliano Ramos (na década de 30), o jornalista Wladimir Herzog (morto em fins da década de 70) e o próprio Santiago (exilado, tentando viver “em liberdade” na década de 80).

No início da narrativa, o leitor depara-se com um narrador em primeira pessoa, autodiegético que, por meio de um diário, narra suas experiências, após a libertação de um presídio. Esse narrador afirma que, realiza a sua performance de relatar suas experiências, movido pela negação e não pela afirmação, o único motivo que o leva a tal atitude é:

– pelo menos o mais forte – que vejo no momento para poder deitar as minhas frases no papel é que quero não sentir o meu corpo. Quero que todo meu eu seja – agora e hoje – apenas um emaranhado pesado, denso e consistente de frases. Elas camuflam um corpo dolorido que não quer pensar nas dores sofridas que castigam os sentidos e a memória. Escrevo para não deixar que o meu corpo doente e massacrado exista, prossiga, influua, direcione, convençame finalmente da sua importância e da sua riqueza para mim (SANTIAGO, 1994, p. 22-23).

Assim, está definido o pacto com o leitor; o do jogo. O narrador nega a si mesmo enquanto existente, mas de fato, o narrador só é enquanto ser de papel, enquanto “consciência de palavras”. Durante o avanço da narrativa, o narrador readquire o poder de domínio de seu corpo, o engodo permanece, não há corpo, só frases no papel. Desse modo, o narrador atinge seu objetivo maior; não anestesiá-lo: “Propiciar ao meu leitor uma locomoção rápida e eficaz; nunca o conforto ou a maciez. O conforto é um hábito que resguarda o homem do cilício do inconformismo” (SANTIAGO, 1994, p. 23). Desse modo, o narrador almeja levar seu leitor ao inconformismo, por meio da reflexão sobre o fazer ficcional e da projeção no leitor implícito e no personagem-narrador. O leitor ao mesmo tempo em que descobre o jogo de espelhos em que se projetam inúmeros discursos, descobre a si mesmo, ou seja, ao mergulhar no interior de seres de papel, mergulha também em si mesmo, realizando a reflexão e a crítica sobre as relações humanas

FEMA - IMESA

em sociedade; entre história e literatura, estado e intelectuais, narrador e leitor, enfim entre discursos diversos.

Resta ao leitor reconhecer o seu espaço de liberdade: o ficcional. Somente nele, pode refletir sobre o que não aconteceu, mas poderia ter sido, sobre o que não foi enunciado, mas na obra está escrito. Enfim, o espaço da liberdade do leitor está também representado na obra pela exploração do seu imaginário, mas não de forma escapista, antes reflexiva. A obra lhe propõe um mergulho metafórico na interioridade dos personagens, na história autorizada, vista de forma irônica e por isso relativizada, com o objetivo de levá-lo a refletir sobre os diversos tipos de liberdade. Principalmente, sobre o de liberdade de expressão do próprio leitor e dos diversos autores-intelectuais: Silviano, Graciliano, Cláudio Manuel da Costa, Herzog e de muitos outros que ecoam na obra.

Em liberdade é atraente para o leitor não só pela presença de elementos literários e históricos que ele reconhece na narrativa, porque presentes em seu imaginário, mas também porque sacia a sua curiosidade acerca de dados biográficos de Graciliano Ramos, pois lhe oferece uma continuidade da vida do autor que ele mesmo aponta como ausente de seus escritos. Também, ao apresentar-se como um jogo, a obra lhe oferta o que não é, mas poderia ter sido, considerando-o como capaz de interagir e deduzir por si mesmo. A comunicação com o leitor dá-se também no plano discursivo da obra por meio da intertextualidade que substitui o relacionamento entre autor e texto, pelo entre leitor e o texto, situando o *locus* do sentido textual dentro da história do próprio discurso. A comunicação ocorre na obra ainda por meio da presença de vazios intencionais que geram expectativa e tensão, enfim o suspense. O suspense explora o medo e o desejo de saber do leitor. Assim, o leitor não consegue parar de ler enquanto não vê resolvida a situação em suspenso. Logo, pode-se deduzir que a obra, graças à comunicação que estabelece, permite ao leitor obter prazer no ato de leitura.

Como romance de metaficção historiográfica, a obra procura oferecer uma apresentação literária dialética que perturba os leitores, forçando-os a examinar seus próprios valores e crenças, em vez de satisfazê-los ou mostrar-lhes complacência. A obra objetiva produzir pela intriga diversão e questionamento. Para a consecução desse objetivo, opta pela paródia que funciona para distanciar e, ao mesmo tempo, envolver o leitor numa atividade hermenêutica de participação. Por meio dessa atividade, o passado é apresentado criticamente na obra em relação com o presente. As questões referentes à sexualidade, poder, desigualdade, responsabilidade social, governo e relação da arte com o mundo, são todas levantadas e dirigidas ao leitor moderno e às convenções sociais e literárias do contexto histórico da obra. Pode-se observar que, em sua relação com o leitor, o romance histórico contemporâneo não é ideológico, não procura, por meio do veículo da ficção, persuadir seu leitor quanto à correção de uma forma específica de interpretar o mundo. Antes, faz com que seu leitor questione suas próprias interpretações e, por implicação, as interpretações dos outros, apresentando-lhe, pela polifonia, inúmeros discursos.

Na obra, a eleição das personagens expressa a dialogia entre ficção e história, assim algumas são criações do autor, outras figuras históricas. Mesmo as que encontram referentes históricos, caracterizam-se por serem míticas, definidas de forma incompleta ou obscura pela história, justamente por isso, são atraentes para o leitor.

FEMA - IMESA

Pode-se concluir, então, que a obra se define pela mistura entre o auto-reflexivo e o ideológico, permitindo uma fusão daquilo que se costuma manter separado no pensamento humanista. *Em liberdade* ensina que a linguagem pode ter muitos usos e abusos. Conforme se representa na obra, as coisas importantes estão além das palavras, mas ainda são intensamente reais, e até mais reais por não serem articuladas ou nomeadas. Na obra, demonstra-se que o romancista e o historiador escrevem em conjunto com outros, e entre si.

O romance de Silviano não pretende operar fora do sistema capitalista, pois sabe que não pode fazê-lo, por isso reconhece abertamente essa cumplicidade, com o único objetivo de subverter os valores do sistema a partir de dentro. A personagem que melhor retrata em seu discurso a consciência dessa realidade é Graciliano. O Romance Histórico Contemporâneo não nega que todos os discursos atuam no sentido de legitimar o poder, em vez de negar, ele questiona como e por quê, e o faz investigando autoconscientemente, até mesmo didaticamente, a política da produção e da recepção da arte. Naturalmente, o próprio ato de questionar é um ato de inserção e de subsequente contestação daquilo que está sendo questionado.

Atualmente, a história, a crítica e a arte pós-modernistas estão envolvidas na contestação às premissas humanistas da autonomia apolítica da arte e da teoria e da crítica como atividades isentas de valor. Os paradoxos pós-modernos revelam e questionam as normas predominantes, e podem fazê-lo porque encarnam os dois processos. Eles ensinam, de acordo com Hutcheon (1991, p. 289), que a representação não pode ser evitada, mas pode ser estudada a fim de demonstrar como legítima certos tipos de conhecimento e, portanto, de poder. Assim, confirma-se a hipótese inicial deste artigo de que o leitor, ao ler o romance de metaficção historiográfica, pode rever seus conceitos prévios e, por consequência, ampliar sua visão de mundo.

BIBLIOGRAFIA

- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do Método Sociológico na Ciência da Linguagem*. Trad. Michel Lahud; Yara F. Vieira. 7.ed. São Paulo: Hucitec, 1995.
- BARROS, Diana Pessoa de; FIORIN, José Luiz (orgs.). *Dialogismo, polifonia, intertextualidade: em torno de Bakhtin*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999.
- ECO, Umberto. *Pós-escrito a O Nome da Rosa: as origens e o processo de criação do livro mais vendido em 1984*. Trad. Letizia Zini Antunes e Álvaro Lorencini. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.
- GENETTE, Gérard. *Discurso da narrativa*. Trad. Fernando Cabral Martins. Lisboa: Vega, [196-?].
- HUTCHEON, Linda. *Poética do pós-moderno: história, teoria, ficção*. Trad. Ricardo Cruz. Rio de Janeiro: Imago, 1991.
- ISER, Wolfgang. *O ato da leitura: uma teoria do efeito estético*. Trad. Johannes Kretschmer. São Paulo: Ed. 34, 1996. vol. 1.

FEMA - IMESA

____. *O ato da leitura: uma teoria do efeito estético*. Trad. Johannes Kretschmer. São Paulo: Ed. 34, 1999. vol. 2.

LEAHY-DIOS, Cyana. *Educação literária como metáfora social: desvios e rumos*. Niterói: EdUFF, 2000.

MENTON, Seymour. *La nueva Novela Histórica de La América Latina: 1979-1992*. México: Colección Popular, 1993.

PAES, José Paulo. *A aventura literária: ensaios sobre ficção e ficções*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

SANTIAGO, Silviano. *Em liberdade: uma ficção de Silviano Santiago*. 4. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

ZILBERMAN, Regina. A literatura infantil e o leitor. In: ____; MAGALHÃES, Ligia Cadermatori. *Literatura infantil: autoritarismo e emancipação*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1984, p.61-134.

Ricardo Magalhães Bulhões*

RESUMO: Este artigo procura analisar o atual desempenho da literatura de cordel inserida no contexto da feira de São Cristóvão (Rio de Janeiro), observando de perto suas atuais peculiaridades como veículo de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: cordel; cidade; análise conteudística de folhetos.

* Orientando do Prof. Dr. Odil José de Oliveira Filho. Profº Mestre em Literaturas de Língua Portuguesa e Doutorando em Literatura e Vida Social, pela UNESP, campus de Assis. Contato: lbulhoes@femanet.com.br.

FEMA - IMESA

A periferia metropolitana constitui um mundo de difícil acesso para quem vem de outros limites da cidade. Geralmente, ela possui uma topografia acidentada e se subdivide em muitos “pedaços”, ruelas e becos. Produz uma cultura própria dentro da lógica de quem vive na periferia e promove diferentes maneiras de entretenimento e cultura popular.

A feira de São Cristóvão, situada na região periférica da cidade do Rio de Janeiro, destaca-se como lugar privilegiado, depositário de um conjunto multifacetado de normas e valores culturais, onde coexistem lado a lado o lazer da família, pregações evangélicas, atividades marginais, concurso de violeiros, “funk” e pagode nas caixas de som. Nela, a literatura de cordel sempre ocupou um espaço, devido à frequência dos nordestinos.

O cordel urbano da feira de São Cristóvão “declama” notícias cotidianas, vistas e ouvidas diariamente no rádio, na TV e no jornal impresso. Mesmo se tratando de resquício de uma cultura rural, o cordel se movimenta no espaço urbano e reconfigura a notícia, produzindo significações que não ficam limitadas ao plano textual, lingüístico-discursivo.

Muitas vezes desempenhando a função jornalística de informar, opinar ou divertir, o cordelista, com gestos espalhafatosos, inaugura outros códigos. Diante desse processo de interação verbal, vamos observar rapidamente alguns folhetos políticos que desenvolveram no espaço da periferia uma espécie de jornalismo informal que visa uma determinada coletividade.

A referência a esta questão da recepção coletiva é relevante porque permite a perceber que não existe no poeta popular a crença ilusória de que a obra de arte resulta tão somente do esforço solitário de um criador, isolado no seu mundo fantástico. Como nos diz Antonio Candido, no quarto capítulo de *Literatura e Sociedade*, a obra de arte estabelece uma mediação entre autor e público. Para Candido, o autor “só adquire consciência da obra quando ela lhe é mostrada através da reação de terceiros” (1985, p.75).

A escolha de um livreto de cordel como veículo de lazer, de entretenimento, exige do consumidor certa opção inicial, uma espécie de disponibilidade prévia, um mínimo de volição, fato este que não aparece obrigatoriamente na recepção imediata de um programa de TV ou rádio. É interessante notar, em muitos casos, que os folhetos de cordel podem atravessar a cultura de massa, tomando as notícias em sua força sensacionalista e transfigurando-as para o seu contexto, onde existe, sem dúvida, mais calor humano e espontaneidade.

O poeta popular que vive na periferia metropolitana dos grandes centros, ao noticiar fatos se esforça para evitar a descontextualização da função ritual de sua arte. Sabemos que o processo de interação autor-público, a cada dia que passa, vem sofrendo modificações. Conforme nos alerta Antonio Candido, novamente em *Literatura e Sociedade*, à medida que as sociedades se diferenciam e crescem demograficamente, artista e público se distinguem cada vez mais. Coloca-se aqui uma indagação fundamental: O cordel sobreviverá até quando e de que forma? Há no ar uma espécie de adaptação ou mesmo de “aculturação”. Na verdade, acreditamos que o cordelista funciona como uma espécie de avalista da notícia transmitida pelas revistas, jornais e telejornais. O “frescor” de tais notícias e a dose espontânea de sensacionalismo que elas adquirem nos folhetos, garantem-lhe um circuito prévio e eficiente de consumo.

É interessante notar que o rápido desenvolvimento do capitalismo não chegou a articular mudanças drásticas na estrutura lenta das narrativas que são cantadas de uma

FEMA - IMESA

forma ainda lúdica, prazerosa, sem muita pressa. Por outro lado, podemos considerar que o possível distanciamento entre as pessoas, a falta de calor humano, pode constituir um fator adverso para a prática deste tipo de linguagem que apresenta também uma função ritual. Walter Benjamin atesta que na era da reprodutividade técnica o que vem a ser atingido na obra de arte é justamente sua “aura”. Segundo ele, “a forma mais primitiva de inserção da obra de arte no contexto da tradição se exprime no culto”. Benjamin afirma, ainda, que as antigas obras de arte nasceram a serviço de um ritual mágico e depois religioso (1985, p. 171).

Enfocamos, aqui, questões relacionadas à tradição e à cultura popular, enfatizando a força da notícia dentro do contexto do cordel urbano. Elcias Lustosa (1996), ao referir-se ao conceito de notícia lembra que toda notícia é sensacionalista pois o texto, na verdade, está estruturado no sentido de promover a reconstrução dramática do fato. Assim, o leitor tem a impressão de estar participando diretamente dos fatos. Tal característica pode ser facilmente notada em algumas estrofes do folheto *A Grande Vitória de Lula*, do cordelista Antônio Viana, folheto que teve grande circulação na feira de São Cristóvão logo após a apuração dos votos que apontava para a vitória esmagadora de Lula, o então “operário presidente”. Vamos ao texto: “Um Gigante que outrora / estivera adormecido/ Ouviu do povo o clamor/ Em seu berço estremecido/ Acorda, Brasil, acorda!/ Ouve a voz do excluído!”.

De cabo a rabo, no fazer poético de Viana, a trajetória de Lula é reconhecida como admirável. Recortando mais um fragmento podemos perceber que o narrador reporta sobre a vitória de Lula tentando engendrar no leitor um interesse maior pela ocasião, pela cerimônia. Não é difícil perceber na terceira estrofe do poema que o presidente é resgatado da sua condição de simples mortal para aparecer como figura mítica, ao lado de Zumbi e Antonio Conselheiro, personagens eternamente respeitadas pelo coro popular e pelo imaginário nordestino. Eis o texto: “Liberta-se das amarras/ Passa a limpo a nossa História/ Nosso povo não merece/ O castigo e a palmatória/ Pois Zumbi e Conselheiro/ Lutaram em nossa memória”.

O folheto de fundo nacionalista, como vimos no exemplo acima, sempre teve uma presença numérica espantosa. A canonização duradoura da figura de Getúlio Vargas, iniciada na primeira metade do século XX, teve no sertão nordestino sucessivas reimpressões. Outro gênero muito comum no atual repertório dos folhetos que circulam hoje na feira de São Cristóvão vem a ser o folheto satírico que tem como prato forte a intensificação da crítica social. A narrativa que se segue, *O céσιο 137 e a salada de lixo à brasileira*, do famoso cordelista Manoel Santa Maria, é um dos folhetos mais procurados na feira e caracteriza-se pela completa aversão ao tempo presente. O autor reconhece de forma explícita o comportamento social canhestro e pecaminoso dos nossos governantes. Vale a pena transcrevê-lo em alguns trechos: “Essa história do tal céσιο/ cento e trinta e sete/ de uma hora para outra/ ter se tornado vedete da sujeira nacional/ não convence e cheira mal O Brasil ficou famoso/ não foi só com carnaval/ futebol, samba e mulata/ foi também com festival/ de trambicagem e sujeira/ escândalo e roubalheira/ sem punição no final...”

Recentemente, mais precisamente no dia 31 de agosto de 2005, o jornal *O Estado de S. Paulo* destacou algumas publicações de cordelistas que noticiaram escândalos do governo Lula. Dentre eles: *No lamaçal do mensalão e o cuecão de dólares aberta a vida*

FEMA - IMESA

de cearense, escritos pelo casal Vânia Freitas e Geraldo Pardal, e uma publicação do conhecido Zé Furtado intitulada *O famoso mensalão e a caixa preta do governo do PT*.

O poder de reflexão que o cordelista satírico pretende despertar no seu leitor supõe uma agressão aberta, a fim de lhe causar um sentimento de indignação. Para manter esse tom agressivo, sem se distanciar de seu público leitor, o cordel urbano vem projetando personagens que a sua audiência reconhece imediatamente como pessoas indesejáveis. Assim, conforme avalia Northrop Frye (1973, p.22), na sua *Anatomia da Crítica*, para atacar alguma coisa: “Escritor e audiência devem concordar quanto à indesejabilidade desta, o que significa que o conteúdo de grande quantidade da sátira, baseia-se em aversões nacionais, esnobismo, preconceito e ressentimento pessoal e obsolece muito rapidamente”.

Este ambiente de concordância apontado por Frye está intimamente ligado à vida da praça pública, ao ambiente festivo das feiras nordestinas e também das feiras metropolitanas, onde os cordelistas e os vendedores ambulantes se misturam com o povo, tornando-se difícil estabelecermos um limite preciso entre suas vozes, já que são tão familiares.

BIBLIOGRAFIA

BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

CANDIDO, Antonio. *Literatura e Sociedade*. 7. ed. São Paulo: Editora Nacional, 1985.

FRYE, Northrop. *Anatomia da Crítica*. Trad. Péricles Eugênio da Silva Ramos. São Paulo: Cultrix, 1973.

LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. Brasília: Universidade de Brasília, 1996.

Maria Delma Carvalho*

Paula Ferreira Mota**

RESUMO: A sociedade contemporânea se defronta com mudanças rápidas em todos os setores da vida comum, e uma delas refere-se à maneira de vestir-se de jovens e adolescentes e que tem merecido a atenção de estudiosos e desafiado a curiosidade de estudantes da área da Comunicação Social.

PALAVRAS-CHAVE: sociedade; moda; mídia; atitude; costumes.

* Professora do IMESA.

** Aluna do Curso de Publicidade e Propaganda.

FEMA - IMESA

Pretende-se, neste artigo, apresentar e compartilhar com o leitor a experiência do desenvolvimento da pesquisa de um tema que tem se transformado, inclusive, em coleção, e cujas linhas de trabalho vão relacionando moda e mídia, comunicação, culto ao corpo, memória, comportamento, consumo, estética, gosto, cultura, elegância, entre outros.

Trata-se de uma proposta original da aluna Paula Ferreira Mota, apresentada no projeto para o PIC (Programa de Iniciação Científica) da FEMA (Fundação Educacional do Município de Assis) no ano de 2005. A aluna mostrou interesse em explicitar, por meio de uma pesquisa, quais os principais motivadores dos modos ou atitudes de jovens que buscam revelar, por meio do vestuário e dos adereços, a identidade do grupo ao qual pertencem e marcar o diferencial da população em geral, embora compartilhando espaços de convivência, como bares, clubes, instituições de ensino, shopping centers.

A elaboração do questionário da pesquisa de campo, por amostragem, foi preparada e aplicada a alunos das segundas séries, dos cursos de graduação do IMESA (Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis) mantido pela FEMA, nas faixas etárias dos 17 aos 25 anos e, complementarmente, a jovens do Ensino Médio de Instituições de Ensino Privada e Pública, na faixa etária dos 14 aos 16 anos, totalizando o número de 215.

Os pressupostos iniciais da escolha dos grupos e das faixas etárias foram os estudos recentes a respeito do comportamento dos jovens, que incluíram, também, análise da juventude dos anos 60 e 70 como marcantes na utilização de uma indumentária, chocante para a época, nos modelos e na combinação de cores para protestar ou marcar uma posição política, social ou cultural.

A problemática que se desenhava era a de que, se jovens continuam buscando formas próprias de identidade e de reconhecimento e os motivos possíveis, nesse momento de tantas indefinições no campo político e de surpresas no campo da produção e dos avanços tecnológicos, de luta pela preservação do meio ambiente; então, a alternância de modos de vestir e de se “produzir”, estaria alimentada por uma indústria midiática que não se contenta mais em criar “moda”, mas sim em gerar novas atitudes e posturas sociais e culturais.

As fontes de inspiração dos jovens na busca de um diferencial dentre os demais e como se ajustavam às condições das famílias, enquanto provedoras das necessidades dos mesmos ou como trabalhadores, tendo que repartir seus recursos com o pagamento dos estudos e outras necessidades e o “andar na moda” foram desvelados com o percentual de 64 % por meio das novelas, 40% nas vitrines das lojas, 32% na propaganda, 25% nas feiras de moda e 25% nas revistas especializadas.

A sociedade a qual pertencemos é reconhecida pela influência que recebe dos produtos veiculados pelos meios de comunicação de massa, identificados usualmente como *mídia*, contra a qual não há antídoto senão a consciência ou a posse de um senso crítico apurado, capaz de superar sua onisciência ou poder. Segundo Rabaça & Barbosa (2001), mídia é o “conjunto de meios de comunicação existentes em uma área ou disponíveis para uma determinada estratégia de comunicação, materializado em mídia impressa (jornais, revista, folheto, *outdoor*, mala-direta, *displays*, etc.) e mídia eletrônica (TV, rádio, CD, vídeo, cinema, etc.)”.

O trabalho de avaliar o grau (ou nível) de influência no comportamento dos jovens, especificamente no ato de vestir-se, só se compreende com a retomada de alguns

FEMA - IMESA

acontecimentos recentes da história social, econômica e política, bem como a reflexão sobre o conceito de cultura.

Ao adotar o conceito de cultura de Ariés como a unidade de tempo (de tempo social) compreendida entre duas alterações importantes ocorridas no mesmo espaço, podemos perceber que:

No interior dessa cultura, nem tudo é possível. Um comportamento possível numa dada cultura, não o é em outra. Uma cultura distingue-se, pois, por um sistema próprio e homogêneo de comportamentos, que se modificam quando passamos para a cultura precedente ou para a seguinte (ARIÉS, 1986, p. 22).

Assim, pode-se garantir que o caminho tomado apresentava as luzes da problemática construída, não só pela participação ativa da pesquisadora enquanto jovem, como também da direção que o trabalho passou a ter.

O conceito de cultura apresentado completa-se a partir da seguinte afirmação de Paiva:

o desenvolvimento do país, os novos estilos de relações sociais (inclusive os modos de integração e exclusão) a globalização e nova desordem das tribos urbanas conduziram as interpretações da sociedade e da cultura rumo à outras perspectivas, entre as quais, um olhar mais detido sobre o imaginário coletivo, como uma maneira de compreender as imagens, mitos e símbolos que reafirmam os laços entre os atores sociais (PAIVA, 2005).

Também Baudrillard (1995), ao discutir exaustivamente em sua obra *A Sociedade de Consumo*, enumera os pressupostos que levam à compreensão de que também se consome moda, de que ela faz parte do universo de análise do autor, que apresenta sua proposta logo no prefácio de seu livro:

A análise concentra-se no fenômeno do consumo dos objectos. É preciso afirmar claramente, logo de início, que o consumo surge como modo activo de relação (não só com os objectos, mas ainda com a colectividade e o mundo), como modo de atividade sistemática e de resposta global, que serve a todo o nosso sistema cultural. Mostra com muita perspicácia como é que as grandes corporações tecnocráticas suscitam desejos irreprimíveis, criando novas hierarquias sociais que substituíram as antigas diferenças de classes (BAUDRILLARD, 1995, p.11).

Quando o autor se volta para a força do meio de comunicação publicitário, afirma com todas as letras que:

...a publicidade revela-se talvez como o mais notável meio de comunicação de massas de nossa época. Assim como, ao falar de qualquer objecto, os glorifica virtualmente a todos, referindo-se

FEMA - IMESA

igualmente à totalidade dos objectos e ao universo totalizado pelos objectos e pelas marcas em virtude da menção de tal objecto ou de tal marca- assim também, por meio de cada consumidor, se dirige a os consumidores e vice-versa, fingindo uma *totalidade consumidora*, retribalizando os consumidores no sentido que McLuhan atribui à expressão, isto é , através de imanente cumplicidade e conluio, imediatos ao nível da mensagem, mas sobretudo ao nível do próprio meio de comunicação e do código. Cada imagem e cada anúncio impõem um consenso de todos os indivíduos virtualmente chamados a decifrá-los, ou seja, depois de decodificarem a mensagem, a aderir automaticamente ao código em que ela for codificada” (IDEM, p. 131).

Os jovens se vestem ou querem se vestir de maneira diferenciada, porque isto se relaciona ao que está presente nos programas de televisão, revistas, jornais do momento, ainda, ao comporem seu vestuário, o fazem de acordo com seu perfil psicológico ou socioeconômico. Estas afirmações refletem o aspecto apontado e estudado: a sedução do jovem pelos apelos da sociedade de consumo. O perfil da sociedade contemporânea pode dar luzes ao direcionamento de campanhas cujo alvo é essa camada da população.

Importa destacar, nesse momento, que ao lado da constatação da força do meio publicitário em influenciar as jovens cabeças, há os organismos específicos que estão cuidando de mudanças na legislação em favor da proteção da integridade do jovem adolescente e da criança, fundamentais para promover um equilíbrio na educação dos jovens e com isso torná-los cidadãos consumidores conscientes.

Ressalta-se que os entrevistados desta pesquisa responderam a questões pontuais que se referiam pouco ou nada ao processo produtivo daquilo que vestem. O que eles vêem ou sentem pode ou não decidir na compra da calça, da camiseta, do tênis, entre outros produtos que fazem parte da composição do seu visual.

Enxergar a peça do vestuário apenas como “valor-de-uso” e, “por isso nada há de misterioso nela, quer a observemos sob o aspecto a que se destina a satisfazer as necessidades humanas, com suas propriedades, quer sob o ângulo de que só adquire essas qualidades em consequência do trabalho humano” (MARX, 1980, p. 79), ou tomar consciência de que há os custos agregados aos objetos, são fatores revelados em apenas 40% das opiniões registradas pelo grupo pesquisado.

As trocas sociais que os jovens desenvolvem no viver cotidiano parecem não corresponder a algumas expectativas suas e dos pais, na medida em que as mudanças ocorridas nas leis sociais têm forçado um tempo maior de permanência do jovem na escola ou mesmo na casa paterna. Os organismos institucionais têm feito mudanças nas leis, tanto do ingresso do jovem no mercado de trabalho, como das aposentadorias, aliadas às crescentes exigências de maior qualificação para ocupação de cargos ou funções no interior de empresas e instituições, tanto públicas quanto privadas.

A competição acirrada que ocorre no mercado de trabalho é criada a partir de novas “necessidades” do processo produtivo, principalmente pela automação, especialização e qualidade do mesmo. A busca de novas habilitações para o trabalho, e a difícil relação dessas novas profissões com as tradicionais, cria um impasse nas instituições escolares,

FEMA - IMESA

as quais precisam fazer ajustes ou mudanças freqüentes nas grades curriculares com a volta ou a implantação de novas disciplinas.

O maior tempo de permanência na escola traz consigo uma intensa integração entre as gerações, estreitando vínculos e contatos, elaborando as matrizes do que poderíamos chamar de sociedade do futuro. Sua forte característica é de um conjunto voltado para o uso irrestrito dos meios de comunicação e do consumo, deixando mais clara sua marca.

Segundo Contrera (2002), Baudrillard foi bastante feliz em sinalizar que:

na segunda metade do século XX, as necessidades básicas de reconhecimento e pertença foram mobilizadas na construção da identidade desse novo homem-consumidor-engajado, e a sociedade do consumo passou a propor formas simbólicas de agregação dos indivíduos em torno dos ideais de consumo ou de seus ícones de ocasião (CONTRERA, 2002, p.48).

Contrera compartilha com Maffesoli “que é da natureza das sociedades humanas buscar um foco a partir do qual as pessoas possam criar uma comunhão, um ponto a partir do qual o processo de identificação e agregação se dê, um suporte material (concreto ou virtual). A grande **mídia** é hoje esse suporte” (CONTRERA, 2002, p. 49).

Prosseguindo, a autora afirma que:

A importância desse território partilhado, hoje fortemente representado pela mídia, se dá reconhecer quando sabemos que essa operação territorial é o elemento primeiro que constitui a identidade do grupo e que viabiliza o estabelecimento dos vínculos partilhados por esse grupo, dimensionando sua importância para as interações e sobrevivência no e do grupo (IDEM, p. 49).

Recentes estudos sobre recepção e com publicação *online* trazem pesquisas a respeito da influência da propaganda sobre os jovens e de como a reação deles se extravasa na conduta ou no comportamento. Para alguns jovens, os produtos são irresistíveis. Outros manifestam, porém, uma postura crítica e consciente em relação à propaganda. Trata-se de um objeto de muita importância no que se refere à atitude, entendida como a maneira própria de alguém que “assume” determinadas posturas diante das situações ou provocações, sem temer as regras instituídas.

Há ainda disponíveis estudos referentes à “orgia dos objetos” veiculados pela publicidade e as reações dos sujeitos sem as mínimas condições de consumo dos mesmos, revelando o lado perverso ou paradoxal entre as sofisticadas estratégias de vendas e a população excluída dos bens do processo de industrialização.

Baudrillard afirma também que:

A função de comunicação de massas da publicidade não lhe advém dos conteúdos, dos modos de difusão e dos objectivos manifestos (econômicos e psicológicos); não deriva nem do seu volume nem do seu público real (embora tudo isso tenha importância e sirva de

FEMA - IMESA

suporte), mas decorre da própria lógica do meio autonomizado, quer dizer, não orienta para objetos reais, para o mundo concreto, para outro ponto de referência, mas de signo para signo, de objecto para objecto, de consumidor para consumidor (BAUDRILLARD, 1995, p.131).

Nessa afirmação se configuram as mudanças já apontadas anteriormente, e a importância e o papel dos meios de comunicação de massa na divulgação de todos os fenômenos dos tempos modernos, que atinge diretamente todas as pessoas, não importando a qual categoria social ou econômica pertença.

Ao completar-se o quadro proposto às questões apontadas sobre moda e mídia, incluindo o elemento cultura, não estamos lhes conferindo nenhuma ordem de valor. Ao contemplar esses elementos como importantes dentro do processo de mudança e mais especificamente do histórico quanto à produção, parte-se para o momento em que deve ser definido o perfil do jovem ao qual o presente estudo se atém.

Segundo Balardini (2005), o sujeito “juventude” surgiu com o desenvolvimento das forças produtivas do ocidente, que sentiu a necessidade de preparar os jovens para a vida produtiva e social. Antes disso, a família (representada pelo pai provedor) dava conta de cobrir todas as suas necessidades. A sociedade feudal, por exemplo, era formada apenas por crianças e adultos, subordinada ao pai, imagem de autoridade da casa.

A juventude foi a resposta ao desenvolvimento produtivo da sociedade burguesa. Este era o período destinado à educação para a vida ativa e, na sociedade moderna, a base do seu desenvolvimento. Esse desenvolvimento passa a requerer de seus protagonistas uma capacitação cada vez maior, daí o papel fundamental da escola. Esta vai se tornar o espaço no qual os jovens vão se aproximar.

Ao se reconhecerem com personalidade própria, as necessidades dos jovens adquirem uma nova dimensão o que vai exigir dos sistemas escolares uma mudança constante e especialização dos programas e dos métodos de ensino.

Sociedade, família e jovens foram submetidos a tantas mudanças e tão rápidas que, principalmente, os jovens passaram a se constituir num grupo social independente. Outro aspecto que influenciou neste resultado foi o impulso promovido pela Revolução Científico-Tecnológica (RCT) que possibilitou a reorganização mundial da produção, da comercialização de bens e do mercado de trabalho, também chamada de globalização.

A sociedade pós-moderna, segundo seus epígonos, está sustentada pelo consumismo e pela comunicação. Surge um novo “narcisismo”, incentivando a satisfação imediata e a cultura do viver o momento. Esse novo individualismo ocorre em sociedades com um forte desenvolvimento desigual e configuradas por fortes redes sociais, sabendo-se que a diferença social aqui exerce o seu peso.

Ainda, segundo Balardini (2005), a mundialização das comunicações, que tem globalizado a circulação de bens simbólicos, impacta diretamente na subjetividade, propondo modas, imagens, formas de ser e consumo de marcas e emblemas que definem o lugar de cada um na sociedade. Marcas que se esforçam para vender um estilo de vida mais do que um produto. E os adolescentes são especialmente sensíveis a esses estímulos.

FEMA - IMESA

Existe um “multiculturalismo” juvenil que se expressa na busca de uma identidade baseada na proliferação das particularidades culturais, estilísticas e de consumo. Há também a consolidação de discriminações simbólicas hierarquizantes que tendem a gerar mecanismos de exclusão fazendo-os ‘diferentes’. Assim, essas diferenças se traduzem às vezes em diferentes identidades ou na exclusão do indivíduo, dando espaço à marginalidade.

Alguns jovens são privados da possibilidade de adquirir uma condição juvenil, não podendo desenvolver um comportamento adequado à idade, pois precisam levar uma vida de adultos, já participando do mercado de trabalho e não freqüentando escolas. Tratam-se de adultos menores, sem juventude e muitas vezes, na família desses jovens a figura paterna é ausente, o que faz com que eles passem a se identificar com os heróis da TV que reforçam imagens agressivas, tornando-os, em muitos casos, pessoas violentas.

As novas gerações estão mudando os valores sociais, o conceito de body-art (o corpo como obra de arte), por exemplo, é uma nova tendência artística que se desenvolveu a partir dos anos 90 e que consiste em aplicar ao corpo tatuagens e piercings. Nos anos 60, os hippies usavam adornos que os individualizavam. Hoje, a marca pode ser vista como um disfarce de tempo, parcial, ao qual o jovem renuncia a ser ele mesmo.

Um campo que se multiplica em pesquisas e publicações envolve os temas relacionados à juventude, que ultrapassa a moda enquanto comportamento de denúncia ou rebeldia, para se situar no conjunto das indagações promovidas pelo mundo digital, de alterar os sonhos dos pais com profissões seguras e socialmente aceitas para os filhos, para um cenário de indecisões e inseguranças frente às mudanças rápidas e surpreendentes.

Exemplos disso são os quadros expostos por Carmo (2003), que dispõem as mudanças ocorridas com a ordem da influência da Moda:

De poucos para muitos: alta costura /prêt-à-porter/rua

A partir de 1960: alta costura/Prêt-à-porter/rua,

no movimento descendente estava a **cultura** e no movimento ascendente a **contracultura**

A partir de 1990 rua/Prêt-à-porter/ alta costura,

a pirâmide se inverte ou seja, das ruas para os outros grupos (CARMO, 2003, p.198-201).

Essa mudança poderia ser compreendida como a perda da inspiração da antes ditadura da ‘moda’, da necessidade de mudar a representação ou de estar mais próxima do real?

A sociedade capitalista não é capaz de satisfazer as necessidades que ela cria, embora precise continuar criando cada vez mais necessidades para continuar existindo. Guareschi (2000), para contemplar seu raciocínio, retoma a afirmação de Adorno de que “o verdadeiro pecado passa a ser o desejo que os homens têm pelos bens de consumo e não as discrepâncias sociais que os impedem de tê-los” (GUARESCHI, 2000, p.60).

O debate fica aberto e merece ter continuidade entre aqueles que já consideram que discutir moda, consumo e mídia, enquanto fenômenos sociais não conflitantes, pode conferir mais luz à compreensão da complexa sociedade atual. E quanto mais global,

FEMA - IMESA

entendida como universal ou planetária e que possui mecanismos de desenvolvimento e de imposição do consumo, a moda ou “os objetos que estão na moda” tornam-se condição necessária para a convivência em grupo, ou melhor, para a aceitação do indivíduo pelo grupo, mas não parece criar um pensamento crítico do momento em que se vive.

BIBLIOGRAFIA

- ARIÉS, Philippe. “Uma Nova Educação do Olhar”. In: DUBY, G. e outros. *História e Nova História*. Trad. Carlos da Veiga Ferreira. Lisboa: Ed. Teorema, 1986.
- BALARDINI, Sergio Alejandro. *Jóvenes, tecnología, participación y consumo*. Disponível em: <http://www.ar./livros/cvg/juventud/balardini.doc>. Acesso em: abril de 2005.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1995.
- CARMO, Paulo Sérgio. *Culturas da Rebeldia*. 2. ed. São Paulo: SENAC Ed. ,2003.
- CASTILHO, Kathia. *Moda e Linguagem*. São Paulo: Anhembi-Morumbi, 2004 (Col. Moda e Comunicação).
- CONTRERA, Malena Segura. *Mídia e Pânico: Saturação da Informação, Violência e Crise Cultural na Mídia*. São Paulo: Anna Blume-FAPESP, 2002.
- GOMES, Tupã. *Rock: Nos Passos da Moda: Mídia, Consumo X Mercado*. Campinas: Papirus, 1989.
- GUARESCHI, Pedrinho (Coord.). *Comunicação e Controle Social*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- MARX, Karl. *O Capital. (Crítica da Economia Política)*. 6. ed. Trad. Reginaldo Sant’Anna. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980. Livro I, Vol. 1.
- PAIVA, Cláudio Cardoso de. *Rafzes e antenas do Brasil*. Disponível em: <<<http://www.brasilcultura.com.br/conteudo.php?id=665>>>. Acesso em: 11 abril 2005
- RABAÇA, C. A.; BARBOSA, Gustavo. *Dicionário de Comunicação*. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2001

André Campos Silva*

RESUMO: Esse artigo tem como objetivo discutir as campanhas de propaganda de combate às drogas veiculadas nos meios televisivos, no intuito de investigar e caracterizar a relação existente entre o objeto conceitual veiculado e a percepção que o público tem das peças de propaganda veiculadas.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; percepção discursiva; saúde.

* Graduado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA).

FEMA - IMESA

0. Introdução

Os objetivos que nortearam a discussão desse artigo foram: (1) discutir e verificar as possíveis interferências no processo comunicacional entre emissor-meio-receptor; (2) discutir o processo comunicacional de combate às drogas nas campanhas veiculadas em redes de televisão brasileira, observando a relação existente entre o objeto conceitual veiculado e a percepção que o público tem das campanhas de propaganda; (3) identificar possíveis causas da não assimilação da mensagem pelo público receptor.

Em levantamento bibliográfico realizado sobre a linguagem de peças de combate às drogas em meios televisivos, nos últimos 10 anos no Brasil, foram encontradas esparsas referências. As poucas pesquisas encontradas sobre esse assunto são de cunho psicológico ou pedagógico e nenhuma específica sobre o tema da propaganda nas campanhas de combate às drogas nos meios televisivos.

Esses trabalhos, embora auxiliem na análise, ainda são bastante restritos às áreas do conhecimento da comunicação e recepção de informação. Quanto à sua utilidade, segundo Koenig (1970), destinam-se a *“objetivos educativos e de bem-estar público, porém não tem sido adequadamente utilizadas”* (p. 286).

A veiculação do discurso nos meios de comunicação de massa e/ou por campanhas promovidas por instituições públicas, privadas e ONGs não é heterogeneizada para os diversos segmentos sociais, constituindo uma recepção/percepção pelo público médio expressando as fronteiras psicossocioculturais entre o “eu” e os “outros”; define expectativas e delimita espaços e condições de ação, aí incluídas as mudanças comportamentais, uma vez que o discurso é indissociável da criação das “peças” de propaganda institucional. As decisões em relação aos comportamentos e às formas de se usar drogas, em geral, não são tomadas isoladamente. Schiavo et al. (2001) elucida ainda que a grande maioria das intervenções preventivas, principalmente nas campanhas em rede de televisão brasileira direciona-se, exclusivamente, ao indivíduo como se ele não compartilhasse a sua sub-cultura.

Lefèvre sinaliza ainda:

Tomografia computadorizada, a esquistossomose, as academias de ginástica, a homeopatia, etc. podem ser vistas, figurativamente, como se fossem palavras ou unidades de sentido que, articuladas, permitem que a sociedade e a cultura brasileiras, sejam entendidas como sujeitos enunciadorez capazes de emitir frases, mensagens, discursos através dos quais esta mesma sociedade e cultura sinalizam os modos pelos quais estão entendendo ou produzindo o sentido da saúde e da doença que “circulam” nas suas “veias e artérias” (LEFÈVRE, 1996, p. 3).

Bucher e Oliveira (1994) relatam que a não heterogeneização da construção do discurso fortalece mitos construídos socialmente em nome da ordem social. As mensagens veiculadas desta forma contribuem para o fortalecimento da ruptura com a pluralidade do saber, transformando a ciência em algo simplista e maniqueísta. Bucher e Oliveira (1994) ainda complementam: “...os silenciamentos, utilizados seja para omitir deliberadamente algo, seja para falar superficialmente de um fato pode enfraquecer a argumentação” (p. 142).

FEMA - IMESA

Segundo Pêcheux (1975), esse discurso é pernicioso, pois estabelece fronteiras perante o que é dito na mídia mediante conceitos e valores preestabelecidos, construídos ideologicamente e não retrata a realidade concreta.

Fausto Neto (1995) complementa ainda que: “Estas coisas factuais que simplesmente acontecem são trabalhadas pela mídia enquanto “usina de lapidação de fatos” ou instauradora de uma “gramática de produção de fatos” (p. 21).

Percebe-se essa não heterogenização quando se trata dos usuários de drogas injetáveis (UDIs) em que as mensagens tendem a cair no vazio, não é possível ignorar a subcultura desenvolvida entre os UDIs, cujos rituais sociais regem as formas de aquisição e consumo de drogas, a escolha do meio físico e social para o seu uso, as atividades desenvolvidas após o consumo e a maneira de lidar com os eventuais efeitos negativos.

Segundo Schiavo et al. (2001), as normas fundadas nos costumes comunitários são responsáveis em sua maioria pelas mudanças comportamentais necessárias, porém correm o risco da simplificação da linguagem, que pode ser identificada como falta de liberdade de expressão por alguns dos segmentos sociais. Nessa perspectiva, a saúde pública encontra-se preocupada em como adequar a difusão de informações da maneira mais completa e abrangente, sem a justaposição ou a intercessão de apelos ou estímulos preventivos.

O universo desse público (usuário) não é plenamente compreendido pelos dispositivos que se propõem a combater o uso e o tráfico de drogas. De acordo com Da Matta (1986), ocorre uma dicotomia, a droga é vista como um produto (ou excrescência) da “rua” vem “de fora”, dos espaços e lugares obscuros, sem controle, desprotegidos. O usuário (vítima) deve ser afastado desses espaços e dos agentes responsáveis por essa corrupção, sendo dessa forma segregado a espaços socialmente protegidos como a casa, hospitais, abrigos e clínicas.

A comunicação é o elemento crucial para o adequado manejo e funcionamento dos programas e atividades de informação e educação, em que a linguagem torna-se a chave dos diferentes meios de comunicação, principalmente nos *macromeios* (jornais e revistas de circulação nacional, emissoras de rádio e de TV nacionais). Porém, é nas redes de comunicação comunitárias, nos *micromeios* que a linguagem das peças é mais bem compreendida. A comunicação alternativa, não sendo elitizada como os *macromeios*, respeita a grande diversidade sociocultural existente no Brasil. Alguns dos *micromeios* são: jornais murais, painéis, inscrições em muros, faixas afixadas em praças, busstop.

Como ilustra Lefèvre:

Antes de tentar responder é preciso frisar que a mídia parte de um pressuposto básico, que é precisamente o de que a droga e seu tráfico não são produções já que são realidades ou seja fatos que existem como coisas evidentes para todo cidadão que vive no mundo de hoje e que a mídia apenas retrata ou espelha. Assumir este pressuposto é, assim, condição fundamental para que a mídia apareça aos olhos de seus consumidores, sempre, como veiculadora e jamais como produtora da realidade. Ela aceita, inclusive (vide os Ondbusmen) ser criticada como má veiculadora, mas jamais como produtora da realidade. Não se trata, é claro, de uma questão ou

FEMA - IMESA

polêmica do tipo “ovo ou galinha” mas simplesmente de, mais uma vez, criticar a representação usual da mídia como “espelho (deformante ou não, pouco importa) da realidade”, admitindo a produção simbólica como plenamente existe e buscando descrevê-la em seus mecanismos íntimos (LEFÉVRE, 1996, p. 6).

As informações disponíveis apontam que isto decorre do fato de que a própria percepção do risco de envolvimento com as drogas e as formas como as pessoas respondem a ele serem construídas culturalmente e de forma nem sempre objetiva.

É no processo de mão-dupla (emissor–receptor/receptor-emissor) que a linguagem deve ser elaborada como meio de se atingir uma harmônica comunicação na comunidade, com a sua participação para que avalie a construção dos produtos a ela destinados. Uma linguagem bem elaborada pode operacionalizar mudanças, educar para a saúde, constituir autonomia para identificar e utilizar formas e meios para preservar e melhorar a saúde.

Os materiais são instrumentos para a autonomia, e a comunicação encontra-se no centro desse processo, por meio de uma linguagem bem elaborada. Contudo, para que esses materiais funcionem, torna-se necessário identificar o público-alvo e fazer um planejamento para que as pessoas possam ser vistas como sujeitos da ação educativa, como co-produtores e possuidores ativos das informações, pois se criam condições para a participação, reflexão e tomada de consciência social e política.

O Cebrid (2000) sinaliza que, de acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), o comércio mundial de drogas movimenta 400 bilhões de dólares por ano. Segundo Coggiola (1996), o valor é superior ao que gira em torno do comércio de petróleo. O montante de dinheiro envolvido com o narcotráfico é superado apenas pelo tráfico de armas no mundo. No Brasil fala-se em cerca de 10 bilhões de dólares, informa o Professor Argemiro Procópio, da Universidade de Brasília. Secco (1999) indica que o Brasil já estaria disputando o segundo lugar entre os maiores consumidores de drogas do mundo, atrás somente dos EUA. Seu levantamento foi apresentado à delegacia de repressão a Entorpecentes da PF e ao Gabinete Militar.

Secco (1999) ainda destaca que, segundo a Delegacia de Repressão a Entorpecentes da PF, a estrutura brasileira de repressão ao tráfico é frágil, são irrisórios os recursos federais contra o tráfico: 1000 policiais, 4 aeronaves, 6 barcos; além disso não há orçamento próprio para a repressão, não existe investimento em prevenção.

Comparando-se a estrutura brasileira com a colombiana e com a americana, percebe-se a magnitude do problema. A Colômbia gasta 1 bilhão de dólares do próprio orçamento, por ano, em repressão e ainda recebe mais 300 milhões dos Estados Unidos. O governo federal americano emprega 16 bilhões por ano em repressão e em programas de prevenção.

Para Schiavo et al.:

A eficácia e efetividade na comunicação em saúde não é simples de ser alcançada, visto que a informação por si só não é a chave para mudanças comportamentais efetivas e duradouras. A maioria dos técnicos e profissionais que trabalham em educação para a saúde não possuem formação básica em comunicação social (SCHIAVO et al., 2000, p. 145).

FEMA - IMESA

Ianni complementa:

No âmbito da mídia, como uma poderosa técnica social, sobressai a televisão. Trata-se de um meio de comunicação, informação e propaganda presente ativo no cotidiano de uns e outros, indivíduos e coletividades, em todo o mundo. Registra e interpreta, seleciona e enfatiza, esquece e sataniza o que poderia ser a realidade e o imaginário. Muitas vezes, transforma realidade, seja em algo encantado, seja em algo escatológico, em geral virtualizando a realidade em tal escala que o real aparece como forma espúria do virtual (IANNI, 1999, p. 55).

1. Conclusão

Discutir a linguagem de combate às drogas veiculada nas campanhas em redes de televisão é importante, na medida em que esta área vem sendo objeto de preocupação social, de entidades governamentais e não-governamentais.

As normas fundadas nos costumes comunitários estão subjacentes à linguagem empregada para se falar de drogas, uma vez que num ambiente de características repressivas, torna-se difícil dizer certas coisas de maneira clara e objetiva. Conforme Galduróz (1997), o eufemismo evitou, certamente, que as pessoas mais sensíveis ficassem chocadas com a mensagem, em compensação deu margem a interpretações incorretas. A recepção como processo social nas peças de propaganda de combate às drogas torna-se fundamental diante do papel da mídia na formação da opinião pública. No Brasil, a maior parte da população tem a mídia como principal fonte de informação, o que é divulgado pelos meios de comunicação de massa passa a ser o padrão de verdade.

A efetividade da resposta preventiva, isto é, a efetividade da linguagem adequada em propaganda em relação à não utilização das drogas depende da receptividade do ambiente e do uso adequado dos meios de comunicação.

As opções de linguagem e a escolha vocabular são importantes, pois se nota a tensão entre os esforços por uma melhor informação para a não utilização de drogas e o *status quo* do pensamento dominante nas comunidades. As palavras e expressões lingüísticas podem variar muito de significado, dependendo do contexto sociocultural do destinatário da mensagem. Logo, podem carregar conotações político-ideológicas tendentes a estigmatizar pessoas e/ou grupos.

As normas fundadas nos costumes comunitários aceitos têm a sua expressão formal nos dispositivos legais (leis, portarias, regulamentações, etc.) que afetam as políticas de prevenção às drogas. Na maioria das vezes esses dispositivos refletem as tradições e os valores das elites predominantes que criam os dispositivos legais nas comunidades, em vez de ajustarem-se à realidade concreta em que se desenvolvem as relações sociais. Modesto (1981) comenta que tais normas estabelecem definições absolutas sobre bases culturalmente ambíguas, sem respeitar os interesses reais das coletividades.

FEMA - IMESA

É limitada a capacidade dos dispositivos legais de influenciar o comportamento individual no âmbito privado, como é o caso do uso de drogas injetáveis, embora possam ser eficientes quanto aos comportamentos que se dão no âmbito público, como o ato de fumar em determinados locais.

Pinho (1990) relata que “*as peças de propagandas de combate às drogas são tecnicamente mal elaboradas, visto não atingirem o propósito de enfraquecimento na sua utilização*” (p. 55).

Pelo exposto, a principal razão dessa distorção é a não compreensão, de fato, de quem é o público-alvo dessa comunicação, gerando imprecisões e dissonâncias numa real efetividade da mensagem.

BIBLIOGRAFIA

BUCHER, R.; OLIVEIRA, S. R. M. O discurso do combate às drogas e suas ideologias. *Revista Saúde Pública*. São Paulo, s/n, 1994.

DA MATTA, R. Casa, rua e outro mundo: reflexões sobre o espaço e a sociedade. In: DUARTE, L. F. D. *Da vida nervosa nas classes trabalhadoras urbanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

FAUSTO NETO, A. *O impeachment da televisão*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995

GALDURÓZ, J. et al. A Situação do Consumo e Controle de Drogas Psicotrópicas no Brasil: Comentários Gerais In: ___et al. *Temas, Teoria e Prática da Psiquiatria*. IAMSPE, v. 27, n. 53, p. 1-9, São Paulo, 1997.

COGGIOLA, O. O Tráfico Internacional de Drogas e a Influência do Capitalismo In: *Revista Adusp*. agosto, s/n, 1996.

Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (Cebrid) da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), Disponível em: <http://www.saude.inf.br/cebrid.htm>. Acesso em: 19 abril 2000.

IANNI, O. O Príncipe Eletrônico In: *Perspectivas; Revista de Ciências Sociais*. Universidade Estadual Paulista/UNESP, Editora UNESP, São Paulo, v. 22, 1999.

KOENIG, S. *Elementos de Sociologia*. Rio de Janeiro: Zarár Editores, 1970.

LEFÈVRE, F. O culto da droga na mídia. Uma mês de droga na folha de São Paulo de 1994. *Eixo promoção de saúde*. USP - Faculdade De Saúde Pública. São Paulo, série monográfica n. 4, 1994.

MODESTO, F. *Aspectos do Marketing e da Publicidade na América Latina*. São Paulo, Editora Edgard Blucher, 1981.

PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. *A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas*. Campinas: Ed. UNICAMP, 1975.

PINHO, J. B. *Propaganda Institucional: usos e funções das propagandas em Relações Públicas*. São Paulo: Sumus, 1990.

SECCO, A. Delegacia de Repressão a Entorpecentes da Polícia Federal. In: *Revista VEJA*, ano 32, n. 49, 1999.

FEMA - IMESA

SCHIAVO, R. M.; FONTES, M.; MOREIRA, N. E. *Guia de Produção e Uso de Materiais Educativos*. Ministério da Saúde, Secretaria de Projetos Especiais de Saúde, Coordenação Nacional de DST e Aids, 2001.

FEMA - IMESA

ELEMENTOS DA CULTURA POPULAR BRASILEIRA NA PUBLICIDADE: UM CASO DA REDE MCDONALD'S

Renata Corrêa Coutinho*

RESUMO: A construção imagética e textual da mensagem publicitária ocorre a partir da utilização de elementos capazes de representar o universo de seus possíveis receptores, alimentando-se, portanto, de um dado contexto, dos valores e das crenças de uma determinada sociedade. Assim, os elementos da cultura popular brasileira também podem se fazer presentes na publicidade com o objetivo de estreitar a comunicação e de despertar a atenção do público receptor.

PALAVRAS-CHAVE: publicidade; cultura popular brasileira; McDonald's.

* Publicitária, Mestra em Comunicação, Professora dos Cursos de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium de Araçatuba/SP e da Faculdade do Norte Pioneiro/PR e dos Cursos de Turismo e Hotelaria da Faculdade da Alta Paulista - Tupã/SP. Contato: renatacorreacoutinho@gmail.com.

FEMA - IMESA

0. Introdução

O presente trabalho pretende apresentar uma análise sobre a utilização da chamada cultura popular brasileira como foco comunicativo em publicidade, atendo-se a ela como um recurso publicitário visto que seu emprego se dá com a finalidade de despertar no receptor da mensagem uma predisposição à aquisição do produto em questão, estabelecendo desse modo, similitudes entre os ditos populares e a existência real do produto e o benefício por ele apresentado.

Para tanto, será utilizada a campanha¹ veiculada no ano de 1998 para a empresa McDonald's, que atualmente encontra-se disponível em material videográfico e impresso, intitulado 24º Anuário de Criação (1999) – uma reunião dos trabalhos mais criativos da propaganda brasileira, segundo o julgamento de profissionais de criação publicitária² pertencentes ao Clube de Criação de São Paulo³ – um material que se constitui em importante documento histórico e fonte de consulta para profissionais e estudantes ligados aos setores da comunicação, e para todos aqueles que se interessem pela cultura geral.

Não se pretende esgotar o assunto ou esmiuçar suas possíveis e diversificadas reverberações, mas tão somente apontar em uma descrição sucinta os pontos relevantes da abordagem realizada pela peça comunicativa a partir do uso da cultura⁴ popular como foco para a realização desse intento.

1. Da comunicação interpessoal à comercial

A necessidade de comunicação é intrínseca ao próprio homem que desde os primeiros minutos de vida já manifesta, por meio do choro, indícios de transmissão e recebimento de mensagens. Certamente, como dizia Aristóteles, o homem é um animal político não apenas pela inevitabilidade da convivência com os outros, mas sobremaneira pela exigência de praticar atos comunicacionais.

¹ Elaborada pela agência Taterka, a campanha em questão, compara os novos preços do McDonald's com lendas, folclores e histórias sobrenaturais.

² O júri é formado por 30 profissionais – 15 redatores e 15 diretores de arte –, responsáveis pelo julgamento de todas as peças e de todas as categorias, em votação secreta, e impedidos de votar em peças de sua própria agência ou de sua autoria. O julgamento resulta numa premiação simbólica – Ouro, Prata, Bronze e Anuário – conferida a todas as peças selecionadas para compor o Anuário de Criação.

³ Uma associação cultural, sem fins lucrativos, de profissionais de criação publicitária que tem como objetivo: prestar serviços ao mercado publicitário; conferir destaque a atividade criativa como ferramenta mais importante do negócio da propaganda; apoiar a cultura brasileira e suas manifestações criativas; participar da realidade do país, no nível da comunicação, promovendo e apoiando eventos de interesse social.

⁴ Segundo Pinto (Apud E. B. TAYLOR, 1995, p. 6), numa conceituação mais minuciosa, cultura vem a ser “o conjunto complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes e quaisquer capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade”.

FEMA - IMESA

Assim como vários outros animais o fazem por instinto de sobrevivência, o homem sempre esteve em busca de estabelecer uma comunicação com seus congêneres, quebrando galhos, lascando troncos, empilhando pedras ou utilizando instrumentos sonoros.

Os povos primitivos buscavam uma forma qualquer de indicar aos membros de seus clãs caminhos mais seguros para a localização de alimentos, de alertá-los quanto a predadores, de pedir-lhes socorro ou convocá-los para festividades grupais. Séculos depois, egípcios, assírios e caldeus começaram a lançar mão de sinais desenhados, não mais apenas para transmitir mensagens circunstanciais, mas para assegurar à posteridade informações de relevância social, cultural, política, militar ou histórica (STEPHENS, 1993).

Existem inúmeros relatos sobre o surgimento da propaganda⁵, um deles diz respeito à Antiga Roma, época em que o foco de atenção estava voltado às paredes das casas que ficavam de frente para as ruas mais movimentadas das cidades. De modo artesanal, a propaganda desse período já apresentava alguma técnica: pintava-se a parede de branco e, sobre esse fundo, a mensagem publicitária, preferencialmente em vermelho ou preto, cores que mais se destacavam sobre o branco (SAMPAIO, 2003).

Embora seja possível encontrar inúmeras tentativas de periodização do nascimento da propaganda, sabe-se que é ela um acontecimento recente, fruto de um período de grandes mudanças, muitas das quais, ocasionadas pela descoberta de formas inovadoras de produção.

No século XVIII, a mecanização nos diversos setores da indústria sofre impulso notável com o aparecimento da máquina a vapor, aumentando significativamente a produção. É nesse contexto que o homem descobre uma forma industrial de produção, relegando, a partir de então, em segundo plano, a “ultrapassada” forma manual: do artesanato passa-se, subitamente, à produção realizada através das máquinas; há a substituição da energia muscular pela energia elétrica e mecânica, já que estas permitiam produzir em larga escala com grande economia de mão-de-obra.

Chega-se então, em decorrência da superprodução e da conseqüente falta de absorção desses produtos, à atividade publicitária como a conhecemos nos dias atuais. É a partir da necessidade de ampliação do mercado consumidor que a publicidade se desenvolve como uma das soluções implementadas para recuperar a economia americana a fim de promover uma alteração profunda no modo de vida de sua população, estabelecendo aí as bases para o maior mercado consumidor do mundo.

Nesse processo, a publicidade passou a desempenhar o papel de facilitadora das vendas, uma vez que era preciso levar ao conhecimento das pessoas a existência de produtos que elas nem ao menos conheciam, incentivando assim o consumo propriamente dito.

⁵ Considera-se aqui as palavras “propaganda” e “publicidade” dentro da mesma acepção – a de divulgar produtos e serviços com finalidade comercial –, abandonando-se assim, suas diferenciações etimológicas e implicações históricas.

FEMA - IMESA

2. As bases americanas

O governo dos Estados Unidos entre as décadas de 20 e 30, após uma grande recessão econômica, se viu obrigado a encontrar soluções para a recuperação de sua economia. Dentre as quais se deu a execução de “uma das maiores campanhas publicitárias da história, que durou anos e, em essência, propunha que o povo americano mudasse seu ‘modo de vida’”. Assim, criou-se o *american way of life* ou modo americano de vida. (SAMPAIO, 2003, p. 20)

Como se objetivava a criação de novos mercados, a ampla campanha empreendida não ficou restrita ao território ianque, mas expandiu-se para além mar e, no início dos anos 40, a chegada americana se tornou visível. Conforme Moura:

Proclamava-se naquela época a idéia de uma *política de boa vizinhança* entre os Estados Unidos e os demais países americanos. Essa boa vizinhança significaria um convívio harmônico e respeitoso entre todos os países do continente. Significaria também uma política de troca generalizada de mercadorias, valores e bens culturais entre Estados Unidos e o restante da América. (...) A boa vizinhança apresentava-se como uma avenida larga, de mão dupla, isto é, um intercâmbio de valores culturais *entre as duas sociedades*. Na prática, a fantástica diferença de recursos de difusão cultural dos dois países produziu uma influência de direção única, de lá para cá (MOURA, 1984, p.8-9).

Com objetivos comerciais e políticos, a entrada americana no Brasil se deu por intermédio de um Birô⁶ designado à coordenação das relações econômicas e culturais entre Estados Unidos e América Latina. Destarte, o Brasil, pouco a pouco, foi inundado por produtos, valores e hábitos *made in USA*. Segundo Santaella:

...os mesmos meios de reprodução, que vieram trazer a possibilidade de acesso dos produtos culturais para um público mais amplo, vieram também ampliar as possibilidades de inculcação da ideologia dominante e roubar aos oprimidos seu único território relativamente livre. (O que chamamos folclore são os resquícios dessa cultura popular, para a qual não há hoje outro espaço sócio-cultural senão o de mercadoria exótica, encenada para estrangeiros – de fora ou de dentro – verem) (SANTAELLA, 1995, p.30).

⁶ *Office for Cordination of Commercial and Cultural Relations between the American Republics*: criado em 16 de agosto de 1940 pelo governo Roosevelt e chefiado por Nelson Rockefeller; no Brasil era dirigido por Berent Friele.

FEMA - IMESA

3. McDonald's

O nascimento da empresa americana é descrito como resultado de uma visão empreendedora de Ray Kroc, a partir da detecção de um restaurante já existente. Ao se deparar com os moldes funcionais do restaurante dos irmãos Dick e Maurice McDonald, Kroc vislumbrou a possibilidade de fazer deste um modelo a ser levado a outras regiões dos Estados Unidos.

Investindo nesse empreendimento, Kroc inaugurou em abril de 1954 a primeira franquia em Des Plaines, no Estado de Illinois e decorrido um ano, já era possível contar 20 restaurantes ao longo do território norte-americano.

A rapidez e a eficiência em servir hambúrgueres em um ambiente totalmente limpo com atendimento cortês tornaram-se fatores destacáveis da cadeia de restaurantes americana e em 1967, após já ter adquirido a parte da empresa pertencente aos irmãos McDonald pela importância de US\$ 2,7 milhões, Ray Kroc galgou o mercado internacional ao abrir uma loja no Canadá e outra em Porto Rico.

Presente no mercado brasileiro desde 1979 – hoje situado entre os oito maiores para a corporação –, o McDonald's sagrou-se como a “maior rede de serviço rápido do Brasil e líder desse segmento em número de clientes atendidos, volume de vendas, quantidade de restaurantes e número de cidades em que está presente”.

Segundo o site oficial da marca:

foram atendidos mais de 4,5 bilhões de clientes. Em outras palavras, é como se a população do Brasil inteiro tivesse ido aos restaurantes da rede 25 vezes. Nesse período, os brasileiros comeram mais de 600 milhões de Big Mac™ e mais de 2 bilhões de McFritas™. (...) Atualmente, o McDonald's Brasil conta com 36 mil funcionários e mais de 1.200 pontos-de-venda, entre restaurantes, quiosques e McCafés, distribuídos em todas as regiões brasileiras. Em 2003 foram atendidos, em média, 1,5 milhão de clientes a cada dia. De 2000 para 2002 o faturamento passou de R\$ 1,46 bilhão para R\$ 1,70 bilhão (In: <http://www.mcdonalds.com.br>, 2005).

O padrão inalterado dos produtos e das lojas da rede é mantido como um diferencial mercadológico e assentado nos conceitos estabelecidos pelo Sistema McDonald's⁷, fator este que facilita também a política de franquias adotada – aproximadamente 80% dos restaurantes da rede são conduzidos por franqueados independentes.

⁷ O Sistema McDonald's se baseia em quatro princípios: 1) concentração de esforços em uma única atividade; 2) ênfase na gestão de pessoas; 3) administração descentralizada e 4) fornecedores trabalhando em parceria.

FEMA - IMESA

3.1 Um panorama atual da empresa

Ícone da economia capitalista, McDonald's é sinônimo do estilo de vida americano hegemonicamente exportado aos quatro cantos do mundo; um estilo fortemente marcado pela padronização de produtos, ambientes assépticos e destacável agilidade no atendimento.

Atualmente, criticada pela deseducação alimentar que, de algum modo, fomenta na população – especialmente na americana –, a rede foi alvo da investida do produtor e diretor de cinema Morgan Spurlock que realizou o documentário “Super Size Me” (“Eu em super tamanho”, em tradução livre) que revela os verdadeiros danos causados por uma alimentação diária desequilibrada por meio de sua experiência pessoal: o documentário mostra a sua própria perda de saúde depois de um mês comendo apenas no McDonald's.

As ações comunicativas da empresa só fazem reforçar, deste então, a composição dos alimentos, sugestões de consumo, tabela de valores nutricionais e o veemente apelo a uma alimentação mais saudável; ao cardápio das diversas lojas da rede somou-se uma variedade de sucos naturais e saladas.

Mesmo sendo alvo de críticas quanto ao fato de pouco contribuir para a alimentação saudável, a rede McDonald's, uma franquia presente em 119 países, revela um gerenciamento de marketing eficiente, pois consegue acompanhar com agilidade os valores presentes na sociedade na qual está inserida; uma empresa com uma diversificação administrativa capaz de conseguir transformar o que seria uma crise definitiva em uma possibilidade de expandir sua linha de produtos, agregando alimentos mais saudáveis de acordo com as exigências do mercado.

Outro demonstrativo da eficácia empresarial do McDonald's pode ser conferido nas comunicações comerciais intentadas. Nelas percebe-se o acurado senso de proporção à realidade na medida em que são observados fatos corriqueiros conectados ao ato alimentar ou valores e experiências que fazem parte da vida do brasileiro médio.

A presente análise reporta-se a um contexto mais distante; ao Brasil de 1998 e à leitura de algumas peças produzidas para o McDonald's nesse período; não refere-se, porém, à atuação da empresa nesse momento histórico.

4. O referencial analisado⁸

A peça inicial “Painel Lenda” (vide 24º ANUÁRIO DE CRIAÇÃO, 1999, p.47-49) introduz a idéia que vai ser reafirmada nas demais que comporão a seqüência, buscando situar o receptor ao contexto a que se refere: ano de 1998, período de instabilidade econômica e nova mudança de moeda após sucessivas tentativas cambiais.

Segundo os dados divulgados pelo site da ABERJ – Associação de Bancos no Estado do Rio de Janeiro –, o panorama brasileiro estava configurado da seguinte forma:

⁸ As peças analisadas receberam a premiação Anuário conforme os critérios estabelecidos pelo Clube da Criação de São Paulo para a realização do Anuário de Criação.

FEMA - IMESA

...A partir de 1994, o governo brasileiro promoveu a estabilização da moeda e direcionou os primeiros esforços para o ajuste das contas públicas. (...) Apesar das significativas melhorias nos indicadores e avanços institucionais ocorridos a partir de 1994, questões vinculadas à consolidação da estabilidade ainda apresentavam importantes vulnerabilidades, como as associadas ao perfil da dívida pública e às necessidades de financiamento externo. Entre 1994 e 1998, verificaram-se a perda de competitividade comercial, a persistência do desequilíbrio fiscal nominal, de caráter estrutural, e o avanço moderado da agenda de reformas. (...) A balança comercial, que registrara superávit de US\$ 10,5 bilhões em 1994, apresentou déficits de US\$ 3,5 bilhões em 1995, US\$ 5,6 bilhões em 1996, US\$ 6,8 bilhões em 1997 e US\$ 6,6 bilhões em 1998. O saldo em transações correntes, que registrara equilíbrio em 1994, iniciou tendência de déficits crescentes, atingindo 4,3% do PIB em 1998. O resultado primário do setor público oscilou em torno do equilíbrio entre 1994 e 1998, implicando níveis elevados de déficit nominal, que atingiu 7,9% do PIB em 1998.

Para que a propaganda possa criar, ampliar, consolidar e fortificar imagens, conceitos e reputações levando uma empresa ou marca de um total desconhecimento por parte do mercado para uma posição viva e presente na cabeça dos consumidores (SAMPAIO, 2003), é indispensável o uso de informações que pertençam ao repertório particular do receptor da mensagem.

Consideravelmente irrestritos a qualquer faixa etária e sociocultural, a campanha McDonald's de 1998 buscou a utilização de elementos de conhecimento popular pertencentes ao imaginário de uma sociedade em específico, a brasileira, com a finalidade de divulgar de forma bem humorada a acessibilidade de seus produtos em meio a um período de notável instabilidade político-econômica.

Os elementos folclóricos nacionais, saci-pererê, mula sem cabeça, curupira e ET de Varginha, além do mito do lobisomem de conhecimento universal, são empregados como indicadores de uma dada realidade – “quem viu acha que é verdade, quem não viu acha impossível”–, que por sua vez está diretamente ligada aos novos valores dos lanches da rede.

As peças são constituídas, em sua maioria, por protagonistas e situações tipicamente interioranas – velinhos de chapéu, pessoas em uma barbearia, pessoas mais comuns nas ruas da cidade etc.–, pois segundo Ayala:

...a cultura popular é mais presente no meio rural e em cidades do interior. Esta questão está associada à noção de que a cultura popular é rude, rústica, ingênua, enfim, algo que se opõe àquilo que está relacionado com o progresso: a ‘civilização’ (AYALA, 1995, p.14).

Há, porém, no conjunto de peças produzidas sob a mesma temática uma ruptura, se considerarmos a natureza original da empresa McDonald's, ou uma questão dialógica

FEMA - IMESA

entre temas diametralmente distintos, se considerarmos como válida a visão de Eunice Durham (Apud AYALA, 1995, p. 59) sobre a importância da dinâmica cultural da sociedade moderna e da indústria cultural ao reordenar elementos retirados da cultura popular e da cultura erudita para a composição de novos conjuntos, os quais assumem uma representatividade mercadológica significativa: a acessibilidade do produto/marca para outros públicos, o que em *marketing* significa uma ampliação do mercado-alvo.

4.1 Análise descritiva

A primeira peça “Painel Lenda” (vide Anexos) tem por objetivo introduzir o foco principal – a relação do acreditar ou não na existência das figuras folclóricas e da redução de preços sofrida pelos lanches McDonald’s –, explicitando o aprendizado com o Brasil por meio da sobrevivência, em meio às turbulências econômicas vividas, e pela aquisição de um símbolo cultural popular: a cantiga “Boi da cara preta”, conforme demonstrado na sinopse abaixo:

Tela branca e caracteres em cinza: McDonald’s. 19 anos no Brasil.	Loc/off: McDonald’s. 19 anos de Brasil.
A tela da TV vai sendo preenchida com os funcionários uniformizados da rede, como se estes ocupassem os lugares de uma arquibancada.	Loc/off: Investir, crescer. Abaixar os preços para mais gente poder ir ao McDonald’s.
A tela vai se compondo; pessoas vão chegando e tomando seus assentos.	Loc/off: O brasil ensinou o McDonald’s a não ter medo de assombração. Inflação a mil. 6 planos econômicos. 16 ministros da fazenda. Cruzeiro, cruzado, cruzado novo, cruzeiro de novo.
A tela totalmente preenchida com os funcionários; a platéia levanta-se fazendo o sinal de olé.	Loc/off: A inflação sobe...
E a platéia senta-se...	Loc/off: e abaixam os preços do McDonald’s.
Em coro todos cantam, gesticulam e sinalizam, ao fim da cantiga, com caretas.	Boi, boi, boi. Boi da cara preta Abaixamos os nossos preços Não temos medo de careta.
A movimentação na platéia...	Loc/off: O cruzeiro vira cruzeiro real que passa pelas URV, pra entrar no real. E o McDonald’s abaixa os preços de novo.
Em coro todos cantam, gesticulam e sinalizam, ao fim da cantiga, com caretas.	Boi, boi, boi. Boi da cara preta Abaixamos os nossos preços Não temos medo de careta.
A platéia começa a desocupar os lugares, deixando visível a tela branca sob o texto: McDonald’s. ABAIXAMOS OS PREÇOS. Caracteres nos Quadrantes inferiores da tela: Novos preços. Válidos a partir de 13 de abril de 1998.	Loc/off: McDonald’s. É gostoso. É mais barato é muito mais gostoso.

FEMA - IMESA

5. Peças: personagens do folclore⁹

Estruturadas semelhantemente (vide Anexos) – iniciadas com o título (personagem a ser focado), a imagem de uma lua cheia sobre fundo negro e a logomarca McDonald's em destaque – as peças intercalam narração (locutor/off) e depoimentos que vão da credulidade à incredulidade a respeito das personagens-tema, conforme demonstra o esquema a seguir:

a) Lobisomem¹⁰:

Fundo negro sob lua cheia e logomarca da empresa. Título: lobisomem.	Loc/off: Lobisomem. Homem que vira lobo nas noites de lua cheia
Depoimentos sobre a lenda (velhinhos de chapéu).	
Fundo negro sob letreiro (em branco) McDONALD'S ABAIXOU OS PREÇOS. Valores de algumas das promoções; logomarca McDonald's.	Loc/off: Lobisomem é como os novos preços do McDonald's. Quem viu jura que é verdade. Isto não é lenda: o McDonald's abaixou os preços.
Depoimentos...	
Assinatura: McDonald's.	Loc/off: McDonald's abaixou os preços.

b) Mula sem cabeça¹¹:

Fundo negro sob lua cheia e logomarca da empresa. Título: mula sem cabeça.	Loc/off: Mula sem cabeça. Personagem do folclore brasileiro.
Depoimentos sobre a lenda (numa barbearia).	
Fundo negro sob letreiro (em branco) McDONALD'S ABAIXOU OS PREÇOS. Valores de algumas das promoções; logomarca McDonald's.	Loc/off: Mula sem cabeça é como os novos preços do McDonald's. Quem viu jura que é verdade. Isto não é lenda: o McDonald's abaixou os preços.
Depoimentos...	
Assinatura: McDonald's.	Loc/off: McDonald's abaixou os preços.

c) ET de Varginha¹²:

Fundo negro sob lua cheia e logomarca da empresa. Título: ET de Varginha.	Loc/off: ET de Varginha. O mais novo personagem do folclore brasileiro.
Depoimentos sobre o caso.	
Fundo negro sob letreiro (em branco) McDONALD'S ABAIXOU OS PREÇOS. Valores de algumas das promoções; logomarca McDonald's.	Loc/off: ET de Varginha é como os novos preços do McDonald's. Quem viu jura que é verdade. Isto não é ficção: o McDonald's abaixou os preços.
Depoimentos...	
Assinatura: McDonald's.	Loc/off: McDonald's abaixou os preços.

⁹ Folclore: [Do ingl. *folklore*, do ingl. *folk*, 'povo', e do ingl. *lore*, 'saber']. Conjunto das tradições, conhecimentos ou crenças populares expressas em provérbios, contos ou canções.

¹⁰ Lobisomem: (alteração do latim *lupus homo*, 'homem lobo'); homem que, segundo a credence vulgar, se transforma em lobo e vagueia nas noites de sexta-feira pelas estradas, assustando as pessoas, até encontrar quem, ferindo-o, o desencante.

¹¹ Mula sem cabeça: conforme a credence popular, concubina de padre, que, metamorfoseada em mula, sai, certas noites, cumprindo o seu fadário, a correr desabaladamente, ao fúnebre tilintar de cadeias que arrasta, amedrontando os supersticiosos.

¹² Oportunamente explorado como novo personagem do folclore brasileiro, numa referência aos relatos existentes de três garotas que teriam visto em 20 de janeiro de 1996, na cidade de Varginha em Minas Gerais, "uma criatura estranha, com três protuberâncias na cabeça e pele viscosa", segundo consta na matéria publicada pela revista Isto É sobre o caso do ET de Varginha em 22/05/1996.

FEMA - IMESA

d) Curupira¹³:

Fundo negro sob lua cheia e logomarca da empresa. Título: curupira.	Loc/off: Curupira. Protetor das florestas e dos animais
Depoimentos sobre esse personagem do folclore brasileiro.	
Fundo negro sob letreiro (em branco) McDONALD'S ABAIXOU OS PREÇOS. Valores de algumas das promoções; logomarca McDonald's.	Loc/off: Curupira é como os novos preços do McDonald's. Quem viu jura que é verdade. Isto não é folclore: o McDonald's abaixou os preços.
Depoimentos...	
Assinatura: McDonald's abaixou os preços.	Loc/off: McDonald's abaixou os preços.

e) Saci¹⁴:

Fundo negro sob lua cheia e logomarca da empresa. Título: saci-pererê.	Loc/off: Saci-pererê. Personagem do folclore brasileiro.
Depoimentos (numa barbearia)	
Imagens dos lanches e preços.	Loc/off: Saci-pererê é como os novos preços do McDonald's. Quem viu jura que é verdade.
Mc abaixou os preços	Loc/off: Isto não é folclore. O McDonald's abaixou os preços.
Depoimentos	
Assinatura: McDonald's.	Loc/off: McDonald's abaixou os preços.

5.1 O uso de figuras folclóricas como recurso publicitário

Encontram-se, na ampla bibliografia a respeito da publicidade, definições que a enquadram como uma justaposição da arte, da técnica e da prática. Para Sampaio (2003), ela não é apenas uma forma de arte, é mais que uma simples técnica, mas também não chega a ser uma ciência; a publicidade, ele afirma, é uma mistura dessas três coisas. É possível corroborar com tal pensamento se considerado o fato de que para a geração da publicidade, faz-se necessário o uso de diversos ramos do conhecimento humano, tais como: a sociologia, a antropologia, a psicologia, a administração, a lingüística, a estatística, as artes plásticas, a música etc., constituindo-se ao final um mosaico de informações.

Apelando para figuras tipicamente folclóricas, as publicidades em questão visam ao estabelecimento de uma correlação entre o acreditar ou não nessas representações míticas, buscando ressaltar os mesmos sentimentos – crença e descrença – em relação aos preços praticados pela referida rede de alimentos.

Desse modo, a inclusão de elementos genuinamente populares no contexto de uma publicidade remete a uma questão dialógica¹⁵, pois estabelece, assim, um diálogo entre o produto/empresa em questão e os ícones folclóricos utilizados, ao mesmo tempo em que

¹³ Curupira: (do tupi); ente fantástico que, segundo a crença popular, habita as matas e é um índio cujos pés apresentam o calcanhar para diante e os dedos para trás.

¹⁴ Saci: (do tupi); uma das mais populares entidades fantásticas do Brasil, negrinho de uma só perna, de cachimbo e com barrete vermelho (fonte, este último, de seus poderes mágicos), e que, consoante a crença popular, persegue os viajantes ou lhes arma ciladas pelo caminho; saci-cererê, saci-pererê, matimpererê, martim-pererê, matintapereira, matintaperera e matitaperê.

¹⁵ A arte produzida pelo povo dialogando com a arte elitista, ou seja, a apropriação de uma pela outra com fins comerciais.

FEMA - IMESA

conduz ao fato da apropriação de bens culturais para o empreendimento de uma comunicação eficaz para com um determinado público-alvo. As representações do povo são empregadas, dessa forma, como recurso comunicativo.

Partindo da premissa colocada por Pinto (1995, p. 5) de que a comunicação é uma atividade humana integrada aos processos culturais, é coerente a proposta de análise da comunicação publicitária como fator componente da cultura na qual está inserida, uma cultura não homogênea, resultado de múltiplas interações e oposições no tempo e no espaço (BOSI, 1992).

A marca McDonald's¹⁶ é produto fundamentalmente americano, entretanto o uso de figuras folclóricas e de protagonistas com trejeitos característicos de habitantes de cidades de pequeno e médio porte vem desmistificar essa possível imagem de extra-nacional, propondo uma identificação imediata de complementaridade entre pessoas brasileiras mais simples e McDonald's; emerge daí uma intersecção com a cultura brasileira.

Com campanhas cada vez mais voltadas ao público do país em que está inserido, o McDonald's mostra a acuidade profissional ao propor relações de semelhança entre seus produtos e figuras tipicamente folclóricas – preferencialmente por serem elas de domínio público, já que a proposta é justamente a de oferecer os produtos a um maior número de pessoas –, buscando o estabelecimento da “popularização” da marca.

Utilizando de humor, as peças da campanha McDonald's 1998 traçam analogias que causam simpatia no receptor da mensagem uma vez que este já possui o repertório necessário para a interpretação das propostas, ou seja, nas palavras de Ayala (1995, p.12), a procura do “típico” é um dos meios de afirmação da identidade nacional e nesse caso, propositadamente empregado a fim de revelar a familiaridade da marca americana McDonald's com o território e a população brasileira.

BIBLIOGRAFIA

ABERJ: Associação de Bancos no Estado do Rio de Janeiro. O programa econômico do Brasil com o FMI. Disponível em: <<<http://www.caringi.com.br/aberj/fmi.htm>>>. Acesso em: 11 fev. 2005.

AYALA, Marcos; AYALA, Maria Ignez Novais. *Cultura popular no Brasil: perspectiva de análise*. São Paulo: Ática, 1995.

BBC BRASIL. McDonald's contra-ataca filme sobre fast food. Disponível em: <<<http://www.bbc.co.uk/portuguese/cultura/>>>. Acesso em: 11 fev. 2005.

BOSI, Alfredo. *Cultura brasileira: temas e situações*. São Paulo: Ática, 1992.

DÁVILA, Sérgio. Folha on line equilíbrio. Filme sobre o McDonald's reaviva debate sobre riscos do fast food. Disponível em: <<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/equilibrio/>>>. Acesso em: 11 fev. 2005.

¹⁶ Um dos alvos mais propícios – pela presença maciça em diversos países – a sofrer boicotes em períodos marcados pelo antiamericanismo, como o vivido recentemente, segundo consta em matéria publicada no *Folha On Line* de 05/07/2004: “reação que o governo do presidente George W. Bush teve ao ataque terrorista de 11 de setembro, explicitada na chamada Doutrina Bush, que defende ataques preventivos contra países potencialmente ameaçadores aos EUA ou que apoiem grupos terroristas e que resultou na Guerra do Afeganistão e na invasão do Iraque”.

FEMA - IMESA

- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Dicionário Aurélio Eletrônico* - Século XXI. Rio de Janeiro: Nova Fronteira & Lexikon Informática, s/d.
- MCDONALD'S BRASIL. *Chegada ao Brasil*. Disponível em: <<http://www.mcdonalds.com.br/mc_brasil/chegada.shtm>>. Acesso em: 23 jan. 2005.
- _____. *Sistema McDonald's*. Disponível em: <<http://www.mcdonalds.com.br/mc_brasil/mc_sistema.shtm>>. Acesso em: 23 jan. 2005.
- _____. *McDonald's no mundo*. Disponível em: <<http://www.mcdonalds.com.br/mc_brasil/mc_mundo.shtm>>. Acesso em: 23 jan. 2005.
- MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- PINTO, Virgílio Noya. *Comunicação e cultura brasileira*. São Paulo: Ática, 1995.
- SAMPAIO, Rafael. *Propaganda de A a Z*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- SANTAELLA, Lúcia. *(Arte) & (cultura): equívocos do elitismo*. São Paulo: Cortez, 1995.
- STEPHENS, Mitchell. *História das comunicações: do tantã ao satélite*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1993.
- UFOGENESIS. *Casos famosos da ufologia. Caso Varginha: o mistério do ET brasileiro*. Disponível em: <<http://www.ufogenesis.com.br/casos_famosos/varginha.htm>>. Acesso em: 23 jan. 2005.
- 24º ANUÁRIO DE CRIAÇÃO. *Campanha McDonald's*. Clube de Criação de São Paulo. São Paulo: Takano e Semagraff, 1999.

Alcioni Galdino Vieira*

RESUMO: O signo é algo mais do que permitir ao humano comunicar-se com a realidade que o rodeia, é uma qualidade específica da experiência fenomenológica, por meio da qual chegamos a conhecer a realidade e pela qual podemos estar preparados para atuar. Deste modo, os signos são condições de percepção, interpretação, diálogo e ação. Dentro do marco da cibercultura, este artigo aborda a semiótica dos signos digitais, tendo como base a teoria peirceana.

PALAVRAS-CHAVE: semiótica; comunicação; ciberespaço; hipermídia.

* Publicitária, mestre em Comunicação e Mercado pela Faculdade de Comunicação Cásper Líbero, doutoranda em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Docente nos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Administração da FEMA. Contato: alcioni@femanet.com.br.

FEMA - IMESA

Considerando a hipermídia como signo concreto e sob a ótica da fenomenologia peirceana, é possível identificar três níveis no *design* de hipermídia: primeiridade, secundidade e terceiridade, categorias que identificam todos os eventos sígnicos que ocorrem na natureza.

A primeiridade está ligada à sensação, antes mesmo de ela se tornar pensamento, de se perceber se determinada imagem agrada ou não. Neste nível, o signo é chamado de ícone, representa um objeto, mas não o suficiente para extrairmos informações sobre ele.

A secundidade relaciona-se à reação e se dá por meio de uma ação mútua realizada por um estímulo. Pode-se exemplificar como fenômeno da secundidade o ato de colocar a mão sobre uma superfície quente e tirá-la imediatamente – ato reflexo.

Já a terceiridade, caracterizada com o estágio mais abstrato do signo, se aproxima da representação, nível em que, a partir da observação dos fenômenos, a mente humana relaciona diferentes signos, começa a identificar padrões, a estabelecer regras. O fenômeno da terceiridade pode ser exemplificado com o ato de uma pessoa que, sabendo que há uma superfície quente e a sensação de calor não lhe é agradável, se afasta naturalmente desta superfície, prevendo ou supondo que a regra, o padrão, se repetirá, ou seja, ocorrerá o mesmo que ocorreu outras vezes.

A semiótica Lucía Santaella lançou novo olhar sobre os estudos de Peirce e elaborou as *Matrizes da Linguagem e Pensamento*. Divididas em três, elas se relacionam às categorias de Pierce citadas acima. A autora chama de matriz sonora da linguagem “(...) um tipo de linguagem sem poder de referência, sem poder de representação de qualquer coisa que está fora dela”, na qual há a predominância do signo icônico. Já a matriz visual se destaca pela existência do signo indicial, típico do mundo das imagens. Na matriz verbal, há o predomínio do signo simbólico, regido por uma lei, como a gramática da língua (SANTAELLA, 2005).

O conhecimento e estudo dessas matrizes são de extrema importância, visto que têm aplicabilidade abrangente, servem como base para análise de qualquer tipo de linguagem. Para a análise da hipermídia, servem de base os três níveis resultantes da semiótica peirceana, os quais se aproximam da análise de Santaella sobre o comportamento do interator ao “navegar” no ciberespaço. Desse modo, no nível da percepção, relacionado à primeiridade, o usuário tem um estado de atenção, uma predisposição a interagir. A interface é caracterizada pela plasticidade, a qual se atualizará no momento em que o interator a acessar.

O nível da relação, identificado com a secundidade, é o sensorial; na medida em que o usuário interage com a hipermídia, observa-se o elemento mútuo da ação e reação. Vale observar que a maneira como o interator usa a hipermídia potencializa mais ou menos a sua interferência no sistema.

Ligado à terceiridade, o nível da interpretação refere-se à manipulação invisível dos dados, aos quais não temos acesso direto enquanto interatores. Esses dados são regidos por leis artificiais que regem o ambiente da hipermídia; é uma lógica elaborada que, muitas vezes, de modo inconsciente, interpretamos. O exemplo citado por Manovich serve para compreender como funciona a interpretação do usuário: ao desvendar um padrão que ocorre em um jogo, o jogador está interpretando e reproduzindo mentalmente o algoritmo que rege o jogo (MANOVICH, 2002).

FEMA - IMESA

Para Santaella, a base da interação usuário-hipermídia está localizada na exploração sensório-motora do ambiente e na compreensão e na avaliação semiótica das informações e conceitos desse mesmo ambiente. Além disso, essa interação se dá a partir de dois componentes que estimulam o sistema nervoso: os que vêm de fora e independem do observador (corresponde ao nível perceptivo) e os que dependem de seus movimentos (corresponde ao nível relacional). O terceiro nível que Santaella define como a “avaliação semiótica do conteúdo informacional e conceitual”, corresponde ao nível interpretativo (SANTAELLA, 2004).

Conforme escreve Santos, a noção básica do sistema homem-máquina privilegiava a percepção, a interação do homem com utensílios, máquinas. A partir do momento em que essa comunicação passou a privilegiar a cognição, tudo isso foi revisto. Desta forma, o modelo de sistema passou a ser homem-tarefa-máquina, uma maneira que dá relevância à tarefa no sistema (SANTOS, 2005)

Assim, para a realização do sistema homem-tarefa-máquina é necessário observar que das três dimensões projetuais que envolvem tal sistema, duas são voltadas ao homem: a primeira é a do usuário, aquele que realizará a tarefa e a segunda é a da interface, que deve comunicar homem e máquina.

Diante disso, o *designer* deve ser responsável por designar como tais tarefas vão ser realizadas, projetando e otimizando a consulta do sistema, a fim de permitir ao interator o cumprimento das tarefas a que se propôs. Isso gera um sistema interator-interface-informação, três dimensões do *designer* da hipermídia.

A dimensão do interator se destina à análise do papel do usuário, é uma dimensão sobre a qual o *designer* tem pouco controle, visto que a hipermídia é aberta ao público, o que permite grande “editabilidade”. O controle sobre essa dimensão pode ser realizado por meio de um cadastro de identificação validada, o que facilita o conhecimento do tipo de interator com quem se está lidando. Desta forma, o *designer* deve projetar o sistema para atender ao público que mais o interessa. Nesta dimensão deve-se contemplar a atitude, a disponibilidade, a concentração, a atenção do usuário, elementos que precisam ser contemplados no projeto do designer.

A dimensão da interface faz a ligação entre a máquina e o homem, conecta sistemas complexos e a cognição do interator, permitindo a este, a realização de suas tarefas. Nesta dimensão, Santos reconhece três níveis:

O primeiro é o da interatividade a partir do toque, um nível associado à primeiridade, o qual Santos chama de plástico. Um segundo nível seria o do toque como uma ação que gera uma reação. Relacionado à secundidade, o autor denomina-o como tátil. O terceiro nível, ligado à terceiridade, trata dos efeitos sobre o sistema devido às forças que agem sobre ele, seria a reação provocada pela ação do usuário sobre o sistema, a que Santos chama cinética. A última dimensão é a da informação, que tem como qualidade fundamental a programabilidade (SANTOS, 2005).

A partir das dimensões descritas e das três categorias fenomenológicas de Peirce, pode-se descrever as seguintes matrizes:

- Dimensão do interator: no primeiro estágio, ligado à primeiridade, o interator pré-interage, a secundidade se dá pelo registro da ação do usuário e a terceiridade refere-se à ação resultante desta ação.

FEMA - IMESA

- Tácita: referente à primeiridade, os elementos tácitos da hipermídia apresentam potencial icônico.

- Sensorial: há o predomínio dos recursos sensoriais (sons, imagens, vídeos), resultando em uma interface composta de signos indiciais. O design sensorial é um recurso que deve ser utilizado a fim de oferecer ao usuário liberdade de interpretação e apelo emotivo. Dois tipos de *site* se enquadram nesta categoria de design: aquele que visa sensibilizar e aquele que visa entreter. Assim, as sensações acabam definindo o sentido da hipermídia.

- Simbólico: neste *design* presencia-se o apelo a símbolos codificados regidos por leis artificiais. Apesar dos esforços dos designers em buscar incorporar novas linguagens no *design* da hipermídia e da interface, a maior parte opera com o predomínio do design simbólico.

- Dimensão da informação: nível dos dados – referente à primeiridade. Este não está acessível a olho nu e é chamado de quase-informação. Os dados podem estar encadeados por meio de *links* ou dispostos na rede sem vínculos. A forma como esses dados são mantidos ou alterados influí na maneira como devem ser apresentados ao interator e na maneira como o mesmo deve manipulá-los.

A manipulação e o tratamento das imagens por computador supuseram importantes mudanças nos estudos semióticos sobre comunicação. Quando os computadores adentraram o reino das imagens, uma dimensão nova foi adicionada ao ciberespaço (literalmente, passando de 1D para 2D), então a realidade virtual começou a ser mais do que um sonho. A *Web* provocou alguma apelação inconsciente para um mundo global eletrônico das fotografias e das imagens. As *webpages* estão cada vez mais atraentes e cheias de informação significativa – ou assim aparentam.

Webpages são hipertextos, isto é, textos com alguns de seus componentes (palavras ou sentenças) ligados possivelmente a outros textos, de forma infinita. O leitor pode navegar por meio do texto inteiro de uma maneira não linear, por intermédio dos *links*.

O imaginário informático é constituído de um conjunto de imagens por computador que pertencem à mesma família. As características gerais do imaginário informático são sua intencionalidade comunicativa e sua capacidade de produzir-se em ausência de seu referente mediante a manipulação e a mediação técnica. As imagens informáticas se desdobram em duas dimensões fundamentais: uma dimensão perceptiva e uma dimensão cognitiva.

O signo infográfico é aqui apresentado como qualquer imagem digital, que pode ser manipulada ou tratada por computador. A dimensão perceptiva nos aproxima do nosso meio mediante a necessidade da observação da contemplação e do conhecimento sensível que obtemos por intermédio dos sentidos. A dimensão cognitiva consiste na conceitualização dos modelos infográficos. Chamamos modelização infográfica àquele procedimento pelo qual se representa a causa ou o fundamento de verdadeiros fenômenos ou acontecimentos caracterizados pela experiência mediante a ajuda das leis matemáticas ou de algoritmos informáticos. Os modelos infográficos são mais flexíveis do que outros. Sua morfogênese digital é uma ruptura com a continuidade do mundo natural (o analógico). Os signos de continuidade são reduzidos e sintetizados em signos discretos (CONTRERAS, 2000).

FEMA - IMESA

Pode-se dizer que existe uma ruptura entre o que poderíamos considerar um signo natural e um signo infográfico. O signo natural só é produzido em ausência de seu referente natural. O signo infográfico é produzido por um meio técnico (o computador) e não requer referente. Precisamente esta qualidade é a que estabelece uma clara diferença. O signo natural é materialmente diferente daquela coisa da qual é signo, enquanto do signo infográfico poderia dizer-se que é signo de si mesmo. Em determinados planos de expressão, a infografia atua como a própria coisa.

Recordemos as experiências em realidade virtual nas quais o destinador não só percebe senão interage com a imagem com o mesmo grau de imersão que no mundo real. Também é necessário que não confundamos este efeito especular entre o mundo virtual e o mundo real do signo infográfico com a noção de imagem especular. A imagem especular reproduz exatamente os mesmos estímulos visuais que poderíamos perceber frente ao objeto. Os signos infográficos atingem um maior desenvolvimento quando também são capazes de reproduzir outros estímulos. Voltemos a recordar a faculdade de sensibilidade ao tato frente a um objeto virtual num meio de simulação artificial. Verifica-se que o signo infográfico não possui substância e forma como a imagem especular, diferenciando-se de um signo natural. O complexo plano tecnológico provê o signo infográfico de algo mais do que somente a substância luminosa de uma superfície de *pixels*.

Finalmente, o signo pode mentir ou afirmar proposições errôneas, enquanto para a imagem especular isso é impossível. Todos os signos, incluído o signo infográfico, podem ser produzidos sem a necessidade de um objeto real ou um referente natural. É fácil representar fantasmas, fadas, gnomos, dinossauros, discos voadores. Dessa forma, se devemos estabelecer alguma diferença entre o signo infográfico e o resto dos signos é por meio do plano de expressão construído pelas tecnologias dos mundos virtuais. Este plano de expressão é diferente por um fator importantíssimo: a imersão. Esta é o grau de aceitação que temos do signo como um objeto que está vinculado à realidade. E aqui radica a maior dificuldade que temos para aclarar a atuação do signo infográfico. Este obstáculo urge porque, a nosso juízo, apesar deste tipo de signo funcionar como veículo entre nós e o mundo natural, sua atuação às vezes é totalmente diferente. Muitas vezes o comportamento do signo na comunicação é como se esta essência que tem que aparecer na ausência do objeto fosse a própria realidade desse objeto.

Vejam os como estes processos são em suma os que definem a noção de imersão que podemos ter quando estudamos os discursos dos meios que as tecnologias multimídia e hipermídia empregam.

O mundo real está formado por objetos reais. Por sua vez, o mundo virtual está formado de objetos virtuais. Os objetos reais quando são percebidos devem passar por um processo de síntese, do que se obtém esquemas, categorias e diagramas que constroem um *representamen* por meio da coordenação do interpretante.

Os objetos virtuais experimentam uma transformação sintética. Um objeto produzido pelo virtual tecnificado é uma síntese a priori de um possível signo. Um objeto real pode ser sintetizado para produzir um signo, mas independentemente disso tem suficiente força semiótica para gerar sentido. Este não é o caso do objeto virtual que possui estatuto autônomo. Aquele existe por meio da síntese, isto é, porque antes já passou por uma transformação, chamemos de semiotecnicismo. Os modelos infográficos são modelos

FEMA - IMESA

informativos elaborados a partir de estruturas formadas de categorias perceptivas e tipos cognitivos. O objeto virtual não só representa, mas também obedece a um comportamento definido. Para isso, é necessário que, à própria simplificação que o homem faz do objeto real para produzir signos, façamos de novo outra redução – que chamamos semiotecnicismo – com o resultado de um signo mais simples por exigências técnicas.

Os programas informáticos são algoritmos gestores da transformação semiótica da matéria contínua em matéria finita e discreta. Por isso, é impossível que o computador tenha consciência de sua experiência semiótica, assim os objetos virtuais são um signo que experimenta uma dupla semiose dando lugar a um meta-signo. O signo já não fala de si e da coisa que substitui, mas se refere a outra meta-realidade ou realidade virtual. Esta meta-realidade é reconhecida mediante a semiose perceptiva que consiste em estabelecer um juízo perceptivo por meio de um processo inferencial sobre os objetos que ocupam essa metarrealidade, e não sobre outra coisa. Além disso, esta metarrealidade é um *continuum* constituído por diferentes sistemas de proposições que nos aproximam a uma percepção intersubjetiva homogênea.

No mundo virtual, os signos infográficos dão origem a diferentes representações. O universo virtual é um espaço multidirecional que funciona por meio de vários computadores conectados a uma rede. Os computadores são o meio que representa a realidade. Para isso, empregará todos os recursos: signos lingüísticos e pictóricos ou diagramáticos. Por outro lado, se seguimos apreciando o mundo digital como uma existência independente, observaremos o surgimento de representações mentais ou internas próprias: representações distribuídas e simbólicas.

Em outra ordem de estudo, teremos que indicar que os signos infográficos não são signos que se reproduzem por meios materiais, mas que obedecem a estruturas formais ou modelos matemáticos – algoritmos – construídos, portanto, por meio de uma linguagem formal e abstrata. A produção do signo infográfico está vinculada com a geração de pensamento lógico-racional e analógico-figurativo. Esta interconexão entre as duas modalidades de pensamento é o que facilita que o mundo natural seja tão facilmente digitalizável e possamos pensar num mundo digital. Também devemos anotar as novas possibilidades que o pensamento visual abre, caracterizando-se por predeterminações imanentes às técnicas produtivas, se eliminamos as futuras possibilidades que os novos programas de inteligência artificial abrem.

O signo infográfico apresenta outra importante qualidade frente a outros signos: sua instabilidade. Precisamente essas técnicas que o produzem o facultam da contínua mudança a partir dos infinitos intercâmbios internos. A comunicação no ciberespaço é um processo de introdução aos fluxos contínuos de informação que fabricam identidades sociais, novos palcos ou espaços públicos e uma dimensão temporária regulada pela mobilidade e variabilidade destas flutuações ativas que atinge com seu usuário. O signo possui distintos estados, e na prática ou uso profissional podemos dizer que é sensível e capaz de gerar ações e eventos. Os diferentes planos de expressão que os signos criados por computador oferecem preparam o usuário para entrar em universos com um elevado efeito de realidade. Com outra tecnologia esta entrada seria simplesmente simbólica, mas nos mundos virtuais os novos meios incrementam as sensações e as percepções até tal grau que o corpo humano experimenta uma materialização dos signos.

FEMA - IMESA

A comunicação digital é uma comunicação flexível na qual o signo é modificado de acordo com as exigências do leitor ou receptor. Quando trabalhamos com signos infográficos estamos em disposição de alterar continuamente os textos. Isto é, os signos constroem-se e reconstroem-se. A textualidade infográfica é um sistema aberto de signos numa situação instável quanto a sua formação definitiva. Por isso, quando nos referimos à comunicação digital nos encontramos num meio termo entre o que poderíamos considerar uma comunicação textual de natureza simbólica entre o receptor (enunciário) e o meio técnico (enunciador) e o que valorizamos como uma comunicação concreta. Assim, o texto infográfico brinda a oportunidade de que usuário e autor troquem sentido como se fosse uma “conversa” textual. Esta interação-conversa não nasce somente em relação a um conjunto de elementos de tipo cognitivo, mas também de uma verdadeira ação. O usuário interage com o sistema segundo possibilidades que estão certamente preordenadas e predefinidas e, apesar disso, o resultado da interação não é totalmente previsível: as eleições do usuário geram um produto novo e, portanto, dão origem a uma situação não totalmente pré-codificada. Aqui o enunciador não é o fator definitivo do desenvolvimento do texto ou do intercâmbio comunicativo. A interatividade, que aparece nos diferentes binômios homem-máquina, máquina-máquina ou homem-homem por meio de computadores, dá margem a novas questões semióticas sobre a textualidade infográfica.

Por meio da navegação, o interator é quem estabelece o sentido mediante as diferentes rotas que pode eleger. No hipertexto também é provável que o interator elabore uma situação perceptiva e psicológica. Finalmente, devemos ressaltar que existe o risco de considerar o meio informático somente como um canal dotado de determinadas articulações de códigos. O plano de expressão das infografias é similar em alguns aspectos a outros meios técnicos como o cinema e a televisão, mas muito distinto, sobretudo, no que poderíamos considerar como o “impacto ambiental”. Seria quiçá a maneira diferente de estruturar nossa linguagem infográfica com relação às vivências humanas e de estruturar novas condições de experiência. Por isso desde o princípio do artigo, no qual tratamos de uma nova fenomenologia do signo, aparecem juntamente com as tecnologias multimídia aspectos que resultam novos para a experiência humana. Assim, os novos *media* não só imitam efeitos perceptivos passivos da experiência, mas também os ativos, dando condições ao usuário de interagir com meios de diferente natureza conseguindo resultados muito diversos.

O uso comunicativo dos signos infográficos nos meios engendrou o ciberespaço, um espaço sintético desenvolvido pela telemática (tecnologia de rede), a telepresença e a realidade virtual (tecnologia de imersão). O ciberespaço é o lugar de comunicação que supôs uma reestruturação espacial muito complexa. Nele os signos infográficos são dotados de uma dimensão social que implica outros problemas, outros efeitos ou outras conseqüências (privacidade, normas de convivência social, modalidades de conexão).

A comunicação no ciberespaço propicia a produção de identidades sociais, novos palcos ou espaços públicos e uma dimensão temporária regulada pela mobilidade e variabilidade destas flutuações.

Há que se destacar as potencialidades dos sistemas hipermídia interligados ao ciberespaço como ferramentas de interação e aprendizagem que processualmente interferem nos diferentes campos do conhecimento e contaminam as práticas culturais em

FEMA - IMESA

suas singularidades e pluralidades contextuais. Isto é, os sistemas hipermídia e o ciberespaço nos convidam a reflexões mais centradas em suas complexidades.

BIBLIOGRAFIA

BAIRON, Sérgio; PETRY, Luís. *Hipermídia: psicanálise e história da cultura*. São Paulo: Ed. Mackenzie, 2000.

CADOZ, Claude. *Realidade virtual*. São Paulo: Ática, 1997.

CONTRERAS, F. R. *Nuevas fronteras de la infografía: análisis de la imagen por ordenador*. Sevilla, Mergablum, 2000.

LANDOW, George P. *Teoría del hipertexto*. Barcelona, Paidós, 1997.

LEAO, Lucia. *Labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço*. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

LE MOS, André. *Andar, clicar e escrever hipertextos*. Disponível em: <<<http://www.facom.ufba.br/hipertexto/andre.html>>>. Acesso em: 10 maio 2006.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. 9. ed. São Paulo: Editora 34, 2000a.

_____. *Cibercultura*. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2000b.

MANOVICH, Lev. *Language of new media*. Nova Iorque: Mit Press, 2002.

SANTAELLA, Lucia. *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal*. São Paulo: Iluminuras, 2005.

_____. *Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. *Cultura e artes do pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. *Semiótica aplicada*. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.

_____. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.

SANTOS, Marcelo Luis Barbosa dos. *Design hipermídia na Internet: uma análise semiótica dos padrões de comunicação on-line*. Dissertação de mestrado depositada na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2005.

Júlio Sato*

RESUMO: Este trabalho pretende analisar como pode se dar a construção de significado (em termos de processo cognitivo) no filme “Himmel über Berlin” (“As ailes du désir”/“Asas do Desejo”) do cineasta alemão Wim Wenders e no poema “Lied vom Kindsein” (“Canção da Infância”) de Peter Handke. Serão levadas em consideração as diferenças e semelhanças entre os gêneros cinematográfico e literário.

PALAVRAS-CHAVE: construção de sentido; comunicação; recepção; literatura alemã; cinema alemão; cinema e literatura.

* Mestrando em Letras, sob a linha de pesquisa “Germanística Interdisciplinar”, dentro do projeto de pesquisa “Literatura e Cinema”, na Faculdade de Letras – FFLCH – USP, São Paulo, SP. Contato: julio_sato@hotmail.com.

FEMA - IMESA

0. Enredo e comentário

Segundo Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété, analisar um filme é, também, situá-lo num contexto, numa história:

Assim como nos romances, as obras pictóricas ou musicais, os filmes inscrevem-se em correntes, em tendências e até em ‘escolas’ estéticas, ou nelas se inspiram a posteriori. O cinema da modernidade europeia, de Jean-Luc Godard a Wim Wenders e a Léos Carax, é um cinema de cinéfilos, que integram em suas obras painéis inteiros da história do cinema através da prática da citação, do pastiche ou da paródia.¹

O enredo é ambientado na Berlim pós-guerra, contando a história dos anjos que observam o dia-a-dia da população da cidade alemã, tentando confortar a solidão e a depressão das almas que encontram. Um deles, Daniel, se apaixona por uma trapezista de circo e deseja se tornar um humano. Desde 1987, quando foi lançado, o céu sobre Berlim, a cidade estava dividida. Uma Berlim marcada pela disputa do poder mundial, palco da batalha ideológica da Guerra Fria. Esta seria, em poucas palavras, o enredo ou diégese do filme, enquanto gênero narrativo no cinema. Entretanto, estamos mais preocupados com o que está por trás desta “estória”, o que está sendo significado por meio de toda a construção fílmica e literária por detrás. Estamos em busca daquilo que a montagem e a narrativa encerram em si. Morten Kindrup está alinhado com nosso esforço de investigação, quando afirma em seu artigo que:

No filme ‘Asas do Desejo’ (1987) de Wim Wenders, o acesso ao mundo humano (Berlim daquela época) é trazido a efeito através de personagens que não têm percepção da maneira ordinária, humana. Estes personagens (...) são invisíveis para adultos, crianças podem vê-los. (...) Os anjos (...) possuem (...) a habilidade de se comunicar diretamente com os mundos internos dos seres humanos. São capazes de ouvir o que as pessoas pensam, o que é representado no filme pelas vozes de seres humanos individuais em seu eterno monólogo, este fluxo de consciência funcionando em todos nós ao mesmo tempo. (...) Os anjos anotam e intercambiam as (partes de) histórias individuais que eles testemunham. Os próprios anjos, entretanto, não têm uma história individual. (...) Nós acompanhamos dois anjos diferentes, Daniel e Cassiel, em seus caminhos através dos espaços da cidade, vendo-os experimentarem o interior dos seres humanos. Dessa maneira, nós vemos como é o nosso próprio jeito de experimentar o mundo, visto de fora. Esta posição verdadeiramente conhece tudo, conhece todos os eventos, todos os segredos, todos

¹ VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. Ensaio sobre a análise fílmica. Campinas, SP: Papyrus, 1994.

FEMA - IMESA

os destinos; conhece como cada ser humano é prisioneiro de sua própria história e não consegue enxergar nada além daquilo. Mas, por outro lado, esta posição mesma não sabe o que é ser um prisioneiro do tempo, espaço e causalidade.²

Esta experiência de ver com um novo olhar ou um primeiro olhar é o que perseguiremos neste trabalho, analisando o processo pelo qual passa o anjo Damiel, em sua transformação em ser humano, ou seja, em seu nascimento e conseqüente início de percepções sensoriais do mundo a seu redor. Para tanto, vamos nos utilizar tanto da análise fílmica (naquilo que é próprio ao cinema, e naquilo que o cinema difere da literatura e outros gêneros narrativos ou dramático-narrativos) quanto da análise literária (do ponto de vista da análise da narrativa propriamente dita). Assim, a análise tanto da forma e quanto do conteúdo não é apenas uma opção de trabalho, mas muito mais uma necessidade, tendo-se em vista a força que uma tem sobre a outra, e considerando-se as explicações de Eisenstein³ sobre como muitas vezes a forma no cinema (quase sempre ausente na literatura) determina o conteúdo, o significado dramático-narrativo. Segundo Roman Jakobson, para o entendimento da forma enquanto constituinte do significado no cinema:

Pars pro toto é o método fundamental da conversão cinematográfica dos objetos em signos. A terminologia da cenarização, com os seus ‘planos médios’, ‘primeiros planos’, ‘primeiríssimos planos’, é nesse sentido bastante instrutiva. O cinema trabalha com fragmentos de temas e com fragmentos de espaço e de tempo de diferentes grandezas, muda-lhes as proporções e entrelaça-os segundo a contigüidade ou segundo a similaridade e o contraste, isto é: segue o caminho da *metonímia* ou o da *metáfora* (os dois tipos fundamentais da estrutura cinematográfica).³

Por fim, desta primeira parte, devemos salientar que estas definições não são mera retórica nem meros comentários metalingüísticos sobre o que é ou o que não é o cinema ou a “feitura de filmes”, mas está tratando da construção do significado no cinema em geral, assim como pretendemos tratar da construção do significado no filme aqui estudado em particular. O filme tem um total de 2:02:18 (duas horas, dois minutos e dezoito segundos), da apresentação até o último dos créditos finais.

1. Análise e interpretação

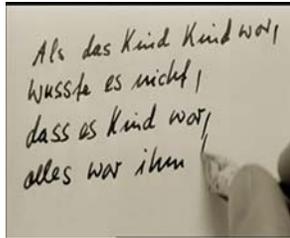
Antes mesmo dos créditos iniciais que costumam aparecer antes da primeira imagem ou cena, no “Asas do Desejo” temos uma seqüência que poderíamos chamar de pré-apresentação.

² EISENSTEIN, Sergei. A forma do filme. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

_____. O sentido do filme. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

³ JAKOBSON, Roman. Lingüística. Poética. Cinema. São Paulo: Editora Perspectiva, 1970.

FEMA - IMESA



Em alemão:

Als das Kind Kind war,
ging es mit hängenden Armen,
wollte der Bach sei ein Fluß,
der Fluß sei ein Strom,
und diese Pfütze das Meer.

Als das Kind Kind war,
wußte es nicht, dass es Kind war,
alles war ihm beseelt,
und alle Seelen waren eins.

Als das Kind Kind war,
hatte es von nichts eine Meinung,
hatte keine Gewohnheit,
saß oft im Schneidersitz,
lief aus dem Stand,
hatte einen Wirbel im Haar
und machte kein Gesicht beim
[fotografieren.

Tradução para o português⁵:

Quando a criança era criança,
Andava balançando os braços,
Queria que o riacho fosse um rio,
Que o rio fosse uma torrente
E que essa poça fosse o mar.

Quando a criança era criança,
Não sabia que era criança,
Tudo lhe parecia ter alma,
E todas as almas eram uma.

Quando a criança era criança,
Não tinha opinião sobre nada,
Não tinha nenhum costume,
Sentava-se sempre de pernas cruzadas,
Saía correndo,
Tinha um redemoinho no cabelo
E não fazia pose para fotografar.

(as partes que estão em itálico são *cantadas*, e não declamadas pelo protagonista)

Trata-se de um fragmento do poema de Peter Handke – Lied vom Kindsein (Canção da Infância) – parte declamado e parte cantado pelo protagonista Damiel (papel do ator Bruno Ganz no filme). Acompanha-se à declamação, uma imagem de uma folha de papel em branco, na qual o anjo vai escrevendo o poema, enquanto o declama/canta.

Quanto a este poema, é importante notar, em primeiro lugar, que a voz *over* da personagem Damiel não é sincronizada com o texto sendo escrito na imagem da cena: há um descompasso, aparentemente irrelevante, mas que nos dá a dimensão entre o tempo do narrado, e o tempo do narrar, que são coisas totalmente diferentes.

Mas muito mais relevante é o fato de que há versos cantados, com ritmo e musicalidade, ao invés de apenas declamados, dando-nos a impressão de que se trata de um fluxo de consciência: a parte falada parece ser o anjo, de consciência dita adulta, descrevendo como é uma criança; ao passo que os versos cantados parecem ser a criança que existe dentro do anjo, parecem mais com a criança – ela própria – falando (CANTANDO)

⁵ Tradução do articulista.

FEMA - IMESA

sobre seu dia-a-dia, sobre seu jeito de ser, não havendo reflexão a respeito, não sendo esta ação mais do que simples entretenimento pueril e expressão de vontades talvez tolas (a criança queria que a poça d'água fosse um mar, e queria que tudo fosse animado, e que todos fossem um só etc.), mas que, veremos, não são tão tolas assim.

Há uma clara ruptura quando se diz que a criança não fazia pose para fotografias, pois é um verso que começa cantado (fluxo de consciência da criança) e termina falado/ declamado pela voz do próprio personagem. É nessa ruptura tão abrupta que esta pré-apresentação dá passagem ao início “clássico” do filme, que são os créditos iniciais. Ouve-se então, uma música relativamente fúnebre de violino e violoncelo, com alguns sons espaçados de piano. Avança a música: aparecem os créditos.

Nota-se que (i) há ausência de cor (já uma indicação que o filme poderá ser em preto-e-branco, o que de fato é, quase que por inteiro) e que (ii) além dos nomes dos responsáveis por música, edição etc., escritos em branco sobre o fundo preto, há também pequenos riscos brancos que parecem aleatórios (como rabiscos mesmo) e ao mesmo tempo como se fossem o rascunho das letras que estão nítidas, ou seja, parecem tentativas de uma escrita que acabou ficando como meros rabiscos (convivendo com a escrita propriamente dita), remetendo à consciência infantil e a adulta. Têm-se, então, os créditos iniciais, *fade-in* para o céu, e um olhar em contra-plano.

No primeiro capítulo de seu livro “A Imagem”, Jacques Aumont⁶ nos explica a importância do olho enquanto órgão sensorial e de percepção para o ser humano no que diz respeito à construção da realidade daquilo que está em torno de cada um.

Nesta imagem de Wenders, não temos apenas um exemplo de construção clássica de cinema por termos campo/contra-campo com a cidade (o olho do anjo Damiel é focalizado pela câmera para que o público possa saber quem está sendo sujeito do olhar, numa típica subjetivação de câmera, pois imediatamente se passa a uma cena de visão de cima para baixo, focalizando as ruas de Berlim, significando que aquilo que estamos vendo é o que a personagem está vendo). A seqüência seguinte mostra as ruas e dá uma idéia de labirinto, uma noção de que a personagem está neste labirinto e que precisa encontrar uma saída, uma solução para um problema. É importante notar que conforme a seqüência se move, não há uma saída aparente. A câmera se posiciona de uma maneira tal neste plano que o espectador sente-se como num labirinto sem saída de fato.



Em seguida, uma pequena seqüência em que se mostra como as crianças enxergam o anjo (diferentemente dos humanos) e como se dá esta identificação entre anjo e crianças. Uma vez mais, com o campo e contra-campo, o olhar para o alto fixa-se num avião e, numa continuidade de cena (ver Vanoye e Goliot-Lété⁷, p. 25), corta-se para o interior deste

⁶ AUMONT, Jacques. A imagem. 10. ed. Campinas, SP: Papirus, 1993.

⁷ VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. Ensaio sobre a análise fílmica. Campinas, SP: Papirus, 1994.

FEMA - IMESA

avião. A câmera move-se no corredor focalizando passageiros, pára sobre uma pequena menina, que olha fixamente para “nós” (subjetivação da imagem): com campo e contra-campo corta-se para o anjo Daniel em primeiro plano (alvo do olhar da menina). Ocorre aí de novo uma identificação entre anjo e criança.

Aos 8’35” de filme, temos mais uma parte do poema, novamente com versos apenas declamados, e outros cantados. Aqui nós descobrimos, em primeiro lugar, que existe uma certa consciência do anjo Daniel que está fora dele, isto é, além de sua personagem. Por um lado, no início do filme, podíamos considerar que a cena de sua mão escrevendo o poema e sua voz declamando-o (ou cantando-o) simultaneamente, tratava-se de sua voz *off* (já que ele estava em cena, sem estar presente na imagem mostrada). Por outro, vemos agora que ele está em cena (tanto que ele faz campo e contra-campo com a menina que parece poder enxergá-lo), e é nesse momento mesmo que ouvimos o poema voltar à tona no filme, sem que ele o esteja pronunciando. Pode ser, portanto, uma voz interior (o pensamento do anjo que estaria sendo ouvido pelos espectadores), ou uma voz *over* do próprio Daniel (ou de sua consciência), mas não naquele tempo nem espaço narrados, e sim num futuro da narração. Neste momento, temos novamente a dualidade entre a voz adulta reflexiva que declama os alguns versos em contraposição à voz apenas expressiva (e não reflexiva) da criança que é o anjo mesmo, presente nos versos que são mais cantados e possuem mais ritmo.

Als das Kind Kind war,
war es die Zeit der folgenden Fragen:
Warum bin ich hier und warum nicht dort?
Warum bin ich hier und warum nicht dort?
Wann begann die Zeit und wo endet der Raum?
Ist das Leben unter der Sonne nicht bloß ein Traum?
Ist was ich sehe und höre und rieche
nicht bloß der Schein einer Welt vor der Welt?
Gibt es tatsächlich das Böse und Leute,
die wirklich die Bösen sind?
Wie kann es sein, dass ich, de rich bin,
bevor ich wurde, nicht war,
und dass einmal ich, der ich bin,
nicht mehr der ich bin, sein werde?

Quando a criança era criança,
Era o tempo das seguintes perguntas:
Por que eu sou eu, por que não sou você?
Por que estou aqui, e por que não ali?
Quando começou o tempo e onde acaba o espaço?
Um lugar ao Sol nessa vida não é somente um sonho?
O que eu vejo e escuto e cheiro não é simplesmente a
aparência de um mundo diante do mundo?
Existe realmente o Mal e as pessoas
que são mesmo más?
Como pode ser que eu, que sou eu,
Antes de eu ter me tornado, não era,
E que uma vez eu, que sou eu,
Não mais sou o eu, serei?

Agora, mesmo os versos cantados (em *italico*) são uma reflexão bem mais requintada do que seria normal para uma criança, com questões existenciais (como “quem sou eu, quem era eu antes de eu ser eu mesmo”), e questões de alteridade (como “por que eu sou eu e eu não sou você?”), para não falar das questões filosóficas (como “quando começou o tempo e onde termina o espaço?” ou ainda “existe o mal?” etc.).

Este trecho e o inicial são os dois únicos que serão utilizados, o restante do poema não é mostrado (nem por imagem de palavras escritas, nem por voz declamando ou cantando). Isso não significa, entretanto, que o poema não esteja presente de alguma maneira, pois parece ter sido utilizado intensamente como inspiração para o roteiro de Handke, assim como outros textos de sua autoria, como o texto final (que veremos no momento oportuno, adiante, neste trabalho). Este último trecho deixa transparecer conformidade com uma certa tristeza na vida (“Um lugar ao Sol nessa vida não é apenas um sonho?”), o que vai convergir e simultaneamente vai entrar em confronto com duas outras cenas.

FEMA - IMESA

Numa delas, aos 11'54", Damiel e Cassiel estão conversando dentro de um carro, no interior de uma loja de carros. Ambos fazem uso de suas pequenas cadernetas onde fazem anotações sobre a observação da vida de seres humanos. Ao passo que Cassiel conta coisas grandiosas tais como as Olimpíadas 15 anos antes, ou a viagem num balão sobre a cidade, feita por um homem 200 anos antes, Damiel concentra-se no relato de acontecimentos corriqueiros, cotidianos, tais como uma mulher que, repentinamente, resolve fechar seu guarda-chuva no meio de uma tempestade, ficando toda ensopada, e manifesta seu desejo de vivenciar as sensações humanas, e apreender o sentido das coisas.

Este paradoxo entre o tipo de relato de um e de outro mostra-nos o quanto o protagonista desta narração está interessado naquilo que é mais humano e menos divino, o quanto está entediado de sua existência que, embora eterna, limita-o nas possibilidades de percepção da realidade. Durante toda esta parte do filme, ou seja, pouco mais do que os 20 primeiros minutos, temos o que podemos chamar de contextualização e justificação dos sentimentos de descontentamento e de vazio que tomam nosso protagonista.

É apenas aos 23'40" que temos a primeira seqüência-chave para nossa interpretação, quando Damiel tem o olhar levado a um circo, o qual ele adentra. Já em seu interior, temos a imagem da heróina: Marion, a trapezista do circo, uma jovem tão entediada quanto Damiel, por motivo similar: ele por falta de vida, no sentido de vivacidade, e ela por falta de um amor, mesmo sendo uma pessoa cheia de vivacidade. Um possui o que o outro busca, e vice-versa. A vivacidade do trapézio apaixona Damiel, quase enfeitiça-o imediatamente. É quando temos a primeira seqüência em cores do filme todo. A semelhança entre estas duas personagens se dá mediante diversos recursos utilizados por Wenders: a escolha da profissão da heróina na diegese (conforme roteiro de Peter Handke), por ser uma atividade que a mantém posicionada no alto, assim como os anjos; há a escolha de seu figurino como de um anjo, com asas postiças até; há a lona do circo pintada de cor azul por dentro, tal qual fosse o céu. Temos diante de nossos olhos a construção cinematográfica de um anjo por meio da representação desta mulher. O significado todo se construiu mediante a percepção de elementos significativos.

É quase como se um anjo somente pudesse se apaixonar por uma criatura angelical, que não é um outro anjo. Paradoxalmente, o que mais atrai o anjo naquela criatura angelical é sua humanidade, não sua "angelicidade".

Aos 23'40" do filme é o momento em que Damiel vislumbra o circo. Dos 25'12" aos 25'22" se dá a parte colorida, com a Marion no trapézio. É a primeira parte do filme que possui cor, primeira parte do filme em que Damiel está tendo de fato alguma percepção do mundo à sua volta, tal qual os humanos fazem. Analogamente, ocorre uma aproximação já dentro do trailer de Marion, alguns minutos mais tarde (ela termina seu ensaio no trapézio, deixa a lona do circo, dirige-se ao seu trailer, e é seguida pelo anjo sempre a observá-la em todos os seus passos).



FEMA - IMESA

Saltaremos agora para os 81'32" do filme, quando temos uma cena de Marion dormindo, e tendo um sonho: acontece uma fusão entre a imagem do rosto de Marion e as asas de um anjo, com uma cena resultante bastante esfumada, até que se tem a visão mais clara do anjo Damiel. Corte em plano e contra-plano para Marion, aos 81'46", desta vez, já de pé, caminhando dentro de seu próprio sonho, Marion desta vez é quem está declamando o poema. Não existem versos cantados em oposição aos declamados, o que denota mais claramente que, diferente de Damiel que está passando pelo processo comum às crianças, que é o processo do aprendizado e das primeiras percepções do mundo ao seu redor, Marion, ao contrário, apenas reflete, já de maneira adulta.

O próprio Damiel já declamou esses versos anteriormente no filme, porém, parece que, quando Damiel diz "Quando a criança era criança", ele está se referindo a si mesmo, tentando ter consciência deste processo de percepção no qual ele procura se inserir, ao passo que, quando Marion diz a mesma frase, ela está se referindo ao processo, e não a si mesma. Esta seqüência termina aos 82'10", com Damiel e Marion dando-se as mãos, numa cena claramente dialogando com outra obra de arte: a pintura que representa Deus e o homem fazendo contato, no interior da abóbada da capela Cistina, de Michelangelo.

Chegamos, assim, à seqüência que tem início aos 87'26" do filme, em que Damiel está conversando com seu amigo, o anjo Cassiel, falando das possibilidades de se tornar humano, e este, quando tenta persuadi-lo do contrário, olha para trás e vê que existem pegadas de apenas uma pessoa no caminho que os dois percorreram, ou seja, as pegadas de Damiel que já é naquele instante um ser humano, capaz de deixar pegadas, numa metáfora de que o homem não apenas consegue perceber o mundo pelos sentidos e criar significados conforme ocorre esta recepção, mas também pode fazer uma história, deixar um legado de significados, contribuir de alguma maneira, deixar uma marca, diferente dos anjos que tentam interagir, mas que não podem deixar marca alguma de sua existência em lugar algum, em pessoa alguma. No exato instante em que Cassiel entende (gera entendimento e cria significado) que Damiel tornou-se humano, este vai gradativamente aparecendo colorido. Como última interação física entre os anjos, Cassiel toma Damiel ao colo e carrega-o como que sabendo-o um anjo caído. Outras interações entre eles poderão acontecer, mas apenas, digamos, "espiritualmente".

Continuamos na mesma seqüência, tendo Cassiel agora desaparecido e estando Damiel caído desacordado no chão, à beira do Muro de Berlim, o qual está todo pintado por grafites, pixações e desenhos alegres, destoando metafóricamente com o significado pesado de separação e conflito que o muro deveria ter. Damiel desperta com sua própria armadura de anjo sendo derrubada sobre si. Olha para cima, mas não temos campo e contra-campo com o céu, subjetivando o olhar do ex-anjo, pois o céu já não é mais significativo. O olhar para cima é apenas um olhar para o passado desimportante.

Entretanto, quando Damiel olha para frente, aí sim temos corte para o contra-campo onde estão crianças cochichando a respeito daquele homem estranhamente dormindo no chão de um lugar tão frio e desolado. Elas hipotetizam que ele esteja bêbado, pois é a criação de significado possível para aquelas crianças, dado seu repertório a respeito de exemplos como aquele que estão vendo, vivenciando, apercebendo-se. O campo e contra-campo era necessário aí, pois as crianças são muito representativas para Damiel, agora humano. Elas representam o futuro, por serem crianças; representam que ele se identifica

FEMA - IMESA

mais com elas e menos com o céu, porque agora tornou-se humano; e, além disso tudo, a identificação ocorre assim como no poema de Handke, em que o anjo se vê como criança no processo de percepção do mundo e criação dos significados. As cenas importantes que se seguem são:

- Daniel olhando para um lado da rua, esta aparentemente sem fim, e depois para o outro lado, que também parece não ter um ponto final, estando ele na metade deste caminho infinito, como uma metáfora para dizer que, mesmo humano, a vida não tem um começo e nem um fim, é um percurso na eternidade.

- Daniel tocando sua cabeça com a mão e dando-se conta de que está sangrando, olha verdadeiramente espantado seu próprio sangue na mão, experimenta-o levando a mão à língua, constata que o sangue tem cor e gosto.

- Daniel encontra um passageiro, pergunta sobre a cor do sangue, constatando que é vermelho (o passageiro até pergunta se ele está ferido, mas ele não está se importando com isso e continua com outras questões), pergunta sobre a cor de vários personagens curiosos pintados no então Muro de Berlim, e vai aprendendo todas aquelas cores.

- Ganha uma esmola do passageiro para um café, e degusta o café como uma experiência realmente nova, surpreendente e inigualável. Trata-se de uma cena muito significativa, no entanto não há sequer uma palavra dita nela. A expressão do ator mostrando que aquela experiência para ele é uma realização, o símbolo de haver alcançado algo dispensa falas, tal qual Peter Handke fez em sua peça para teatro “A hora em que não sabíamos nada uns sobre os outros” (Die Stunde, in der wir nichts voneinander wussten), uma peça totalmente sem fala alguma.

- Quando encontra-se pela segunda vez com o ator Peter Falk (já haviam se encontrado uma vez, quando Daniel ainda era anjo, cena na qual Peter Falk sente a presença de Daniel, conversa com ele, sem contudo poder ouvir resposta ou obter qualquer interação na época em que o anjo ainda não tinha como vivenciar a matéria), e experimenta um cigarro, recebe algumas dicas sobre a vida e aprende que Peter Falk mesmo também era um anjo caído. Destas dicas, a mais valiosa aparenta ser a de que não adiantaria que ele, Peter Falk, ensinasse ou contasse tudo a Daniel, pois o importante na experiência vivida era exatamente tê-la por si mesmo, passar por todas as coisas, experimentar e vivenciar tudo, aprender.

Conclusão

Depois disso, temos a seqüência na qual Daniel procura por Marion sem, no entanto, a encontrar, o que vai acontecer um pouco adiante, na apresentação musical de uma banda num bar. O encontro dá-se de uma maneira ao mesmo tempo surpreendente e já esperada. Daniel já conhecia Marion por observá-la, e ela o conhecia de seu sonho. Assim, ambos procuravam-se, mas sem necessariamente ter uma certeza de que iriam se encontrar algum dia, o que ocorre naquele momento. Marion faz, novamente, uma reflexão filosófica, e ficam juntos. Uma última seqüência importante é aquela em que se focaliza a famosa estátua de anjo para se introduzir a cena em que está Marion pendurada a uma corda, no alto, enquanto Daniel está segurando e girando esta mesma corda. Ironicamente, o efeito cinematográfico nos deixa ver aí que Marion virou o anjo de Daniel, pois ela está

FEMA - IMESA

agora no alto, onde ele costumava ficar e observar a cidade, de cima de edifícios ou estruturas elevadas. Ele, por outro lado, está no chão. A cena é colorida. Mas Cassiel aparece num dado momento, somente ele em preto e branco dentro da cena, bastante pequeno em comparação com o plano todo. Enquanto assistimos a esta seqüência, ouvimos a voz de Damiel dizendo a fala (que é um poema que está reproduzida a seguir:

Alemão

Etwas ist geschehen
es geschieht immer noch.
Es ist verbindlich!

Es war in der Nacht,
und es ist jetzt am Tag.
Jetzt erst recht.
Wer war wer?
Ich war in ihr...
und sie war um mich.

Wer auf der Welt kann
von sich behaupten,
er war je mit einem anderen
Menschen zusammen?

Ich bin zusammen.
Kein sterbliches Kind
wurde gezeugt,
sondern ein unsterbliches
gemeinsames Bild.

Ich habe in dieser Nacht
das Staunen gelernt.
Sie hat mich heimgeholt,
und ich habe
heimgefunden.

Tradução para o português⁸

Algo aconteceu
E ainda acontece.
É algo amável!

Foi durante a noite,
E agora é durante o dia.
Agora já direito.
Quem era quem?
Eu estava nela...
e ela estava ao meu redor.

Quem no mundo poderia
dizer,
que ele estava com outro
ser humano?

Eu estou.
Nenhuma criança mortal
foi gerada,
e sim uma imagem imortal
unificada.

Eu nessa noite
aprendi o espanto.
Ela me trouxe para casa
e eu encontrei
minha casa.

Alemão

Es war einmal.
Es war einmal,
und also wird es sein.
Das Bild, das wir gezeugt
[haben,
wird das Begleitbild
meines Sterbens sein.
Ich werde darin gelebt haben.

Erst das Staunen
über uns zwei,
das Staunen
über den Mann und die Frau
hat mich zum Menschen
[gemacht.

Ich... weiss... jetzt,
was... kein... Engel... weiss..

Nennt mir die Männer und
Frauen und Kinder, die mich
suchen werden,
mich, ihren Erzähler, Vorsänger
und Tonangeber, weil sie mich
brauchen, wie sonst nichts auf
der Welt.

Tradução para o português

Foi uma vez.
Era uma vez,
e assim será.
A imagem que nós
[geramos
será a imagem que
acompanhará minha morte.
Eu terei vivido nela.

Antes o espanto
sobre nós dois,
o espanto
sobre o homem e a mulher
me tornou humano.

Eu... sei... agora,
o que... nenhum... anjo...
[sabe...

Chamem-me homens e
mulheres e crianças, que me
procurarão, a mim, de seu
narrador, seu cantor e
condutor, porque eles precisam
de mim, como nunca
precisaram de nada no mundo.

Algumas vezes temos a impressão de que Damiel está falando essas frases enquanto gira a corda na qual Marion está pendurada. Entretanto, em outros momentos, a câmera focaliza-o enquanto ele está nessa tarefa com a corda, e podemos então notar que ele não está falando. Também não está pensando, pois sua expressão denota que ele está concentrado em Marion.

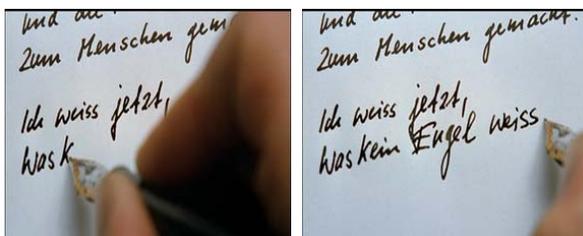


E é então que temos a cena do início do filme: a mão (que agora sabemos ser de Damiel) com uma caneta escrevendo a fala que estamos a ouvir. Isso revela, afinal, que aquela cena introdutória ao filme, com o poema, é ele próprio, Damiel, narrando sua

⁸ Tradução do articulista.

FEMA - IMESA

experiência recém-vivida. Não apenas entendemos aí que o narrador é o protagonista, como também que aquela voz *over* é sua mesma.

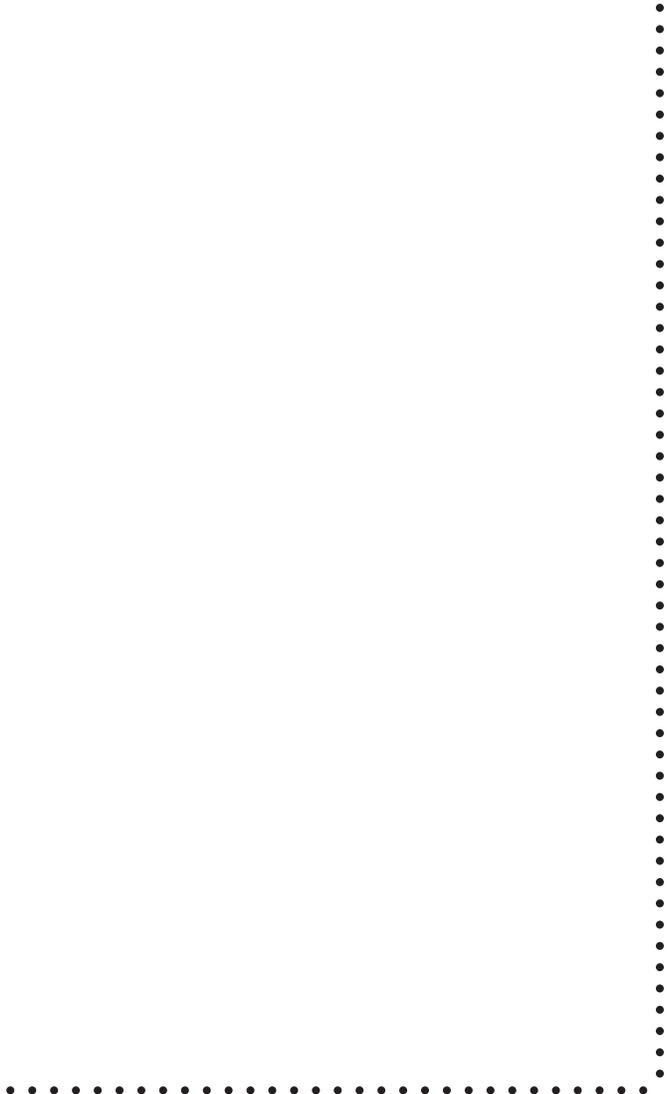


Aprendemos ainda que a busca pelo aprendizado de Damiel passava por várias fases, incluindo a experiência do sexo com Marion (“estava dentro dela, e ela ao redor de mim”), mas principalmente a geração de imagens por meio das quais ele vai apreendendo sentidos de coisas. Temos novamente a importância do olhar que também estava bem no início do filme, o olho de Damiel observando as coisas, mas ainda com suas limitações. A importância do olhar como principal órgão de percepção dentre os sentidos humanos é um dos grandes ganhos de Damiel ao se tornar humano, afinal.

Ele nos explica, quase que didaticamente, que as experiências precisam ser tidas para que o aprendizado e a construção de sentido aconteça. Nada progride e não se constrói conhecimento por meio do igual, mas sim por meio do diferente, do NOVO, pois é o espanto, o surpreendente, *das Staunen* que move a percepção. Mesmo que o objeto a ser aprendido seja algo já conhecido de alguma maneira, podemos ainda assim, reaprendê-lo, seja uma coisa, uma pessoa, um conceito, uma idéia, sempre temos como torná-lo novo se reconstruirmos seu significado.

BIBLIOGRAFIA

- AUMONT, Jacques. *A imagem*. 10. ed. Campinas, SP: Papirus, 2005.
- ____ et al. *A estética do filme*. 3. ed. Campinas, SP: Papirus, 1995.
- CÂNDIDO, Antônio et al. *A personagem de ficção*. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- EISENSTEIN, Sergei. *O sentido do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- ____. *A forma do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- HANDKE, Peter; WENDERS, Wim. *Der Himmel über Berlin – ein Filmbuch*. 5. ed. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2005.
- JAKBSON, Roman. *Linguística, poética e cinema*. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- KINDRUP, Morten. Like a film, like a child: knowledge and being in Wings of Desire. (artigo publicado em p.o.v. – A Danish Journal of Film Studies – Institut for Informations og Medievidenskab – Aarhus Universitet – Number 8 – December 1999 – Department of Information and Media Studies – University of Aarhus).
- METZ, Christian. *A significação no cinema*. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- XAVIER, Ismail. Do texto ao filme: a trama, a cena e a construção do olhar no cinema. In: *Literatura, cinema e televisão*. São Paulo: Editora Senac, 2003.
- VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. *Ensaio sobre a análise filmica*. Campinas, SP: Papirus, 1994.



Viviane Caputo*

RESUMO: O assédio moral no trabalho tem sido tema de constantes debates na atualidade e envolve a linguagem como meio para sua realização. Buscamos aqui caracterizar a importância da relação linguagem – assédio moral e contribuir para o entendimento do que se constitui como assédio moral na relação de trabalho e da utilização da linguagem como forma de dominação neste contexto.

PALAVRAS-CHAVE: linguagem; assédio moral no trabalho; violência moral.

* Mestre em Psicologia e Sociedade; acadêmica do 3º Ano do Curso de Direito (Fema/Imesa, Assis/SP). Este trabalho foi desenvolvido como PIC, intitulado “Assédio Moral no Trabalho – Marcas lingüísticas”, sob a orientação da Dra. Márcia Valéria Seródio Carbone.

FEMA - IMESA

0. Introdução

A linguagem, como forma de expressão de sentimentos, emoções, pensamentos e desejos humanos e que, marcadamente, nos diferencia dos animais irracionais, tem sido estudada desde a antiguidade.

Em tempos remotos, já se notava a utilização da linguagem para persuadir, seduzir, ludibriar e ainda como forma de imposição de poder e dominação dos mais fortes sobre os mais fracos. Nas relações econômicas, sociais, políticas e dentro dos sistemas de organização social, entre os mais simples, como os grupos primários, cujo exemplo mais próximo é a família, até entre os mais complexos, como a própria sociedade em geral, ou nas grandes instituições presentes na atmosfera social das mais variadas áreas.

As organizações produtivas com fins lucrativos, voltadas para a produção de bens e/ou serviços, nas quais as relações de trabalho são povoadas por diversos conflitos, inúmeras distribuições hierárquicas, objetivos organizacionais variáveis e competitividade acirrada na luta para manter-se no Mercado e conquistar novos espaços de atuação, são de nosso interesse. Dessa forma, as relações de trabalho sofreram modificações profundas no transcorrer dos tempos, conforme aponta Chiavenato (1998).

Da servidão expressa no trabalho escravo à moderna administração participativa, como comenta Chiavenato (1999), tivemos a condição humana menosprezada, diminuída e massacrada pelo capitalismo selvagem, aspecto este tão bem apontado por Marx em sua obra *O Capital* (1975). Houve ainda a exploração da mão-de-obra para a produção em massa pela “racionalização do trabalho”, como pretenderam Ford, Taylor e Fayol, conforme descreve Balcão (1979). Na geração de cifras para as Organizações Capitalistas surgiram como fatores motivadores do trabalho; a higienização, o início da preocupação com o ser humano como parte importante da produção, a consideração de sua saúde ocupacional e a própria satisfação no trabalho.

Entre estudos de grupos nas Organizações destacam-se, de acordo com Park (1997), Mayo, Herzberg, MacClelland, Maslow, McGregor, Argyris, Simon. Tratando sobre as teorias motivacionais, destaca-se Kurt Lewin, entre tantos autores preocupados em integrar “indivíduo-empresas”. Até finalmente chegarmos ao que é chamado de “Administração Moderna” ou teoria Y, oposta à teoria X, da administração clássica, correspondente aos tempos de Ford, período inicial da industrialização, que considerava o homem um ser insolente, preguiçoso, que não tinha idéias criativas e só se submetia ao trabalho em razão dos salários a receber, e apresentar a necessidade de ser supervisionado e cobrado de perto para realizar as tarefas corretamente.

A administração moderna, cultivada na era do conhecimento ou *era da informação*, como é chamada a era atual pelos gurus da administração, tem como pressupostos a valorização do ser humano no trabalho ou a valorização do “capital humano”. Dessa forma, caracteriza-se por implicar uma comunicação eficiente dentro das organizações produtivas, dos processos participativos nas decisões e ainda da delegação de poderes aos funcionários, agora chamados de *colaboradores*, para tomarem decisões dentro de suas funções, assumindo responsabilidades sobre estas. Ainda pressupõe-se, a partir da descentralização do poder decisório, uma diminuição, ou *achatamento*, da hierarquia

FEMA - IMESA

dentro do sistema organizacional, o que favorece, *em tese*, as parcerias para se atingir as metas propostas pela empresa.

Nesse contexto, observa-se, porém, que têm aumentado, cada vez mais, os casos de assédio moral no trabalho (também conhecidos como casos de hostilização ou assédio psicológico) os quais, constantemente, chegam à mídia televisiva, escrita e falada, motivo que originou nosso interesse pelo tema.

Se, por um lado, a administração moderna modificou as relações de poder nas organizações, em razão da mudança na hierarquia (entre outros fatores); por outro, temos como pressuposto que a dominação e a imposição de poder nas relações de trabalho têm ocorrido muitas vezes de forma tênue, por meio de marcas lingüísticas peculiares que acabam por caracterizar modos de assédio moral, os quais têm sido responsáveis por inúmeros processos trabalhistas contra grandes corporações na atualidade.

Por meio do exposto, podemos verificar que é de grande importância o estudo das formas lingüísticas nas relações de trabalho, mais especificamente por meio da linguagem oral, na qual se observa, nitidamente, a ocorrência do chamado “assédio moral no trabalho”.

1. Linguagem e assédio moral nas relações de trabalho

O estudo da linguagem é pesquisado amplamente, devido à sua relevância para o desenvolvimento do ser humano como indivíduo socialmente constituído. Dentro do estudo da linguagem, temos diversas especificidades, sendo uma delas a compreensão do discurso, entendido tanto como produção oral quanto escrita.

O assédio moral ocorre por diversos meios, entre os quais a linguagem verbal. O assédio moral enquanto fenômeno das relações humanas recebe diferentes terminologias e concepções, conforme nos indica Glöckner:

Apesar dos diversos termos usados para a mesma definição, podemos verificar que eles não são idênticos, isto é, não há diferenças somente na terminologia, mas também na forma, em função de diferenças culturais e organizacionais dos diversos países em que o fenômeno vem sendo estudado (GLÖCKNER, 2004, p. 16).

O autor pontua que o assédio moral também é conhecido como *mobbing*, *bullying* e *harcèlement moral*, utilizando-se das caracterizações comentadas para cada termo pela psiquiatra e psicanalista francesa Marie-France Hirigoyen (2002) para discriminar as especificidades conceituais dos mesmos.

Segundo Hirigoyen,

...o termo *mobbing* relaciona-se mais a perseguições coletivas ou à violência ligada à organização, incluindo desvios que podem acabar em violência física. O termo *bullying* é mais amplo do que o termo *mobbing*. Vai de chacotas e isolamentos até condutas abusivas com conotações sexuais ou agressões físicas. Refere-se mais às ofensas individuais do que à violência organizacional. O termo *harcèlement*

FEMA - IMESA

moral diz respeito a agressões mais sutis e, portanto, mais difíceis de caracterizar e provar, qualquer que seja sua procedência. Mesmo que sejam próximas, a violência física e a discriminação estão, primeiramente, excluídas, pois são violências já levadas em conta na legislação francesa (Apud GLÖCKNER, 2004, p. 16).

No Brasil, o marco para a discussão do assédio moral nas relações de trabalho (que não é fenômeno novo, porém só recentemente veio à baila e tem sido alvo de reflexões), foi a pesquisa realizada pela médica do trabalho Margarida Maria Silveira Barreto, em 2000, defendida em dissertação de mestrado em Psicologia Social na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; que posteriormente originou o livro *Violência, saúde e trabalho – uma jornada de humilhações* (2003); e desencadeou uma série de debates sobre o tema.

Inspirado no trabalho da autora, foi criado o site www.assediomoral.org.br que tem o objetivo de informar e orientar os internautas sobre o assunto, especialmente aqueles que são vítimas do fenômeno.

O assédio moral é definido como:

...a exposição dos trabalhadores e trabalhadoras a situações humilhantes e constrangedoras, repetitivas e prolongadas durante a jornada de trabalho e no exercício de suas funções, sendo mais comuns em relações hierárquicas autoritárias e assimétricas, em que predominam condutas negativas, relações desumanas e aécticas de longa duração, de um ou mais chefes dirigida a um ou mais subordinado(s) (In: <http://www.assediomoral.org.br>, 2006).

O assédio moral ocorre por diversos meios, entre os quais a linguagem verbal. Tais meios visam a exercer controle vexatório sobre a vida da vítima assediada, levando-a, como menciona Barreto (2003), a um quadro de desamparo e exclusão.

A autora, com amplo conhecimento sobre o tema, comenta que é comum, nos casos de assédio moral dentro das relações de trabalho, o tratamento desrespeitoso por parte dos superiores hierárquicos, de modo a expor a vítima a piadas, comentários desdenhosos ou maldosos, referências sarcásticas à capacidade intelectual da vítima, ao seu aspecto físico ou ao seu conhecimento sobre as atividades relacionadas ao cotidiano de trabalho. O isolamento, as respostas frias, indiferentes, superficiais ou distantes são comuns também quando a vítima solicita informações (BARRETO, p. 111-125).

A humilhação e o constrangimento diante de colegas e/ou outros superiores, a ridicularização da opinião da vítima ou de suas queixas, entre outros, são práticas comuns nesses casos.

É necessária a compreensão da relação entre assédio moral e linguagem. Esta última, podendo caracterizar-se como veículo do assédio moral, à medida que, como nos ensina Koch (2002, p. 15), é encarada como forma de ação, “(...) ação sobre o mundo dotada de intencionalidade, veiculadora de ideologia (...)”.

Essa ideologia encontra-se expressa nas inter-relações sociais e, mais especificamente, no tocante ao nosso trabalho, presente nas relações de poder

FEMA - IMESA

estabelecidas dentro das relações de trabalho. Sobre isto trata Pagès (et al, 1990) que, em *O Poder das Organizações*, faz um aprofundado estudo das relações de poder que se estabelecem nas organizações empresariais, utilizando, como um dos fatores de sua análise, a linguagem característica de modelos de dominação nas relações trabalhistas.

Ainda Petri (2001), em sua obra *Linguagem Jurídica*, destaca a função da linguagem e da argumentatividade na expressão de pensamentos e de ações, relacionando linguagem e língua, bem como a utilização de símbolos na expressão das idéias, no contexto das relações humanas, o que abrange as relações de trabalho e os conseqüentes desdobramentos destas.

Igualmente Citelli (1985), estudioso da área de lingüística, sublinha as características persuasivas da linguagem, em suas mais variadas formas de utilização.

Relacionando linguagem e poder, temos ainda Foucault (2001) que, em uma das conferências de sua obra, *A verdade e as formas jurídicas*, discorre, sobre a análise do discurso, considerando-a: "... não mais simplesmente em seu aspecto lingüístico, mas de certa forma (...) como jogos, jogos estratégicos, de ação e reação, de pergunta e de resposta, de dominação e de esquiva, como também de luta". (FOUCAULT, 2001, p. 38).

Esses aspectos observados por Foucault figuram na análise do discurso em todas as relações, notadamente nas relações de poder, constitutivas das relações de trabalho que compõem o cenário das ocorrências de assédio moral.

O assédio moral é um fenômeno antigo, mas que, enquanto tema de reflexão, tem sido discutido há um tempo relativamente curto, sobretudo em nosso país. De acordo com Barreto (2003, p. 144), o assédio moral "(...) é uma forma de violência no trabalho caracterizada pela recorrência de repreensões e ironias, discriminações e rebaixamentos que dominam a jornada (de trabalho) tornando-se públicos aos olhos dos colegas".

O assédio moral evidencia-se sob a forma de sofrimento psíquico em que a vítima, conforme a autora, sente-se isolada e insegura, ignorada. Dessa forma "sem forças para reagir, os trabalhadores sentem medo" (2003, p. 130), sendo cada vez mais pressionados pela Organização.

Conforme Barreto, em inúmeras situações o assédio moral provoca seqüelas, tais como o aparecimento de doenças físicas e/ou de ordem emocional, como o *stress*, o que pode levar o indivíduo ao afastamento do trabalho por licença médica, bem como a diversos tipos de acidentes de trabalho e à estigmatização social, o que tem preocupado trabalhadores, sindicatos e até empresas na atualidade.

Com o crescimento, nos últimos anos, de queixas envolvendo assédio moral, vários sindicatos têm organizado cartilhas explicativas a fim de informar os trabalhadores sobre o assunto. Um exemplo é a publicação *Assédio moral, acidente invisível* - cartilha produzida pela Diretoria Colegiada do SINDIPETRO-RJ, a partir do trabalho de Barreto (2003), já mencionado, e também assessora do Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias Químicas, Farmacêuticas, Plásticos e Similares de São Paulo, que define o assédio moral da seguinte forma:

É o mesmo que violência moral: trata-se da exposição de trabalhadores a situações vexatórias, constrangedoras e humilhantes durante o exercício de sua função. Isto caracteriza uma atitude

FEMA - IMESA

desumana, violenta e sem ética nas relações de trabalho praticada por um ou mais chefes contra seus subordinados, visando desqualificar e desestabilizar emocionalmente a relação da vítima com a organização e o ambiente de trabalho, pondo em risco a saúde e a própria vida da vítima (p. 113-114).

Visando dar conotação legal ao tema, existem diversos projetos de lei, tratados de modo elucidativo pela edição n. 230 da *Revista do Sindicato Nacional dos Trabalhadores de Pesquisa e Desenvolvimento Agropecuário* (Fev./2006). Tal publicação traz importantes considerações a respeito dos oito projetos de lei (PL's) sobre o tema “assédio moral” tramitando na Câmara dos Deputados. Entre esses está o PL 2369/03, de autoria do deputado Mauro Passos (PT/SC), que visa à proibição do assédio moral nas relações de trabalho, e concebe o assédio moral como ilícito trabalhista, que pode gerar o direito à indenização, “... com pena indenizatória equivalente a, no mínimo, dez vezes a remuneração do empregado, sendo calculada em dobro em caso de reincidência.” (Ed. 230, p. 04).

Um outro projeto, o PL 2593/03, apresentado pela deputada Maria do Rosário (PT/RS), propõe a alteração da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) com o objetivo de proibir a prática do assédio moral nas relações de trabalho.

A Câmara analisa ainda o Projeto de Lei (PL) 4742/01, proposto pelo deputado Marcos de Jesus (PFL/PE), que tipifica a prática do assédio moral como crime no Código Penal, prevendo a pena de detenção de três meses a um ano, além de multa, ao assediador condenado pela Justiça. A este projeto de lei, estão anexados outros três projetos: o 4960/01, de autoria do deputado Feu Rosa (PP/ES); o 5887/01, do deputado Max Rosenmann (PMDB/PR); e o 5971/01, do deputado Inácio Arruda (PCdoB/CE); que também tipificam o assédio moral como crime no Código Penal.

Em relação ao serviço público, o Projeto de Lei 4591/01, da ex-deputada Rita Camata, “estabelece a aplicação de penas à prática de assédio moral por servidores públicos da União, das autarquias e das fundações públicas federais a seus subordinados”.

As penas, conforme a proposta, incluem advertência, suspensão, destituição de cargo em comissão, destituição de função comissionada e demissão. Conforme a publicação indicada (p. 4), “nos casos de demissão ou de destituição de cargo em comissão, o ex-servidor ficará proibido de ingressar no serviço público por cinco anos.”

Também tramita na Câmara o PL 4326/04, da deputada “Maninha” (PSol/DF), que institui o dia 2 de maio como o Dia Nacional de Luta contra o Assédio Moral, visto pela autora como possibilidade de inserção do tema no cenário das discussões sociais nacionais, a fim de que este seja debatido por trabalhadores e empregadores tanto no âmbito privado quanto na administração pública.

A informação é de que a proposta, que tem caráter conclusivo, “... já foi aprovada pela Comissão de Educação e Cultura...”; e de que o texto ainda será analisado pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

Embora a Consolidação das Leis do Trabalho, CLT, apresente em seu artigo 483 as justificativas de rescisão indireta, quando o trabalhador rescinde o contrato de trabalho em razão de o empregador cometer falta grave (artigo 483, alíneas a e b), dando, em tese, respaldo à acusação e assédio moral e conseqüente pedido de indenização ao empregado;

FEMA - IMESA

falta ainda no Brasil uma legislação específica e bem pontuada que respalde o sofrimento de inúmeras vítimas de crueldade e humilhação no trabalho. Principalmente, diante da realidade mercantil em que está imerso o país, com crescentes índices de desemprego e um nível de exigência cada vez maior para se alcançar uma colocação no mundo do trabalho.

BIBLIOGRAFIA

ACQUAVIVA, M. C. *Vademecum Universitário de Direito*. 8. ed. São Paulo: Editora Jurídica Brasileira, 2005.

ASSÉDIO MORAL É TEMA DE OITO PROJETOS DE LEI NA CÂMARA DOS DEPUTADOS. *Revista Eletrônica do Sindicato Nacional dos Trabalhadores de Pesquisa e Desenvolvimento Agropecuário*. Edição 230. Fev./2006. Disponível em: <<<http://www.sinpaf.org.br>>>. Acesso em: 08 julho 2006.

BALCÃO, Y. (org.). *O comportamento humano nas empresas: uma antologia*. Rio de Janeiro: FGV, 4. ed., 1979.

BARRETO, M. M. S. *Violência, saúde e trabalho: uma jornada de humilhações*. São Paulo: EDUC, 2003.

CITELLI, A. *Linguagem e Persuasão*. São Paulo: Ática, 1985.

CHIAVENATO, Idalberto. *Os novos paradigmas: como as mudanças estão mexendo com as Empresas*. São Paulo: Atlas, 1998.

_____. *Administração nos Novos Tempos*. São Paulo: Makron Books, 1999.

_____. *Gestão de pessoas – o novo papel dos recursos humanos nas Organizações*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DEJOURS, C. *A loucura do trabalho*. Trad. A. I. Paraguai e L. Leal. 5. ed. São Paulo: Cortez-Oboré, 1992.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes, 1977.

_____. *A verdade e as formas jurídicas*. Trad. Roberto Cabral de Melo e Eduardo Jardim Morais. Rio de Janeiro: Nau Editora, 1999.

FRANCO, Alberto Silva (et al.). *Código Penal e sua interpretação jurisprudencial*. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.

GLÖCKNER, César L. P. *Assédio Moral no Trabalho*. São Paulo: IOB Thomson, 2004.

HANDY, Charles. *A Era da Transformação – A Transformação no Mundo das Organizações*. São Paulo: Makron Books, 1997.

HIRIGOYEN, Marie-France. *Assédio Moral: a violência perversa no cotidiano*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

_____. *O mal-estar no trabalho – redefinindo o assédio moral*. Rio de Janeiro: Bertrand-Brasil, 2002.

KOCH, Ingedore G. V. *Argumentação e Linguagem*. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). *A Linguagem da Sedução*. 2. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1988.

MARX, Karl. *O capital*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.

OLIVEIRA, Juarez. (Org.) *Novo Código Penal*. 23 ed. São Paulo: Saraiva, 1985.

ASSÉDIO MORAL NO TRABALHO. O que é assédio moral? Disponível em: <<<http://www.assediomoral.org.br>>>. Acesso em: 21 julho 2006.

FEMA - IMESA

PARK, Kil H. (et al). *Introdução ao estudo da administração*. São Paulo: Pioneira, 1997.

PETRI, M. J. C. *Linguagem Jurídica*. 3. ed. São Paulo: Editora Plêiade, 2001.

_____. *Argumentação Lingüística*. São Paulo: Editora Plêiade, 2000.

RUIZ, João Álvaro. *Metodologia Científica: guia para eficiência nos estudos*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

SPACIL, D. R.; RAMBO, L. I.; WAGNER, J. L. *Assédio moral: a microviolência no cotidiano*.

Cartilha de autoria dos advogados do Escritório Wagner Advogados Associados, por solicitação da Federação Nacional dos Trabalhadores do Judiciário Federal e Ministério Público da União – FENAJUFE, julho de 2004. Disponível em: <<<http://www.assediomoral.org.br>>>. Acesso em: 21 julho 2006.

Luiz Antonio Ramalho Zanoti*

André Luiz Depes Zanoti**

RESUMO: Este texto tem por objetivo apresentar os resultados de uma pesquisa científica que visou analisar a preservação da empresa sob o ponto de vista da Lei n. 11.101/2005, denominada Lei de Falência e de Recuperação de Empresas. De início, fez-se uma avaliação em torno da importância social da empresa, bem como das eventuais consequências negativas na hipótese de sua extinção. Foi realizado um estudo comparativo entre o mencionado diploma legal e a Lei de Falência e Concordata, no que tange à preservação da empresa. Finalmente, apurou-se como os mecanismos da falência e das recuperações judicial e extrajudicial poderão contribuir para que a unidade produtiva continue a cumprir a sua função social.

PALAVRAS-CHAVE: falência; recuperação de empresas; função social; interesse público.

* Mestre em Direito pela Universidade de Marília – UNIMAR, área de concentração em Empreendimentos Econômicos e Mudança Social. Advogado, Administrador, Contador e Economista. Professor da FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis, das disciplinas Sistemática do Comércio Exterior e de Técnicas e Práticas Cambiais. Professor na Faculdade Estácio de Sá, de Ourinhos, da disciplina Direito de Empresa. Pós-graduado em Didática Geral. Pós graduando em Direito Civil e Direito do Processo Civil Contemporâneo. Contato: zanoti@zanoti-almeida.com.br

** Mestrando em Teoria do Direito e do Estado. Pós-graduado em Direitos Especiais e em Política e Estratégica. Professor de Direito Constitucional, Direito Internacional, Sociologia e Teoria Geral do Estado. Contato: andré_zanoti@uol.com.br.

FEMA - IMESA

0. Introdução

Desde 1945 estávamos sob a égide da Lei de Falência e Concordata que disciplinava o processo de restauração ou de extinção da empresa que se encontrava em dificuldade para adimplir pontualmente os seus débitos sociais. Essa Lei foi elaborada logo após o final da 2ª Guerra Mundial, quando o país ainda vivenciava os efeitos naturais daquele notável conflito bélico, num ambiente, portanto, de difícil avaliação das conseqüências sócio-econômicas que dele adviriam.

Em 2005 foi promulgada a Lei de Falência e de Recuperação de Empresas, que além de tratar das condições objetivas previstas no cerne do vetusto diploma legal, impõe, sobretudo, a obrigatoriedade de se pugnar pela restauração da unidade produtiva. Para tanto, ver-se-á no decorrer desta pesquisa científica que foram mobilizados mecanismos para se atingir tal desiderato.

A nova lei revela o nível de consciência do legislador sobre a importância que representa a empresa no contexto social, em face da preservação da mesma, da manutenção dos reflexos da exteriorização de sua função social, de estímulo às atividades econômicas e de alavancagem dos princípios constitucionais da livre iniciativa e da livre concorrência.

1. Representatividade da empresa perante a sociedade

A empresa é um organismo vivo, inserida num contexto social, que interfere e recebe influências desse ambiente. É fonte geradora de empregos, de recolhimento de tributos e de ativação da economia. Desempenha papel preponderante no equilíbrio da balança de pagamentos do país. Nesse sentido, age por meio do incremento das exportações de bens e de serviços, mecanismos estes que contribuem para a internalização de moedas estrangeiras, indispensáveis para se promover a amortização e liquidação de serviços e de dívidas externas.

Mesmo quando realiza operações de importação, a empresa também contribui para a estabilização da balança de pagamentos do país, uma vez que tais inversões são engendradas com o objetivo de se adquirir insumos, tecnologia, máquinas e equipamentos, dentre outros, fundamentais para que se promova a modernização dos parques industriais, otimização da eficiência produtiva e geração de bens e serviços para os consumos interno e externo. Logo, estando ela capacitada para atender às expectativas do consumidor interno, inibe-se a importação de bens e serviços assemelhados, ao mesmo tempo em que alavanca as exportações dos mesmos, para atender às necessidades do consumidor externo.

Vale acrescentar que a imagem e a conseqüente avaliação de risco que um país oferece, perante a comunidade financeira internacional, depende, em grande parte, do perfil de sua dívida externa e de suas reservas cambiais. Esses fatores são otimizados à medida que ocorre a promoção do ingresso de moedas externas, o que é realizado por meio das empresas públicas e privadas. Portanto, é possível dizer que um país, com uma condição muito atraente a respeito de suas contas externas, certamente tem, internamente, empresas preparadas para os grandes desafios do comércio internacional.

Merece destaque, inclusive, a importância da geração de empregos no contexto social, pela ação do empreendedorismo do empresário. Nesse sentido, mister se faz destacar

FEMA - IMESA

que a empresa desempenha um papel de relevância sócio-econômica na sociedade, pois além de ativar a economia como um todo, produzindo bens e serviços importantes para a consolidação do bem-estar das pessoas, gera postos de trabalho, como consequência natural, de forma a contribuir para a satisfação das necessidades dos cidadãos. Assim, à medida que ocorre a satisfação dos anseios dessas pessoas, nesse nível, arrefecem-se as tensões sociais, visto que o homem passa a receber tratamento que enaltece a sua dignidade pessoal. Para Frontini:

É justamente a expressão sócio-econômica de certas empresas que imprimindo-lhes verdadeiro caráter público ou de interesse público, justifica a continuação de suas atividades. Chega-se, por via desse raciocínio, ao cerne da moderna teoria da empresa, que reconhece suas responsabilidades e deveres perante a coletividade e como que a emancipa de seus proprietários, dissociando a empresa do empresário (FRONTINI, 1974, p. 247).

Destarte, pode-se afirmar que a empresa é um bem social, antes mesmo de ser um bem que pertence ao empresário. Em linguagem inversa, o empresário tem cotas ou ações de uma empresa que pertence à sociedade. É por isso que a empresa tem uma função social para cumprir, norma esta positivada nos textos legais principalmente a partir da promulgação da Lei n. 6.404/76, conhecida como Lei das Sociedades por Ações (ZANOTI; MENDES, 2005, p. 19).

Portanto, quando a empresa cumpre a sua função social, de forma a dignificar os seus empregados, consumidores, meio ambiente, Estado e comunidade existente no entorno (os chamados *stakeholders*), não o faz induzida por sentimentos filantrópicos ou de marketing, mas para cumprir preceitos legais (ZANOTI, 2006, p. 130). Conforme Mamede:

O princípio da função social da empresa reflete-se, por certo, no princípio da preservação da empresa, que dele é decorrente: tal princípio compreende a continuidade das atividades de produção de riquezas como um valor que deve ser protegido, sempre que possível, reconhecendo, em oposição, os efeitos deletérios da extinção das atividades empresariais que prejudica não só o empresário ou sociedade empresária, prejudica também todos os demais: trabalhadores, fornecedores, consumidores, parceiros negociais e o Estado (MAMEDE, 2005, p. 417).

Por outro lado, quando a empresa extrapola os limites legais, e contempla os *stakeholders* com benefícios adicionais, ela deixa o plano da função social, e ingressa em seara de responsabilidade social corporativa. Assim, o que difere a função social, da responsabilidade social, é que o cumprimento daquela tem como limitador os preceitos legais, enquanto que esta se constitui num *plus*, em algo que espontaneamente a empresa devolve aos *stakeholders*, como forma de melhorar a qualidade de vida destes.

O raciocínio natural que se tem, a respeito da importância social das empresas para a comunidade, é que o Estado deve envidar todos os esforços para preservar a saúde

FEMA - IMESA

financeira delas. Inegavelmente, elas contribuem fundamentalmente para que os cidadãos realizem suas melhores expectativas de vida, seja pela produção de um medicamento, seja pela colocação no mercado de bens e serviços que facilitam a vida das pessoas, seja pela geração de empregos que resultam em pagamentos de salários que dão acesso a esses confortos.

É possível dizer, portanto, que o desenvolvimento de uma sociedade moderna depende do fortalecimento de sua economia, sendo que sobre a empresa repousam as expectativas de manutenção deste ciclo, como elemento que realiza a produção e a circulação de riquezas e de rendas no plano interno e externo.

2. Contraste da nova lei de falência e de recuperação de empresas, em relação à antiga lei de falência e concordata

A Lei n. 11.101, denominada de Lei de Falência e de Recuperação de Empresas, foi promulgada no dia 09 de fevereiro de 2005, e entrou em vigor cento e vinte dias após. Substituiu o Decreto-Lei n. 7.661/45, conhecido como Lei de Falência e Concordata, que atinge os empresários individuais e as sociedades empresárias¹.

Ela tem em vista empresas-pacientes cujos fluxos de caixa apresentem resultados negativos, caracterizados por insuficiência de capital de giro, de maneira que não conseguem adimplir os seus compromissos financeiros pontualmente, ainda que possuam patrimônio considerável. É interessante frisar que essas anomalias de ordem econômico-financeira se instalam inclusive no âmbito de empresas lucrativas, mas que ostentam estruturas de dimensões tão grandiosas que as tornam incapazes de mantê-las.

Fundamentalmente, o atual diploma legal se distingue do anterior pelo fato de que, enquanto a Lei de Falência e Concordata tinha por escopo o pagamento dos débitos sociais, a Lei de Falência e Recuperação tem o mesmo objetivo, porém privilegia a recuperação financeira das empresas. Está aqui configurada a importância que o Estado proporciona à preservação da empresa, justamente por considerá-la um bem social de inestimável importância.

O Art. 47, da Lei n. 11.101/2005, traz em seu bojo a essência do novel diploma legal:

A recuperação judicial tem por objetivo viabilizar a superação da situação de crise econômico-financeira do devedor, a fim de permitir a manutenção da fonte produtora, do emprego dos trabalhadores e dos interesses dos credores, promovendo, assim, a preservação da empresa, sua função social e o estímulo à atividade econômica.

É possível perceber que a defesa do princípio da preservação da instituição empresarial enaltece interesses sociais, definidos como garantia de que sejam mantidas as

¹ Exclui, portanto, as sociedades simples. Estão excluídas, também, as empresas públicas, as sociedades de economia mista, as instituições financeiras, as cooperativas de crédito, os consórcios, as entidades de previdência complementar, as sociedades operadoras de planos de assistência à saúde, as seguradoras e sociedades de capitalização, além de outras equiparadas.

FEMA - IMESA

metas empresariais convergentes, que se caracterizam pelo *affectio societatis*. Desta forma, os empreendedores são incentivados a dar continuidade ao ciclo produtivo da empresa, com vistas à satisfação dos interesses econômicos e de consumo da comunidade.

Um outro ponto que diferencia os dois diplomas legais é o fato de que o Decreto-Lei n. 7.661/45 sobrecarregava a responsabilidade da empresa inadimplente, no que diz respeito à busca de alternativas econômicas para solucionar os seus conflitos financeiros. A nova lei, ao revés, estende essa responsabilidade também para os credores e para o Poder Judiciário, para que todos somem esforços para se promover a reestruturação financeira da empresa. Para atingir esse desiderato que, em síntese, pugna pela manutenção da fonte produtora e de seus recursos produtivos, o dispositivo legal estimula os credores para que estes se utilizem de todos os meios éticos que se fizerem necessários.

A Lei de Falência e Recuperação de Empresas se constitui na materialização do princípio de preservação da empresa que, por sua vez, contém em seu bojo a valorização do trabalho humano e do princípio da livre iniciativa, previstos no Art. 170, da Constituição Federal.

3. Benefícios concretos da lei de falência e de recuperação de empresas

O diploma legal em comento contempla um horizonte jurídico que vai muito além da simples re-pactuação dos débitos sociais – como previa a antiga Lei de Falência e Concordata –, e pugna pelo diagnóstico do perfil econômico-financeiro da empresa, pela solução das causas que ocasionaram a crise por ela vivenciada.

A rigor, os objetivos dessa lei estão voltados preferencialmente para a empresa, e não para o empresário, pois é a unidade econômica que interage no mercado, como partícipe de uma rede de relacionamentos diretos e indiretos, cuja eventual debilidade econômico-financeira, não corrigida em tempo hábil, pode resultar na extinção da corporação com conseqüências sociais negativas que chegam a ultrapassar os limites territoriais da cidade onde ela encontra-se estabelecida.

Com efeito, a efetiva liquidação somente deve alcançar as empresas absolutamente inviáveis, as quais não comportem qualquer tipo de reorganização eficaz. Mesmo assim, não cessa aí a busca por soluções que possam otimizar a realização de seus ativos, se possível com a venda integral e parcial para outros empresários que estejam interessados na viabilização da empresa extinta, ainda que sob outra denominação.

Vale acrescentar que a visão de falência da empresa, contida na nova lei, não implica propriamente na extinção definitiva desta, como previa a antiga lei, mormente diante das vantagens fiscais, previdenciárias e trabalhistas que a Lei de Falência e de Recuperação de Empresas proporciona aos que a adquirem nessas condições, como veremos em tópico seguinte.

3.1 Recuperação extrajudicial

Na recuperação extrajudicial a empresa convoca os seus credores para assembléia extraordinária e fornece-lhes peças contábeis e financeiras que tenham o condão de revelar a sua condição de insolvência momentânea. Apresenta-lhes um plano de recuperação

FEMA - IMESA

que, por objeto tenha a restauração de sua capacidade econômico-financeira de continuar produzindo ou vendendo bens e serviços, se aprovado é encaminhado ao Poder Judiciário. A este compete tão somente a tarefa de homologar os acordos que forem entabulados entre o devedor com parte ou a totalidade dos credores. Segundo Coelho:

Se a sociedade devedora em crise procura seus credores (ou parte deles) e os consegue convencer de que a renegociação de suas obrigações é indispensável para a superação do estado crítico e, sem a quota de sacrifício deles (representada pela dilação do prazo de pagamento, novação, etc.), não terá como escapar da falência, o acordo de vontades é suficiente para realizar-se o desiderato (COELHO, 2006, p. 343).

Tanto nessa fase, como na recuperação judicial, é imprescindível que toda e qualquer operação engendrada pelas partes interessadas respeite o princípio *par conditio creditorum*, que consiste no tratamento equitativo das pretensões creditícias legítimas com o tratamento paritário de todos os credores. Desse modo, os credores de uma mesma categoria precisam ser contemplados com idêntica medida, por ocasião da amortização de seus créditos, de forma que não se conceda privilégios para uns, em detrimento de outros.

Com efeito, a decisão em torno da viabilidade técnica de recuperação da empresa precisa levar em consideração as peculiaridades de sua condição econômica e contrastá-las com a relevância que essa mesma empresa representa para a comunidade local, regional e nacional. Assim, os operadores do direito devem levar em consideração se a empresa tem, efetivamente, potencial econômico que lhe dê suporte para os planos de sua reestruturação, sob pena de não o fazendo, impor um trabalho hercúleo e inútil, que resultará na elevação dos custos do crédito bancário, como consequência do processo de socialização da recuperação organizacional.

3.2 Recuperação judicial

A recuperação judicial é uma das alternativas de que dispõe a empresa para superar as razões que culminaram com a sua crise econômico-financeira. É coordenado pelo Poder Judiciário como forma de preservar a unidade produtiva, a geração de empregos, os direitos dos credores, o incremento das atividades econômicas, o bem-estar da sociedade e a sua função social (Art. 161). “Não é intenção do legislador burocratizar a recuperação empresarial, mas garantir que ela seja transparente, lícita e economicamente eficaz, sem prejuízo dos direitos sociais individuais que extrapolam a esfera dos interesses envolvidos” (FAZZIO JÚNIOR, 2005, p. 153-154).

A decisão judicial que concede a recuperação judicial constitui-se em título executivo judicial, e assume a condição de sentença homologatória da transação entre o devedor e o credor (GUERRA; LITRENTO, 2005, p. 123).

Mais uma vez, o legislador foi benevolente com a empresa devedora, se comparada com as exigências contidas na Lei de Falência e Concordata, uma vez que, enquanto esta exigia a apresentação de certidão de inexistência de protesto (Art. 158, IV), a nova lei

FEMA - IMESA

admite tão somente uma certidão que informe a existência de indicação de protestos efetuados (Art. 51, VIII).

A Lei de Falência e de Recuperação de Empresas proporcionou um tratamento singular às micros, pequenas² e médias empresas, concedendo-lhes automática prorrogação de seus débitos quirografários, pelo prazo de até 36 meses, em parcelas iguais e sucessivas, com carência de 180 dias, incidindo sobre elas juros de 12% ao ano, mais correção monetária (Art. 71). Esse tratamento diferenciado se constitui num dos princípios constitucionais da ordem econômica que está fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa e que tem por fim assegurar existência digna a todos, conforme os ditames da justiça social (Art. 170, inciso IX e Art. 179).

3.3 Falência

Falência é a constatação jurídica de inviabilidade da empresa que enfrenta dificuldades profundas e permanentes de fluxo de caixa.

A nova Lei de Falência e de Recuperação de Empresas criou a figura dos créditos extraconcursais que se constituem naqueles proporcionados à unidade produtiva no momento mais agudo de sua instabilidade econômico-financeira. O legislador reservou uma condição de destaque para os credores que, mesmo diante de um quadro sombrio, continuaram fornecendo bens e serviços à empresa debilitada, de forma a contribuir para com a restauração desta.

Os credores extraconcursais recebem os seus créditos em primeiro lugar, antes mesmo dos portadores de créditos trabalhistas, bem como daqueles que são decorrentes de acidentes do trabalho (Art. 84). “Esta figura (...) inexistia na lei anterior, sem embargo de criação pretoriana que permitia o reembolso imediato das despesas necessárias à administração da massa falida” (BEZERRA FILHO, 2005, p. 211).

Uma outra novidade da nova Lei de Falência e de Recuperação de Empresas é que os pedidos de decretação de quebra somente serão admitidos se tiverem valor igual ou superior a 40 salários mínimos, ao contrário da antiga Lei de Falência e Concordata que permitia o processamento de pretensões de qualquer valor. Trata-se, portanto, de mais uma ação concreta do legislador com vistas à preservação da empresa, da sua função social desta, e de estímulo à concorrência e à atividade econômica

Contudo, o maior avanço no campo da preservação da empresa está contido no Art. 141, inciso II, que prevê a eliminação de todo e qualquer risco de sucessão tributária, previdenciária e trabalhista, para o empresário ou grupo corporativo que adquirir o fundo de comércio ou o estabelecimento comercial da empresa falida, ainda que em partes³. Ou seja, há possibilidade de que a empresa falida ou até mesmo aquela em fase de recuperação judicial sofra alienação somente de seus ativos saudáveis, mantendo-se a chamada ‘parte podre’ com a massa.

² O conceito legal de micro e pequenas está contido na Lei n. 9.841, de 05/10/99 (Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte).

³ Essa benesse legal somente foi possível com a alteração do Art. 133, do Código Tributário Nacional, pela Lei Complementar n. 118, de 09/02/2005.

FEMA - IMESA

4. Conclusão

Um empreendimento econômico em crise, assolado por dificuldades decorrentes de insuficiência de meios de pagamentos, causa transtornos inestimáveis para a sociedade. O eventual desaparecimento dele traz como conseqüências inevitáveis, dependendo do raio de sua atuação, o fechamento de postos de trabalho, o desaquecimento da economia, a redução das exportações, a queda dos níveis de concorrência e dos recolhimentos de tributos, a maior dificuldade de se administrar a mola inflacionária do país e o incremento do caos social em virtude da somatização de todos esses fatores.

Logo, partindo do fato de que o Direito positivado impõe que toda empresa tem uma função social a cumprir, depreende-se, sob a óptica lógica-jurídica, que a organização empresarial é um ente de significativa importância para a sociedade, de maneira que a eventual extinção da unidade produtiva resulta, inevitavelmente, em conseqüências negativas para o conjunto social, aí incluídos o Estado, a comunidade como um todo e, inclusive, os próprios credores.

Nesse espectro, a Lei de Falência e de Recuperação de Empresas convoca os dirigentes da empresa inadimplente, os credores, o Poder Judiciário, entre outros, para encontrarem meios legais e exequíveis para restaurar a condição econômico-financeira da corporação em dificuldades. Isso se deve ao fato de que a nova lei se constitui num instrumento de recuperação da atividade empresarial, ao contrário da lei anterior que primava pela liquidação da corporação.

O novo diploma legal cria condições concretas para a reestruturação da empresa, ao estabelecer que os créditos extraconcursais têm privilégio sobre os de qualquer outra classe, inclusive sobre os de natureza trabalhista. Além disso, não mais se exige a comprovação de inexistência de protestos, para que o Poder Judiciário possa deferir a recuperação judicial.

Digno de nota é o tratamento privilegiado concedido às micro, pequenas e médias empresas, por ocasião da recuperação judicial das mesmas, pois passam a desfrutar do direito de alongar o perfil de seus débitos em até 36 meses, com carência de 180 dias, a um custo financeiro de 12% ao ano, mais correção monetária.

A nova Lei de Falência e de Recuperação de Empresas impôs o valor mínimo de 40 salários mínimos para o deferimento de pedidos de falência, prova inequívoca de que ela traz em seu bojo compromissos com a tese de que toda empresa é um bem social e que, por isso, precisa ser preservada.

Além do mais, o adquirente de empresa falida ou em fase de recuperação judicial está, agora, liberado da responsabilidade sucessória, no que tange aos débitos tributários, previdenciários e trabalhistas, bem como os decorrentes de acidentes do trabalho. É possível afirmar que esta é, entre todas as demais, a maior prova proporcionada pelo legislador de que foram quebrados até mesmo conceitos dogmáticos para se alimentar a perspectiva de se preservar a vida de empresas que enfrentam dificuldades econômico-financeiras.

Com efeito, a nova lei passa a exigir maiores conhecimentos científicos de advogados, juízes e representantes do Ministério Público nas áreas de administração, economia e de ciências contábeis para que, na condição de operadores do direito, possam

FEMA - IMESA

conduzir com eficácia os processos de falência e de recuperação das empresas sob a óptica de um diploma legal sensível à importância da empresa no contexto social e aos conseqüentes reflexos negativos para a comunidade caso ela encerre as suas atividades. Estão aí evidenciados, portanto, os princípios da função social e o da preservação da empresa, fundados na valorização do trabalho humano, na livre concorrência e na livre iniciativa e que têm por fim assegurar existência digna a todos, de conformidade com os ditames da justiça social.

BIBLIOGRAFIA

BEZERRA FILHO, Manoel Justino. *Nova Lei de Recuperação e Falências Comentada*. 3. ed. da obra Lei de Falências Comentada. São Paulo: RT, 2005.

COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de Direito Comercial*. 5. ed., São Paulo: Saraiva, 2006, vol. 3.

FAZZIO JÚNIOR, Waldo. *Nova Lei de Falência e Recuperação de Empresas*. 2. ed. rev. e ampl., São Paulo: Atlas, 2005.

FRONTINI, Paulo Salvador. *O caso da falência da Sanderson e as tendências atuais do Direito Falimentar*. RDM 15/247. São Paulo: RT, 1974.

GUERRA, Érica e LITRENTTO, Maria Cristina Frascari (org.). *Nova Lei de Falências*. Campinas: LZN, 2005.

MAMEDE, Gladston. *Manual de Direito Empresarial*. São Paulo: Atlas, 2005.

ZANOTI, Luiz Antonio Ramalho. *A função social da empresa como forma de valorização da dignidade da pessoa humana*. Dissertação de mestrado em Direito, apresentada à Banca examinadora da Unimar – Universidade de Marília, em 2006.

ZANOTI, Luiz Antonio Ramalho; MENDES, Marcelo Dorácio. *Responsabilidade dos sócios das sociedades limitadas*. In: Hórus – Revista de Humanidades e Ciências Sociais Aplicadas, da Faculdade Estácio de Sá, de Ourinhos (SSN 1679-9267), ano 3, nov/2005, p. 19.

Luiz Geraldo Floeter Guimarães*

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo primordial analisar a questão da (in)completude do ordenamento jurídico em prever todas as situações fáticas que ocorrem no seio da sociedade e, conseqüentemente, da existência, ou não, de lacunas. Nossa intenção primordial é demonstrar as formas de integração da norma jurídica, mormente em se considerando que ao juiz é ilícito alegar lacuna ou obscuridade da lei, a pretexto de não dar a sua tutela jurisdicional, bem como, especificamente, sobre as diferenças existentes, se é que elas efetivamente existem, entre “lacunas no direito privado” e “lacunas no direito público”.

PALAVRAS-CHAVE: lacunas; integração; analogia; costumes e princípios gerais de direito.

* 36 anos, é advogado e professor, sócio do escritório “Guimarães e Floeter Guimarães - Advogados Associados”, professor universitário junto à FEMA (Fundação Educacional do Município de Assis), assessor jurídico do Município de Quatá, especialista “lato sensu” em “constituição, sociedade e processo” e em direito civil e processual civil. Contato: floeterguimaraes@uol.com.br.

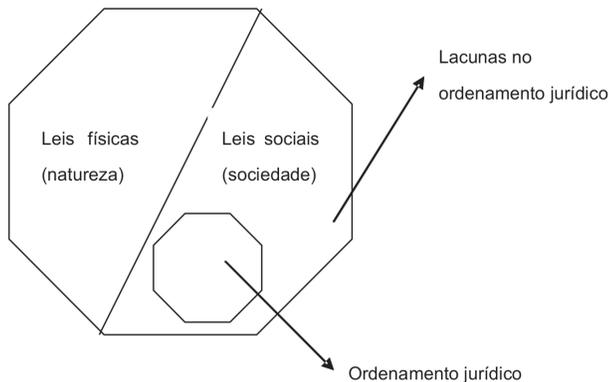
FEMA - IMESA

Compleitude

Por completude pode-se entender a total e ampla existência de normas jurídicas suficientes e necessárias para reger e regular toda e qualquer atividade ou situação dentro do contexto social. Sabemos, entretanto, que as relações sociais encontram-se em constantes e profundas mudanças e alterações, sendo impossível ao Direito prever e regular todos os fatos sociais que aparecem, de forma que está sempre “um passo atrás” do desenvolvimento social.

Isso porque novas realidades sociais, tais como *internet*, alta tecnologia, biodireito, comércio eletrônico, globalização, entre outros, são tantas que o Direito não consegue atingir em sua integralidade, surgindo, a partir daí, a lacuna jurídica, a qual deve ser suprida através da integração da norma jurídica.

Poderíamos, graficamente, visualizar a seguinte situação:



Observando-se o desenho gráfico ilustrativo acima, podemos ver que, entre os fatos sociais (leis sociais), existem normas jurídicas que regulam grande parte das relações sociais, porém, uma outra substancial parcela encontra-se completamente vazia, destituída de qualquer regra jurídica a normatizá-las, razão pela qual se faz surgir as lacunas no ordenamento jurídico.

Obviamente que o objetivo e necessidade do Direito é regulamentar e possuir meios também jurídicos para que nenhuma relação social fique desnormatizada ou desregulamentada. Porém, ao afirmar-se que o ordenamento jurídico seria completo (completude total), teríamos que negar a existência de lacunas na lei, o que, repita-se, não seria uma verdade, conforme antes explicitado¹.

¹ “...A completude não era um mito, mas uma exigência de justiça; não era uma função inútil, mas uma defesa útil de um dos valores supremos a que deve servir a ordem jurídica, a certeza. (...) Os defensores da legalidade ficaram presos ao dogma da completude ...” (BOBBIO, 1999, p. 128).

FEMA - IMESA

Lacuna

Segundo Amedeo Conte (Apud OLIVEIRA, 1977, p. 532), a lacuna seria “a não-previsão deontica de um comportamento segundo o sistema normativo”. Observando-se o sentido etimológico do termo “lacuna”, o mesmo significa “vazio; vão; falta; omissão” (In: BUENO, 1975, p. 750). Portanto, a lacuna seria um vácuo, uma falha, uma omissão da norma legal não prevendo uma dada relação jurídica ocorrente no mundo empírico, ou seja, na realidade fenomênica.

Para Karl Engisch (Apud CRESCI SOBRINHO, 1977, p. 536), “as lacunas são deficiências do direito positivo, apreensíveis como falhas de conteúdo de regulamentação jurídica, sempre que este conteúdo seja esperado para determinadas situações fáticas”.

Confira-se a lição de Maria Helena Diniz a respeito da não-completude e da lacuna da lei:

É lacunoso o direito porque, como salientamos, a vida social apresenta nuances infinitas nas condutas compartilhadas, problemas surgem constantemente, mudam-se as necessidades com os progressos, de maneira que impossível seria que as normas jurídicas regulamentassem toda sorte de comportamento, mas é, concomitantemente, sem lacunas porque o próprio dinamismo do direito mobiliza soluções que serviriam de base para qualquer decisão, seja ela do órgão jurisdicional, seja ela do Poder Legislativo. Assim sendo, sempre haverá um direito para quaisquer relações que se instaurarem no convívio social, por mais intrincadas, heterogêneas ou excêntricas que sejam, fechando-se o sistema, porém, tal não significa que nada se tenha a ver com fatos e valores, porque esses elementos são intercalares de norma a norma; observância, criação e aplicação de preceitos normativos são fatos sociais qualificados deonticamente (DINIZ, 1999, p. 115-116).

Lacuna do Direito ou da Lei?

Apesar de muitos autores balizarem o tema utilizando-se da expressão “lacuna do direito”, entendemos que, em realidade, a lacuna (o vazio, o vácuo) encontra-se não no Direito especificamente, mas sim, na Lei² (ou seja, dentro do próprio sistema legal que compõe o ordenamento jurídico)³. Isso porque, é cediço que o juiz não pode deixar de

² “Dizer que o direito é completo (e, portanto, não tem lacunas) é uma afirmação óbvia, mas de pouca importância, se por ‘direito’ se entende as normas que derivam de qualquer fonte, incluso a judiciária (visto que é pacífico que se as outras fontes deixaram lacunas, o juiz, ao resolver as controvérsias, é constrangido a preenchê-las). É necessário, em lugar disso, falar de lacunas da lei, com referência, portanto, às normas postas por uma fonte específica do direito, o poder legislativo” (BOBBIO, 1999, p. 208).

³ Também este é o entendimento de Orlando de A. Secco (1995, p. 227-228): “Há autores que admitem posição contrária à nossa. Entendem que haja lacunas no Direito. Defendem a tese da lacuna

FEMA - IMESA

prestar sua tutela jurisdicional a um caso a si apresentado, alegando lacuna ou obscuridade da lei⁴. Porém, o próprio ordenamento jurídico⁵ estabelece as formas de que dispõe o órgão jurisdicional, de colmatar as lacunas existentes na lei, possibilitando-lhe “dar a cada um o que é seu”, mesmo diante de uma possível inexistência de norma legal regulando determinado assunto ocorrente no mundo empírico, dentro das relações sociais.

Pode-se inferir o entendimento de que a lacuna, o vazio, o vão, o vácuo, não se encontra no Direito, mas sim, na própria Lei (lei aqui considerada *lato sensu*), ou seja, no próprio dispositivo legislativo que não conseguiu contemplar e prever, mediante regra específica, uma determinada relação social que veio a ocorrer na realidade fenomênica.

Integração da norma jurídica

Por integração da norma jurídica⁶ deve-se entender o mecanismo de que se vale o órgão aplicador para colmatar as lacunas. E, normalmente, isso somente é possível quando o aplicador da lei puder se valer da analogia, dos costumes e dos princípios gerais do direito. Porém, há de se indagar, contudo, quais são os casos que comportam colmatação e os que justificam a aplicação da norma geral negativa⁷.

Antes de tratarmos sobre as formas de integração (ou colmatação) da norma jurídica, é importante ressaltar que a integração difere da interpretação.

Na interpretação da norma jurídica, há o desvendamento do sentido das normas contidas no ordenamento jurídico positivo, obtido por meio da cognição. Caracteriza-se, assim, por uma busca objetiva deste sentido.

Já, sendo a interpretação o meio pelo qual o órgão ou o agente aplica a norma diante de determinada situação, com este seu proceder, acaba por criar uma outra norma

material, nome que se dá à lacuna no Direito. Para nós, porém, o Direito é auto-integrativo, como dissemos anteriormente. Ele supre as suas omissões através de princípios aplicáveis nesses casos, preenchendo o vazio existente. Mas, se por um lado, dizemos que não há lacunas no Direito, por outro lado, defendemos a tese da existência de lacunas na lei, também denominadas lacunas formais. Afinal, não é difícil se conceber a omissão de uma lei acerca de hipóteses que possam surgir em decorrência do acelerado ritmo com que evolui a sociedade nos dias atuais. A cada dia surgem novas situações, desafiando a argúcia do legislador. (...) Admite-se, pois, que possa haver omissão na lei, o que, em última análise, são as suas lacunas. Assim, não há lacuna material, mas pode haver lacuna formal; não há lacunas no Direito, mas pode haver lacunas na lei”.

⁴ Diz o artigo 126 do Código de Processo Civil: “O juiz não se exime de sentenciar ou despachar alegando lacuna ou obscuridade da lei. No julgamento da lide caber-lhe-á aplicar as normas legais; não as havendo, recorrerá à analogia, aos costumes e aos princípios gerais de direito”.

⁵ Estabelece o artigo 4º da Lei de Introdução ao Código Civil: “Quando a lei for omissa, o juiz decidirá o caso de acordo com a analogia, os costumes e os princípios gerais de direito”.

⁶ “Dinamicamente considerado, o direito auto-integra-se, suprimindo seus espaços vazios, mediante o processo de aplicação e criação de normas pelo legislativo e pelo órgão judicial; logo, o sistema jurídico, poder-se-ia dizer, não é completo, mas completável. Poder-se-á até falar, ainda, que as lacunas no direito são ‘provisórias’, porque podem ser supridas pela própria força interna do direito, porém não eliminadas pelo judiciário” (DINIZ, Op. cit., p. 116).

⁷ Sobre a norma geral negativa, vide tópico específico adiante.

FEMA - IMESA

(geral ou individual) para aquele caso *in concreto* apresentado à decisão. Como a interpretação não é unívoca, a norma geral ou individual dela decorrente, implica, necessariamente ao ser criada, em um enunciado diverso da norma interpretada. Além disso, o objeto da interpretação é a norma jurídica conjugada com as outras normas contidas no ordenamento jurídico. A interpretação é, portanto, a operação mental que acompanha o processo de aplicação do Direito no seu progredir de um escalão superior para um escalão inferior. A primeira (escalão superior) não pode vincular em todos os seus aspectos, o ato através do qual é aplicada.

Na interpretação há a norma legal, a qual é verificada à luz de um juízo objetivo. Por sua vez, na integração, inexistente norma legal e, desta forma, fica o aplicador da lei obrigado a colmatar tal lacuna (por meio da analogia, dos costumes e dos princípios gerais do direito).

Segundo a lição de Maria Helena Diniz (1999, p. 299), “Ao preencher lacunas o órgão judicante não cria direito novo; nada mais faz senão desvendar normas que, implicitamente, estão contidas no sistema jurídico”.

Norberto Bobbio (1999, p. 146-160), por sua vez, ao tratar de integração da norma jurídica o faz em duas formas (ou dois métodos): a) heterointegração; e b) auto-integração. No primeiro (heterointegração), utiliza-se do recurso a ordenamentos jurídicos diversos (direito comparado), bem como aos costumes (notadamente, os costumes de direito internacional). Já, no segundo (auto-integração), utiliza-se dos recursos dados pelo próprio ordenamento jurídico pátrio, mormente, por meio da analogia e dos princípios gerais de direito.

Vejam, agora, as principais formas de colmatação da norma jurídica (auto-integração), ou seja, da integração das lacunas que existem no ordenamento jurídico.

a) Analogia

A analogia, segundo seu conceito etimológico, vem a ser “relação; semelhança de uma coisa com outra” (GRANDE DICIONÁRIO LAROUSSE CULTURAL DA LÍNGUA PORTUGUESA, 1999, p.55), ou ainda, “ponto de semelhança entre coisas diferentes; operação lógica pela qual se suprem as omissões da lei, aplicando à apreciação da relação jurídica as normas de direito objetivo disciplinadoras de casos semelhantes” (FERREIRA, 1969, p. 74).

Aliás, como bem ressalta Washington de Barros Monteiro,

Para que se permita o recurso à analogia, exige-se a concorrência dos três requisitos seguintes: a) – é preciso que o fato considerado não tenha sido especificamente objetivado pelo legislador; b) – este, no entanto, regula situação que apresenta ponto de contato, relação de coincidência ou algo idêntico ou semelhante; c) – finalmente, requer-se esse ponto comum às duas situações (a prevista e a não prevista), haja sido o elemento determinante ou decisivo na implantação da regra concernente à situação considerada pelo julgador. Verificado o simultâneo concurso desses requisitos, legitimado está o emprego da analogia, o que não deixa de ser lógico, pois fatos semelhantes exigem regras semelhantes (ubi eadem ratio legis ibi eadem dispositio)” (sic – o grifo é nosso) (MONTEIRO, 1989, p. 39).

FEMA - IMESA

Segundo Orlando de Almeida Secco,

analogia é similitude, não é igualdade! Quando se tem em mente a utilização da analogia, na primeira fase se visualiza algo que não esteja disciplinado por lei e, concomitantemente, se focaliza uma hipótese parecida e que esteja devidamente regulamentada por lei. Na segunda fase, aplica-se a lei regulamentadora da hipótese parecida àquela situação que não dispunha de lei específica. Melhor dizendo: a hipótese 'A' não está disciplinada por lei, mas a hipótese 'B' está. Sendo ambas as hipóteses ('A' e 'B') muito parecidas, aplica-se, então, a lei prevista para 'B' à hipótese 'A', que não dispõe de lei própria". E complementa: "A analogia, portanto, implica existir uma semelhança entre a hipótese tomada como padrão (disciplinada por lei) e a hipótese a ser resolvida (sem norma disciplinadora a respeito). A lei existente para uma é 'arrastada' para suprir a falta de lei na outra (SECCO, 1995, p. 230).

Cumpra distinguir, no que concerne à analogia que a mesma comporta duas espécies, ou seja, a *analogia legis* e a *analogia juris*. A primeira (*analogia legis*) resulta da utilização de uma lei aplicável à hipótese semelhante em relação a um caso em que não exista lei específica sobre o tema. Já, a segunda (*analogia juris*) resulta da aplicação de princípios jurídicos (princípios gerais de direito), a serem utilizados sobre um caso similar.

b) Costumes

Por costumes se entende o reiterado e uniforme procedimento aceito e adotado por uma coletividade, por um grupo social e que, ante a ausência de norma legal específica sobre um determinado assunto, pode-se utilizá-lo para suprir a lacuna existente.

Etimologicamente, os costumes (do latim *consuetudine*, de *consuetudo*, *consuetudinis*) (GRANDE DICIONÁRIO LAROUSSE CULTURAL DA LÍNGUA PORTUGUESA, 1999, p. 273), podem ser tidos como a "maneira de agir, prática, uso etc., próprios de um povo, de uma época, de uma condição social", ou ainda, a "maneira de conduzir-se; procedimento, comportamento".

De acordo com Secco, os costumes

são entendidos como sendo os procedimentos constantes e uniformes adotados por um grupo social e, por esse mesmo grupo, tidos como obrigatórios. Assim, é a prática reiterada e constante de determinados atos que acaba por gerar a mentalização de que tais atos sejam essenciais para o bem da coletividade. De geração em geração, se transmite a idéia, que se consolida, se aperfeiçoa, se incorpora ao cotidiano e acaba por tornar-se obrigatória (SECCO, 1995, p. 234).

c) Princípios gerais de direito

Coviello traça a seguinte definição para os "princípios gerais de direito": "são aqueles princípios em que se assenta a legislação positiva e, embora não se achem

FEMA - IMESA

formulados em nenhum lugar, formam o pressuposto lógico necessário das várias normas dessa legislação” (Apud SECCO, 1995, p. 237).

Por sua vez, Miguel Reale assim se expressa:

princípios gerais de direito são enunciados normativos de valor genérico, que condicionam e orientam a compreensão do ordenamento jurídico, quer para a sua aplicação e integração, quer para a elaboração de novas normas. Cobrem, desse modo, tanto o campo da pesquisa pura do Direito quanto o de sua atualização prática. (...) A maioria dos princípios gerais de direito, porém, não constam de textos legais, mas representam contextos doutrinários ou dogmáticos fundamentais. (...) Bastará dar alguns exemplos para se verificar a complexidade e variedade desses conceitos ou pensamentos gerais que informam a Jurisprudência. Eles se abrem num leque de preceitos fundamentais, desde a intangibilidade dos valores da pessoa humana, (...) até os relativos à autonomia da vontade e à liberdade de contratar; à boa-fé como pressuposto da conduta jurídica; à proibição de locupletamento ilícito; ao equilíbrio dos contratos de onerosidade excessiva para um dos contratantes (Apud SECCO, 1995, p. 237- 238).

Para Norberto Bobbio, existem os princípios gerais de direito, como normas expressas e, ainda, os princípios gerais implícitos. Nos primeiros, não haver-se-ia que falar em lacunas (pois existiria a norma legal respectiva), apenas podendo dar-se em relação aos segundos. Vejamos sua lição no particular:

...quando os princípios gerais são expressos, exatamente pelo fato de que são normas como as demais, não se pode falar de lacuna. A primeira condição para que se possa falar de lacuna é a de que o caso não esteja regulado: o caso não está regulado quando não existe nenhuma norma expressa, nem específica, nem geral, nem generalíssima, que diga respeito a ele, quer dizer, quando, além da falta de uma norma específica que lhe diga respeito, também o princípio geral, dentro do qual poderia entrar, não é expresso. Se o princípio geral é expresso, não haveria diferença entre julgar o caso com base nele ou com base numa norma específica. É verdade que o legislador não diz ‘por falta de uma disposição expressa’, mas sim, ‘por falta de uma disposição precisa’. Mas um princípio geral expresso é uma disposição precisa... (BOBBIO, 1999, p. 160).

Aplicação da norma geral negativa

A par do juiz não poder deixar de julgar (vale dizer, de prestar a tutela jurisdicional que dele se espera), alegando lacuna ou obscuridade da lei, o próprio ordenamento jurídico permite, em casos especiais, que seja julgado o processo extinto, sem julgamento de mérito, ante a ausência de uma das condições da ação, ou seja, a possibilidade jurídica do

FEMA - IMESA

pedido⁸. Nesse caso, o juiz, diante da ausência de norma jurídica regulando determinado assunto, pode aplicar a chamada “norma geral negativa”, julgando extinto o processo diante da ausência de uma normatização legal específica sobre o assunto que lhe foi apresentado⁹. Esta é uma outra forma de solução (se é que assim podemos chamar!), quando o aplicador da lei encontra-se diante de uma situação onde inexistente norma legal regulando determinado assunto. Porém, em nossa opinião, a utilização da norma geral negativa somente pode dar-se após o aplicador da lei ter tentado socorrer-se de todas as formas de integração da norma jurídica (analogia, costumes e princípios gerais de direito) e não existir nenhuma possibilidade de compatibilizar o caso concreto com qualquer das formas de colmatação da(s) lacuna(s).

Hans Kelsen (2000, p. 275) afirma que uma ordem jurídica é também aplicada mesmo “quando o juiz rejeita ação com fundamento em que a ordem jurídica não contém qualquer norma geral que imponha ao demandado o dever afirmado pelo demandante”. E acrescenta que: “Esta [a lacuna – nossa a observação] consiste na falta de uma determinada norma dentro de uma ordem jurídica, falta essa determinada com base num juízo de valor ético-político subjetivo, ser apresentada como impossibilidade lógica da aplicação dessa ordem jurídica”.

Lacunas perante o Direito Privado e o Direito Público

No que concerne ao direito privado, as lacunas existentes são perfeitamente passíveis de integração, não apenas pelas disposições legais específicas permitindo tal situação, mas, também, pelo fato de se tratarem, na maioria das vezes, de normas dispositivas. *Mutatis mutandis*, tal não acontece com o direito público, conforme Karl Engisch (Apud OLIVEIRA, 1977, p. 533), visto tratarem-se de normas cogentes, não-dispositivas. Nestas últimas, a tentativa de colmatação das lacunas porventura existentes traria, como consequência quase que automática aos jurisdicionados, prejuízos à sua liberdade de ação dentro do contexto social¹⁰.

Para Norberto Bobbio,

Por ‘liberdade protegida’ entende-se aquela liberdade que é garantida (por meio da coerção jurídica) contra eventuais impedimentos por parte de terceiros (ou do próprio Estado). Trata-se daquela liberdade que é reconhecida no próprio momento em que é imposta a terceiros

⁸ Diz o artigo 267 do Código de Processo Civil: “Extingue-se o processo, sem resolução de mérito: (...) VI- Quando não concorrer qualquer das condições da ação, como a possibilidade jurídica, a legitimidade das partes e o interesse processual ...”.

⁹ “A falta de uma norma jurídica geral que conduza à rejeição de uma demanda ou à absolvição de um acusado é geralmente considerada por este ou pelo demandado como razoável e, portanto, como equitativa ou justa, e é tida pelo demandante ou pelo acusador como insatisfatória e, portanto, como ímqua ou injusta” (KELSEN, 2000, p. 274).

¹⁰ Nunca é demais lembrar que ninguém está obrigado a fazer ou a deixar de fazer algo, senão em virtude de lei (artigo 5º, inciso II, da Constituição Federal de 1988), tratando-se, pois, de direito fundamental da pessoa humana e, mesmo, um princípio geral de direito.

FEMA - IMESA

a obrigação jurídica (isto é, reforçada pela sanção, no caso de não-cumprimento) de não impedir o seu exercício. Note-se bem que a esfera da permissão (numa pessoa) está sempre ligada a uma esfera do obrigatório (numa outra pessoa ou em outras pessoas): isso quer dizer que a esfera da permissão jurídica pode sempre ser considerada do ponto de vista da obrigação (isto é, da obrigação dos outros de não impedir o exercício da ação lícita); e que o Direito não permite nunca sem ao mesmo tempo ordenar ou proibir. Pois bem, se por liberdade protegida se entende a liberdade garantida contra o impedimento dos outros, por liberdade não-protegida (aquilo que deveria constituir a esfera do que é juridicamente irrelevante e do espaço jurídico vazio) dever-se-ia entender uma liberdade não-garantida contra o impedimento dos outros. Isso quer dizer que o uso da força por parte de um terceiro para impedir o exercício daquela liberdade seria lícito. Brevemente: liberdade não-protegida significa licitude do uso da força privada. Mas se é assim, nos nossos ordenamentos estatais modernos, caracterizados pela monopolização da força por parte do Estado, e pela conseqüente proibição do uso privado da força, a situação hipotética de liberdade não-protegida não é possível (BOBBIO, 1999, p. 131).

Vale a pena citar, neste tópico, o entendimento de Ylves José de Miranda Guimarães, *in verbis*:

Não há dúvida que há algumas distinções entre as lacunas no direito privado e no direito público, salientadas por Henri Buch, que observa ser a lacuna no direito civil posterior ao ato, ao passo que, no direito administrativo, surge ela anteriormente à ação da administração. É antes de agir que esta deve apreciar a existência ou não de poderes necessários. Na verdade, porém, não se pode conceber a questão simplesmente da anterioridade da constatação da lacuna, como uma diferença entre as existentes nestes ramos de direito. Se, como salientamos, o problema capital das lacunas reside na sua 'colmatação' e ainda que possam ser classificadas de vários modos, há de se convir que inexistem diferenças neste particular quando surgem, quer no direito privado quer no direito público, tendo em vista a generalidade dos sistemas jurídicos atuais vedar o non liquet e tendo como certo a sua incompletude, pois não disciplina todos os fatos da vida humana. Assim, no âmbito da decidibilidade, envolvente e dominadora da atividade jurídica, aliada à circunstância do dever jurisdicional, não existem diferenças, a nosso ver, que se possam taxar de específicas entre os meios de preenchimento das lacunas em tais ramos do direito. Por outro lado, posto lacunosos os sistemas do direito positivo, cujas mutações se originam do evoluir da historicidade da realidade da vida humana, é de ver que os meios de 'colmatação' das lacunas têm teleologicamente a função de alijar das soluções jurídicas o arbítrio. Entre o direito e o arbítrio reside antinomia insolúvel, ou melhor, Vera aporia. Para o assecuramento

FEMA - IMESA

da vida em sociedade do homem – que em todos os séculos quis ser livre – os sistemas jurídicos com a natureza da unicidade e garantidores da liberdade não devem e não podem estabelecer diferenças capitais nos meios de suprimento das lacunas, as quais visam, em última análise, a subministrar condições para a decidibilidade em conformidade com os ideais imarcessíveis da justiça (GUIMARÃES, 1977, p. 560).

Em que pesem todas as opiniões em contrário, entendemos que não haveria possibilidade de integração da norma jurídica de direito público, justamente por serem normas cogentes, não-dispositivas. Nestes casos, tal apenas poder-se-ia ser utilizada pelo aplicador da lei se e quando a própria norma legal assim o permitisse.

Breve conclusão

De tudo o quanto foi acima verificado, podemos concluir, de forma absolutamente sintética que:

- A completude do ordenamento jurídico é utopia, não havendo possibilidade das normas legais preverem todos os comportamentos sociais que ocorrem no mundo empírico.

- As lacunas, portanto, são uma realidade incontestável, mas não do Direito e, sim, do ordenamento jurídico (da lei).

- Diante da eventual existência de omissão legislativa e tendo em vista que ao julgador não é lícito deixar de dar a efetiva prestação jurisdicional que lhe é solicitada, mister se faz o exercício de integração da norma jurídica, mormente através da analogia, dos costumes e dos princípios gerais de direito.

- No caso de absoluta impossibilidade de integração da norma jurídica, pode o aplicador da lei esquivar-se de julgar, aplicando-se a denominada “norma geral negativa” (ou seja, impossibilidade de prestar a tutela jurisdicional ante a ausência de previsão jurídica para aquele fato).

- Entendemos, como frisado anteriormente, que as lacunas apenas podem dar-se em sede de Direito Privado, posto que, em Direito Público, não se pode colmatar lacunas (salvo se expressamente autorizado pela própria norma legal), sob pena de infringir-se a liberdade dos indivíduos (princípio de direito fundamental, segundo o qual ninguém é obrigado a fazer ou a deixar de fazer algo, senão em virtude de lei).

Estas eram as nossas rápidas e brevíssimas conclusões sobre o tema que nos propomos discutir, respeitando toda e qualquer opinião em contrário.

BIBLIOGRAFIA

BOBBIO, Norberto. *O Positivismo Jurídico (Lições de Filosofia do Direito)*. São Paulo: Ícone, 1999.

_____. *Teoria do Ordenamento Jurídico*. 10. ed., Brasília: UnB, 1999.

BUENO, Francisco da Silveira. *Dicionário Escolar da Língua Portuguesa*. 9. ed., 2. tir., Rio de Janeiro: MEC/FENAME, 1975.

FEMA - IMESA

- CRESCI SOBRINHO, Elicio de. *Enciclopédia Saraiva do Direito*. Verbete “*Lacuna - II*”. São Paulo: Saraiva, 1977, vol. 47, p. 534-536.
- DINIZ, Maria Helena. *As Lacunas no Direito*. 5. ed., São Paulo: Saraiva, 1999.
- _____. *Enciclopédia Saraiva do Direito*. Verbete “*Lacunas no Direito*”. São Paulo: Saraiva, 1977, vol. 47, p. 536-546.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Hollanda. *Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*. 11. ed., São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1969.
- GRANDE DICIONÁRIO LAROUSSE CULTURAL DA LÍNGUA PORTUGUESA. São Paulo: Nova Cultural, 1999.
- GUIMARÃES, Ylves José de Miranda. *Enciclopédia Saraiva do Direito*. Verbete “*Lacunas no Direito Público e Privado*”. São Paulo: Saraiva, 1977, vol. 47, p. 546-563.
- KELSEN, Hans. *Teoria Pura do Direito*. 6. ed., 4. tir., São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- MONTEIRO, Washington de Barros. *Curso de Direito Civil*. 28. ed., São Paulo: Saraiva, 1989, 1º Volume.
- NEGRÃO, Theotonio. *Código Civil e Legislação Civil em Vigor*. 21. ed., São Paulo: Saraiva, 2002.
- _____. *Código de Processo Civil e Legislação Processual em Vigor*. 33. ed., São Paulo: Saraiva, 2002.
- OLIVEIRA, Régis Fernandes de. *Enciclopédia Saraiva do Direito*. Verbete “*Lacuna - I*”. São Paulo: Saraiva, 1977, vol. 47, p. 531-534.
- SECCO, Orlando de Almeida. *Introdução do Estudo do Direito*. 3. ed., Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1995.

Renato Spricido Rabassi*

RESUMO: Muito tem se discutido no mundo empresarial sobre como melhorar a lucratividade das empresas com a redução dos seus custos. Gestão Estratégica de Custos, Balanced Scorecard, Custeio ABC – Activity Based Costing entre outros, o presente estudo visa apresentar os ganhos em termos tributários na utilização da Reestruturação Societária como ferramenta jurídico-estratégica para a redução dos mesmos. Também conhecido internacionalmente como Self due Diligence, o presente trabalho possui ainda o objetivo de utilizar tal ferramenta como um instrumento de Planejamento Tributário que, por meio de lacunas legais, visa reduzir o ônus tributário existente nas empresas.

PALAVRAS-CHAVE: reestruturação societária; planejamento tributário; redução de custos; tributos.

* Técnico em Contabilidade com CRC 1SP 239.426/O-0, graduado em Administração com ênfase em Comércio Exterior, Contador da Rezende Barbosa S/A Administração e Participações (*holding* de um grupo empresarial com área de atuação no segmento agro-industrial, agrícola, serviços financeiros, serviços de agenciamento comercial e serviços portuários). Contato: rabassi@novamerica.com.br.

FEMA - IMESA

Introdução

Com o decorrer dos anos, muitas medidas estão sendo tomadas por parte das autoridades fiscais com o objetivo de restringir a sonegação fiscal e a perda da arrecadação de tributos. Assim, as Secretarias Fazendárias estão investindo maciçamente em tecnologia de informação, promulgando normas anti-elisivas com o propósito de diminuir os riscos de evasão fiscal e impedir a elaboração de Planejamento Tributário nas empresas.

A Reestruturação Societária como ferramenta do Planejamento Tributário é uma das alternativas utilizadas pelos tributaristas e contadores que, embasada na legislação fiscal e societária, permite reduzir o custo tributário das empresas, impedindo futuras autuações por parte do fisco.

A Reestruturação Societária consiste basicamente na alteração do estatuto social e na readaptação das atividades da empresa, visando se enquadrar em um outro tipo de sociedade, em um outro regime tributário ou utilizar-se de benefícios fiscais, seja com incorporação, fusão ou cisão de empresas, de maneira que não se constitua como fato gerador de tal obrigação e de surgimento do crédito tributário.

Planejamento tributário como fonte de economia de impostos

É óbvio e ético pensar que nas disputas concorrenciais do mercado, cada empresa possui suas particularidades próprias e adaptará a sua organização de acordo com as suas estratégias para que se obtenha o menor custo e maior lucro possível. Analisando a estrutura de custos existentes, os custos variáveis são essenciais para a continuidade dos negócios e são de difícil diminuição. Já os custos fixos, em menor proporção em relação aos acima comentados, são sempre alvos de redução, mas numa política de contenção de custos, os resultados obtidos nem sempre são expressivos. Diante desse contexto, muitas empresas com o objetivo de melhores resultados recorrem ao planejamento tributário como fonte de economia.

Segundo Polancinski, conhecido juridicamente como “Elisão Fiscal”, o Planejamento Tributário:

consiste em um procedimento de alternativas de ações ou omissões lícitas, que proceda a ocorrência do fato gerador e que objetivem direto ou indiretamente a redução, diferimento ou postergação do ônus tributário.

O planejamento tributário é recurso lícito à disposição do contribuinte que tem o direito de organizar seus negócios ou arranjar seu acervo patrimonial em moldes tais que o sujeitem a menor carga fiscal possível (In: http://www.fema.com.br/~daniilo/planejamento_tributario.doc, 2005).

Quanto ao objetivo e à validade do instrumento jurídico, existem duas correntes doutrinárias nitidamente distintas; enquanto de um lado muitos acreditam em se tratar de comportamento elisivo como permitido pelo direito positivo; outros inclinam em acreditar

FEMA - IMESA

que o comportamento elisivo trata-se especificamente de infração à regra tributária, considerando tal fato como ilegal.

Evasão fiscal

Muitas denominações existem para o significado da “Evasão Fiscal”, mas no sentido jurídico diz respeito à fraude e à sonegação. Segundo Dória (1977, p. 21), a evasão fiscal pode ser definida como “toda e qualquer ação ou omissão tendente a elidir, reduzir ou retardar o cumprimento de obrigação tributária”.

O contribuinte muitas vezes pode ser caracterizado pela consubstanciação de evasão fiscal, em função do anseio de retardar, reduzir ou eliminar a obrigação tributária. A evasão fiscal pode ser cometida tanto de forma intencional ou de forma dolosa, como o não pagamento de um tributo; quanto de forma não intencional, como a ignorância no conhecimento da legislação tributária.

Elisão fiscal e a norma anti-elisiva

Muitos autores se preocupam em disseminar vários conceitos alusivos à economia tributária, denominando como evasão ilícita, ilegal, fraudulenta ou como evasão lícita, elisão fiscal entre outros.

A essência da Elisão Fiscal é apresentada, Material do Curso de Formação de Tributaristas:

A elisão fiscal é reconhecida como tal, quando um contribuinte recorre a uma combinação engenhosa ou que ele efetua uma operação particular se baseando sobre uma convenção não atingida pela legislação fiscal em vigor. Ele usa o texto legal sem violar: ele sabe utilizar habilmente uma brecha do arsenal fiscal (Apud MARGAIRAZ, 2004, p. 32).

Segundo os princípios da doutrina capitalista, no mercado concorrencial cada empresa em particular possui o livre arbítrio de utilizar-se de estratégias para que se obtenha o maior lucro possível. Seguindo esse raciocínio no âmbito tributário, o contribuinte poderia muito bem articular suas atividades da melhor forma e juridicamente como desejar, para que se constitua o menor fato gerador para a incidência do imposto. Mas a grande problemática desta doutrina se estabelece em relação à visão do fisco na queda da arrecadação pública em função dessas atividades.

Nas empresas, muitas articulações não são realizadas em função do risco que correm de receber possíveis autuações fiscais. Para a administração tributária, justamente com o propósito de inibir essa prática, em 11 de janeiro de 2001 foi publicada, no Diário Oficial da União, a chamada “Norma Anti-elisiva” pela Lei Complementar 104/2001 que, entre as alterações previstas nela alocada, faz inclusão do parágrafo único do artigo 116 do Código Tributário Nacional:

FEMA - IMESA

Parágrafo único. A autoridade administrativa poderá desconsiderar atos ou negócios jurídicos praticados com a finalidade de dissimular a ocorrência do fato gerador do tributo ou a natureza dos elementos constitutivos da obrigação tributária, observados os procedimentos a serem estabelecidos em lei ordinária.

Analisando o texto acima, podemos afirmar que o termo “dissimulação”, utilizado pelo poder tributante, traduz a concepção de esconder o fato real, de ocultar a verdade, quando o verdadeiro objetivo da elisão fiscal não é esconder e sim “transformar”, por meio de planejamento. Dessa forma, muitos vêm na referida norma algo não atingível e se embasam no verdadeiro conceito da elisão para se proteger de futuras autuações.

Alternativas de redução da carga tributária

A conjuntura tributária atual apresenta uma verdadeira escalada de impostos em cascata. Não há sinal de uma reforma tributária que apresente um sistema de bases de compensações nas diferentes cadeias produtivas.

Atualmente, grandes grupos econômicos constituíram suas *holdings* para fortalecer os seus negócios e em muitos casos, evitar a bi-tributação. A *holding* pode ser definida como uma organização controladora do grupo econômico, mantendo participações societárias nas empresas e que possui o objetivo de prestar assessoria administrativa e financeira para suas controladas e coligadas.

Muitas vantagens podem ser inseridas no negócio com a constituição de uma *holding*. Diminuição de custos de gestão, melhor capacidade de administração do fluxo de caixa corporativo, análise de investimentos de forma centralizada, melhores negociações em taxas na captação de recursos, entre outros, a *holding* funciona como uma entidade “egocêntrica”, canalizando os objetivos das empresas participantes nas atividades estratégicas.

Juros sobre capital próprio

Os Juros sobre o Capital Próprio surgiu com a necessidade de remunerar o investidor do capital aplicado na empresa. Até 31 de dezembro de 1995, os direitos dos sócios ou acionistas eram corrigidos pela Correção Monetária de Balanço, mas tal procedimento foi interrompido em função da queda nas taxas de inflação interna.

A mesma lei (Lei nº 9.249 de 1995) que eliminou a Correção Monetária de Balanço, em seu artigo 9º, instituiu a figura dos Juros sobre Capital Próprio. Este tipo de juros possibilita a dedução para efeitos de apuração do lucro real e da base de cálculo da Contribuição Social, trata-se dos juros pagos ou creditados ao titular, sócio ou acionista, utilizando a TJLP (Taxa de Juros a Longo Prazo) como parâmetro de cálculo dessa remuneração.

Segundo Iudícibus, Martins e Gelbcke, a dedutibilidade dos juros é permitida desde que:

FEMA - IMESA

1. O valor da remuneração sobre o capital próprio seja limitado à aplicação *pro rata* dia da TJLP sobre o montante do Patrimônio Líquido subtraído do saldo da Reserva de Reavaliação, salvo se esta tiver sido adicionada às bases de cálculo do IR e da CS.
2. o valor apurado seja limitado ao maior valor entre:
 - a) 50% do lucro do exercício, antes da provisão para IR e CS e da dedução dos referidos juros;
 - b) 50% dos saldos de Lucros Acumulados e Reservas de Lucros de períodos anteriores (IUDÍCIBUS; MARTINS; GELBCKE, 2003, p. 328).

Os Juros sobre Capital Próprio são tributados na fonte pelo Imposto de Renda pela alíquota de 15%. Para as empresas que receberem Juros sobre Capital Próprio de outras empresas, o imposto retido na fonte será considerado como antecipação do devido no encerramento do período de apuração ou, ainda, poderá ser compensado com aquele que houver retido, por ocasião do pagamento ou crédito de juros a título de remuneração do capital próprio, ao seu titular, sócios ou acionistas.

Ativo fiscal diferido

Para as Sociedades Anônimas, a Deliberação 273 da CVM, de 20 de agosto de 1998 que aprova o pronunciamento do IBRACON sobre a contabilização do Imposto de Renda e da Contribuição Social, apresenta a possibilidade de registro do Ativo Fiscal Diferido com base nos valores acumulados de Prejuízo Fiscal, controlados no Lado B do LALUR (Livro de Apuração do Lucro Real).

Sobre o montante de Prejuízo Fiscal acumulado aplica-se o percentual de 15% de Imposto de Renda, 10% a título de adicional e 9% de Contribuição Social ao qual será registrado a débito de IR e CS Diferido no Ativo Realizável a Longo Prazo e a crédito de Provisão para IR e CS Diferido no resultado.

Para o reconhecimento do Ativo Fiscal Diferido, o item 019 da Deliberação 273 da CVM disciplina:

Deve-se reconhecer o ativo fiscal diferido com relação a prejuízos fiscais à medida que for provável que no futuro haverá lucro tributável suficiente para compensar esses prejuízos. A avaliação dessa situação é de responsabilidade da administração da entidade e requer julgamento das evidências existentes. A ocorrência de prejuízos recorrentes constitui uma dúvida sobre a recuperabilidade do ativo diferido. Precisa ser claramente entendida a vinculação entre o reconhecimento de ativo fiscal diferido e a avaliação da continuidade operacional da entidade efetuada para a aplicação de princípios contábeis aplicáveis a entidades em liquidação.

O ganho implícito no reconhecimento de tal fato está no aumento de resultado que fará com que o Patrimônio Líquido aumente, condição esta que fortalecerá a base para a

FEMA - IMESA

distribuição de Juros sobre Capital Próprio. Para as empresas mais deficitárias, essa poderá ser uma alternativa para sanar o problema do “Passivo a Descoberto”.

Modelo proposto na contextualização de um caso simulado

Supondo que em determinada região, existam três empresas optantes pelo Lucro Real, pertencentes ao mesmo quadro de acionistas, cujas atividades estejam em ramos distintos, pode-se construir o seguinte organograma com as respectivas apurações de IRPJ e CSLL:



	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Total
Lucro líquido contábil	1.000.000,00	650.000,00	730.000,00	2.380.000,00
(+) Adições	110.000,00	26.000,00	-	136.000,00
(-) Exclusões	(75.000,00)	(10.000,00)	(26.000,00)	111.000,00
= Lucro líquido ajustado	1.035.000,00	666.000,00	704.000,00	2.405.000,00
(-) Compensação Prej. Fiscal	(310.500,00)	(199.800,00)	(211.200,00)	721.500,00
= LUCRO REAL	724.500,00	466.200,00	492.800,00	1.683.500,00
IRPJ (aliquota 15% s/ Lucro Real)	108.675,00	69.930,00	73.920,00	252.525,00
CSLL (aliquota 9% s/ Lucro Real)	65.205,00	41.958,00	44.352,00	151.515,00
Adicional IRPJ ²	66.450,00	40.620,00	43.280,00	150.350,00
TOTAL DOS IMPOSTOS	240.330,00	149.508,00	161.552,00	551.360,00

Como metodologia proposta de planejamento tributário, a estrutura societária do grupo econômico sofreria algumas modificações, seria criada uma *holding* que, entre um de seus papéis, receberia os Juros sobre Capital Próprio de suas controladas. Assim, as despesas dos juros de suas controladas seriam contabilizadas como despesas financeiras dedutíveis e reduziriam o lucro tributável de suas atividades. O IRRF, proveniente da distribuição dos juros das controladas para a empresa controladora, seria creditado pela própria holding e seria utilizado em forma de compensação (visto que os valores consideram-se como antecipação do devido) na distribuição de Juros sobre Capital Próprio para os acionistas. O saldo a pagar pela holding, a título dos juros aos acionistas, não necessariamente teria de ser pago, podendo assim ser integralizado no capital social da empresa². Outra ferramenta a ser utilizada, seria um estudo sobre a viabilidade de cisão parcial da “Empresa 1” em outra empresa, denominada aqui de “Nova”. Assim, as atividades da “Empresa 1” seriam tributadas pelo Lucro Real, adotando a política de distribuição dos Juros sobre Capital Próprio e a empresa “Nova” seria optante pelo Lucro Presumido,

¹ Cálculo adicional IR:

Empresa 1: 724.500,00 – 60.000,00 = 664.500,00 x 10% = 66.450,00

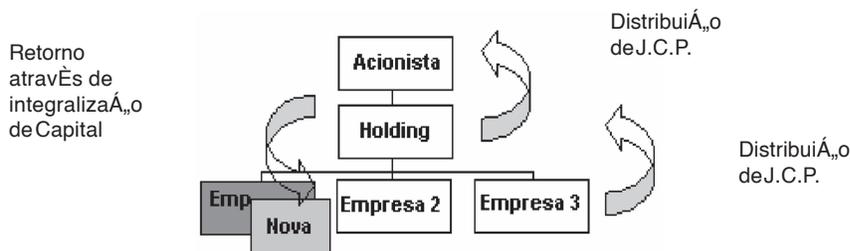
Empresa 2: 466.200,00 – 60.000,00 = 406.200,00 x 10% = 40.620,00

Empresa 3: 492.800,00 – 60.000,00 = 432.800,00 x 10% = 43.280,00

² IUDÍCIBUS, MARTINS e GELBCKE, 2003, p.309 e § 9º, Art. 9º da Lei 9.249/1995.

FEMA - IMESA

reduzindo assim a carga tributária entre elas. Com o objetivo de aumentar o Patrimônio Líquido das controladas e da controladora para aumentar os valores a serem distribuídos a título dos referidos juros, a empresa adotaria o procedimento de contabilizar o “Ativo Fiscal Diferido”, registrando assim 25% de IRPJ e 9% de CSLL sobre Prejuízo Fiscal Acumulado controlado no Lado B do LALUR como receita, formando assim fundos para distribuição dos Juros sobre Capital Próprio. Assim, o organograma da empresa em questão ficaria exposto da seguinte forma:



Com a adoção da política de distribuição de Juros sobre Capital Próprio, o valor distribuído considerar-se-à despesa financeira, refletindo portanto em diminuição do lucro tributável.

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Total
Lucro antes J.C.P.	250.000,00	650.000,00	730.000,00	2.380.000,00
(-) Juros s/ Capital Próprio	(60.000,00)	(500.000,00)	(600.000,00)	(1.800.000,00)
Lucro Líquido do Exercício	190.000,00	150.000,00	130.000,00	580.000,00
(+) Adições	10.000,00	26.000,00	-	136.000,00
(-) Exclusões	-	(10.000,00)	(26.000,00)	111.000,00
= Lucro líquido ajustado	200.000,00	166.000,00	104.000,00	605.000,00
(-) Compensação Prej. Fiscal	(60.500,00)	(49.800,00)	(31.200,00)	181.500,00
= LUCRO REAL	140.000,00	116.200,00	72.800,00	423.500,00
IRPJ (alíquota 15% s/ Lucro Real)	21.000,00	17.430,00	10.920,00	63.525,00
CSLL (alíquota 9% s/ Lucro Real)	12.600,00	10.458,00	6.552,00	38.115,00
Adicional IRPJ	8.000,00	5.620,00	1.280,00	24.350,00
TOTAL DOS IMPOSTOS	41.600,00	33.508,00	18.752,00	125.990,00

	Empresa "Nova"
Receita Bruta de Vendas	5.000.000,00
= Percentual Presunção da Atividade (8%)	400.000,00
I.R.P.J	60.000,00
C.S.L.L.	36.000,00
TOTAL DOS IMPOSTOS	96.000,00

FEMA - IMESA

Exemplo de cálculo dos juros sobre capital próprio:

a) Conversão da TJLP (Taxa de Juros a Longo Prazo) pelo método *pro rata dia*:

Taxas fixadas para o trimestre (taxas supostas):

01/01/2005 a31/03/2005.....	9,00%
01/04/2005 a30/06/2005.....	9,15%
01/07/2005 a30/09/2005.....	9,00%
01/10/2005 a31/12/2005.....	8,75%

$$01/01/2005 \text{ a}31/03/2005 \quad (1+0,9)^{1/12} = 1,007207$$

$$01/04/2005 \text{ a}30/06/2005 \quad (1+0,915)^{1/12} = 1,007323$$

$$01/01/2005 \text{ a}31/03/2005 \quad (1+0,9)^{1/12} = 1,007207$$

$$01/01/2005 \text{ a}31/03/2005 \quad (1+0,875)^{1/12} = 1,007015$$

Resultado:

$$(1,007207 \times 1,007207 \times 1,007207 \times 1,007323 \times 1,007323 \times 1,007323 \times 1,007207 \times 1,007207 \times 1,007207 \times 1,007015 \times 1,007015 \times 1,007015) - 1 = 8,97\%$$

b) Cálculo dos Juros sobre Capital Próprio:

Patrimônio Líquido exercício 2004:

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Total
Capital Social	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00	10.000.000,00
Reservas de Capital	100.000,00	50.000,00	50.000,00	200.000,00
Reservas de Reavaliação	1.200.000,00	4.000.000,00	-	5.200.000,00
Reservas de Lucros	35.000.000,00	28.000.000,00	25.000.000,00	88.000.000,00
Lucros Acumulados	10.000.000,00	2.000.000,00	4.000.000,00	16.000.000,00
= Patrimônio Líquido	55.300.000,00	36.050.000,00	32.050.000,00	119.400.000,00

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Total
Patrimônio Líquido em 31/12/2004	55.300.000,00	36.050.000,00	32.050.000,00	119.400.000,00
(-) Reservas de Reavaliação	(1.200.000,00)	(4.000.000,00)	-	(5.200.000,00)
Base de cálculo	54.100.000,00	32.050.000,00	32.050.000,00	118.200.000,00
JCP (Base de cálculo x 8,97%)	4.852.770,00	2.874.885,00	2.874.885,00	10.602.540,00

c) Limites para dedução:

- 50% do lucro do exercício antes da distribuição:

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Total
Lucro antes J.C.P.	1.000.000,00	650.000,00	730.000,00	2.380.000,00
= 50%	500.000,00	325.000,00	365.000,00	1.190.000,00

- 50% do saldo dos lucros acumulados e das reservas de lucros:

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Total
Reservas de Lucros	35.000.000,00	28.000.000,00	25.000.000,00	88.000.000,00
Lucros Acumulados	10.000.000,00	2.000.000,00	4.000.000,00	16.000.000,00
= 50%	22.500.000,00	15.000.000,00	14.050.000,00	52.000.000,00

FEMA - IMESA

No exemplo acima, podemos verificar que o Juros sobre Capital Próprio distribuído no período foi menor que os 50% do lucro do exercício corrente, mas em função dos 50% das Reservas de Lucro e Lucros Acumulados ser superior, tal despesa está amparada por ser considerada dedutível.

Dessa forma, podemos analisar que inúmeras alternativas podem ser estudadas pelas empresas com o intuito de diminuir os impostos de forma lícita. No exemplo apresentado, verificamos que o grupo econômico sem a utilização de planejamento teria que desembolsar para os cofres públicos o montante de R\$ 551.360,00 apenas com Imposto de Renda e Contribuição Social. Já com a utilização das alternativas apresentadas, a tributação teria uma redução de 66% e o grupo teria que desembolsar para o governo o montante de R\$ 189.860,00.

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Nova	Total
Sem Planejamento	240.330,00	149.508,00	161.552,00		551.360,00
Com Planejamento	41.600,00	33.508,00	18.752,00	96.000,00	189.860,00

Assim, podemos afirmar que muita discussão existe sobre a validade dos atos praticados com o objetivo de redução da carga tributária. As empresas cada vez mais estão investindo em assessorias neste segmento que, no mero exemplo apresentado, disponibilizam aos caixas corporativos valores consideráveis. Importante frisar que a reestruturação societária tem de ser estudada e aplicada não apenas nos estatutos e contratos sociais e sim reorganizar a estrutura da empresa de forma que caracterize verdadeiramente a mudança ocorrida.

BIBLIOGRAFIA

BRASIL. Lei nº. 9.249, de 26 de Dezembro de 1995. Altera a legislação do imposto de renda das pessoas jurídicas, bem como da contribuição social sobre o lucro líquido, e dá outras providências. Lex: Secretaria da Receita Federal.

BRASIL. Lei Complementar nº. 104, de 11 de Janeiro de 2001. Altera os dispositivos da legislação tributária. Lex: Código Tributário Nacional.

BRASIL. Deliberação nº. 273 da CVM – Comissão de Valores Mobiliários, de 20 de Agosto de 1998. Aprova o pronunciamento do IBRACON sobre a contabilização do Imposto de Renda e da Contribuição Social.

Disponível em: <<http://www.fema.com.br/~danilo/planejamento_tributario.doc>>

Acesso em: 15 jan. 2005.

ÍUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. *Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações (Aplicável às Demais Sociedades)*. 6. ed. São Paulo: Atlas S/A, 2003.

MATERIAL do Curso de Formação de Tributarista On Line, IBPT – Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário. São Paulo, 2002.

Gerson José Beneli*

RESUMO: O Código Civil de 1916 não disciplinava o chamado contrato de trespasse. Inobstante, os comerciantes/empresários sempre promoveram a alienação de seus estabelecimentos empresariais, por meio de contrato de compra e venda, embora o Código Civil não o preceituasse. Com a entrada em vigor do Novo Código Civil (Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002), o contrato de trespasse foi regulado na sua Parte Especial, art. 1142 e seguintes. Neste artigo, procuramos traçar alguns aspectos relevantes sobre a Disciplina Jurídica do Contrato de Trespasse e seus mecanismos legais, a partir da entrada em vigor do NCC, os quais deverão ser observados pelos empresários.

PALAVRAS-CHAVES: contrato; trespasse; empresário; pacto de não concorrência.

* O autor é Advogado, Especialista em Direito Civil e Processo Civil, Mestre em Direito dos Empreendimentos Econômicos, Professor da Disciplina de Direito Civil na Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) e na Universidade Paulista (UNIP) *Campus* de Assis, Professor Convidado do Curso de Pós-Graduação *latu sensu* da Faculdade de Direito da Alta Paulista (FADAP), do Centro Universitário UNIVEM – Fundação Eurípedes Soares da Rocha, em Marília e da Escola Superior da Advocacia (ESA) de Assis. Sócio do Escritório Beneli, Frederico e Almeida Advogados Associados. Contato: gersonjosebeneli@uol.com.br

FEMA - IMESA

0. Introdução

O contrato de trespasse, novidade no novo Código Civil, Lei 10.406/02, que entrou em vigor em janeiro de 2003, não era disciplinado pelo Código Civil de 1916 que silenciava sobre o assunto. O trespasse é o contrato de compra e venda do estabelecimento comercial. Tendo em vista o silêncio do Código Civil de 1916 sobre o assunto, este contrato acabou sendo disciplinado com base nos usos e costumes, o que, via de regra, é fonte de lei.

No entanto, a necessidade de disciplinar juridicamente o contrato de trespasse trouxe esta inovação ao ordenamento jurídico, com a edição do novo Código Civil, já em vigor desde janeiro de 2003, e é sobre ele que pretendemos traçar alguns aspectos relevantes sobre a sua disciplina jurídica.

Para Coelho,

o contrato de compra e venda de estabelecimento denominado *trespasse*, é muitas vezes proposto, no meio empresarial, através das expressões “passa-se o ponto”. O trespasse não se confunde com a cessão de cotas sociais de sociedade limitada ou a alienação de controle de sociedade anônima. São Institutos jurídicos bastante distintos, embora com efeitos econômicos idênticos, na medida em que são meios de transferência de empresas (COELHO, 2005, p.122).

Evidencia-se desta forma que, no trespasse, o estabelecimento comercial, composto de um complexo de bens corpóreos e incorpóreos, manejados pelo empresário-alienante, lhe permite a exploração de atividade empresarial.

1. Do patrimônio empresarial: bens corpóreos e incorpóreos/imateriais

O doutrinador, como vimos acima, denomina o estabelecimento comercial de fundo de comércio. Este fundo de comércio incorpora não só os bens materiais e corpóreos do negócio, mas também aqueles bens incorpóreos, que fatalmente farão parte de eventuais negociações para fins de compra e venda de qualquer empresa.

Sabemos que o valor de compra e venda de uma empresa não é mensurado apenas pelos seus bens de capital, como móveis, imóveis, estoque, logística e outros bens corpóreos. Ao contrário, muitas vezes, o valor de venda de uma empresa é obtido através da análise de seu ‘ponto’, de sua clientela, tradição de sua marca, futuras potencialidades mercadológicas, enfim de bens que não estão incorporados no seu patrimônio físico-material, mas sim no seu patrimônio imaterial ou incorpóreo, os quais, não raras vezes, possuem enorme valor, permitindo que, nos meios comerciais, atinjam valor patrimonial/negocial superior aos bens físicos e materiais.

Os patrimônios imateriais ou incorpóreos, em alguns casos, atingem valores patrimoniais quase que estratosféricos ou inimagináveis, do ponto de vista negocial. Nesse sentido, podemos verificar os valores que vêm sendo negociados referentes às empresas ligadas ao comércio eletrônico ou *sites* que veiculam determinados conteúdos que, vez ou outra, aparecem como campeões absolutos de procura pelos internautas.

FEMA - IMESA

Neste sentido, podemos lembrar ainda do fenômeno ocorrido há poucos anos, em que as empresas chamadas *eletrônicas*, cujas ações são negociadas, em território americano, pela Bolsa denominada Nasdaq¹, entraram numa chamada *bolha* de supervalorização. Naquela ocasião, pequenas empresas, até então, foram alienadas por alguns milhões de dólares, fazendo a alegria de seus criadores que, quase que do dia para a noite, passaram a ter não só uma de uma simples idéia, mas uma idéia que foi aceita pelo mercado consumidor, gerando assim uma supervalorização de seus ativos.

Esse é um bom exemplo do que podemos chamar de patrimônio incorpóreo ou imaterial, eis que, muitas vezes, as empresas citadas não possuíam sequer uma bela sede física, onde se poderia ostentar sua riqueza material, posto que, como amplamente divulgado, muitas empresas nesta situação funcionavam com poucos funcionários e uma pequena sede, não raras vezes, localizadas na própria moradia de seu idealizador.

Como podemos notar pelo que foi exposto acima, o patrimônio empresarial engloba, além dos bens materiais, os imateriais e/ou incorpóreos que nascem das mais variadas áreas do conhecimento humano.

2. A nova disciplina jurídica do contrato de trespasse

Em razão dessa realidade constatada e da necessidade de disciplinar legalmente a venda/alienação do estabelecimento, o legislador do novo Código Civil Brasileiro assim dispôs no Artigo 1142:

Considera-se estabelecimento todo complexo de bens organizado, para exercício da empresa, por empresário, ou por sociedade empresária.

Por isso é que, a partir de janeiro de 2003, quando entrou em vigor o novo Código Civil Brasileiro, temos à nossa disposição uma nova modalidade contratual, agora tipificada pelo legislador civil, qual seja o contrato de trespasse, que visa basicamente regular interesses de compra e venda de estabelecimentos comerciais em geral e cuja celebração

¹ A **NASDAQ** é uma Bolsa de valores eletrônica, constituída por um conjunto de corretores conectados por um sistema informático. Esta bolsa lista mais de 3.200 ações de diferentes empresas (este número já superou 5.000 no ano de 2000), em sua maioria de pequena e média capitalização. Caracteriza-se por compreender as empresas de alta tecnologia em eletrônica, informática, telecomunicações, biotecnologia etc. O nome NASDAQ procede de *National Association of Securities Dealers Automated Quotation System* (Sistema Eletrônico de Cotação da Associação Nacional de Intermediários de Valores), o organismo responsável do mercado não regulado norte-americano. Tem sua origem na petição do Congresso dos Estados Unidos à comissão que regula a bolsa (SEC) de que realizara um estudo sobre a segurança dos mercados. A elaboração deste relatório detectou que os mercados não regulados eram pouco transparentes. A SEC propôs sua automatização e de aí surgiu o Nasdaq, cuja primeira sessão foi em 8 de fevereiro de 1971. O processo de abertura de capital na Nasdaq é bem mais simples e barato que na NYSE, razão pela qual empresas não muito grandes fazem seu lançamento inicial de ações (IPO - initial public offering) na NASDAQ. In: <<<http://pt.wikipedia.org/wiki/Nasdaq>>>, 2006.

FEMA - IMESA

poderá se dar, por instrumento particular, quando não for o caso de transferência de bens imóveis que pertençam ao estabelecimento. Nesse caso, será necessário que o contrato se dê, por meio de escritura pública, atribuindo formalidade ao ato e atendendo o dispositivo preceituado no artigo 108 do Código Civil.

Outro aspecto importantíssimo diz respeito aos efeitos a terceiros. Nesse sentido, dispõe o artigo 1144, que este contrato:

...só produzirá efeitos quanto a terceiros depois de averbado à margem da inscrição do empresário, ou da sociedade empresária, no Registro Público de Empresas Mercantis e de publicado na imprensa oficial.

Portanto, seguindo o princípio contratual da relatividade dos efeitos dos contratos, os efeitos do contrato para terceiros somente terão validade depois deste registrado e devidamente publicado, permitindo assim que eventuais terceiros interessados ou mesmo o potencial adquirente possam, por meio do registro público, promover pesquisas sobre determinado estabelecimento empresarial.

Por outro lado, além da inclusão do contrato de trespasse no novo Código Civil, o legislador civil também disciplinou regra para o chamado “*pacto de não concorrência*”, nos termos do artigo 1.147, que dispõe:

Não havendo autorização expressa, o alienante do estabelecimento não pode fazer concorrência ao adquirente, nos cinco anos subsequentes à transferência. Par. Único: No caso de arrendamento ou usufruto do estabelecimento, a proibição prevista neste artigo persistirá durante o prazo do contrato.

3. Da obrigação de não fazer

Com efeito, estamos diante de uma verdadeira obrigação de não fazer, não regulada pelo Código Civil de 1916, pois, sob a égide deste Código, quando da alienação de um estabelecimento, as partes, tendo em vista a natureza do negócio e a liberdade negocial, incluíam ou não o chamado “*pacto de não concorrência*”, conforme suas conveniências pessoais e negociais.

A chamada obrigação de não fazer caracteriza-se por uma prestação negativa, um comportamento omissivo do devedor. É o que ocorre quando alguém se obriga a não construir acima de determinada altura, a não instalar ponto comercial em determinado local, a não divulgar conhecimento técnico para concorrente de seu ex-empregador, a não sublocar a coisa etc. (GAGLIANO, 2006, p. 56-57).

Na verdade, vigia plenamente o princípio da autônoma da vontade nos negócios privados, eis que, quando silenciado, o alienante-vendedor, poderia, logo após a venda de seu estabelecimento, sediar outro no mesmo ramo de atividade e num local muito próximo ao que fora vendido, trazendo, certamente, inúmeros prejuízos ao adquirente-comprador. Nesse sentido, assim é a lavra de Coelho:

FEMA - IMESA

O alienante do estabelecimento empresarial que se restabelece em concorrência com o adquirente, em geral acaba atraindo para o novo local de seus negócios a clientela que formou no antigo. Note-se que o desvio de clientela, atualmente, deve-se menos ao contato pessoal entre o consumidor e o comerciante, e mais às informações que o empresário alienante detém sobre a realidade do mercado em que opera. O uso dessas informações na exploração da mesma atividade, no novo estabelecimento concorrente, é o elemento decisivo para a atração da clientela formada em torno do outro. Este fato, por evidente, importa prejuízo ao adquirente que, embora esteja exposto à concorrência em geral, pagou ao alienante um determinado valor, em razão especificadamente do aviamento do estabelecimento transacionado (COELHO, 2005, p.123).

No entanto, com a entrada em vigor do Novo Código Civil, havendo silêncio das partes com relação a esta cláusula, estarão contratando o chamado “pacto de não concorrência”, nos termos do Artigo 1.147. Obviamente, como determina o dispositivo legal, diante da liberdade negocial, as partes poderão abrir mão deste dispositivo, desde que haja *autorização expressa* (art. 1147, primeira parte), o que levará o adquirente a assumir todos os riscos negociais, especialmente porque, em razão deste ato, ele estará permitindo que o alienante-vendedor possa estabelecer-se em suas vizinhanças e até mesmo ao seu lado, não havendo aí qualquer impedimento legal para que isto se dê.

4. Conclusão

Em linhas gerais, são essas as novidades do Novo Código Civil que disciplinaram o contrato de *trespasse*, incluindo nele o legislador a cláusula de não concorrência, as quais, evidentemente, foram influenciadas diretamente pela construção doutrinária e jurisprudencial dos últimos tempos, em razão do silêncio a respeito do tema no Código Civil de 1916.

BIBLIOGRAFIA

- ANDRADE, Darcy Bessone de Oliveira. *Aspectos da Evolução da Teoria dos Contratos*. São Paulo: Saraiva, 1991.
- BETTI, Emílio. *Teoria Geral do Negócio Jurídico*. Coimbra: Coimbra Editora, 1978.
- COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de Direito Comercial*. São Paulo: Saraiva, 2005, vol. 2.
- DINIZ, Maria Helena. *Curso de Direito Civil Brasileiro*. São Paulo: Saraiva, 2006, vols. 2, 3 e 7.
- ELESBÃO, Elsita Collor. *Princípios Informativos das Obrigações Contratuais Cíveis*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1998.
- GAGLIANO, Pablo Stolze e Rodolfo Pamplona Filho. *Novo Curso de Direito Civil*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006, vol. IV, Tomo 1.
- GOMES, Orlando. *Contratos*. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

FEMA - IMESA

LISBOA, Roberto Senise. *Manual de Direito Civil*. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005, vol. 3.

LOURENÇO, José. *Limites à Liberdade de Contratar*. São Paulo: Juarez de Oliveira, 1995.

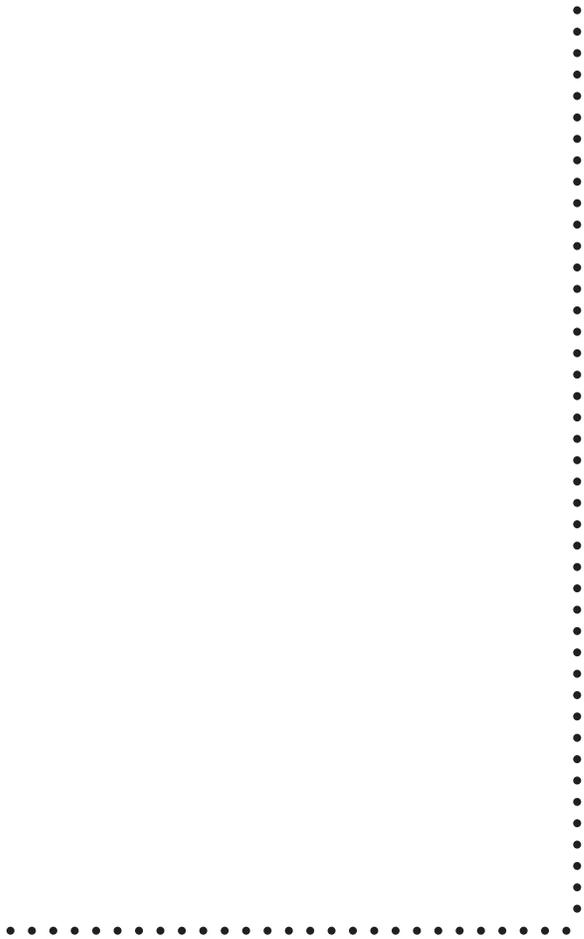
RIZZARDO, Arnaldo. *Contratos*. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

ROPPO, Enzo. *O Contrato*. Coimbra : Livraria Almedina, 1994.

TEPEDINO, Gustavo (Coord.). *Problemas de Direito Civil-Constitucional*. Rio de Janeiro: Renovar, 1999.

THEODORO JUNIOR, Humberto. Contratos. Princípios Gerais. Tendências do Direito Contratual Contemporâneo. Abrandamento dos Princípios Tradicionais. Intervenção Estatal Crescente. Impacto no Código de Defesa do Consumidor. *Revista dos Tribunais*. vol. 765, 11/33, junho 1999.

VILLAÇA, Azevedo Álvaro. *Curso de Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.



Daniela Nogueira de Moraes Garcia*

RESUMO: As novas tecnologias têm desempenhado um papel crucial em nossa sociedade, influenciando nossa vida cotidiana e nossa visão de mundo. Assim sendo, não podemos ignorar tal influência nas práticas educacionais em línguas estrangeiras. Este trabalho enfoca a nova modalidade de ensino e aprendizagem de línguas: *tandem*. Realiza-se por meio de conferências à distância, é um *tandem* virtual que utiliza as ferramentas on-line de escrita, leitura, áudio e vídeo do MSN Messenger, um teletandem.

PALAVRAS-CHAVE: novas tecnologias; línguas estrangeiras; teletandem.

* Mestre em Letras pela Universidade Estadual Paulista – UNESP – Assis. Professora do IMESA – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis e da Faculdade de Ciências e Letras de Assis – UNESP. Contato: dany@femanet.com.br

FEMA - IMESA

0. Introdução

As novas tecnologias de comunicação e informação têm atribuído dimensões diferentes à nossa vida cotidiana. Dimensões estas que têm esbarrado, até mesmo, nas maneiras de ensinar e aprender pelo mundo. Não podemos ignorar as tamanhas possibilidades geradas pelas inovações tecnológicas, principalmente no que diz respeito às línguas estrangeiras.

Concordamos com Petitto (2003, p.57) que, se utilizado apropriadamente, proporcionando momentos de criação e reflexão, o computador pode ser um grande parceiro do educador na busca do conhecimento. Dessa forma, a busca por ambientes significativos, nos quais práticas educacionais efetivas e motivadoras possam se desenvolver, é nossa função enquanto educadores.

Neste artigo, iremos apresentar o projeto TELETANDEM Brasil no qual estamos inseridos e questões pertinentes a um projeto-piloto de teletandem realizado entre uma jovem brasileira e um jovem canadense. Trata-se de um processo de tandem à distância por meio de conferências em áudio/vídeo, utilizando o *MSN Messenger*, um aplicativo da Microsoft que permite que o usuário interaja com seu parceiro utilizando a voz, o texto e as imagens por meio de uma *webcam* em tempo real. O *tandem* é uma modalidade de aprendizagem de línguas que envolve falantes nativos de línguas diferentes que trabalham juntos para aprender a língua do outro e ensinar sua própria. É uma parceria de ensino e aprendizagem que ultrapassa os aspectos lingüísticos, construindo relações e desenvolvendo competências.

1. O Tandem e seus princípios

A aprendizagem de línguas em *tandem* diz respeito a uma parceria entre falantes nativos de línguas diferentes que querem ensinar sua própria língua e aprender a do outro. Souza (2003, p.76) lembra a dimensão colaborativa que envolve esta proposta de aprendizagem, explicitada na metáfora que lhe dá nome: *tandem* é a palavra que denomina a bicicleta de dois assentos. Assim, visualiza-se a necessidade do esforço conjunto dos parceiros que apresentam os mesmos objetivos e devem se dedicar igualmente à mesma tarefa.

O *tandem* foi criado na Alemanha no fim dos anos sessenta e se espalhou por outros países. Pode ser desenvolvido de várias formas e a sua flexibilidade é uma das vantagens mais importantes como aponta Vassalo e Telles (2006a). Existem duas formas de *tandem* que são comumente encontradas. Uma se dá quando os parceiros se encontram no mesmo espaço geográfico e sentam-se frente a frente para uma sessão de *tandem* (*tandem face a face*) e a outra quando os parceiros utilizam a Internet para trocar e-mails ou para conversar à distância em uma forma assíncrona de comunicação escrita (*e-tandem*). Uma terceira forma de *tandem* – *teletandem* –, dá-se por meio de vídeo-conferências pelo *MSN Messenger*, utilizando as ferramentas on-line de escrita, leitura, áudio e vídeo com um *webcam*. Percebemos, assim, que o contato com outros povos e culturas pode ocorrer independente das barreiras geográficas e de fuso horário. O *teletandem* possibilita um acesso democrático às línguas estrangeiras.

FEMA - IMESA

Três princípios permeiam a aprendizagem em *tandem*, segundo Vassallo e Telles (2006a):

1. Bilingüismo – diz respeito à necessidade de não se misturar as línguas durante as sessões, funcionando como motivação aos parceiros e assegurando-os das chances respectivas de se comunicar na língua de proficiência.

2. Reciprocidade – diz respeito à igualdade de tempo, comprometimento e apoio dos parceiros. Schwienhorst (1998) esclarece que cada aluno deve se beneficiar da mesma forma dentro da parceria e ajudar da mesma forma que é ajudado. As mútuas contribuições implicarão no sucesso do processo. Afirma, também, que isto envolve compromisso e comprometimento, honestidade e cortesia.

3. Autonomia – diz respeito ao maior controle dos alunos em relação aos objetivos e maneiras de aprendizagem e, também, à capacidade de se encarregar, se responsabilizar e controlar a própria aprendizagem.

2. TELETANDEM Brasil: línguas estrangeiras para todos

O TELETANDEM BRASIL: Línguas e Culturas em Contato (TELLES, 2006) é um projeto de pesquisa educacional, inter-departamental e inter-institucional na área de ensino de línguas estrangeiras à distância de quatro unidades UNESP – Universidade Estadual Paulista (Assis, São José do Rio Preto e Bauru). Visa unir a pesquisa acadêmica da universidade a ações sócio-pedagógicas interventivas na área de educação de línguas estrangeiras e estudar, aplicar e divulgar a aprendizagem de línguas estrangeiras in-tandem a distância por meio de uma ação pedagógica inovadora, como o teletandem, na mesma área. Objetiva colocar pares de alunos universitários estrangeiros em contato com alunos universitários brasileiros para aprenderem as línguas um do outro por meio dos recursos de leitura, escrita, áudio e vídeo do *MSN Messenger*- um TELETANDEM.

No contexto do projeto, a pesquisa tem três objetivos específicos: (1) verificar o uso do aplicativo *MSN Messenger* como instrumento pedagógico para o ensino de línguas *in-tandem* à distância; (2) verificar as características lingüísticas, culturais e pedagógicas da interação entre os pares de aprendizes; e (3) verificar o papel do professor-mediador no contexto de ensino-aprendizagem de línguas estrangeiras do *teletandem*.

3. Nosso projeto-piloto

De uma parceria com a Universidade de Santa Bárbara na Califórnia, Estados Unidos, com a Faculdade de Ciências e Letras de Assis, UNESP, surgiu a idéia do projeto-piloto de *teletandem*. Nossos alunos que cursavam inglês como língua estrangeira iriam estabelecer e manter um contato virtual e realizar as sessões de *teletandem* com os americanos que cursavam português como língua estrangeira, cada um no seu país de origem.

Iremos apresentar o perfil de um par de interagentes, ao qual iremos nos deter neste trabalho:

FEMA - IMESA

· TC é a aluna da Graduação do Curso de Letras na UNESP com razoável conhecimento da Língua Inglesa, bastante motivada para a aprendizagem da Língua Inglesa e para fazer *teletandem*.

· EC é a aluna da Universidade de Santa Bárbara, Estados Unidos, com razoável desenvoltura na Língua Portuguesa, também bastante motivada para fazer *teletandem*, bastante interessada em vários aspectos concernentes ao Brasil visto que o pai já esteve aqui diversas vezes.

Antes que o primeiro contato entre as interagentes fosse estabelecido, seguimos algumas etapas. Elas deveriam estar tecnologicamente prontas com um computador ligado à Internet rápida com recursos de áudio e vídeo (webcam) e possuir o aplicativo *MSN Messenger*. Além disso, deveriam possuir um conhecimento mínimo da língua a ser aprendida e algumas horas semanais para se dedicar à prática. Foram, também, exigidas leituras (BRAMMERTS, 1995. TELLES; VASSALLO, 2005a e 2005b. TELLES, 2005c) sobre a nova modalidade de ensino/aprendizagem *in-tandem* para que as interagentes iniciassem o processo familiarizadas e, de certa forma, instruídas acerca das partes de uma sessão de *teletandem* entre outras coisas.

Nosso estudo é de base qualitativa de cunho interpretativista e foram usados quatro instrumentos de coleta, a saber: e-mails trocados entre o par, registro dos históricos do *MSN Messenger*, relatórios semanais e entrevistas presenciais e virtuais. Com tais instrumentos, buscamos informações acerca das negociações entre os pares, da interação e do processo com um todo.

4. O Teletandem entre TC e BC

O par de interagentes TC e BC fez sessões regulares de *teletandem* de outubro a novembro de 2005, sendo nove encontros realizados e mensagens eletrônicas trocadas entre o par e a professora-mediadora.

Acreditamos que os acordos preliminares entre os pares sejam de inquestionável importância para que o processo se desenvolva de forma responsável. Os direitos e os deveres têm de ficar claros para os dois lados, ou seja, os interagentes têm que exercer, conscientemente, e cumprir os acordos estabelecidos inicialmente para que o teletandem seja uma porta de sucesso tanto para o tutor quanto para o aprendiz. Iremos enfocar este aspecto, por meio das primeiras mensagens trocadas entre as interagentes e a professora-mediadora.

Abaixo, transcrevemos e traduzimos a primeira mensagem trocada entre a professora-mediadora e a interagente americana em 11 de outubro de 2005:

FEMA - IMESA

<p><i>Dear E...</i> <i>I'm writing to give some instructions so that you can soon start your teletandem with a Brazilian student of English as a foreign language. Your partner's name is T., a very nice girl and she is also my student.</i> <i>I'm Daniela and I teach English at university. I'm going to be always in touch and I would like you to do the same.</i> <i>I'm going to attach some texts which I would like you to read so that we can talk later.</i> <i>It's very nice to hear you are interested in the Teletandem.</i> <i>I hope we can start it soon.</i> <i>That's all for now.</i> <i>I'm looking forward to hearing from you!</i></p> <p><i>Daniela Garcia</i></p>	<p><i>Cara E...</i> Estou escrevendo para lhe passar algumas instruções para que você possa começar logo seu teletandem com a aluna brasileira que estuda inglês como língua estrangeira. O nome da sua parceira é T..., uma garota muito legal e também minha aluna. Eu sou Daniela e dou aulas de inglês na universidade. Vou sempre manter contato e gostaria que fizesse o mesmo. Vou anexar alguns textos que gostaria que lesse para que pudéssemos conversar mais tarde. É muito bom saber que você está interessada no Teletandem. Espero que possamos começar logo. É isso. Estou esperando notícias suas!</p> <p><i>Daniela Garcia</i></p>
--	---

Depois de passar as instruções e os textos que consideramos necessários, optamos por colocar as interagentes em contato. A mensagem inicial encaminhada pela interagente brasileira à americana consta no quadro abaixo:

<p><i>Olá,E.</i></p> <p><i>Meu nome é T... ,tenho 20 anos,estudo inglês na faculdade,e serei sua companheira!</i> <i>Podemos escolher os horários das nossas aulas? Escolha e responda meu e-mail, por favor.</i></p> <p><i>T.!</i></p>
--

A resposta de EC, a interagente americana, veio alguns dias depois, como apontamos a seguir:

<p><i>Hi T, You can call me B., I am 18 years old. I just started studying portuguese 4 weeks ago, so I'm not very good yet. I want to travel to Brazil in two years from now. any afternoon, Monday through Thursday, from 2pm-5pm (14:00-17:00)... I'm not sure what time that would be in Brazil. On Friday, I could do it anytime after 12:00. This is going to be hard to find a time because of the time difference and two very different schedules. Maybe Dany can help us. Let me know what times are good for you even if they aren't the same as mine, cause I can see what I can do. I look forward to getting started!</i></p>	<p><i>Olá T., Você pode me chamar de B... Eu tenho dezoito anos. Comecei a estudar português há quatro semanas então não estou boa ainda. Eu quero viajar para o Brasil daqui a dois anos. Qualquer tarde, de segunda a quinta, das 2 às 5 da tarde... Eu não tenho certeza que horas seria no Brasil. Na sexta, eu posso fazer depois das 12:00. Vai ser difícil acertar por causa do fuso horário e dos horários completamente diferentes. Talvez a Dany possa nos ajudar. Me diga que horários são bons para você mesmo que não sejam os mesmos que os meus porque vou ver o que posso fazer. Estou ansiosa para começar!</i></p>
---	--

O papel da professora-mediadora é de grande importância para o processo. Não se trata de controlar ou bisbilhotar, mas de intervir em determinados momentos, se julgar

FEMA - IMESA

necessário, visto que o *teletandem* deva ocorrer de forma bastante espontânea devido à postura autônoma adotada pelos interagentes. Garcia afirma:

Não defendemos a intervenção como algo imprescindível que vá comprometer a aprendizagem caso não ocorra, porém, considero-a útil aos interagentes e ao próprio mediador que estará ciente dos entraves, das dúvidas, dos acertos e dos avanços vivenciados pelos interagentes durante as sessões de teletandem (2006, p.6).

A questão do fuso horário foi também motivo de negociação entre as interagentes com ajuda da professora-mediadora, como exemplificamos nas mensagens abaixo.

*B..., preciso saber de qual região dos EUA você é para eu poder saber o horário que seria aqui no Brasil.
Me responde para começarmos logo nossas aulas!*

*T...,
sorry, I forgot to tell you that. I live in California, Pacific Standard Time. We change our clocks an hour back this weekend, so that'll effect the time difference, so you might want to wait until monday. talk to you soon!!
b...*

*T...,
desculpe-me, esqueci de te contar. Eu moro na Califórnia, horário padrão do Pacífico. Nós atrasamos nossos relógios em uma hora neste final de semana, então, isso terá efeito na diferença de horário, assim, talvez você queria esperar até segunda. Conversamos em breve!!
b...*

*Dany, essa foi a resposta sobre a região dela....agora só preciso encontrar o fuso horário de lá.....será q vc pode me ajudar? obrigada.....
Bjusssssss*

Depois de todas estas informações trocadas e acertadas, as interagentes iniciaram suas sessões de *teletandem* com muita empolgação e, realmente, motivadas para aprender a língua-alvo e ensinar sua própria.

As sessões ocorriam nas duas línguas e percebemos esforços de ambas as partes no que diz respeito ao ensino de sua própria língua. As aprendizas preparavam fotos e aspectos de seus países e culturas para abordar nas sessões de *teletandem*.

Notamos que, devido a esta não previsibilidade do que irá ocorrer nas sessões, o contato real com um parceiro nativo e outras questões que envolvem o *teletandem*, alguns acordos não foram devidamente cumpridos pelas interagentes. Foi exigido que, semanalmente, enviassem à professora-mediadora os Históricos do *Messenger* e relatórios acerca das sessões realizadas e das impressões das interagentes sobre o processo no qual estavam inseridas. Todavia, tais prazos não foram cumpridos e muitos relatórios nem sequer enviados, gerando apreensão na professora-mediadora por não saber como estava se desenvolvendo o processo com as interagentes.

FEMA - IMESA

Consideramos que esta postura de extrema autonomia e independência adotada pelas aprendizes possa comprometer os resultados do teletandem e da mediação.

5. Conclusão

Concluimos que este projeto de *tandem* via *Messenger*, brevemente apresentado, seja possuidor de muito potencial para oferecer um suporte motivador e eficaz ao ensino e aprendizagem de línguas. Certamente que existem fatores limitadores, entraves e questões que precisam ser revisadas, porém, já nos foi possível visualizar outros tantos fatores que nos impulsionam e nos motivam devido à sua natureza positiva.

Trata-se de um caminho longo a ser trilhado, mas, certamente, muito enriquecedor e que irá trazer grandes contribuições para pesquisas e práticas educacionais futuras.

BIBLIOGRAFIA

BRAMMERTS, Helmut. *Language Learning in Tandem. Definition, Tandem principles, Tandem Organizers, Bibliography*. 1995. <http://www.slf.ruhr-uni-bochum.de/learning/idxeng11.html>. Visited in March 2006.

GARCIA, Daniela Nogueira de Moraes. *Um projeto piloto de TELETANDEM: algumas considerações sobre os pilares do tandem*. Teletandem News. Ano I, n.1, maio 2006. Disponível em: http://www.teletandembrasil.org/site/docs/newsletter_ano1.pdf

SCHWIENHORST, Klaus. Matching pedagogy and technology- Tandem learning and learner autonomy in online virtual language environments. 1998 In: R. Soetaert, E. De Man, G. Van Belle (Eds.). *Language Teaching On-Line. Ghent: University of Ghent. pp. 115-127*. <http://www.tcd.ie/CLCS/assistants/kschwie/Publications/ECReportprint.htm>. Visited in April 2006.

SOUZA, Ricardo Augusto de. Telecolaboração e divergência em uma experiência de aprendizagem de português e inglês como línguas estrangeiras. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, v.3, n.2, 2003.

TELLES, João Antonio. Teletandem Brasil – Línguas Estrangeiras para todos – Ensinando e aprendendo línguas estrangeiras em-tandem via MSN Messenger. Disponível em: http://www.teletandembrasil.org/site/docs/TELETANDEM_BRASIL_completo.pdf. 2006.

_____. TELETANDEM: Instruções e Informações Preliminares. Faculdade de Ciências e Letras, UNESP-Assis. 2005c.

_____; VASSALLO, Maria Luisa. Common Agreements between you and your TELETANDEM partner. Faculdade de Ciências e Letras, UNESP-Assis. 2005a

_____; _____. Acordos Comuns entre você e seu parceiro de TELETANDEM. Trad. GARCIA, D. N.M. Faculdade de Ciências e Letras, UNESP-Assis. 2005b.

FEMA - IMESA

___; ___. Foreign language learning *in-tandem*. Part II: *Teletandem* as an alternative proposal in CALLT. Unpublished manuscript. 2006b.

___; ___. Foreign language learning *in-tandem*. Part I: A critical review of its theoretical and practical principles. Unpublished manuscript. 2006a.

PETTITO, *Sônia*. Projetos de Trabalho em Informática: Desenvolvendo competências. *Campinas: Papyrus, 2003*.

Osmar Aparecido Machado*

RESUMO: Este trabalho apresenta os conceitos mais atualizados, na literatura específica, sobre os fatores que influenciam na motivação dos alunos, independentemente do nível de ensino, incluindo-se os níveis básico, fundamental, médio e superior. Entender estes fatores pode contribuir para que professores e alunos estabeleçam parâmetros pertinentes em termos de realização acadêmica.

PALAVRAS-CHAVE: motivação; ensino e aprendizagem; estratégias de aprendizagem; variáveis comportamentais.

* Mestre em educação pela Universidade Estadual de Londrina - UEL/PR. Professor do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA.

FEMA - IMESA

1. Indicadores e Variáveis Comportamentais da Motivação

A motivação é algo interno ao aluno, não observável diretamente (BZUNECK, 2002a). Para Brophy (1983) a motivação para aprender pode ser conceituada tanto quanto como um traço geral quanto como um estado específico da situação. Nesse sentido, Maehr (Apud STIPEK, 1998) relata cinco indicadores comportamentais da motivação, a saber: *a direção da atenção e da atividade de um indivíduo; a persistência; o nível de atividade; a motivação continuada e a performance.*

A *direção da atenção e da atividade* reflete-se nas escolhas que o aluno faz no ambiente de sala de aula quando opta por uma atividade ao invés de outra. Com isso, presume-se que esteja motivado pela atividade escolhida e não motivado pela preterida. Por exemplo, aqueles que prestam atenção ao professor podem estar mais motivados para aprender ou agradar ao professor, enquanto que aqueles que conversam podem estar mais motivados em fazer amizades, serem populares.

O segundo indicador comportamental é a *persistência*. Está associado à motivação. Este indicador diz respeito à extensão de tempo que o indivíduo emprega numa atividade e persevera nela, apesar das dificuldades.

O terceiro tipo de comportamento é o *nível de atividade*. Refere-se à quantidade de esforço e dedicação que um indivíduo emprega para realizar uma tarefa. A intensidade empregada na realização da atividade reflete o quanto está motivado.

A *motivação continuada* é o quarto tipo de comportamento e refere-se ao estímulo para realizar determinadas atividades quando cessarem os incentivos externos, isto é, a realização da tarefa em si já é uma recompensa.

O quinto indicador de motivação é a *performance*. Para Stipek (1998), este indicador pode estar relacionado aos quatro fatores descritos anteriormente. Por exemplo, um aluno que apresenta os comportamentos descritos, não necessariamente na mesma ordem, certamente irá obter bons resultados acadêmicos. Contudo, isso não significa que, se o aluno seguir rigorosamente os quatro indicadores, obterá sucesso. Não existe relação perfeita entre *performance* e motivação. Alguns alunos com pouco esforço conseguem bom rendimento, enquanto que outros, mesmo despendendo muito esforço, apresentam fraco desempenho.

Para exemplificar, Stipek (1998) relata os resultados de um estudo com alunos de 5ª série, no qual, crianças brilhantes, com excelentes desempenhos acadêmicos, apresentavam baixa percepção de competência e assim subestimavam seus reais níveis de *performance*, afetando o comportamento em classe. Por serem propensos a desistir com facilidade, estabeleciam para si baixos padrões de desempenho acadêmico, ou seja, sua motivação era baixa, apesar do bom desempenho.

Entre os fatores que influenciam a motivação no contexto escolar, o modelo de Pintrich (Apud RUIZ, 2003) aponta as quatro variáveis mais trabalhadas na literatura específica na atualidade:

a) *o contexto sociocultural*, que se refere às crenças, comportamentos e valores próprios dos alunos, que incluem as características dos grupos de origem, família etc.;

FEMA - IMESA

b) *os fatores relacionados ao ambiente de sala de aula*, no qual se incluem os tipos de tarefas dadas, os comportamentos dos professores e os métodos de ensino utilizados;

c) *os fatores internos aos alunos*, que se caracterizam pelas percepções, sentimentos, necessidades e metas, o que inclui as crenças que o aluno possui sobre si mesmo e a percepção de sua capacidade;

d) *o comportamento motivado*, que são indicadores da motivação, os comportamentos reais observáveis. Nesse nível, os alunos podem apresentar comportamentos auto-regulados, gerenciar o próprio processo de aprendizagem, a motivação e a cognição.

2. Motivação Intrínseca

Guimarães (2002; ver também RYAN; DECI, 2000) descreve a motivação intrínseca como sendo uma propensão inata e natural dos seres humanos para o envolvimento em determinadas atividades a fim de exercitar suas capacidades, buscando a realização. Em outras palavras, refere-se à escolha e realização de uma atividade por sua própria causa, ou seja, de alguma forma a simples realização da atividade escolhida gera satisfação no indivíduo.

Essa satisfação, advinda do envolvimento espontâneo com a atividade, é considerada ao mesmo tempo parte do interesse individual e autotélico, isto é, a atividade é um fim em si mesma. Executar a atividade por si só é a recompensa, não sendo necessárias pressões externas, internas ou prêmios por seu cumprimento. Quando o aluno se envolve em uma atividade por razões intrínsecas, há indicadores de melhoria na aprendizagem e no desempenho acadêmico que, entre outros fatores, contribui para o senso de eficácia do mesmo, gerando expectativas positivas de desempenho e competência.

Segundo esses autores, alunos assim motivados apresentam características como: a) alto nível de concentração, de forma que outras atividades do cotidiano não concorrem com aquelas em que estão empenhados; b) ausência de ansiedade decorrente de pressões ou emoções negativas que possam interferir no desempenho das tarefas ou atividades; c) independência da repercussão, perante outras pessoas, de bons resultados obtidos, ainda que se sintam satisfeitos e orgulhosos com os mesmos; d) busca de novos desafios após determinados níveis de habilidade e o não desânimo em face a possíveis falhas no percurso.

Segundo a Teoria da Autodeterminação, elaborada por Ryan e Deci (2000; ver também GUIMARÃES, 2002), a satisfação de três necessidades psicológicas inatas são determinantes da motivação intrínseca:

a) a necessidade de competência, segundo a qual a percepção de resultados positivos e consecutivos originados do envolvimento nas tarefas, contém embutida a informação de que o aluno está se tornando mais competente. Assim, todo evento que aumentar a percepção da própria competência tenderá a aumentar a motivação intrínseca;

b) a necessidade de autonomia ou autodeterminação, que significa que o indivíduo age de forma intencional, determinada e autônoma, com o objetivo de fazer ou produzir algo porque assim o deseja;

FEMA - IMESA

c) a necessidade de pertencer a um grupo ou de relacionar-se, isto é, o indivíduo precisa sentir-se vinculado ao ambiente, sentir-se parte de um contexto, ligado à comunidade, enfim, ter a sensação de que é aceito em determinado meio.

Como se observa, embora a motivação intrínseca seja uma característica inata dos seres humanos, ela também existe, por outro lado, na relação entre os indivíduos e as atividades. Isto significa dizer que os indivíduos são intrinsecamente motivados para determinadas atividades e não para outras, ou seja, nem todos são motivados intrinsecamente por uma determinada tarefa.

3. Motivação Extrínseca

A motivação extrínseca tem sido definida como a motivação para trabalhar em resposta a algo externo à tarefa ou à atividade na busca de obtenção de recompensas materiais ou sociais, atendendo a comandos ou pressões de outras pessoas, demonstrando competência e habilidade ou realizando tentativas para evitar sanções (GUIMARÃES 2002; ver também RYAN; DECI, 2000). No contexto escolar, quando o aluno está motivado apenas extrinsecamente, acredita que o envolvimento em determinadas atividades resultará em benefícios pessoais, ainda que não sinta prazer ou atração pela atividade em si. O que o move para a realização da atividade são as conseqüências externas associadas a ela.

Um problema que tem sido consistentemente focalizado em diversas pesquisas é o da possível influência negativa de motivadores extrínsecos sobre uma motivação intrínseca já existente. Ryan e Deci (2000) confirmam que as diferentes formas de motivação extrínsecas, de fato, prejudicam a motivação intrínseca, por comprometer o senso de autonomia. Isto é, a atividade, antes sob motivação intrínseca, passa a ser executada em função de suas recompensas e não mais em função das suas qualidades inerentes. Há, nestes casos, um deslocamento da orientação motivacional e o perigo, em termos motivacionais, é que, na eventual ausência dos reforçadores extrínsecos, o indivíduo não tenha mais motivos para realizar tal atividade.

Na realidade, a relação entre motivadores extrínsecos e motivação intrínseca é mais complexa do que o que se pode concluir pelo senso comum. Ryan e Deci (2000) apresentam sua teoria, segundo a qual existe um *continuum* da autodeterminação que vai desde a desmotivação, passando por vários níveis de regulação externa, até a motivação intrínseca como se observa na Figura 1.

FEMA - IMESA

<u>Desmotivação</u>		<u>Motivação Extrínseca</u>				<u>Motivação Intrínseca</u>
Ausência de Regulação	Regulação Externa	Regulação Introjetada	Regulação Identificada	Regulação Integrada	Regulação Intrínseca	
-Não intencional -Não valoriza -Incompetência -Falta de controle	-obediência, -recompensas externas -punições externas	-autocontrole -ego-envolvimento -recompensas -punições internas	-Importância pessoal -Valorização consciente	-congruência, -consciência, -síntese com o self	-Interesse, -Prazer, -Satisfação inerente	

(Figura 1 – O *Continuum* da autodeterminação, com os tipos de motivação, seus estilos de regulação e os processos correspondentes). (Fonte: RYAN; DECI, 2000)

É razoável questionar se não são os professores e pais que, na maioria das vezes, acentuam nos alunos e filhos as conseqüências extrínsecas das atividades, tais como: estudar para atingir apenas resultados finais em termos de notas, recompensas ou para escapar de punições. Isto é, que estilo de motivação estaria sendo mais adotado pelos educadores?

4. Metas acadêmicas

Os estudos de metas relacionadas com motivação têm sido muito freqüentes. É necessário que se leve em conta a distinção, proposta por Pintrich (2003), de metas em termos de seu conteúdo e o que se chama de metas de realização. Há, portanto, significados diferentes de metas que serão descritas a seguir, nos seus diferentes sentidos.

Em termos de conteúdo, as metas são consideradas como aquilo que o aluno pretende atingir, ou seja, aquilo a que quer chegar. Diversos autores têm trabalhado com motivação e metas nesse sentido. Como representantes mais influentes dessa linha, merecem destaque inicial Wentzel (1998; 2000) e Bandura (1997). A primeira autora concentrou-se em metas de natureza social, ou seja, como receber aprovação dos outros, estabelecer relacionamentos com outras pessoas etc. Num segundo momento, a autora buscou relacioná-las com o empenho na escola. Já os estudos de Bandura (1997) sobre

FEMA - IMESA

auto-eficácia focalizaram metas como objetivos de curto prazo, específicos e de bom nível de desafio, ou seja, com padrões a atingir.

Ainda, em termos de conteúdo, também têm sido consideradas as metas de vida ou objetivos de longo prazo. Para Schutz (1991), as pessoas estabelecem metas para si de distância variável, como casar-se ou concluir um curso e, além disso, as diferentes metas e padrões de uma pessoa emergem e mudam continuamente no decurso da vida com o potencial de substituir outras já estabelecidas. Essas mudanças evolutivas resultam das interações do próprio indivíduo, com a família, a cultura, enfim, com o ambiente que o cerca em toda a sua diversidade.

Segundo Schutz (1991), essas metas podem ser estabelecidas como uma solução imediata, de curto prazo, ou estabelecidas de forma que sejam atingidas em longo prazo. As metas de curto prazo podem desenvolver-se no contexto das de longo prazo, como no caso de um aluno pretender conseguir pelo menos 9,0 na próxima nota bimestral, contextualizada dentro de uma meta de longo prazo, que poderia ser a conclusão bem sucedida do curso.

Nesses casos, o êxito ou o fracasso na realização das metas de curto prazo têm o potencial de afetar o desenvolvimento e a perseverança na busca das metas de longo prazo. Assim, conclui-se que a relação entre as metas de curto e longo prazo é importante para a compreensão do comportamento humano auto-direcionado.

As metas de realização, para Ames (1992; ver também BZUNECK, 2002b) representam as diferentes concepções do aluno quanto ao sucesso e as diferentes razões para a aproximação e engajamentos em atividades acadêmicas, implicando ainda diferentes formas de pensar sobre si mesmo, sobre o *self*. Assim, as metas de realização diferem das metas conceituadas em termos de seu conteúdo, como no caso do aluno que traça um objetivo ou alvo a ser atingido e a cada dia caminha em sua direção. Ao contrário, as metas de realização tratam de explicar o porquê de um aluno almejar um determinado resultado ou o porquê dele se envolver nas atividades. Enfim, explica os comportamentos do indivíduo para executar determinada tarefa ou perseguir certo objetivo de curto ou longo prazo.

Atualmente, os estudos classificam as metas de realização em quatro tipos que são: meta aprender, meta *performance*-aproximação, meta *performance*-evitação e meta de alienação acadêmica (BZUNECK, 2002b). A seguir, serão apresentadas as características dessas orientações motivacionais:

Meta Aprender: como principal característica da meta aprender está a crença de que esforço e resultado estão ligados entre si. Isso significa que o esforço conduz a resultados satisfatórios. Assim, essa crença mantém continuamente o comportamento orientado para a realização. Alunos orientados para esta meta, geralmente, querem desenvolver novas competências ou habilidades, mantêm o foco na aprendizagem, valorizam-na e tentam entender os trabalhos, melhorando o seu nível de competência ou realização, com senso de domínio baseado em padrões auto-referenciados (AMES, 1992).

De acordo com Bzuneck (2002b), os alunos com orientação para essa meta entendem que o sucesso acadêmico consiste na melhoria do desenvolvimento intelectual, resultado da capacidade ou habilidade de dominar cada vez mais os conteúdos das disciplinas. Logo, uma orientação intrínseca é uma característica típica desses alunos, pois eles se

FEMA - IMESA

envolvem nas atividades independentemente de recompensas e sentem-se satisfeitos, realizados, simplesmente por dominarem os conteúdos acadêmicos.

Metas performance: em oposição, quem se orienta à meta *performance* tem a preocupação com a própria capacidade e a auto-valorização. A capacidade é evidenciada por se querer fazer melhor que outros ou sobrepujar padrões e normas. A aprendizagem é vista pelos alunos apenas como uma forma de atingir a meta desejada de aparecer, a qual, assim, significa sucesso. Da mesma forma, um eventual fracasso será atribuído à falta de capacidade (AMES, 1992).

Os estudos mais recentes (BZUNECK, 2002B, HARACKIEWICZ, PRINTRICH, BARRON, ELLIOT; THRASH, 2002) concluíram ser necessário que a meta *performance* se divida em outras duas formas:

- a meta *performance*-aproximação, na qual se enquadram alunos que se esforçam, mostram desempenhos e até boas notas, mas que o fazem somente para aparecerem como competentes; e

- a meta *performance*-evitação, segundo a qual os alunos para ela orientados não querem ser vistos como incompetentes.

Analisando a recente literatura sobre as metas de realização, Harackiewicz, Printrich, Barron, Elliot e Thrash (2002) revelam importantes questões acerca da multiplicidade de metas que os alunos possuem e perseguem. Nesse sentido, mostram como se processa a interação entre as metas e principalmente a influência de uma sobre a outra, mais especificamente quanto ao o envolvimento das metas *performance*-aproximação e *performance*-evitação sobre a meta aprender. Há clara demonstração de que existem benefícios quando o aluno persegue, ao mesmo tempo, as metas aprender e *performance*-aproximação, mas não se pode dizer o mesmo da relação com a meta *performance*-evitação que, ao contrário, não conduz a bons resultados para a motivação de aprender.

Meta de Alienação acadêmica: ao contrário dos efeitos das orientações anteriores, alunos que operam sob orientação da meta de alienação acadêmica não têm por preocupação aumentar a competência, ou mesmo demonstrar capacidade. Simplesmente aplicam o mínimo de esforço nas atividades acadêmicas e qualquer que seja o resultado, têm como salvar sua auto-estima (BZUNECK, 2002b). Estudos citados pelo autor relatam que alunos orientados sob esta meta, apresentam pouco uso de estratégias eficazes de aprendizagem e predominância de escolha por tarefas fáceis em relação às tarefas mais desafiadoras.

5. Estratégias de Aprendizagem

Existe, segundo Bzuneck (2001), uma relação íntima entre motivação e aplicação de esforço nas tarefas. Contudo, nem sempre os alunos motivados, que aplicam bom nível de esforço, obterão bons resultados acadêmicos. O autor cita, como exemplo, o caso de um universitário inteligente e que estuda muito para as provas, porém os resultados em termos de notas não têm correspondido aos esforços. Esse relativo fracasso não pode ser atribuído à falta de motivação, nem tampouco à falta de capacidade, mas sim atribuído à falta de emprego de estratégias de aprendizagens. Apenas a aplicação de esforço, ainda que prolongado, é insuficiente para atingir bons resultados, se o aluno não souber como e em que se esforçar.

FEMA - IMESA

As estratégias de aprendizagem são ações mentais e comportamentais com as quais os alunos se envolvem com o objetivo de obter melhores desempenhos nas suas atividades acadêmicas. São geralmente descritas como facilitadores dos processos cognitivos de codificação, aquisição e recuperação de informações armazenadas na memória. A meta de uma estratégia de aprendizagem pode afetar a motivação do aluno, o seu estado afetivo ou, ainda, a forma como o mesmo seleciona, adquire, organiza ou integra novos conhecimentos, segundo Weinstein e Mayer (1986). Em outras palavras, o uso de uma estratégia, em particular, durante a aprendizagem pode afetar a *performance* e os resultados da aprendizagem.

Pintrich (1989; PINTRICH; GARCIA, 1991) classificou as estratégias em três categorias principais: as cognitivas, as metacognitivas e as estratégias de gerenciamento de recursos.

- As cognitivas dividem-se em três tipos: as técnicas ou práticas (a repetição ou prática), a elaboração e a organização. Em termos de conceituação, refere-se a métodos mais gerais usados pelos alunos como ferramenta de apoio para o entendimento e compreensão dos conteúdos de uma disciplina.

- As metacognitivas envolvem a compreensão do próprio processo cognitivo como o controle e a regulação da própria cognição. Em geral, as estratégias metacognitivas auxiliam as cognitivas, permitindo melhor ativação e aproveitamento das mesmas: envolvem o planejamento, o monitoramento e a regulação dos próprios processos cognitivos.

- As de gerenciamento de recursos se referem à forma como os alunos se planejam para administrar os fatores relacionados à atividade de estudar em si e que estejam sob o seu controle, tais como o tempo dedicado aos estudos, o ambiente apropriado e também o próprio esforço necessário para a consecução de determinada tarefa.

6. Conclusão

Como se observa, a motivação do aluno é dependente de muitos fatores, incluindo as crenças que possui sobre a própria capacidade cognitiva necessária para aprender. Da mesma forma, o uso de estratégias cognitivas e auto-regulatórias depende da confiança que o aluno tem na própria capacidade de aprender. Por outro lado, um aluno com orientação à meta aprender, possuindo bom número de estratégias de aprendizagem, pode aplicar diferentes recursos de seu repertório de estratégias,

Em síntese, é importante que a comunidade acadêmica como um todo tenha consciência da importância de saber identificar os comportamentos e fatores que podem influenciar na motivação dos alunos e ainda, do uso de ferramentas (estratégias de aprendizagem) que possam contribuir para o engajamento escolar e social dos indivíduos. A escola é, na atualidade, o único lugar capaz de promover as transformações que a sociedade tanto precisa. Compreender os aspectos motivacionais dos alunos, para ajudá-los a aprender e exercitar as competências e habilidades, pode ser uma chave singular neste sentido.

FEMA - IMESA

BIBLIOGRAFIA

- AMES, Carole. Classrooms: Goals, Structures, and Student Motivation. *Journal of AMES*, Carole. Classrooms: Goals, Structures, and Student Motivation. *Journal of Educational Psychology*, Illinois, v. 84, n.3, p. 261-271, 1992.
- BANDURA, Albert. *Social Foundations of Thought and Action: A social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1986.
- _____. *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Co., 1997.
- BROPHY, Jere. Conceptualizing Student Motivation. Trad. José Aloyseo Bzuneck. *Educational Psychologist*, 18 (3); p. 200-215, 1983.
- BZUNECK, J. A. O esforço nas aprendizagens escolares: mais do que um problema motivacional do aluno. *Revista Educação e Ensino - USF*. v. 6. n.1. p.07-18, 2001.
- _____. A motivação do aluno: aspectos introdutórios. In: ____; BORUCHOVITCH, E. (Orgs.). *A Motivação do Aluno: Contribuições da psicologia contemporânea*. Petrópolis-RJ: Vozes, 2002. p. 9-36.
- _____. A motivação do aluno orientado a metas de realização. In: ____; ____ (Orgs.). *A Motivação do Aluno: Contribuições da psicologia contemporânea*. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2002. p. 58-77.
- GUIMARÃES, Sueli E. R. *Estudo sobre as Orientações Motivacionais e Envolvimento com a Disciplina Psicologia Educacional de Alunos de Licenciatura*, 1996. (Mestrado em Educação) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 1996.
- _____. Motivação Intrínseca, Extrínseca e o uso de Recompensas em Sala de Aula, In: BORUCHOVITCH, E.; BZUNECK, J. A. (Orgs.). *A Motivação do Aluno: Contribuições da psicologia contemporânea*. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2002. p. 37-57.
- _____. *Avaliação do Estilo Motivacional do Professor: Adaptação e validação de um instrumento*, 2003. Tese de Doutorado, Universidade Estadual de Campinas – Unicamp, Campinas, 2003.
- ____; BORUCHOVITCH, E. *O Estilo Motivacional do Professor e a Motivação Intrínseca dos Estudantes: Uma Perspectiva da Teoria da Autodeterminação*. Psicologia, Reflexão e Crítica. vol. 17, n. 2, p. 143-150, 2004.
- HARACKIEWICZ, Judith M.; PRINTRICH, Paul R.; BARRON, Kenneth E.; ELLIOT, Andrew J.; THRASH, Todd M. Revision of achievement Goal Theory: Necessary and Illuminating. *Journal of Educational Psychology*, vol. 94, nº. 3, 638-645. 2002.
- MACHADO, O. A. Evasão de Alunos de Cursos Superiores: Fatores motivacionais e de contexto, 2004. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Londrina - UEL, Londrina, 2004.
- PRINTICH, P. R. The Dynamic Interplay of Student motivation and Cognition in the college classroom. In: MAEHR, Martin L.; AMES, C. (Eds.) *Advances in Motivation and Achievement*. v. 6, 117-160, *Motivation Enhancing Environments*. Greenwich, Conn.: Jai Press, 1989.
- ____; GARCIA, T. Student Goal Orientation and self-Regulation in the college classroom. In: ____; MAEHR, Martin L. (eds) *Advances in motivation and achievement*. Greenwich, CT: JAI Press, vol. 7, p.371-402, 1991.
- ____; _____. Self-Regulated Learning in College Students: Knowledge, Strategies, and

FEMA - IMESA

Motivation. In: PINTRICH, Paul R.; BROWN, D.R., WEINSTEIN, C.E. (eds.) *Student Motivation, cognition, and Learning: Essays in honor of Wilbert J. McKeachie*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum, p.113-133, 1994.

___; SMITH, David A. F; GARCIA, Teresa; MCKEACHIE, Wilbert J. Reliability and Predicative Validity of the Motivated Strategies for Learning Questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, Inc, v.53, n.3, 1993.

___; SCHUNK, D.H. *Motivation in Education: Theory, Research and Applications*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall Inc., 1996.

___. A Conceptual Framework for Assessing Motivation and Self-Regulated Learning in College Students. *Educational Psychology Review*, vol. 16, n. 4, 2004.

RYAN, R.M.; DECI, E.L. Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, p. 54-67, 2000.

SCHUTZ, Paul A. Goals in Self-directed behavior. *Educational Psychologist*, v.26 n.1, p. 55-67, 1991.

STIPEK, Débora J. Indicadores Comportamentais de Problemas de motivação. In: _____. *Motivation to Learn: From theory to Practice*. Englewood Cliffs, N. J., Prentice Hall, 1998.

WEINER, Bernard. Princípios para uma teoria da motivação do aluno e sua aplicação dentro de um quadro de referência (tradução), In: AMES, C.; AMES, R. *Research on Motivation in Education*. New York: Academic Press, 1984. vol. 1. p. 15-38.

WENTZEL, Kathryn R. What is it that I'm trying to achieve? Classroom Goals from a Content Perspective. *Contemporary Educational Psychology*. v.25, p.105-115, 2000.

___; WIGFIELD, Allan. Academic and Social Motivational Influences on Student's Academic Performance. *Educational Psychology Review*, vol.10, n.2, 1998.

História



Luís de Castro Campos Júnior*

RESUMO: este artigo tem por objetivos delinear o desenvolvimento do pentecostalismo e definir região como conceito importante para compreender seus componentes específicos e seu contexto histórico de surgimento e afirmação na sociedade brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: pentecostalismo; religião; estudos; região; história.

* Professor Doutor em Ciências da Religião: Teologia e História, pela Universidade Metodista de São Paulo, e História e Sociedade, pela UNESP, campus de Assis. Este texto foi originalmente apresentado sob a forma de Comunicação no XI Congresso Latinoamericano sobre Religion y Etnicidade, entre 3 e 7 de julho de 2006, em São Bernardo do Campo.

FEMA - IMESA

0. Introdução

Os estudos envolvendo as religiões alcançaram um desenvolvimento importante nas últimas décadas. No caso específico do pentecostalismo, uma nova fase de pesquisas é inaugurada praticamente a cada ano que passa. Isso se deve ao crescimento e fortalecimento da pós-graduação voltada para as Ciências das Religiões e sua relação interdisciplinar com a Sociologia e mais recentemente com a História.

O pentecostalismo só foi descoberto pela academia no final dos anos 80 quando novas pesquisas foram desenvolvidas em um contexto de desenvolvimento deste grupo religioso no Brasil que já provocava fissuras no campo religioso caracterizado no século passado por um catolicismo arraigado e oficial.

A partir da constituição de 1889, houve maior espaço “legal” para o protestantismo se desenvolver no país, pois o texto desenvolvido para esta nova carta separava a Igreja do Estado, tornando este último uma instituição laica e acomodando o papel da primeira à sociedade brasileira.

No século XX, as denominações protestantes históricas conseguiram se implantar na sociedade brasileira, mas não atingiram a grande massa da população que se movia em direção aos grandes centros urbanos.

Até 1940, o Brasil apresentava uma formação de um país agrário com grande predomínio da população rural sobre a urbana, quadro que sofreu elevada transformação nas décadas seguintes com uma nova política industrial imposta, sobretudo no período de Juscelino Kubstcheck .

Nos anos 1960, a população urbana já ultrapassava a rural, assinalando um novo perfil das cidades brasileiras com o desenvolvimento nítido de grandes regiões metropolitanas aceleradas pela conturbação que se desenvolvia em centros polarizados por São Paulo e Rio de Janeiro.

Nesse período, os trabalhos acadêmicos mostravam uma nova tendência religiosa que se agigantaria nas décadas seguintes: os vários segmentos pentecostais. A obra de Beatriz Muniz de Souza foi uma referência quanto ao crescimento de tal tendência na capital paulista, inserindo o debate e seguindo como abordagem pioneira nos dez anos seguintes quando Antônio Gouvêa Mendonça reforçou o referencial teórico metodológico com sua tese de doutorado na Universidade de São Paulo, estudando o avanço do protestantismo pelo interior do Brasil.

Na década de 1960, havia já uma desconfiança por parte dos pesquisadores acerca do desenvolvimento pentecostal como uma expressão tipicamente urbana, ligada aos movimentos migratórios.

Há de se considerar que o pentecostalismo foi inserido no Brasil por Louis Francescon que fundou a Congregação Cristã em São Paulo já em 1910. Um ano mais tarde, os missionários Daniel Berg e Gunnar Vingren davam início às Assembléias de Deus em Belém do Pará.

Até 1940, as duas denominações, Congregação Cristã e Assembléia de Deus, foram se acomodando e crescendo em direções opostas: enquanto a CC saía do sul em direção ao norte, a AD fazia um movimento contrário, embora alcançasse um crescimento mais acelerado.

FEMA - IMESA

A CC foi conhecida muitos anos como “igreja dos italianos”, pois inserida em primeiro lugar junto a imigrantes que vieram para o Brasil, de forma específica no início do século XX. Mas o grande “boom” de crescimento da CC foi após os anos 50 com a conversão de nordestinos que iniciaram um grande movimento em direção a São Paulo na busca de emprego e melhores condições de vida.

Já as AD foram alcançando o Sudeste e logo se desenvolveram como grande expressão pentecostal, usando uma evangelização agressiva na busca de novos adeptos.

Mas por que as duas denominações reinaram sozinhas até 1940? Tem sido uma das questões que suscitaram estudos acerca do crescimento pentecostal nos últimos anos. Fora o surgimento da Igreja Adventista da Promessa nos anos 30, nenhum outro movimento foi registrado. Os anos quarenta no Brasil foram marcados por grandes mudanças. Além do final da Segunda Guerra Mundial, o Estado Novo de Getúlio Vargas foi substituído pelo processo de redemocratização.

Em 1946, chegava ao Brasil a Igreja do Evangelho Quadrangular inserida por Harold Williams na cidade de São João da Boa Vista. Este missionário norte-americano fora responsável pelo trabalho na Bolívia e acabou aproveitado pela liderança da igreja para lançar sua semente em terras brasileiras. A IEQ foi fundada em 1922 nos Estados Unidos pela missionária canadense Aimee Semple McPherson.

A IEQ inovou as práticas pentecostais até então restritas aos templos em usar os meios de comunicação de massa que já marcavam a sociedade brasileira. Os primeiros missionários quadrangulares não economizavam esforços para buscar uma nova onda de adeptos. Usavam guitarras elétricas, microfones, baterias e suas famosas tendas de lona.

Cabe destacar aqui uma primeira constatação acerca da inserção e do crescimento pentecostal no Brasil, eles se realizaram em grandes capitais regionais. A CC nasceu em São Paulo e a IEQ também¹. As AD tiveram sua origem em Belém do Pará para depois chegarem ao restante do Brasil.

1. O pentecostalismo e as grandes cidades

Após passar um período sem despertar o interesse dos estudos acadêmicos, o pentecostalismo apresentou um grau crescente em importância e chamou a atenção da universidade em primeiro lugar como fenômeno urbano. Nesse sentido, mais uma vez, cabe destaque à pesquisa de Beatriz Muniz de Souza que forneceu as condições para a compreensão de um campo até então novo, no estudo das religiões. Apoiando-se em dados estatísticos relativos ao culto protestante no Brasil, esta pesquisadora destacou, no período compreendido entre 1940 e 1950, acelerado crescimento do protestantismo brasileiro. Em 1940, existiam 1.074.857 protestantes. Já em 1960, este número alcançou a cifra de 3.077.916. Na mesma década de 60, os pentecostais constituíam mais de 60% dos protestantes brasileiros. De acordo com os estudos de Souza, eles estavam concentrados

¹ A Igreja do Evangelho Quadrangular, embora inserida em São João da Boa Vista, conseguiu um crescimento expressivo após sua inserção no bairro do Cambuci na capital paulista após uma cisão doutrinária na II Igreja Presbiteriana Independente.

FEMA - IMESA

nas áreas urbanizadas do país. Tais áreas, segundo a autora, atravessaram rápido processo de mudança social.

Percebe-se aqui uma tendência em se considerar o pentecostalismo apenas como fenômeno urbano circunscrito às grandes metrópoles brasileiras. Tal posição foi mantida até recentemente, com algumas exceções.

Souza também trabalhou com o conceito de gradiente “seita e igreja”, procurando compreender os movimentos que possuíam características diferenciadas.

A mesma autora utilizou os conceitos de seita e igreja caracterizando as principais funções da religião para seus adeptos. Segundo ela, o pentecostalismo contribuiria para adaptar os indivíduos à sociedade moderna, libertando-os de sua condição anterior, de anomia. Nesse sentido, a religião acaba por ressocializar o indivíduo em função dos valores religiosos, relacionando-os à conduta e à vida prática.²

Além de viabilizar a compreensão do fenômeno pentecostal face ao crescimento urbano, a autora inseriu um novo conceito sociológico, o de “igrejas menores” que surgiram, a partir dos anos 50, circunscritas ao grande espaço urbano sem apresentar crescimento de bases nacionais.

Para compreendermos o caminho delineado pelas pesquisas sobre sociologia da religião, precisamos conhecer outro autor, Francisco Cartaxo Rolim, sua obra se constitui em referencial de suma importância para a compreensão do movimento pentecostal brasileiro. Para este autor, a produção de mensagem pentecostal responde aos interesses religiosos daqueles que lhe deram adesão: as camadas pobres. Assim, o estudo sobre este movimento foi efetuado a partir das expectativas das classes sociais, levando em consideração o intercâmbio entre oferta dos bens produzidos e as demandas dos interesses religiosos.

O pentecostalismo apresentou como característica, sua autonomia cuja base está assentada no trabalho de agentes produtores de bens e salvação. Rolim procurou fazer uma leitura, trabalhando com o conceito de modo de produção, precisamente com o de formação social e classes sociais. Utilizou como campo de análises, o Rio de Janeiro, observando o crescimento pentecostal neste estado e sua dinâmica de funcionamento. Buscou informações nos censos demográficos e enfatizou o estudo das principais correntes pentecostais no Brasil. Ele não analisou a religião apenas como justaposta à sociedade, mas como um de seus componentes³.

Além dos autores citados acima é importante destacar a obra de Prócoro Velazques Filho e Antônio Gouvêa Mendonça na tentativa de se compreender o fenômeno pentecostal no século XX. Tais autores buscaram analisar o fenômeno pentecostal citando o período situado entre 1910 e 1950 como de “presença discreta”. Mendonça reforçou sua posição, observando que, a partir dos anos 50, chegando aos 70, as igrejas pentecostais atingiram tal desenvolvimento que trouxeram dificuldades para um levantamento completo. Seguindo

² SOUZA, B. M. A Experiência da Salvação: Pentecostais em São Paulo. São Paulo: Duas Cidades, 1969.

³ ROLIM, F. C. Pentecostais no Brasil: Uma Interpretação Sócio-Religiosa. Petrópolis: Vozes, 1985.

FEMA - IMESA

seu raciocínio, ele questiona os movimentos autônomos. Serão realmente pentecostais todas as igrejas alternativas? Ou não passam de agências de cura divina, nem sequer sendo igrejas no sentido estrito do termo?

Embora não seja objeto específico de discussão do presente trabalho, sua preocupação apresentou-se como pertinente já que se verifica acelerado surgimento de subdivisões, de dissidências que permitem a formação de lideranças autônomas. Esses grupos foram denominados de agências de cura divina, já que, além da ausência de características de igreja, não apresentam corpo de fiéis fixo, e se constituem de população flutuante.

No início dos anos 90, novas pesquisas realizadas buscavam agora a base de uma nova tendência no campo religioso brasileiro: o neopentecostalismo. Esta expressão trouxe amplas discussões no ambiente acadêmico porque alguns autores discordaram do termo “neo”. Embora esta discussão não seja objeto do presente artigo, é importante ressaltar que novos valores passaram a fazer parte do discurso religioso em nova etapa de igrejas denominadas por Paul Freston como etapa carioca ou terceira “onda”. Estes novos ramos surgiram no Rio de Janeiro, buscando uma adaptação à sociedade de consumo e defendendo a possibilidade do adepto desfrutar, no plano terreno, os benefícios de sua prática religiosa. A base para tal postura foi a “teologia da prosperidade” inspirada em autores como Keneth Hagin.

Na chamada etapa carioca surgiram os grandes representantes neopentecostais como Igreja Universal do Reino de Deus, Igreja Internacional da Graça, Comunidade Sara Nossa Terra e Igreja Renascer em Cristo. Essa nova fase foi marcada pela formação de grandes templos, uso primeiro do rádio e depois da televisão de forma intensa, busca dos valores seculares com carros, casa, prosperidade e status social elevado além de uma permissão para o acesso aos bens de consumo, guerra espiritual contra o diabo e liberalização dos costumes de santidade. O fiel neopentecostal poderia sinalizar sua prosperidade na vida terrena e sua aquisição material como benção de Deus; ele rompe com a idéia da salvação usando apenas o ascetismo e a rejeição do mundo.

O sociólogo Ricardo Mariano foi um dos principais pesquisadores a indicar que havia uma “mudança” entre os pentecostais e que ela assinalaria uma nova postura frente à sociedade antes considerada apenas como espaço contrário ao Reino de Deus.

Porém o traço marcante de todas as pesquisas acima citadas foi o contexto das grandes cidades brasileiras. A recente classificação adotada pelas novas pesquisas destaca o pentecostalismo em três ondas. A primeira foi sua inserção no território brasileiro ocorrida em 1910 com a Congregação Cristã. A segunda foi no período de 1950 com a Igreja do Evangelho Quadrangular e movimentos autóctones como Brasil Para Cristo (1954) e Deus é Amor (1962). Finalmente, a “terceira onda” teria como ponto de início o Rio de Janeiro compreendendo IURD e com enfoque no exorcismo e teologia da prosperidade.

Mesmo adotando a terminologia “ondas” para estudarmos o pentecostalismo podemos verificar sua ênfase urbana no contexto das grandes capitais regionais brasileiras.

FEMA - IMESA

2. A importância do termo região

Buscando delimitar melhor o estudo enfocando, o pentecostalismo na presente proposta reconhece a importância do debate acadêmico em torno do tema, mas insere um novo elemento visando contribuir para o crescimento e melhor delimitação dos estudos sobre religião.

Neste sentido torna-se imprescindível uma rápida discussão, destacando o uso do termo região muito utilizado em Geografia, Sociologia, Economia e História.

Região é um termo que além de fazer parte da linguagem cotidiana do homem comum, tem um lugar central nas discussões geográficas. Pode-se considerar que seu uso neste ramo do conhecimento é muito complexo, pois une o debate em torno de grandes correntes do pensamento apresentando suas diferentes conceituações e tendências teóricas.

Se considerarmos o século XIX, como momento em que se dá a segunda fase da revolução industrial, a unificação alemã e italiana, e o imperialismo, é possível verificar que a geografia apresentou grande desenvolvimento, pois as pesquisas em torno do espaço se desenvolviam em grande escala. Nesse âmbito, o destaque é para o conceito de região natural entendida como parte da superfície da terra, cujas dimensões foram realizadas segundo escalas territoriais diversas e apresentando uma uniformidade produzida mediante a combinação ou integração de elementos da natureza como: clima, vegetação, relevo e geologia entre outros elementos.

Uma outra vertente nos estudos geográficos é a do possibilismo que, considera a evolução das relações entre homem e natureza, levando em conta a história, passou por fases diferentes como adaptação humana a uma ação modeladora. Essa última ação vê o homem como criador de uma paisagem, atuando no espaço e vivenciando um gênero de vida.

Deve-se destacar também o conceito de região de acordo com a geografia crítica, usando como ponto de partida o materialismo histórico e a dialética marxista que influenciou grande parte dos pesquisadores de forma específica nos anos 70 do século XX. Sob esta ótica, o conceito de região deve ser concebido como articulação dos modos de produção que, segundo Lipietz, ocorrem onde existem conflitos de classes e acumulação capitalista. Sob o modo de produção capitalista, o processo de regionalização tende a se acentuar, apresentando processos simultâneos de diferenciação e integração ditados por um processo crescente de mundialização da economia que tem como ponto de partida o século XV.

É importante considerar que o capitalismo está assentado na produção de valores de troca, destacando a mercadoria como unidade elementar. As constantes transformações levaram os estudiosos a aprofundar suas discussões, considerando a noção de região natural como um conceito restrito que necessita de maior amplitude. Assim, o modelo de região funcional foi caracterizado de acordo com as trocas e fluxos que envolvem vários elementos, tendo como parâmetro o mercado. Cabe destaque para os debates em torno das cidades, *locus* das inter-relações.

FEMA - IMESA

Segundo este modelo, existe uma íntima dependência entre a organização territorial, a função e a localização das cidades, sendo que a noção de região identifica-se com a da rede urbana. Nesse aspecto, os investigadores europeus propuseram divisões na busca de estabelecer três tipos de regiões distintas no caso da Europa Ocidental. Os pontos básicos em tal classificação seriam caracterizados pela presença de grandes cidades, levando em consideração sua densidade, atividades dominantes e aspectos geográficos da rede urbana. Um primeiro tipo, uma grande cidade, capital nacional onde ocorrem as decisões políticas. Elas também se constituem em pólo econômico e cultural. Um segundo tipo seria definido a partir das grandes concentrações industriais ou as cidades menos hierarquizadas. E por fim, o “tipo periférico” onde existem desenvolvimentos diferentes com o nível de crescimento e importância menores em relação às categorias anteriores.

No campo da história regional, os estudos envolvendo o espaço alcançaram grande desenvolvimento, principalmente após a proposta da Escola dos Annales que, a partir de 1929, empreendeu verdadeiras transformações na historiografia francesa.

Por meio de uma abordagem interdisciplinar, os historiadores buscavam os estudos em uma região específica, não se prendendo a um recorte administrativo e geográfico, ressaltando as relações sociais que estabelecem em um espaço previamente delimitado para sua compreensão.

Quanto aos estudos sobre um espaço delimitado, torna-se importante acrescentar que há uma relação importante com a memória. Esta relação já se transformou em um campo onde a sociologia e psicologia podem fornecer contribuições. No caso da sociologia, os estudos empreendidos por Maurice Halbwachs foram imprescindíveis para um debate entre história e memória. Para este autor, o lugar da reconstrução da lembrança não é o acontecimento único, isolado, mas o tempo de um determinado grupo. Há uma relação entre o indivíduo e seu grupo, pois os primeiros “desaparecem”, mas a possibilidade de uma reconstrução da memória torna-se viável assumindo um contorno social.

Em sua obra *A Memória Coletiva*, Halbwachs destaca a relação entre um grupo religioso e o espaço onde ele presta seus cultos. Para o sociólogo francês, um grupo religioso possui a necessidade de se apoiar sobre um objeto, ou sobre uma realidade que dure, pois ele próprio não pretende mudar. (HALBWACHS, 2005, p. 163)

Ainda, segundo Halbwachs, um lugar que recebe a marca de um grupo e suas ações pode se traduzir em termos espaciais, sendo ocupado por ele a reunião de todos os termos. Assim, os inúmeros aspectos e detalhes desse lugar terão sentido apenas para os membros de um grupo, pois se relacionam aos aspectos de sua vida em sociedade e à sua história. Os locais possuem uma especificidade que pode ser sentida apenas pelo grupo ou quando se incorpora ao seu cotidiano, apreendendo os seus elementos internos.

Quando se estuda uma região, ou uma cidade, há de se considerar suas características próprias, que lhe conferem sua identidade, e sua cultura, não se restringindo apenas aos aspectos paisagísticos e naturais. No caso da história das religiões e do pentecostalismo, isso se torna importante como iremos postular na conclusão.

FEMA - IMESA

3. Pentecostalismo e região

Os estudos do pentecostalismo apresentaram um crescimento importante a partir dos anos 90. Como observado, novas visões buscaram dar um panorama a respeito deste fenômeno que atinge o Brasil, provocando uma mudança de comportamento em seus adeptos, seja nos representantes do pentecostalismo clássico ou nos do neopentecostalismo. Mas o que se tem observado é que as novas visões teóricas e epistemológicas dão conta apenas de um pentecostalismo no espaço urbano das grandes metrópoles, não permitindo um maior aprofundamento sobre sua dinâmica em cidades menores.

Embora a Igreja Universal do Reino de Deus adote uma padronização em seu discurso, reproduzido por meio de reuniões ditadas pelos seus principais líderes, ela encontra dificuldades em locais onde há um catolicismo arraigado. Percebe-se, no caso de cidades com mais de 60.000 habitantes, um crescimento acelerado da IURD com novos adeptos e abertura constante de trabalhos visando à base de seu crescimento.

Nessas cidades, o uso do rádio em primeiro plano (geralmente emissoras locais Am e FM) e da televisão constitui uma estratégia para manter o uso da mídia, buscando atrair os fiéis. Foi o caso de Lins, na região Noroeste paulista, onde a IURD transformou o único cinema da cidade em sua sede regional.

Mas quando mencionamos representantes de grande projeção no campo das religiões dos quais podemos estudar o comportamento de seus membros, o problema, embora complexo, apresenta possibilidades para sua compreensão.

O grande desafio para os historiadores e sociólogos da religião é compreender os representantes do pentecostalismo autônomo, estes sim, dotados de grande flexibilidade e poder de reprodução porque não possuem dependência com uma liderança centralizada.

Beatriz Muniz de Souza já notara isto em sua obra pioneira, citando a Igreja Maravilhas de Jesus como pentecostal autônoma atuando em uma região delimitada, como a Grande São Paulo. Aqui cabem duas possibilidades para os estudos, tomando como base as questões regionais que envolvem o pentecostalismo.

A primeira diz respeito às várias igrejas e seitas que surgem diariamente nos grandes centros urbanos brasileiros de forma destacada na região sudeste e sul.

A segunda ocorre nas cidades do interior (como no caso de São Paulo e Paraná) onde aparecem também novos representantes locais, mantendo um ritmo de crescimento importante para o pentecostalismo.

Esses grupos possuem sua própria estrutura de funcionamento, suas doutrinas, conseguindo um crescimento local em primeiro momento significativo como o caso da Comunidade Salém na cidade paranaense de Andirá. Em uma segunda etapa, seu crescimento é lento, entrando até em decadência e lutando contra uma concorrência acirrada em seu meio.

4. Conclusão

O estudo envolvendo a religião e a região constitui algo novo e repleto de desafios, uma vez que esta temática só agora apresenta reflexos no campo da produção intelectual.

FEMA - IMESA

O que se pretende a partir da presente reflexão é contribuir para o seu desenvolvimento, enfocando a necessidade de se compreender as especificidades regionais e sua relação com o discurso pentecostal nesse momento de crescimento na sociedade brasileira.

Vários fatores devem ser levados em conta quando destacamos esta problemática, mas eles poderão ser retomados em estudos posteriores, por meio de uma pesquisa de campo, abarcando os representantes em uma região definida, como no caso de Assis para fornecer um modelo explicativo.

Em uma segunda etapa, esse estudo regional pode servir como parâmetro para as discussões e analogias com novos movimentos, tomando o cuidado com as manifestações culturais locais e suas especificidades, algo difícil de ser detectado em um trabalho cujas linhas teóricas estejam embasadas no contexto dos grandes centros urbanos brasileiros.

BIBLIOGRAFIA

- BARROS, José D.A. *O Campo da História. Especialidades e Abordagens*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- BURKE, P. *A Escola dos Annales*. Trad. Nilo Odália. São Paulo: Unesp, 1991.
- CAMPOS JR. L. C. *Pentecostalismo: Sentidos da Palavra Divina*. São Paulo: Ática, 1995.
- HALBWACHS, M. *A Memória Coletiva*. Trad. Laís Teles Benoir. São Paulo: Centauro, 2004.
- MENDONÇA, A. G. & VELASQUES FILHO, P. *Introdução ao Protestantismo Brasileiro*. São Paulo: Loyola, 1989.
- ROLIM, F. C. *Pentecostais no Brasil: Uma Interpretação Sócio-Religiosa*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- SOUZA, B. M. *A Experiência da Salvação. Pentecostais em São Paulo*. São Paulo: Duas Cidades, 1969.

Dagmar Manieri*

RESUMO: O objetivo desse artigo é mostrar como Van Gogh realizou uma pintura concebida como “obra alternativa”. Sua estética representou aspectos importantes da realidade social num pós-impressionismo que se colocou ao lado do trabalhador comum. Isso não quer dizer que a representação construída pelas gerações posteriores sobre o pintor seja exata; houve, na verdade, uma inversão ideológica. Destacou-se só a dimensão estética (o produto, o quadro), separando o caráter radical da vida do pintor. Esvaziou-se, enfim, a materialidade de sua pintura.

PALAVRAS-CHAVE: estética; ideologia; dominação social; ser social; pintura.

* Doutor em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de São Carlos.

FEMA - IMESA

0. Introdução

Há uma pintura que podemos caracterizar como progressista? A pintura como expressão estética particular pode preservar seu potencial crítico e radical ante a sociedade? Eis algumas interrogações que este artigo procura refletir. Quando temos diante de nós a monumental obra de Van Gogh e percebemos com atenção sua filosofia de vida nas *Cartas a Théo*, compreendemos melhor tudo aquilo que realizou o pintor holandês. Sem dúvida, Van Gogh foi mais que um pintor: estetizou sua própria condição de homem numa arriscada e corajosa postura diante da vida. Mas isto é só um lado do fenômeno, uma face do “problema”; a outra, ao que tudo indica, está em sua reabilitação como “grande pintor”. Assim, por que sua obra não nos leva mais a uma vida alternativa? Por que sua estética foi dissociada das lembranças do ser social humanizado? Temos, então, uma questão fundamental que este artigo procura analisar.

Sobre a relação entre estética e reificação, tem-se geralmente focalizado só um aspecto do problema. Terry Eagleton é um exemplo que pode ser mencionado. Em *A ideologia da estética*, o crítico mostra o processo de manipulação que ocorre com a estética, contra esse desvio, Eagleton sugere o pensamento dialético. Ao ganhar uma certa autonomia, prossegue o crítico, a estética passa a ter uma dimensão própria, vivendo “para si”. É racionalizada (ideologicamente) pelo sistema, convertendo-se em “um refúgio idealizado contra seus valores reais de competitividade, exploração e possessividade material”. Também, “provê a classe média com o modelo de subjetividade à medida para suas operações materiais” (EAGLETON, 1993, p. 12). Nesta última idéia, Eagleton mostra esse aspecto importante do problema, ou seja, o uso da estética reificada como elemento que contribui para acionar a reprodução social, enfim, seu lado ativo.

Ao que tudo indica, o que em vários autores ainda aparece como sugestão ou mais uma idéia sobre a estética (como em Eagleton, por exemplo), em Herbert Marcuse torna-se um elemento fundamental. É o “destino” lamentável que tem trilhado a arte numa sociedade que parece absorver (ou anular) todo o elemento estranho e singular. Sobre esta questão, seu artigo *Algumas considerações sobre Aragon: arte e política na era totalitária* (MARCUSE, 1999) esclarece bem essa idéia.

O tema do esvaziamento das potencialidades da arte (ou da razão, como veremos a seguir) aparece em diversos trabalhos. Na *Dialética do Iluminismo*, Adorno e Horkheimer fazem a crítica das ilusões que o Iluminismo criou em torno da autonomia e poder da razão. Promessa de felicidade e liberdade que se converteram numa dominação moderna ao estilo burguês. No Iluminismo, deixa-se de “pensar o pensamento”, reificando-se o próprio pensamento. A reflexão, o pensar, enfim, nivela-se com o próprio mundo e tudo é convertido em calculabilidade.

Nietzsche vê um processo semelhante que ocorre na Grécia Antiga: a vitória do socratismo sobre o mito trágico. Com esse processo, apaga-se uma dimensão humana importante, ou seja: “(...) a libertação do gosto rude de viver esta vida, e sugere, com um gesto de advertência, o pensamento de uma outra existência e de uma alegria mais alta, entrevistas pelo herói combatente” (NIETZSCHE, 1985, p. 150). Nessa transformação e morte da tragédia, a dimensão radical e transcendente da arte cede lugar para uma outra

FEMA - IMESA

postura, que Nietzsche lamenta: “No essencial, o que o espectador via e ouvia no palco euripidiano era o seu próprio duplo” (NIETZSCHE, 1985, p. 200).

A estética potencializada, enriquecida, humanizada, “não era de modo algum sentida como tal pelo espectador, mas sim como algo indiferente”. Como podemos notar, esse tema do esvaziamento de uma “utopia positiva” que comporta a estética é uma questão fundamental tanto para a filosofia, quanto para os outros ramos das ciências humanas que estudam a arte. Van Gogh pode ser inserido nesse campo de debates, criando-se uma nova determinação sobre sua pintura. A crítica à conversão ideológica que o sistema realiza em torno da vanguarda artística já é uma forma de resgate da primitiva dimensão radical do artista.

1. Ser um pintor

Ao que tudo indica, parece ser em vão procurarmos uma crítica mais direta à sociedade da época nos escritos de Van Gogh. Em suas *Cartas a Théo*, ora ou outra, a sociedade toma a cena. Mas nos enganaríamos se achássemos, pelo contrário, que o pintor quer ficar em paz em seu vilarejo, perto da natureza e ao lado de gente simples. Olhando de forma mais atenta, descobrimos uma concepção diversa. É como “pintor”, ou seja, como “ser artista” que Van Gogh interroga a sociedade. É na vida prática e no reconhecimento de seu tipo social que o confronto se efetiva. Quando ele se refere ao sucesso que sua arte possa lhe trazer, afirma: “Eu tenho horror ao sucesso”.

Gauguin quer Paris porque deseja o sucesso; ele, Van Gogh, necessita de uma vida mais regrada, simples como um antigo monge que se aparta dos perigos da sociedade; só assim permanecerá com uma alma simples, profunda. O pintor sempre se defronta com um dilema: ou vivencia sua glória ou é rejeitado como “louco”. Como sair desse impasse? Ele propõe, assim, uma associação de artistas para melhor enfrentar a vida social. Só com sua individualidade, o artista não pode prosseguir e vencer. Van Gogh sempre hesitou e talvez esse dilema seja o que mais freqüentemente atormentava o artista: viver a vida ou viver a arte? Se o pintor “viver a vida” de forma intensa, profunda e com emoção verdadeira, “seu trabalho não somente também não é pago, mas também lhe custa (...) essa dissipação (...) da personalidade” (VAN GOGH, 1986, p. 181).

O pintor ao ser verdadeiro, anula-se como um tipo social que participa do processo de manipulação da sociedade. A família, a pátria e tantas outras coisas se evaporam para ele; se realiza uma “pintura indiretamente”, torno-me mais produtivo (como “ser social”). Daí a conclusão do artista: “Quanto mais fico dissipado, doente, alquebrado, mais também me torno artista, criador” (VAN GOGH, 1986). Assim, entregar-se ao mundo da arte é algo tão vivo quanto a própria vida. Nesse estado, o artista passa a ser um homem incompreendido, pois sabe que ao viver uma “vida artística”, não está vivendo uma vida verdadeira. E freqüentemente o pintor se interroga sobre os fundamentos desse estado. Só sabe que é uma vida feliz, tanto quanto a “vida verdadeira”. Essa “vida artística” é revolucionária em si, encerra um “belo” que não pode ser desprezado, mesmo sabendo-se que é um belo “artificial”, produto específico do campo artístico.

A pintura exige um esforço que pode ser comparado à profissão de um ferreiro ou de um médico, por exemplo. Exige abstração e esta exigência imprime ao corpo uma dura

FEMA - IMESA

prova. Van Gogh refere-se muitas vezes à “tortura intelectual” que está sujeito o grande pintor em sua vida cotidiana. Esta arte exige, também, paciência e deve ser uma expressão de um ser que vive com certo vigor. Mesmo se uma melancolia ataca o artista, essa forma de depressão necessita de atividade: deve ser uma melancolia ativa.

O artista não deve se preocupar com o mercado, pensar sempre em termos mercadológicos, se suas telas venderão ou não. Há uma passagem das cartas que ele confessa a ausência de um público apreciador de sua obra; neste caso, afirma que pinta para si mesmo. Suas preocupações devem ser dirigidas numa outra direção; a profundidade da obra está em seu caráter autêntico, verdadeiro, mesmo se isto possa implicar na recusa do público. O artista deve viver uma vida normal, simples, como um camponês ou outra profissão qualquer. Só assim sentirá a vida em profundidade. Viver como um pintor não é buscar glória ou um tipo especial de vida. Não é, de forma obsessiva, perseguir o brilho social. Viver como pintor é viver o mundo da pintura; é estar, de forma constante, com os grandes pintores na memória. Não há nada de especial que distinga um pintor de um operário: “Os pintores deveriam viver todos como operários. (...) Na pintura também deveriam existir grandes oficinas, onde cada qual trabalharia mais regularmente” (VAN GOGH, 1986, p. 220), afirma Van Gogh. Então, até a individualidade da profissão de pintor é questionada.

Numa outra dimensão, o pintor é concebido como um pensador, uma espécie de filósofo. A pintura exige um pensar bem atípico. Produz beleza, mas é uma “beleza verdadeira”. O que move o artista autêntico é essa busca desinteressada em torno da “beleza verdadeira”. Realizar a verdade da beleza é o objetivo maior do artista. Se anteriormente, a arte era sinônimo de diversão (pintar era uma imitação divertida do mundo), agora, essa criação artística ganhou uma interessante profundidade. O pintor tem que ser verdadeiro em sua criação; nos tempos modernos, são outras imposições que recaem sobre ele. O verdadeiro pintor em sua arte é como um antropólogo ou cientista: deve tomar a evolução de sua profissão em conta e levar seu objeto com uma profunda seriedade. Van Gogh queixa-se do modo como as conquistas no campo da estética são jogadas de lado, não são incorporadas numa evolução salutar à prática pictórica.

Assim, o gozo estético não está em função de uma determinada afirmação social. A estética multiplica e refina meus sentimentos para melhor sentir o “sofrimento humano”. A pintura me enriquece a sensibilidade como homem humanizado, levando-me à vida. Isso não quer dizer que o trabalho da pintura não seja algo penoso, que exige esforço contínuo. O grande pintor tem consciência que é “um elo na corrente dos artistas”; com isso, paga “um alto preço em saúde, em juventude, em liberdade, as quais não desfrutamos nem um pouco (...)”.

A radicalidade se atreve a romper com os cânones tradicionais do bom gosto. A crítica, em contrapartida, não poupa em seu ataque essa sinceridade do sentimento. Eis um exemplo: “Nunca considerarei Van Gogh senão como um artista muito incompleto, cheios de dons, incapaz de conceber algo superior” (DAIX, 1991, p. 90), afirma Émile Bernard. Esse vanguardismo de Gauguin, Toulouse-Lautrec e Van Gogh, entre outros, é recebido como uma pintura “malfeita”. Van Gogh, inclusive, acrescenta: Até “as honrosas putas têm medo de se comprometer e de que zombem de seus retratos”. Perdem-se, assim, muitos modelos porque as pessoas desejam uma pintura polida, suave. Os menos

FEMA - IMESA

entendidos não percebem que a sutileza da pintura moderna está na cor, no estudo da cor. Assim, sutileza é exprimir o amor de um casal “pelo casamento de dois complementares, sua combinação e suas oposições, as vibrações misteriosas dos tons aproximados”. É preciso ir além do realismo. Pintar uma estrela é exprimir a esperança; pintar o brilho de um pôr-do-sol é exprimir o ardor de um ser – é assim que pensa o artista –.

2. A dimensão estética

Há em Van Gogh, de forma permanente, três dimensões que compõem sua estética. Primeiro, a face misteriosa das coisas e que surge como uma expressão de uma entidade superior, “Deus”; segundo, a intenção de conhecer a realidade que nos cerca e exprimi-la através da pintura e, finalmente, uma terceira que se resume em captar a beleza das coisas. Assim, a dimensão estética não é puramente uma abstração do belo, pelo contrário, está carregada de valores.

O pintor tem consciência de que “a arte é o homem acrescentado à natureza, à realidade, à verdade”. Essa somatória de fatores mostra que o artista deve resgatar, distinguir, libertar e iluminar os elementos que estão à sua volta. Não se trata de um artificialismo. Se o crente deseja conhecer “Deus”, o pintor recomenda que ame intensamente, com uma “simpatia íntima, com vontade e inteligência”. Assim, estética, vida e religião estão necessariamente entrelaçadas. Ao descrever a penosa vida dos trabalhadores em uma mina na Bélgica, Van Gogh vê Cristo nesses mineiros. O próprio Jesus é imaginado como “um operário com feições de dor, de sofrimento e de fadiga, sem nenhuma aparência de beleza, mas com uma alma imortal (...)” (VAN GOGH, 1986, p. 15). O pintor aventura-se nas profundezas da mina, conhece a rotina dos trabalhadores, suas casas e os mais íntimos detalhes de sua vida. O pintor torna-se um observador atento da realidade em sua volta e conclui: “Maris teria feito disto um quadro admirável” dessas cenas.

Assim, o belo em Van Gogh está imbricado com a dimensão humana (ainda que carregada da visão religiosa), juntamente com um pleno conhecimento da realidade. O sentimento que o quadro desperta obriga-nos a “aprender a ver com olhos mais justos”. A beleza não está encerrada só na obra em si, mas é algo mais complexo. Se um mineiro é, por exemplo, representado como uma raça de malfeitores, bandidos e bêbados, a pintura pode mostrar o contrário. Ao conviver quase dois anos ao lado desses pobres trabalhadores, o pintor conclui: “E cada vez mais vejo algo de comovente e até pungente, nestes pobres e obscuros operários” (VAN GOGH, 1986, p. 29).

Aquilo que “ordinariamente idealizamos” (no caso, a falsa imagem dos mineiros) deve dar espaço para um exato conhecimento das coisas. A pintura nasce então com essa preocupação em preservar a exatidão da realidade: “Desenhei até cinco vezes um camponês com uma enxada, um lavrador, em todos os tipos de atitudes”, afirma ele. Logo em seguida, indica que desenhou uma mulher descascando batatas e conclui: “Não ficarei nisto; uma vez que o primeiro carneiro passou pela porta, o resto da tropa o seguirá” (VAN GOGH, 1986, p. 34). Portanto, surge a necessidade de desenhar o conjunto dos trabalhadores de uma região, retratar suas atitudes, seus hábitos, bem como o ambiente de trabalho.

A arte nos faz sentir as coisas de uma forma “mais fecunda e vivificante”. A questão não é sentir o quadro, mas fazer com que a pintura estimule uma nova forma de sentir o

FEMA - IMESA

mundo. “A realidade é mais importante que sentir o quadro” (VAN GOGH, 1986, p. 50), confessa o pintor. A evolução estética e o atual estágio da pintura moderna mostram que há mais “pensamento” na arte, hoje. Os artistas modernos são mais pensadores. O pintor, ontologicamente, deve dar prioridade à realidade e deve colorir, por exemplo, como está na realidade. Só após a execução dessa primeira fase, torna-se possível uma segunda exigência: expressar como o pintor sente as coisas. Então, em Van Gogh há dois momentos que devem ser respeitados: a realidade externa e o mundo da arte. Se ficarmos só no mundo da pintura, então idealizaremos o pintor e sua obra. Os artistas que “só conhecem a rotina de viver entre quadros” caem num erro grave. É preciso uma base sólida para dotar a pintura de profundidade e esta só é possível com um estudo atento da natureza e do mundo social. Van Gogh nunca vê as coisas de forma estanque, fragmentada: Ao procurar conhecer as obras dos grandes mestres da pintura acaba, indiretamente, encontrando-os na própria realidade. Nesse sentido, a estética não se torna uma dimensão abstrata, não é reificada.

Sua estética não se separa da realidade. Pelo contrário, exige atenção e identificação com o mundo do trabalho. Exalta o esforço dessa gente simples que ganha, com pesar, o sustento do dia-a-dia. Van Gogh não quer pintar um mundo social com beleza; quer realizar “uma verdadeira pintura de camponeses” (VAN GOGH, 1986, p. 100), entrar na alma dessa gente. Talvez seja por isso que admira tanto Millet, já que este faz uma grande pintura porque é feita com certa rudeza. Não é uma pintura que traz uma “beleza convencional”. A beleza está numa camponesa em seus trajes cotidianos, “entre os campos em suas roupas de fustão”.

O quadro deve seguir esse mesmo ambiente rústico. Não pode dar um “polimento convencional” àquilo que descreve pictoriamente: “Se uma pintura de camponeses cheira a toucinho, a comida, a batatas, perfeito! Isso não é nocivo (...)” (VAN GOGH, 1986, p. 100-101). A pintura não implica só na reprodução de uma visão, mas representa algo mais profundo. O pintor necessita integrar-se ao meio que representa, deve realizar uma arte “como se fosse um deles, sentindo, pensando como eles mesmos”. A preocupação com a vida do camponês, por exemplo, não é a tradução de um interesse puramente estético. O pintor entende que a vida de um camponês é mais autêntica que a vida do mundo civilizado. Van Gogh indica que embora a pintura tenha realizado tantas coisas, sempre evitou em retratar as pessoas que trabalham: “Nos velhos quadros, as pessoas não trabalham”. A pintura moderna deve romper com a forma convencional de retratar as coisas. Se assim proceder, corre o risco de representar a realidade sob uma mesma estrutura. A pintura moderna deve romper com esse invólucro artificial do modelo ou ideal; ela deve ter vida e para que isto ocorra “as proporções serão quase arbitrárias”. Não posso pintar como um bom artista para o mundo convencional da arte: “Eu ficaria desesperado se minhas figuras fossem boas” (VAN GOGH, 1986, p. 105). Uma pintura fotográfica de um homem lavrando não o mostraria lavrando. A minha pintura deve ser a expressão da forma como sinto as coisas, assim, o artista moderno deve ter a coragem de realizar modificações em sua arte.

3. Observações finais

Não deixa de tornar-se curioso o confronto entre a concepção pictórica de Van Gogh com sua glorificação posterior. Aos menos precavidos, trata-se tão somente de um

FEMA - IMESA

“simples reconhecimento posterior”, uma descoberta tardia de seu valor. Mas a real explicação dessa questão está, ao que tudo indica, em outro terreno. Se a pintura de Van Gogh é uma expressão artística de sua ontologia, plena de visão de mundo que se contrapõe a uma determinada ordem dominante, sua absorção pelo sistema como “obra de valor” provoca, inevitavelmente, um deslocamento fundamental em sua concepção estética. A obra, o produto estético, é dissociado de seu conteúdo existencial/radical, alternativo. O produto separado de sua “carga existencial” é reabilitado (ou interpretado) como nova estética que confirma, indiretamente, a ordem da sociedade capitalista.

A fome e a “loucura” do artista, sua condição de pária, não indicam mais uma estranha forma de se representar as coisas, uma ampliação ameaçadora no modo de percepção artística. A obra absorvida perde sua força negativa (na expressão de Marcuse), não indica mais, através da arte, que uma forma de vida mais intensa e humana é possível. Seu caráter de radicalidade é anulado e seu valor, agora, é avaliado de acordo com o mercado da arte ou como mais um “pintor genial” na história da pintura. O nome do artista se transformou em *nomen* - celebridade, glória; potencializado como valor de troca no mundo da arte, sua força simbólica efetiva foi esvaziada pelo jogo do mercado. A obra esvaziada e elevada ao nível da glória deixou de “iluminar a meta”, não é mais uma alternativa a uma existência mesquinha e estreita, nos limites da ordem burguesa. A estética não carrega mais as tensões com a vida social, não é mais um elemento estranho que perturba a ordem oficial da cultura. Se em vida, Van Gogh manteve-se em alerta contra esse perigo da glorificação e da fama, nas décadas posteriores à sua morte isso não foi mais possível. A excentricidade, o “grosseiro” e o “estranho” foram naturalizados numa fria visão segundo a razão estética: evolução passiva a outras formas mitológicas de evolução social. Se antes, o belo era representar bem a natureza e o homem comum (trabalhador) em sua condição natural, agora, ficou restrito ao puramente estético – foi reificado –.

A estética perde, assim, sua perspectiva social alternativa; seu conteúdo político específico é travestido em estética pura. A antiga contradição do artista com seu meio social converte-se numa outra natureza de contradição: ilusória porque encerrada entre os estreitos limites da pura “sensibilidade burguesa”. E o que isso significa? A postura do “homem burguês” em procurar o belo artificial para encobrir o ser social, sua fealdade e limitação ante a vida concreta. O belo de uma estética politizada não leva mais a um desejo de felicidade transcendente, numa morte feliz da arte (concebida como um campo separado da vida concreta) ao realizá-la numa vida feliz e artística. É, agora, um belo que preserva a ordem existente e convive, insensivelmente, com a desumanização do homem. A estética reificada serve como ideologia para embelezar o capitalismo, justificar, por meio das cores e formas artísticas, coisas injustificáveis. A história e a “evolução” de uma estética sem tensões com a vida já é uma idealização da prática concreta do artista.

Como podemos observar no pensamento de Foucault ou Marcuse há um jogo de vida ou morte entre a força (de negação) da criação estética com a normalidade, ou seja, a arte e a criação estética como “mais real do que a realidade da normalidade” (MARCUSE, 1999, p. 270). Real, no sentido em que Marcuse emprega o termo, equivale a dizer que a obra se assume como estranha e que contém um potencial de transcendência. Em Marcuse (ou Foucault) a estética parece se desprender do ser social; surge em sua individualidade,

FEMA - IMESA

como Quixote, contra todo um sistema de manipulação. Em Marx ou Van Gogh, a estética se associa à vida real, prática, cotidiana. Ainda é uma fase em que a história (real) comporta uma força social alternativa: o proletariado, em Marx ou o camponês/artesão, em Van Gogh. Em ambos, a estética não reificada é aquela que nos remete ao ser social. Determinação da obra que impede que essa estética se isole como entidade abstrata, diferenciada e isolada. A natureza da estética (suas normas, estruturas, formas) deve ser a mesma que a do ser social:

A natureza da alienação subentende que cada esfera aplica uma norma diferença e contraditória, que a moral não aplica a mesma norma que a economia política, etc., porque cada uma delas é uma alienação particular do homem; cada uma está concentrada em uma área específica da atividade alienada e, por sua vez, acha-se alienada da outra (MARX, 1979, p. 131).

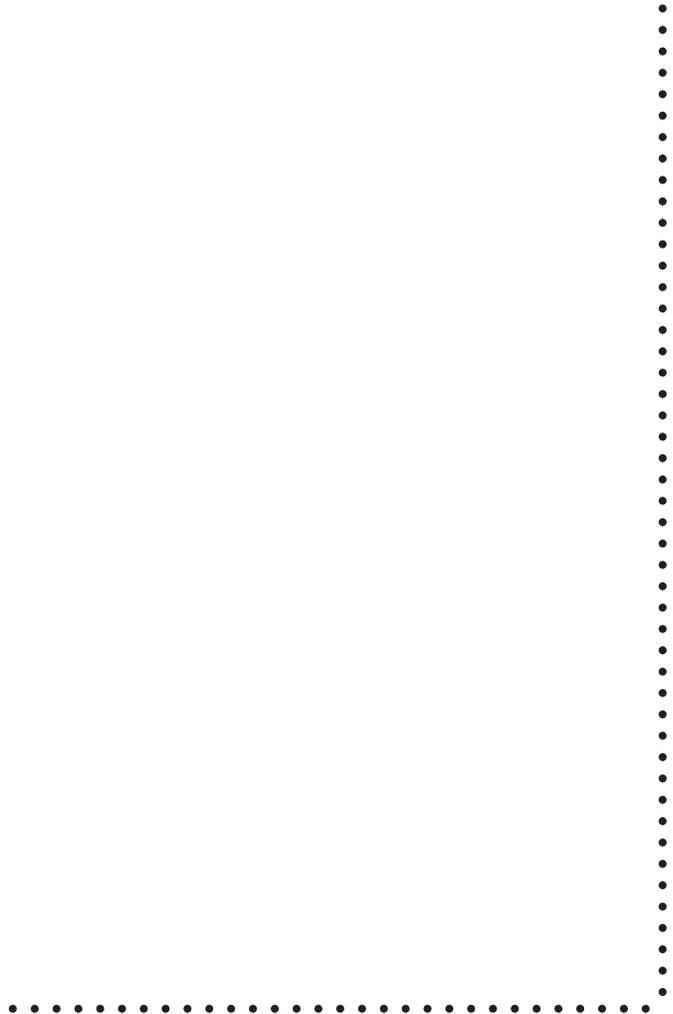
Van Gogh vê no camponês (ser social) traços de um humanismo que a cultura civilizada nega ou oculta. Em Van Gogh a natureza e o trabalhador comum surgem com um conteúdo humano mais vital, autêntico. Sua pintura deita raízes na prática social, numa clara opção à “beleza do trabalho”, porque é um trabalho que liga produtor e produto; necessidade e liberdade. A estética, ao expressar o ser social, embelezou o trabalho e valorizou o homem comum. Mas, ao mesmo tempo, poderíamos afirmar: Van Gogh não idealiza um trabalho que é árduo, penoso? Ele não corre o risco de “materializar a estética” e idealizar um segmento da história (real)? O pintor sabe que o trabalho é algo estafante e tem consciência disso. A vida de um pintor sério e profundo, bem como a de um agricultor, exige um esforço cotidiano. Mas o interessante nisso tudo é que Van Gogh lança todo o complexo cultural na vida real, permanecendo fiel a uma associação da estética com o conjunto de práticas do homem comum. Assim, o pintor (embora careça de uma dialética histórica ao conceber o camponês como um tipo social “ideal”) materializou a estética, adotou uma ontologia que é a expressão do próprio materialismo. O quadro é um meio, um produto (incompleto) de algo mais vivo e profundo: a vida social.

BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, Theodor W. *Filosofia da nova música*. São Paulo: Perspectiva, 2002.
_____. *Teoria Estética*. Lisboa: Edições 70, 1993.
- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Editorial SUR, 1970.
- ASHBERY, John. *Dicionário da pintura moderna*. São Paulo: Hemus, 1981.
- BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- _____. *O poder simbólico*. Lisboa; Rio de Janeiro: DIFEL; BERTRAND BRASIL, 1989.
- DAIX, Pierre. *Paul Gauguin*. Porto Alegre: L&PM, 1991.
- EAGLETON, Terry. *A ideologia da estética*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993.
- FERRY, Luc. *Homo aestheticus*. São Paulo: Ensaio, 1994.
- FOUCAULT, Michel. *História da loucura*. São Paulo: Perspectiva, 1978.

FEMA - IMESA

- JAMENSON, Fredric. *Marxismo e forma*. São Paulo: Hucitec, 1985.
- LEFEBVRE, Henri. *Introdução à modernidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969.
- LUKÁCS, Georg. *História e consciência de classe*. Porto: Escorpião, 1974.
- _____. *Ontologia do ser social*. São Paulo: Ed. Ciências Sociais, 1979.
- MARCUSE, Herbert. *Tecnologia, guerra e fascismo*. São Paulo: Ed. da UNESP, 1999.
- MARX, Karl. Manuscritos econômicos e filosóficos. In: FROMM, Erich. *Conceito marxista do homem*. 7. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.
- NIETZSCHE, Friedrich. *A origem da tragédia*. 4. ed. Lisboa: Guimarães Ed., 1985.
- OSBORNE, Harold. *A apreciação da arte*. São Paulo: Cultrix, 1978.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Ensaio sobre a origem das línguas*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1998.
- SEIGEL, Jerrold. *Paris boêmia: Cultura, política e os limites da vida burguesa (1830-1930)*. Porto Alegre: L&PM, 1992.
- SELZ, Jean (Org.). *L'impressionnisme*. Paris: Fernand Hazan Éditeur, 1972.
- VAN GOGH, Vincent. *Cartas a Théo*. Porto Alegre: L&PM, 1986.
- ZOLA, Emile. *Germinal*. Rio de Janeiro: Ed. Bruguera, 1972.



Érico Casare Nizoli*
Nívea Cristina de Carvalho Guedes**
Daniela Zacharias Cypriano***

RESUMO: O presente trabalho teve como objetivo utilizar a cromatografia líquida de alta eficiência (CLAE) para determinar cafeína no Ribeirão das Pedras, Campinas (SP) e verificar a sua utilização como indicador químico da contaminação de ambientes aquáticos naturais devido à atividade antrópica. Uma recuperação de 68,3% da cafeína foi encontrada na pré-concentração do analito em fase sólida, o que demonstra ser uma etapa crítica na determinação de cafeína por CLAE. A concentração de 1,28 mg/L determinada indica que o Ribeirão das Pedras possui grande impacto antropogênico. Foi verificada uma grande discrepância entre os resultados quando comparados com outros locais também impactados. Essas diferenças ocorrem devido ao pequeno porte do rio estudado e o grande volume de efluente despejado, demonstrando assim, que o cálculo da carga de cafeína (vazão x concentração) é necessário para anular o efeito de concentração/diluição que ocorre nestes casos.

PALAVRAS-CHAVES: cafeína; indicador químico de poluição; qualidade da água.

* Instituto de Geociências – Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP. * Autor para correspondência: erico@ige.unicamp.br. Caixa Postal: 6152 - 13083-870 Campinas/SP.

** Instituto de Química – Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP.

*** Centro de Ciências Exatas, Ambientais e de Tecnologias - Pontifícia Universidade Católica de Campinas - PUCAMP.

FEMA - IMESA

0. Introdução

Com a crescente preocupação com a qualidade das águas naturais, vários parâmetros foram estudados para serem utilizados como indicadores de poluição. Os indicadores bacteriológicos, tais como coliformes fecais, são tradicionalmente utilizados para monitorar a contaminação de águas por esgoto doméstico. Por outro lado, uma série de indicadores químicos também vem sendo empregada para a monitoração do impacto das atividades antrópicas em águas naturais, como metabólicos humano, constituintes farmacêuticos e alimentícios como a cafeína.

A cafeína (1,3,7-trimetilxantina) é uma das substâncias mais consumidas no mundo, podendo ser encontrada nos alimentos, nas bebidas, nos condimentos, no tabaco e em medicamentos. O consumo médio global gira em torno de 70 mg por pessoa por dia, embora grandes variações existam dependendo do país estudado (CHEN et al., 2002). Cerca de 75% da cafeína ingerida por um adulto é proveniente do consumo do café. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Café (2006), o consumo per capita no Brasil de café em pó torrado/moído é de 4,11 kg por habitante ao ano.

Devido à sua natureza antrópica, origem distintiva e consumo elevado, bem como a sua alta solubilidade (13,5 g/L), baixo coeficiente de partição octanol-água ($\log K_{ow} = 0,01$) e insignificante volatilidade, a cafeína se mostra um ótimo indicador de poluição, relacionando-se diretamente à atividade humana (sendo sua fonte principal o esgoto doméstico) e sem nenhuma fonte potencial biogênica (FERREIRA, 2005; CHEN et al., 2002).

Segundo Standley et al. (2000), concentrações de cafeína encontradas em rios do Canadá estão associadas claramente ao despejo de efluentes de plantas de tratamento de esgoto.

Ferreira (2005) demonstrou em seu estudo, no qual relaciona a concentração de cafeína em águas naturais com outros parâmetros indicadores de qualidade de água, que a cafeína apresenta boa correlação com os indicadores microbiológicos. Acrescenta ainda que a utilização sistemática de indicadores microbiológicos foi questionada mundialmente devido à necessidade de se desenvolver métodos analíticos que possam definir a fonte específica de tais organismos, sendo a determinação de alguns patógenos de interesse ambiental complicada e onerosa.

Finalmente, a correlação entre a concentração de cafeína em lagos na Suíça e a população regional (despejo de efluente doméstico) mostra a cafeína como um apropriado indicador de atividade antropogênica (BUERGE et al., 2003).

O objetivo deste trabalho foi utilizar a técnica de cromatografia líquida de alta eficiência para determinar cafeína no Ribeirão das Pedras e verificar a sua utilização como indicador químico da contaminação de ambientes aquáticos naturais devido à atividade antrópica.

FEMA - IMESA

1. Materiais e métodos

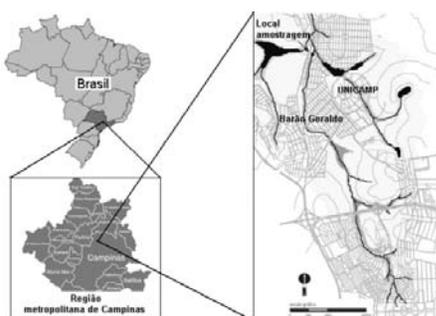
1.1 Área de estudo

A área de estudo encontra-se a norte do município de Campinas (SP) no distrito de Barão Geraldo. A bacia do Ribeirão das Pedras possui área total aproximada de 2974,59 ha., sendo efluente da margem esquerda do Ribeirão das Anhumas. O clima, segundo a classificação de Köeppen (1948), é Cwag'-temperado, moderadamente chuvoso, de inverno seco não rigoroso, com precipitação média anual de 1.409mm (MELLO et al., 1994). A bacia do Ribeirão das Pedras integra a borda oriental da bacia sedimentar do Paraná, estando em contato com o Planalto Cristalino. As rochas magmáticas extrusivas mesozóicas se constituem de diabásios da formação Serra Geral, formados durante o período Jurássico-Cretáceo, e que ocorrem predominantemente na forma de 'sills'. (Campinas, 1996). Segundo Oliveira et al. (1999), o solo da área é classificado como LV4 – Latossolos vermelhos Eutroféricos e Distroféricos, + Latossolos vermelhos Distróficos, ambos A moderados com textura argilosa, relevo suave e ondulado.

1.2 Amostragem e procedimentos analíticos

A amostra foi coletada no canal principal do Ribeirão das Pedras, no distrito de Barão Geraldo, aproximadamente 7,30 km de sua nascente (figura 1). Durante o percurso, o corpo de água passa por áreas densamente urbanizadas que recebem despejo de efluente doméstico sem tratamento. A amostra foi acondicionada em dois frascos nalgene com capacidade de um litro cada. Aproximadamente dois litros foram filtrados, utilizando dois papéis de filtro para eliminar parte do particulado em suspensão. Do filtrado, outra a

líquida de aproximadamente 550 mL foi filtrada, utilizando papel de fibra de vidro (GF/C) com porosidade de 1µm.



(Figura 1: Localização da área de estudo e ponto de amostragem)

Foi realizada uma extração em fase sólida para pré-concentração da cafeína utilizando uma coluna C18 (5,8 x 4,6 mm) condicionada, passando 500 mL da amostra a uma vazão aproximada de 10 mL/mim. O condicionamento da coluna foi realizado eluindo 5 mL de metanol e em seguida 5 mL de água destilada, ambos a uma vazão aproximada de 2,5 mL/

FEMA - IMESA

mim. O “*clean up*” foi realizado eluindo 5 mL de solução ácida de H_3PO_4 a um pH aproximado de 3,0 e vazão de 5 mL/mim. O extrato contendo a cafeína foi recolhido passando 2 mL de metanol pela coluna, sendo ainda recolhidas mais 2 alíquotas do extrato para certificar que todo o analito foi recolhido da coluna de pré-concentração. Para avaliar a exatidão foi realizado um teste de recuperação, utilizando 500 mL de uma solução padrão de 0,028 mg/L de cafeína e adotando os mesmos procedimentos acima descritos.

O método de cromatografia líquida de alta eficiência (CLAE) foi utilizado para determinar a concentração de cafeína. Para tanto, foi empregado um aparelho de CLAE, equipado com coluna C18 (25 cm), com detector de arranjo de diodo (SPD - M104 VP Shimadzu), utilizando acetonitrila 15% como fase móvel, tempo de retenção de aproximadamente 8 minutos, sendo a integração feita em 200 nm.

Para integração dos dados, uma curva analítica foi realizada, utilizando solução padrão de cafeína na faixa de concentração entre 0,25 a 10 mg/L.

2. Resultados e discussões

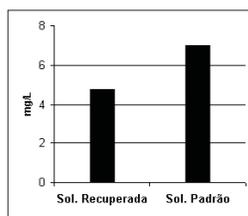
2.1 Recuperação do analito

A pré-concentração em fase sólida é uma etapa crítica para a determinação de cafeína em águas naturais por CLAE. Uma recuperação de 68,3% da cafeína foi encontrada neste trabalho (Figura 2) possivelmente devido à falha no controle da vazão em que a amostra foi eluída através da coluna. Este resultado situa-se abaixo da média descrita na literatura em que valores de 89% (Gardinali e Zhao, 2002), 95,4 a 100,1% (Ferreira, 2005) e 83,5 a 97,8% (Chen *et al.*, 2002) foram estabelecidos.

A primeira eluição com 2 mL de metanol demonstrou ser eficiente, recolhendo 97,5% para a amostra e 99,4% para a solução padrão utilizada no teste de recuperação (Figura 3).

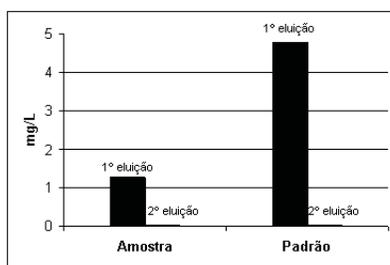
2.2 Concentração da cafeína

A curva analítica foi construída utilizando nove pontos em 0,25; 0,50; 0,75; 1,00; 1,25; 2,50; 5,00; 7,50 e 10,00. A equação obtida ($y = ax + b$) e seu coeficiente de correlação (r) foram calculados obtendo para a curva analítica $y = 202383x + 14105$ e $r = 0,9938$ (Figura 4).



(Figura 2: Concentração da solução recuperação da solução padrão utilizadas no teste de recuperação da cafeína)

FEMA - IMESA



(Figura 3: Concentrações das duas eluições utilizando 2 mL de metanol)

O resultado obtido da concentração de cafeína no Ribeirão das Pedras foi de 1,28 mg/L, um alto valor quando comparado com outros locais também impactados (tabela 1). Essa discrepância ocorre devido ao pequeno porte do rio estudado e um grande despejo de efluente não tratado. Com uma pequena vazão, a concentração da cafeína em sua água é concentrada enquanto que, em rios maiores, o volume de água acaba diluindo a concentração do traçador. A forma mais adequada de se tratar os dados seria então calcular a carga de cafeína (vazão x concentração), assim anulando o efeito de concentração/diluição que ocorre.

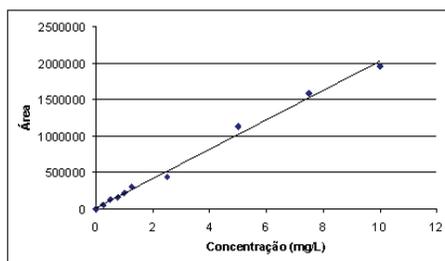


Tabela 1 - Dados da literatura de concentração de cafeína em águas naturais

Local	Concentração	Literatura
Rio Ramos (RJ - Brasil)	357,0 µg/L	(FERREIRA, 2005)
Rio Meriti (RJ - Brasil)	196,0 µg/L	(FERREIRA, 2005)
Canal Penha (RJ - Brasil)	208,0 µg/L	(FERREIRA, 2005)
Baía de Guanabara (RJ - Brasil)	134,0 µg/L	(FERREIRA, 2005)
Rio Miami (Flórida – USA)	41,2 ng/L	(GARDINALI; ZHAO, 2002)
Baía Biscayne (Flórida – USA)	11,9 ng/L	(GARDINALI; ZHAO, 2002)
Rio A (Canadá)	0,25 µg/L	(STANDLEY et al., 2000)
Rio B (Canadá)	0,07 µg/L	(STANDLEY et al., 2000)
Rio Glatt (Suíça)	164 ng/L	(BUERGE et al., 2003)
Lago Middle (Suíça)	50 ng/L	(BUERGE et al., 2003)

FEMA - IMESA

3. Conclusão

O resultado deste trabalho demonstra que o Ribeirão das Pedras em Campinas/SP possui um grande impacto antropogênico verificado através da concentração de cafeína obtida. A discordância entre os resultados encontrados e a literatura possivelmente foi influenciada pela vazão do rio, sendo a utilização do valor de carga ($\text{mg}\cdot\text{m}^{-3}\cdot\text{s}^{-1}$) a melhor maneira para se comparar os dados. Os parâmetros operacionais da pré-concentração devem ser bem ajustados para se obter a máxima recuperação possível. A cafeína é um ótimo indicador químico da contaminação de ambientes aquáticos naturais devido à atividade antrópica.

BIBLIOGRAFIA

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ – ABIC. Estatísticas. Disponível em: <<<http://www.abic.com.br/estatisticas.html>>>.
Acesso em: 15 jun. 2006.
- BUERGE, I. J.; POIGER, T.; MULLER, M. D.; BUSER, H. F. (2003) Caffeine, an anthropogenic Marker for Wastewater Contamination of Surface Waters. *Environ. Sci. Technol*, 37, p. 691-700.
- CHEN, Z.; PAVELIC, P.; DILLON, P.; NAIDU, R. Determination of caffeine as a tracer of sewage effluent in natural waters by on-line solid-phase extraction and liquid chromatography with diode-array detection. *Water Res*, 36, p. 4830-4838, 2002.
- FERREIRA, A. P. Caffeine as an environmental indicator for assessing urban aquatic ecosystems. *Cad. Saúde Pública*, 21, p. 1884-1892, 2005.
- GARDINALIA, P. R.; ZHAOB, X. Trace determination of caffeine in surface water samples by liquid chromatography–atmospheric pressure chemical ionization–mass spectrometry (LC–APCI–MS). *Environ. Int*, 28 (6), p. 521-528, 2002.
- KÖEPPEN, W. *Climatologia*. Fondo de Cultura Económica, México, 478, 1948.
- MELLO, M. H. A.; PEDRO JUNIOR, M. J.; ORTOLANI, A. A.; ALFONSI, R. R. *Chuva e temperatura: cem anos de observações em Campinas*. Boletim Técnico 154. Instituto Agrônômico de Campinas, 1994.
- OLIVEIRA, J. B.; CAMARGO, M. N.; ROSSI, M.; CALDERADNO FILHO, B. *Mapa Pedológico do Estado de São Paulo*. EMBRAPA, IAC, Campinas, SP, 1999.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINAS. *Plano Local de Gestão Urbana de Barão Geraldo*. Campinas, SP, 1996.
- STANDLEY, L. J.; KAPLAN, L. A.; SMITH, D. Molecular Tracers of Organic Matter Sources to Surface Water Resources. *Environ. Sci. Technol*, 34, p. 3124-3130, 2005.

FEMA - IMESA



Impressão e Acabamento

Triunfal Gráfica e Editora

Rua José Vieira da Cunha e Silva, 920/930/940 - Assis/SP
CEP 19800-141 - Fone: (18) 3322-5775 - Fone/Fax: (18) 3324-3614
CNPJ 03.002.566/0001-40