

**RELAÇÕES ENTRE A HISTÓRIA E A CULTURA VISUAL: ANÁLISE DA  
PUBLICIDADE BRASILEIRA ENTRE OS ANOS DE 1979 Á 1985**

Alana Milcheski

UNIOESTE

alanamilcheski@gmail.com

**Resumo:** Este trabalho é parte da pesquisa que realizei no mestrado e que teve como fonte a publicidade, através da análise de anúncios veiculados na Revista Veja entre os anos de 1979 e 1985. Na pesquisa foram sistematizadas sete categorias temáticas referentes aos conteúdos das peças publicitárias, sendo que nesse trabalho iremos apresentar as peças da categoria "cenário político", composta por três anúncios publicitários. Para embasar as análises iremos utilizar os estudos de Ulpiano T. Bezerra conceituando a abordagem das fontes históricas. Em termos de metodologia utilizaremos a análise semiótica, considerando a mensagem transmitida pela imagem em dois sentidos: o denotativo e o conotativo.

**Palavras-chaves:** Publicidade; Política; História.

Durante muito tempo, desde o surgimento da História enquanto disciplina no século XIX, as imagens foram utilizadas, tanto no ensino como na pesquisa, como meras ilustrações do conteúdo escrito. A noção do que poderia ser considerada como uma fonte para os estudos dentro da história ficou restrita a fontes tradicionais, como documentos escritos e de caráter oficial.

Esse entendimento, do que pode ser uma fonte histórica ou não, vem sendo contestado por alguns movimentos dentro da história, como por exemplo, a Escola dos Annales que reivindicou a inclusão de fontes que antes não seriam compreendidas enquanto tal, como a literatura e o cinema.

Em 1929, com a reviravolta significativa promovida pelos Annales na ampliação do conceito de fonte histórica, o estudo de imagens conquistou um novo espaço, possibilitando também o diálogo sobre a temática com outras áreas do saber, através da perspectiva interdisciplinar. Nesse sentido destacamos que:

Não se estudam fontes para melhor conhecê-las, identificá-las, analisá-las, interpretá-las e compreendê-las, mas elas são

identificadas, analisadas, interpretadas e compreendidas para que, daí, se consiga um entendimento maior da sociedade, na sua transformação (MENESES, 2003, pág. 26).

A inserção da publicidade como uma fonte histórica dentro da área data de um período recente e faz parte desse processo do estabelecimento de novos objetos históricos. Esse é um dos principais fatores para compreendermos como está estabelecida a relação entre a área da história e a publicidade, sendo que a bibliografia acerca do tema ainda é relativamente pequena, situação que nos oferece alguns desafios e possibilidades.

Nessa perspectiva podemos situar a imagem como um elemento do processo cultural, o que permite historicizar a fonte, acessando o contexto histórico no qual foi produzida.

Acerca da metodologia utilizamos a análise semiótica composta por dois sentidos fundamentais na análise da imagem: o primeiro sentido é o denotativo que refere-se à mensagem em seu significado dado, ou seja, o que apreendemos da aparência, a forma em si. Já o segundo sentido é o conotativo e está relacionado à percepção da existência de outras conotações possíveis para a mensagem transmitida, sendo composto pelos significados subjetivos que estão presentes, o que podemos definir como o signo.

### **O som protecionista**

Muitos estudos historiográficos realizados sobre as ditaduras militares na América Latina convergem para a formação de um consenso em torno da efetiva intervenção dos EUA nos golpes de estados e na consolidação dos regimes ditatoriais. Para entendermos essa questão é necessário compreendermos qual era o papel dos EUA em termos de relações internacionais considerando a conjuntura mundial em que ocorreram os golpes de estado e o processo histórico que deu origem à supremacia dos EUA transformando-o em uma potência global, esse processo pode ser denominado como a formação do imperialismo estadunidense.

O período que se estende do final da década de 40 ao início da década de 70 foi marcado na história do capitalismo mundial como uma fase de prosperidade e expansão, na qual grande parte das economias capitalistas avançadas teve índices de crescimento de investimento, de produção, de emprego e de salário sem precedentes históricos.

Essa é a época em que se desenvolve o auge da hegemonia norte-americana sobre o mundo capitalista, proporcionando o desenvolvimento econômico com altas taxas de lucro não somente aos EUA, como também para os seus aliados e concorrentes no mundo capitalista avançado.

A hegemonia norte-americana colocada nos arranjos militares, diplomáticos e nos acordos comerciais, produtivos, tecnológicos e financeiros possibilitou a um conjunto de países o planejamento econômico nacional, com a adoção de políticas econômicas de cunho keynesiano, de natureza anticíclica, nas quais o Estado assumia um papel importante na regulação, no planejamento e na coordenação do processo de acumulação. Vale lembrar que o padrão de acumulação capitalista que surgiu no pós-guerra foi fruto de relações políticas impostas ao capital e não sob as condições por ele desejadas. (SANTOS, 2006, pág. 38).

Podemos perceber que o desenvolvimento dos EUA esteve diretamente relacionado ao desenvolvimento do próprio capitalismo, encontrando na economia estadunidense um de seus principais expoentes.

Em seguida destacamos que o predomínio dos EUA teve como um de seus principais meios de consolidação a imposição de seu modelo tanto a nível econômico quanto cultural a outros países através da promulgação de acordos e tratados nos mais diversos âmbitos, difundindo seu padrão de funcionamento interno pelo mundo.

No que tange ao embate político, econômico e ideológico que culminou na Guerra Fria e teve os EUA como representante do modelo capitalista versus a URSS como representante do modelo socialista, os dois países buscaram fortalecer as relações internacionais, e na América Latina paralelamente a isso, a Revolução Cubana desencadeou nos EUA a preocupação iminente de que mais revoluções pudessem irromper pelo continente.

A peça publicitária a ser analisada contém o seguinte título: “Finalmente uma potência que não vai explorar os brasileiros”, inicialmente podemos considerar que a mensagem publicitária faz menção à potência do produto anunciado, um som da marca CCE. Nesse sentido a mensagem refere-se a um atributo tecnológico do produto eletrônico, sua potencialidade na reprodução do som, porém se atentarmos para um trecho

do texto que segue podemos perceber a existência de elementos que remetem para outro possível significado.

Dessa forma, consideramos que além dos aspectos mencionados na contextualização outro que é bastante significativo, é a questão acerca da intervenção dos EUA no Brasil através da importação de produtos estadunidenses e da presença das multinacionais no país.

Paralelamente, destacamos um desenvolvimento considerável na indústria nacional, de forma que podemos interpretar esses aspectos citados como integrantes de um duplo movimento, sendo que: As bases da monopolização consolidadas no período ditatorial e asseguradas pela dívida pública (através dos gigantescos investimentos estatais para assegurar infraestrutura e produção de base para os setores monopolistas) seguiam o padrão anterior, voltadas para o mercado interno, ao lado de permanentes incentivos às exportações.

A plena agregação das empresas multinacionais, ao lado do crescimento paralelo das empresas brasileiras, se traduziu em experiências de exportações de produtos industrializados ou, mesmo, de exportações de capitais (sobretudo no setor da construção civil, cf. CAMPOS, 2008), em momentos de crise do mercado interno.

Ao longo da década de 1980, nova série de empresas brasileiras se lançava no mercado internacional, indo além das exportações de bens e estabelecendo depósitos, subsidiárias, adquirindo plantas locais preexistentes ou implantando suas próprias unidades de produção em países vizinhos.

A amplitude e variedade dos interesses burgueses e a intrincada rede de organizações patronais e empresariais geravam, certamente, novos conflitos entre as frações que pretendiam dirigir o processo, mas estas contavam com uma multifacetada gama de articulações e de foros internos de deliberação, assim como áreas de refúgio econômico proporcionadas pela extensão de empresas diferenciados portes, permitindo a diversificação de aplicações no plano interno e externo, para além de fusões e incorporações (FONTES, 1999, pág. 505).

Podemos perceber que a consolidação das multinacionais e o crescimento das indústrias nacionais permitiram ao país a exportação dos próprios produtos nacionais e a disputa pelo mercado externo.

Sendo assim podemos considerar que a indústria nacional já possuía uma estrutura bastante consolidada e que o discurso presente na peça, intenta reforçar a economia através do consumo de produtos nacionais.

Dessa forma a peça remete diretamente ao entendimento de que a indústria no país era consciente de si e seus potenciais, utilizando o argumento do protecionismo para reafirmar a importância da produção nacional.

# FINALMENTE UMA POTÊNCIA QUE NÃO VAI EXPLORAR OS BRASILEIROS.

Atenção caros brasileiros. Vocês não precisam mais enfraquecer a economia para ter um som potente no carro. Nada de gastar com amplificador. Basta instalar o rádio toca-fitas OCE 500, o único com 40 watts. E que além de poderoso, é também o mais justo. Não distribui graves, agudos e médios a torto e a direito, sem critério. Tudo no OCE 500 é perfeitamente equilibrado.

Agora veja as riquezas dessa potência: AM/FM Stereo, auto-reverse com toda programação, loudness, tecla para ajuste de sintonia, sistema autocorretivo no avanço e retrocesso da fita, dial com Light Selector. Tenha a potência do OCE 500 como sua aliada. Assim você não precisa pagar mundos e fundos para outras potências.



Uma potência amiga.

Peça n.º 15 – Publicidade da CCE. Fonte: Revista Veja, Ed. 774, 06/07/1983, pág. 63. Texto da peça: Finalmente uma potência que não vai explorar os brasileiros. Atenção ouvintes do Brasil. Vocês não precisam mais enfraquecer a economia para ter um som potente no carro. Nada de gastar com amplificador. Basta instalar o rádio toca-fitas CCE 500, o único com 40 watts. E que além de poderoso, é também o mais justo. Não distribui graves, agudos e médios a torto e a direito, sem critério. Tudo no CCE 500 é perfeitamente equilibrado. Agora veja as riquezas dessa potência: AM/FM Stereo, auto-reverse com tecla programa, loudness, tecla para ajuste de sintonia, sistema autocorretivo no avanço e retrocesso da fita, dial com Light Selector. Tenha a potência do CCE 500 como sua aliada. Assim você não precisa pagar mundos e fundos para outras potências. CCE – Uma potência amiga.

Entendemos protecionismo como: Adoção de um sistema de tarifas ou cotas para restringir o fluxo das importações. Com a formação do mercado capitalista em âmbito internacional, os partidários de medidas protecionistas envolveram-se num amplo debate com os defensores do livre-cambismo, isto é, da divisão do trabalho em escala internacional, com a especialização de cada área na produção de um determinado bem agrícola ou industrial.

A argumentação dos protecionistas partia de considerações não-econômicas. Por exemplo, diziam que a agricultura e as principais indústrias de um país deviam ser mantidas em nível suficiente para atender à demanda ante um eventual corte do fornecimento externo, em decorrência de uma guerra.

Da mesma forma, as indústrias-chave na defesa nacional deveriam ser protegidas para evitar dependências de fornecedores estrangeiros. Além desses argumentos, o protecionismo pode apoiar-se em justificativas econômicas.

Práticas de defesa de mercado contribuem indiscutivelmente para o desenvolvimento de novas indústrias no país protegido, as quais dificilmente teriam de competir em escala internacional; mais ainda, em condições de capacidade ociosa, as medidas protecionistas contribuem para o aumento do nível de emprego, atraindo a demanda para a produção doméstica.

O protecionismo pode atuar através da defesa do mercado interno, nesse sentido consideramos que a ideia da peça de reafirmar a importância do consumo de um produto nacional em contrapartida ao de um importado age nesse sentido.

Por fim destacamos o papel que a publicidade atribui ao consumidor, colocando-o como um agente que possui a capacidade de não enfraquecer a economia nacional e contribuir na contenção da intervenção da potência estadunidense.

Através do consumo de um produto da indústria nacional, evidencia o campo de ação individual como o que realmente possui as condições necessárias para promover as modificações na economia do país.

Consideramos que essa ação é realizada no intuito de dialogar com consumidores que efetivamente sejam conscientes da intervenção estrangeira, canalizando essa consciência para o consumo como uma forma de resolução da situação sem gerar impactos maiores a nível social.

### **O lápis politizado**

Na peça publicitária da Labra (figura 32) encontramos em sua composição um texto curto na parte inferior, seguido de uma foto do lápis da marca e uma imagem que ocupa quase todo o anúncio, composta pelo desenho de um rosto feminino.

Esse é o rosto de Esther de Figueiredo Ferraz que nasceu em São Paulo, no dia 06 de fevereiro de 1915. Formada em Direito e Filosofia, foi professora universitária e a primeira a assumir um Ministério, o da Educação, no país em 1985/1990.

A sua nomeação pode ser considerada como um marco nas lutas feministas pela conquista da participação da mulher nos espaços institucionalizados da política governamental.

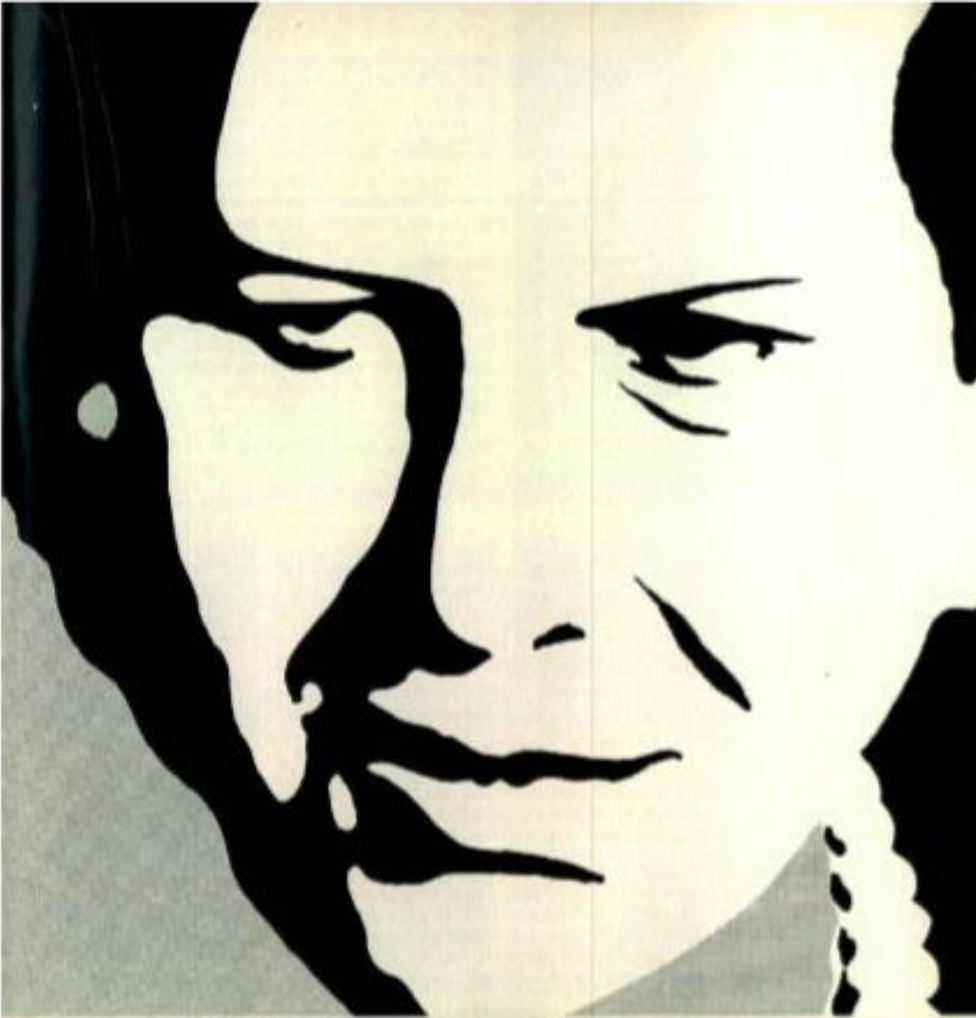
Entretanto destacamos que tal mudança na organização estrutural do sistema político brasileiro não pode ser atribuída somente aos méritos da ministra nomeada ou ao presidente que concedeu o cargo, mas deve ser interpretada como uma decisão relacionada à conjuntura do período como um todo:

Com a redemocratização dos anos 1980, o feminismo no Brasil entra em uma fase de grande efervescência na luta pelos direitos das mulheres: há inúmeros grupos e coletivos em todas as regiões tratando de uma gama muito ampla de temas - violência, sexualidade, direito ao trabalho, igualdade no casamento, direito à terra, direito à saúde materno-infantil, luta contra o racismo, opções sexuais. Estes grupos

organizavam-se, algumas vezes, muito próximos dos movimentos populares de mulheres, que estavam nos bairros pobres e favelas, lutando por educação, saneamento, habitação e saúde, fortemente influenciados pelas Comunidades Eclesiais de Base da Igreja Católica. Este encontro foi muito importante para os dois lados: o movimento feminista brasileiro, apesar de ter origens na classe média intelectualizada, teve uma interface com as classes populares, o que provocou novas percepções, discursos e ações em ambos os lados (PINTO, 2010, pág. 17).


Sendo assim, podemos perceber que a década de 1980 como um todo representou um momento de consolidação para algumas pautas das lutas feministas, atingindo várias áreas em todo o país. A peça publicitária em consonância com o momento político do Brasil destaca: —*A educação brasileira ganhou uma senhora ministro. Isso é um grande acontecimento. É a primeira mulher a assumir um Ministério em toda a história da República*”. O texto enfatiza então a nomeação da primeira mulher ao cargo público de ministra, ao mesmo tempo em que considera esse momento como um —grande acontecimento, dando uma conotação de cunho histórico.






**A educação brasileira ganhou uma senhora ministro.**

Isso é um grande acontecimento. É a primeira mulher a assumir um Ministério em toda a história da República. E num posto tão importante como é a pasta da Educação. Dona Esther de Figueiredo Ferraz, a Labra deseja que a senhora continue traçando com linhas firmes e decisivas o novo futuro da educação deste país.



labra



Aracóbia - Paraná. 117

Peça nº 16. Fonte: Revista Veja, Ed. 729, 25/08/1982, pág. 117. Texto da peça: A educação brasileira ganhou uma senhora ministro. Isso é um grande acontecimento. É a primeira mulher a assumir um Ministério em toda a história da República. E num posto tão importante como é a pasta da Educação. Dona Esther de Figueiredo Ferraz, a Labra deseja que a senhora continue traçando com linhas firmes e decisivas o novo futuro da educação deste país.

Outro aspecto que ressaltamos é a ênfase na questão de o ministério ser o da educação, aspecto evidenciado na continuidade do texto: —*E num posto tão importante como é a pasta da Educação. Dona Esther de Figueiredo Ferraz, a Labra deseja que a senhora continue traçando com linhas firmes e decisivas o novo futuro da educação deste país*”.

Nesse trecho podemos perceber a existência de uma metáfora na parte que se refere aos votos para que a ministra — “*continue traçando com linhas firmes e decisivas*”, no sentido de que pode ser entendido como dar continuidade a um projeto político anterior.

Consideramos que a opção pelas palavras — “traçando” e — “linhas” são referências que remetem ao próprio ato da escrita e que pode também significar ações, como a assinatura de documentos oficiais.

Essas atividades, a de ler e a de escrever, não se restringem ao ato de compreender que os rabiscos numa folha branca são símbolos que representam sons da fala ou de discriminar as formas das letras.

Elas consistem em ter uma percepção auditiva aguçada, entender o conceito de palavras e sentenças e ser capaz de organizar textos no papel. Além destes aspectos, saberes considerados básicos para que uma pessoa possa aprender a ler e a escrever, considera-se que estas atividades humanas e complexas permitem a produção e apropriação de diversos sentidos à razão de alguns lugares sociais e dos modos de participação dos sujeitos que empreendem essas atividades e, por seu intermédio, estabelecem interlocuções com outras pessoas, de diferentes tempos e espaços (MUNHOZ, 2008, pág. 291).

O ato da escrita remete então não somente a ação em si, dos traços e riscos no papel, mas também ao domínio de um conjunto simbólico que permite a associação entre os elementos utilizados para compor uma produção textual.

Dessa forma, destacamos também que o ato de escrever pode ser compreendido como um símbolo da educação e que o produto veiculado, o lápis, é um dos instrumentos essenciais para a função da escrita manual.

É preciso reconhecer que nas atividades de ler e escrever pode ocorrer o processo criativo, e que este não se restringe às grandes obras da literatura. Em nossa sociedade,

ensinar e aprender a linguagem escrita, atividades tipicamente humanas e culturalmente determinadas, ocorrem por um processo formal que, muitas vezes, apresenta um caráter institucional; ou seja, este momento é marcado pelo ingresso do sujeito, ainda na infância, em instituições responsáveis pelo ensinar: as escolas.

Sabe-se que este processo varia entre as diversas culturas, mas o que marca o percurso do processo de apropriação da linguagem escrita é a intencionalidade do ensinar e aprender a ler e a escrever, característica está também presente em relação a outros conhecimentos considerados socialmente relevantes, que compõem os currículos escolares.

Sendo assim, podemos perceber que o desenvolvimento da capacidade de apreender a escrever e a ler está comumente associada ao ensino da educação nas instituições oficiais destinadas a esse fim, as escolas que são de responsabilidade do Ministério da Educação.

Por fim consideramos que a marca busca veicular a imagem de que é uma indústria sintonizada com as mudanças na conjuntura política do país, especificamente num assunto que remete ao seu próprio ramo de produtos, a educação.

### **A banheira terapêutica**

Na peça publicitária da Jacuzzi encontramos a seguinte cena: um homem com aparência de estar próximo à meia-idade, com sobrepeso e de óculos, mergulhado em espumas de sabão numa banheira com um telefone ao lado<sup>1</sup>.

Figura típica de um homem de negócios, na qual os óculos transmitem um ar de seriedade, o sobrepeso representa o reflexo da dedicação aos negócios que acarretou no sacrifício do cuidado ao próprio corpo e a idade intenta demonstrar que já possui alguma experiência, mas que ainda se mantém atualizado no mundo dos negócios.

---

<sup>1</sup> Devido à grande semelhança, consideramos que o homem desenhado na imagem faz referência ao Ministro da Fazenda do Brasil (1967-1974), Delfim Neto, entretanto diferentemente da peça anterior o texto não faz menção nenhuma ao Delfim e nem ao Ministério, por isso optamos por uma análise mais genérica da peça.

O momento é de relaxar após um dia estressante de trabalho, mas para enfatizar o quanto ele realmente é dedicado aos seus compromissos, nem mesmo nesse momento pode ficar distante do telefone. Por fim no título que acompanha a imagem, em letras garrafais está exposta sua maior preocupação: a inflação.

Em termos da análise, consideramos que a primeira averiguação a ser realizada é a de traçar indicativos de qual era a situação econômica no período em que a peça foi veicula.

Muitas vezes, temas de interesse geral constituíram parte das pautas de reivindicação nos momentos de lutas salariais – vale lembrar, aliás, que os funcionários públicos, sobretudo os de baixo escalão, foram duramente penalizados no aspecto salarial sob a ditadura e pela inflação, na década de 1980. (FONTES, 2010, pág. 246).

Nesse sentido, podemos afirmar que a questão da inflação era efetivamente real, sendo que suas consequências eram mais sentidas pelos funcionários com menores salários, que sentiram seus impactos de forma mais direta, pelo menos no que tange ao funcionalismo público. Em consonância à condição mencionada acima, destacamos que as consequências mais severas da inflação recaíram sobre os setores mais pobres, como um todo, sendo que:

Vista com o recuo que quase 30 anos permitem, a década de 1980 e seus desdobramentos nos primeiros anos 1990 evidenciam uma importante inflexão na trajetória histórica brasileira, que, conservando inúmeras de suas tradições, encontrava-se diante de uma conjuntura de novo tipo, na qual conjugavam-se lutas populares fortes com a necessidade burguesa da estabilização de um formato político de tipo democrático-representativo. Vários elementos precisam entrar aqui na linha de conta: a crise econômica, com o crescimento explosivo da dívida externa; a inflação galopante, que cobrava seu custo, sobretudo dos setores mais pauperizados da população, exatamente num período no qual a ditadura entrara em crise e ascendiam os movimentos populares pela democracia; a tensão no interior dos movimentos populares, que crescia no sentido de uma superação da ordem até então dominante, ainda que confusamente diluída no bojo de reivindicações que primavam por um conteúdo —democrático!, mas carreavam um teor socializante. (FONTES, 2010 pág. 323).

Evidenciamos então que a questão econômica do período englobava também, para além da inflação, outros aspectos como a crise relacionada ao crescimento da dívida externa. Em termos gerais também podemos perceber que o período era de ebulição

social que apontava as contradições entre as tentativas de manutenção da ordem burguesa em contraposição à emergência das reivindicações populares.

Na análise do título encontramos: “*O melhor remédio contra a tensão e o desgaste provocados pela inflação*”. Frente ao cenário social descrito a peça publicitária prometia uma solução, pelo menos para os efeitos psicológicos e físicos individuais, consequentes segundo o anúncio da inflação, sendo que podemos encontrar essa associação, entre a situação econômica e o estado psicológico dos indivíduos, nos termos utilizados como “tensão” e “desgaste”.

# UNIQUE JACUZZI O MELHOR REMÉDIO CONTRA A TENSÃO E O DESGASTE PROVOCADOS PELA INFLAÇÃO.



**P**ara planejar uma resposta moderna aos problemas atuais, é preciso pensar em economia. Economia de custo, de espaço, de consumo e de mão-de-obra. Por isso a Jacuzzi está lançando a Unique, uma banheira hidroterápica versátil que cabe até num box, sem nenhuma necessidade de reforma. Pode ser facilmente removida se você mudar de casa. E seu consumo de energia é menor do que de um chuveiro elétrico. Com a Unique você economiza em tudo, menos na qualidade da hidroterapia. Neste assunto a Jacuzzi é irredutível. Mesmo porque, não precisaria ser nenhum doutor em economia para reduzir o custo do produto diminuindo sua qualidade. Entre em contato com o Revendedor Jacuzzi mais próximo de você e peça para ele mostrar todas as opções de Unique. Depois de ter uma Unique em casa, você vai ver que é muito mais fácil combater a inflação quando você está relaxado e de bom humor.

**Hidroterapia compacta no preço e no tamanho.**



**Jacuzzi**  
Hidroterapia compacta no preço e no tamanho.

Jacuzzi do Brasil Indústria e Comércio Ltda.  
Fábrica e Escritório Central  
Rafaelia do Carmo - SP 79  
Av. SLS - CP 280  
Fones: (051) 6711 - Telex: 1133709  
227-88 - 12330 - Br-SP  
Filial Jacuzi:  
São Paulo: 786-8677  
Rio: 294-0548  
Belo Horizonte: 226-6294  
P/Recife: 214-725  
Cumbá: 223-5487

14

Peça n.º 17. Fonte: Revista Veja, ed. 775, 13/07/1983, pág. 14. Texto da peça: Unique Jacuzzi. O melhor remédio contra a tensão e o desgaste provocados pela inflação. Para planejar uma resposta moderna aos problemas atuais, é preciso pensar em economia. Economia de custo, de espaço, de consumo e de mão-de-obra. Por isso a Jacuzzi está lançando a Unique, uma banheira hidroterápica versátil que cabe até num box, sem nenhuma necessidade de reforma. Pode ser facilmente removida se você mudar de casa. E seu consumo de energia é menor do que de um chuveiro elétrico. Com a Unique você economiza em tudo, menos na qualidade da hidroterapia. Neste assunto a Jacuzzi é irredutível. Mesmo porque, não precisaria ser nenhum doutor em economia para reduzir o custo do produto diminuindo sua qualidade. Entre em contato com o Revendedor

Jacuzzi mais próximo de você e peça para ele mostrar todas as opções da Unique. Depois de ter uma Unique em casa, você vai ver que é muito mais fácil combater a inflação quando você está relaxado e de bom humor. Hidroterapia compacta no preço e no tamanho. Jacuzzi, transforma a água em saúde, prazer e alegria.

Dessa forma, a “tensão” e o “desgaste” podem ser compreendidos como sintomas a serem tratados, sendo o diagnóstico da causa atribuído à inflação e o tratamento recomendado é a utilização de uma Jacuzzi.

Na sequência da análise textual podemos observar que a peça mescla duas abordagens, a primeira que destacamos é composta pela descrição do produto anunciado e pode ser percebida nos seguintes trechos: *“Por isso a Jacuzzi está lançando a Unique, uma banheira hidroterápica versátil que cabe até num box, sem nenhuma necessidade de reforma (...) Pode ser facilmente removida se você mudar de casa (...) Hidroterapia compacta no preço e no tamanho”*.

A segunda abordagem opta por relacionar os benefícios do produto associados à questão econômica: *“Para planejar uma resposta moderna aos problemas atuais, é preciso pensar em economia. Economia de custo, de espaço, de consumo e de mão-de-obra (...) E seu consumo de energia é menor do que de um chuveiro elétrico (...) Com a Unique você economiza em tudo, menos na qualidade da hidroterapia. Mesmo porque, não precisaria ser nenhum doutor em economia para reduzir o custo do produto diminuindo sua qualidade (...) Depois de ter uma Unique em casa, você vai ver que é muito mais fácil combater a inflação quando você está relaxado e de bom humor”*.

Com a utilização da ideia de economia percebemos que há um duplo sentido, sendo que pode ser referenciada à concepção de economia global, através da menção à inflação; e em outro sentido à concepção de economia doméstica, como no trecho referente à redução dos custos de energia elétrica e espaço, ao se comprar uma Jacuzzi.

Consideramos então que a peça intenta demonstrar que o produto pode ser uma forma de se livrar das complicações derivadas da economia, tanto em escala macro quanto micro. A peça tenta estar em sintonia com o seu público-alvo que nesse caso especificamente, necessita possuir um capital elevado para a aquisição do produto ofertado, sendo que a construção da peça é no sentido de atingir esse universo.

Por fim, consideramos que o anúncio associa a condição emocional de estresse individual como uma consequência da situação econômica do país, descartando outros inúmeros fatores que podem alterar o estado de equilíbrio emocional humano. Ao mesmo

tempo a peça aborda uma temática que interfere na sociedade como um todo, e afeta principalmente as camadas mais pobres, sendo que a proposta de solução do anúncio para resolver o problema da inflação também é de cunho individual e se configura na aquisição de uma banheira Jacuzzi.

### **Referências bibliográficas**

FONTES, Virgínia. **O Brasil e o capital imperialismo: teoria e história**. Rio de Janeiro: EPSJV/Editora UFRJ, 2010.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra. Fontes visuais, cultura visual, história visual. Balanço provisório, propostas cautelares. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 23, nº 45, pp. 11-36 – 2003, pág. 26.

MUNHOZ, Silmara Carina Dornelas; ZANELLA, Andréa Vieira. Linguagem escrita e relações estéticas: algumas considerações. **Psicologia em Estudo: Maringá**, v.13, n. 2, p. 287-295, abr./jun. 2008, pág. 288. 193 Ibid, pág. 291.

PINTO, Céli Regina Jardim. Feminismo, História e Poder. **Rev. Sociol. Polít.**, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun. 2010, pág. 17.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo Dicionário de Economia**. São Paulo: Círculo do Livro, 1999, pág. 505.

SANTOS, Marcelo. A supremacia dos EUA no Pós-Guerra Fria. **Perspectivas**, São Paulo, 29: 33-67, 2006, pág. 38.