



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

MARLENE FERREIRA ROYER

**REVISTA SESINHO E O DISCURSO DO SESI PARA A
INFÂNCIA:
A APROPRIAÇÃO DA LINGUAGEM DOS QUADRINHOS NO
ÂMBITO DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

Londrina
2014

MARLENE FERREIRA ROYER

**REVISTA SESINHO E O DISCURSO DO SESI PARA A
INFÂNCIA:
A APROPRIAÇÃO DA LINGUAGEM DOS QUADRINHOS NO
ÂMBITO DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

Dissertação apresentada à Universidade Estadual de Londrina como requisito para obtenção do título de mestre em Comunicação.

Orientador: Prof^o Dr. Rozinaldo Antônio Miani.

Londrina
2014

**Catálogo elaborado pela Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central da
Universidade Estadual de Londrina**

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

R891r Royer, Marlene Ferreira.
Revista Sesinho e o discurso do SESI para a infância: a apropriação da linguagem dos quadrinhos no âmbito da comunicação institucional / Marlene Ferreira Royer. – Londrina, 2014.
167 f. : il.

Orientador: Rozinaldo Antonio Miani.
Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de Londrina, Centro de Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2014.

Inclui bibliografia.

1. Revista Sesinho – Teses. 2. História em quadrinhos – Teses. 3. Comunicação organizacional – Teses. 4. Discurso institucional – Teses. I. Miani, Rozinaldo Antonio. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Comunicação e Artes. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. III. Título.

CDU 316.77:741.8



Universidade
Estadual de Londrina



PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO

CENTRO DE EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E ARTES
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

Marlene Ferreira Royer

Título: "REVISTA SESINHO E O DISCURSO DO SESI PARA A INFÂNCIA: A APROPRIAÇÃO DA LINGUAGEM DOS QUADRINHOS NO ÂMBITO DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL"

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Dr. Rozinaldo Antonio Miani (Orientador)
Universidade Estadual de Londrina

Prof.ª Dr.ª Olga Brites
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Prof. Dr. Miguel Luiz Contani
Universidade Estadual de Londrina

Londrina, 25 de abril de 2014.

Dedico este trabalho aos meus pais, Otilma e José Divino (*in memoriam*); ao meu marido Douglas e às minhas filhas Julia e Nicole. Tudo que sou e que faço é por vocês e para vocês.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me permitir viver, sonhar e realizar, pelas oportunidades e por me conduzir nesta caminhada;

Agradeço minha mãe Otilma, meu pai José Divino (*in memoriam*), por terem me dado tudo que preciso na vida, amor e educação;

Agradeço meu marido Douglas, eterno companheiro, pelo incentivo, pelo suporte técnico, e por acreditar que posso ir além daquilo que penso ser capaz, e se vou, é porque você está ao meu lado;

Agradeço às minhas filhas Julia e Nicole, por tentarem compreender esta fase de ausência, pelo brilho nos olhos e pelas palavras que me comovem todos os dias. Desejo que, com esta experiência, eu possa transmitir o amor pelo conhecimento e o respeito por todos aqueles que têm algo de novo a nos ensinar;

Agradeço aos familiares – irmãos, sogros, cunhados, sobrinhos, tios e primos pelo incentivo e por estarem sempre presentes;

Agradeço aos velhos e novos amigos de toda a vida, que mesmo distantes, torcem e vibram com minhas conquistas, compartilham minhas emoções e meus sonhos;

Agradeço ao meu orientador Prof^o Dr. Rozinaldo Miani, por ter aceitado este desafio e, ao meu lado, compreender os novos horizontes da comunicação visual e organizacional;

Agradeço à professora Belmira Cunha, supervisora pedagógica da revista Sesinho, por disponibilizar todo o material desta pesquisa;

Agradeço aos professores do programa de mestrado Dr. Paulo Cesar Boni, Dr. Alberto Carlos Augusto Klein, Dr. Silvio Demétrio e Dra. Dirce Vasconcellos Lopes, com os quais tive o privilégio de compartilhar conhecimentos durante a realização das disciplinas do mestrado, e aos demais professores que direta ou indiretamente fizeram parte desta jornada;

Agradeço aos amigos do mestrado por compartilharem comigo os momentos de conhecimento e reflexão que culminaram neste projeto;

Agradeço à Prof^a Dra. Marlene Marchiori e Prof^o Dr. Miguel Luiz Contani pelas relevantes contribuições que ofereceram na banca de qualificação;

Agradeço à CAPES, pela oportunidade e incentivo à pesquisa;

ROYER, Marlene Ferreira. **Revista Sesinho e o Discurso do Sesi para a Infância: A Apropriação da Linguagem dos Quadrinhos no Âmbito da Comunicação Institucional**. 2014. 167f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de Londrina. Londrina. 2014.

RESUMO

Este estudo propõe a análise da revista Sesinho, publicação do Sesi – Serviço Social da Indústria, no período de 2001 a 2011 visando identificar a utilização do material como prática comunicativa e como o discurso da entidade se revela na linguagem iconográfica das histórias em quadrinhos, no âmbito da comunicação institucional. A leitura dos quadrinhos reside na compreensão das palavras e imagens, que juntas, delimitam o conteúdo da mensagem transmitida e, nesse contexto, o estudo problematiza a apropriação dessa linguagem na construção do discurso do Sesi para a infância, público alvo da publicação. Neste trabalho serão abordados os conceitos referentes à comunicação organizacional, área que abrange os estudos do fenômeno comunicacional das organizações, com a perspectiva relacional, que considera a relevância de todos os atores na produção do discurso da entidade. Nesta área, tem destaque a vertente da comunicação institucional que representa as formas para que o discurso organizacional seja compartilhado e compreendido pelos públicos que direta ou indiretamente influenciam e são influenciados pelas organizações. Considera-se nesta pesquisa, como discurso institucional os enunciados da indústria, em suas diversas formas de linguagem, que visam produzir sentido junto aos seus interlocutores, contemplados aqui como os diversos públicos com os quais o Sistema Indústria se relaciona. A pesquisa adota o método qualitativo e ocorre em dois níveis: o descritivo, que pretende descrever as características das linguagens visual e verbal das publicações com o estabelecimento de relações entre as mesmas; e o exploratório, com a finalidade de se obter uma visão geral dos dez anos de produção do material. O procedimento metodológico adotado neste estudo para coleta e análise de dados é a Análise de Conteúdo, uma técnica de característica híbrida que pode ser utilizada de maneira sistemática para a análise de conteúdos da linguagem verbal e visual, portanto, aplicável ao estudo das imagens dos quadrinhos, no qual se pretende identificar as construções discursivas que estão imbricadas na linguagem iconográficas. As considerações obtidas revelam que a utilização das histórias em quadrinhos no âmbito da comunicação institucional pode contribuir com a produção de sentidos por parte do leitor, quando este reconhece os significados e os impactos emocionais das imagens, sendo assim, uma prática comunicativa relevante e adequada à natureza relacional da comunicação nas organizações. Assim, o estudo pode contribuir com novas abordagens de pesquisas no campo da imagem e sua relação com o campo da comunicação organizacional, onde seja considerada a convergência dos quadrinhos com a perspectiva da comunicação interacional que veem as organizações como construções discursivas.

Palavras-chave: Revista Sesinho. Histórias em quadrinhos. Comunicação organizacional. Discurso institucional. Análise de conteúdo.

ROYER, Marlene Ferreira. **Sesinho magazine and the SESI's speech for children: the appropriation of comics language for the institutional communication.** 2014. 167 pages. Dissertation (Master in Communication) – Universidade Estadual de Londrina. Londrina. 2014.

ABSTRACT

This study proposes the analysis of Sesinho magazine, a publication of SESI – Social Service of Industry, in the period of 2001 to 2011 to identify the use of the material as a communicative practice and how the discourse of the institute is revealed by the iconographic language of comics, inside the context of institutional communication. The reading of comics lies in the understanding of words and images, which together, delimit the content of the message sent and, in this context, the study questions the appropriation of language in the construction of SESI's speech for children, target audience of the publication. In this work we will focus on concepts related to organizational communication, an area that covers the studies of communication phenomenon on organizations, with the relational perspective, that considers the relevance of all the actors in the production of the institutional speech. To this area has highlighted the aspect of institutional communication that represents the ways in which organizational speech is shared and understood by the public that directly or indirectly influence and are influenced by organizations. It is considered in this research, as an institutional speech, industry's utterances, in its various forms of language, which aim to produce meaning among its interlocutors, referred here as the various publics with which SESI is related. The research adopts the qualitative method and occurs on two levels: descriptive, which aims to describe the characteristics of visual and verbal languages of the publications with the establishment of relations between them, and exploratory, with the aim of obtaining an overview of the ten years of production of the material. The methodological approach adopted in this study for data collection and data analysis is Content Analysis, a technique of hybrid feature that can be used in a systematic way for the content analysis of verbal and visual language, therefore, applicable to the study of comics images, which is intended to identify the discursive constructions that are embedded in the iconographic language. Considerations obtained show that the use of comics in the context of institutional communication can contribute to the production of meaning by the reader, when it recognizes the meanings and emotional impacts of image, thus being relevant and appropriate to the relational communicative practice in organizations. Thus, the study may contribute with new researches in the field of image and in its relation to the field of organizational communication, which is considered the convergence of comics with the prospect of interactive communication that sees organizations as discursive constructions.

Keywords: Sesinho Magazine. Comics. Organizational communication. Institutional speech. Content analysis.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Quadro das teorias e modelos de comunicação organizacional.	29
Figura 2 –	Estrutura de comunicação da CNI	46
Figura 3 –	Exemplos de HQs corporativas.	54
Figura 4 –	Primeira e última edição da revista Sesinho - 1ª fase da publicação.	60
Figura 5 –	Diagrama com resumo da análise da Revista Sesinho - período 1947/1960	62
Figura 6 –	Quadro das diretrizes do programa Educação para Nova Indústria.	71
Figura 7 –	Expediente	77
Figura 8 –	Quadro com personagens principais da Turma do Sesinho	78
Figura 9 –	Instrumento para coleta de dados na Análise de Conteúdo	80
Figura 10 –	Qualificação e trabalho	82
Figura 11 –	Educação e trabalho	83
Figura 12 –	Saúde e trabalho	83
Figura 13 –	Institucional - CNI	84
Figura 14 -	Ação Global	84
Figura 15 –	Esporte, lazer e cultura	84
Figura 16 –	Estrutura física	84
Figura 17 –	Comportamento e educação	85
Figura 18 –	Comportamento e esporte	85
Figura 19 –	Comportamento e trabalho	86
Figura 20 –	Cultura	86
Figura 21 –	Competição e comportamento	87
Figura 22 –	Competição e trabalho	87
Figura 23 –	Competição e esporte	87
Figura 24 –	Competição entre o bem e o mal	87
Figura 25 –	Meio ambiente	88
Figura 26 –	Reciclagem	88
Figura 27 –	Meio ambiente	88
Figura 28 –	Esporte e inclusão	89
Figura 29 –	Esporte e valores	89
Figura 30 –	Lazer e trabalho	89
Figura 31 –	Aventuras imaginárias	89

Figura 32	–	Uso do computador	89
Figura 33	–	Uso do celular	90
Figura 34	–	Trabalho e qualificação	90
Figura 35	–	Trabalho nas colmeias	90
Figura 36	–	Trabalho nas empresas	90
Figura 37	–	História da CNI	92
Figura 38	–	História do Brasil	92
Figura 39	–	Higiene e Saúde	92
Figura 40	–	Segurança e prevenção	92
Figura 41	–	Textos /balões	94
Figura 42	–	Quadro de onomatopeias	96
Figura 43	–	Fenômenos da natureza	96
Figura 44	–	Máquinas e veículos	96
Figura 45	–	Sons vocais – homem	97
Figura 46	–	Sons vocais - animais	97
Figura 47	–	Sesinho e Nina	99
Figura 48	–	Régis	99
Figura 49	–	Sesinho como porta-voz do Sesi	99
Figura 50	–	Quadro de personagens secundários	100
Figura 51	–	Imagens da natureza	101
Figura 52	–	Imagens do espaço	101
Figura 53	–	Imagens do ambiente urbano	101
Figura 54	–	Quadro de códigos ideogramáticos	102
Figura 55	–	Ideogramas	102
Figura 56	–	Ambiente real	106
Figura 57	–	Ambiente imaginário	106
Figura 58	–	Preservação ambiental	109
Figura 59	–	Hábitos e condutas	109
Figura 60	–	Prudência.....	109
Figura 61	–	Criatividade.....	109
Figura 62	–	Metáforas e analogias	110
Figura 63	–	Metalinguagem	110
Figura 64	–	Representação da pobreza	111
Figura 65	–	Representação da pobreza	111

Figura 66 – Diferenças sociais	111
Figura 67 – Educação	111
Figura 68 – Serviços do Sesi	112
Figura 69 – Novo contexto das organizações	113
Figura 70 – Qualificação e trabalho	113
Figura 71 – Novo perfil do trabalhador	114
Figura 72 – Sesinho divulga Programa Sesi por um Brasil alfabetizado	114
Figura 73 – Sesinho divulga o Projeto Ação Global	115
Figura 74 – Sesinho divulga Programa Sesi Educação do Trabalhador	115
Figura 75 – Sesinho porta voz do Sesi.	116
Figura 76 – Diagrama com resumo da análise da Revista Sesinho - período 2001/2011	120

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Análise – Categorias.....	81
Gráfico 2 – Análise - Outras categorias	91
Gráfico 3 – Personagens	98
Gráfico 4 – Ambientes nas histórias	104
Gráfico 5 – Ambientes nas categorias	105

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tabela de análise longitudinal – Categorias	82
Tabela 2 – Tabela de análise – Outras categorias	91
Tabela 3 – Incidência de personagens	97
Tabela 4 – Incidência de ambientes	104
Tabela 5 – Ambientes.....	105
Tabela 6 – Valores	107

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	INDÚSTRIAS NO BRASIL – HISTÓRIA E DISCURSOS	26
2.1	Comunicação e modelo associativista.....	26
2.2	Comunicação Organizacional.....	27
2.3	Discurso Institucional.....	34
2.4	O Sesi, o trabalhador e a indústria – um resgate histórico	40
2.5	Políticas de comunicação do SESI.....	45
3	SESINHO – DISCURSOS PARA INFÂNCIA	47
3.1	Linguagem dos quadrinhos	47
3.2	História.....	56
3.3	Primeiros discursos: 1947/1960	58
3.4	Novo contexto: 2001/2011	63
3.4.1	Indústria, Trabalho e Subjetividade.....	67
3.4.2	Sesinho e o programa de educação do Sesi.....	70
4	REVISTA SESINHO – IMAGEM E REPRESENTAÇÃO DO DISCURSO DO SESI	75
4.1	Pré análise.....	75
4.2	Descrição do material.....	76
4.2.1	Descrição analítica e exploração do material	79
4.3	Tratamento dos Dados, Inferência e Interpretação.....	80
4.3.1	Análise das categorias e incidências por edição.....	81
4.3.2	Análise das Unidades de Registo – Linguagem verbal	93
4.3.3	Análise das Unidades de Registo – Linguagem visual.....	97
4.3.4	Análise das unidades de contexto – fundamentação teórica	103
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	117
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	122

APÊNDICES	126
Apêndice A: Instrumento de Coleta de dados	127
Apêndice B: Unidades de Registro – Linguagem Verbal – Texto	143
Apêndice C: Unidades de Registro – Linguagem Verbal – Texto	146
Apêndice D: Unidades de Registro – Linguagem Visual – Objetos e Imagens	151
Apêndice E: Unidade de Contexto – cenários	153
Apêndice F: Observações por ano de edição	155
ANEXOS	157
Anexo A: Quadro de atribuições das Gerências Executivas	158
Anexo B: Capas Revista Sesinho	160

1 INTRODUÇÃO

A temática deste estudo envolve a análise da revista de histórias em quadrinhos Sesinho publicada no período de 2001 a 2011 e a identificação do discurso institucional do Serviço Social da Indústria (Sesi), entidade mantenedora e produtora do material. A revista é um dos materiais utilizados pelo Sesi na comunicação com o público infantil e, desde 2005, ano que marca a criação da rede de Colégio Sesi, a publicação é utilizada como parte do material pedagógico, tendo como público alvo crianças e adolescentes anos matriculadas no ensino fundamental e ensino médio, oferecidos pela entidade.

A publicação foi criada em 1947 para, segundo informações do portal corporativo do sistema FIEP, “divertir e educar toda uma geração, tendo como personagem principal o menino Sesinho, exemplo de menino: educado, ‘gente boa’, honesto e amigo, capaz de grandes gestos para auxiliar as pessoas” (FIEP, 2011). A revista, criada e produzida pelo jornalista, poeta, contista e historiador Vicente Guimarães, era vendida em banca e, após 154 edições, parou de circular em 1960. Seu relançamento ocorreu em 2001 com o mesmo objetivo: “resgatar a cidadania e fazer com que o público infanto-juvenil se informe de maneira divertida e saudável. A distribuição é gratuita para nossas unidades e beneficia crianças e jovens de todo o Brasil” (SESI, 2011, p. 1).

Estudar a revista Sesinho é uma forma de compor duas experiências que, embora em tempos distintos, fazem parte da minha vida pessoal e profissional. Minha relação com os quadrinhos começou na infância, por meio dos gibis do Pato Donald, Mickey, Zé Carioca, Luluzinha e Turma da Mônica. Crédito às histórias em quadrinhos meu gosto pela leitura e minha incursão pelo mundo da literatura infantil. O colorido das imagens e os textos curtos e engraçados me envolviam e despertavam minha curiosidade e imaginação.

Por causa desse referencial foi que, em 2010, a revista Sesinho me chamou a atenção. Meu contato com o material ocorreu durante o período de trabalho na Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), quando tive oportunidade de ler as revistas e levá-las para casa para que também pudessem ser desfrutadas pelas minhas filhas. Desta vez, minha curiosidade estava relacionada com minha atividade profissional de Relações Públicas, assim, minha atenção se concentrou no fato de a revista ser um material de comunicação do Sesi e que, portanto, tinha mais intenções do que simplesmente entreter e divertir as crianças.

A oportunidade de fazer estas conexões ocorreu com minha inclusão como aluna especial no Programa de Mestrado em Comunicação Visual da Universidade Estadual

de Londrina, especificamente na disciplina Linguagens Iconográficas e Mídia, que me apresentou as modalidades iconográficas das caricaturas, charges, cartuns e histórias em quadrinhos, bem como a possibilidade de estudo da discursividade das linguagens iconográficas, com seus signos verbais e visuais.

Assim ocorreu a escolha da revista *Sesinho* como objeto de estudo, apresentado e aprovado para minha inclusão, em 2012, como aluna regular no Programa de Mestrado. Um fator foi fundamental para o desenvolvimento do projeto: a doação do acervo com 114 edições da revista pelo Departamento Nacional do Sesi, obtidos a partir do contato com a professora Belmira Cunha, na época, coordenadora pedagógica da revista *Sesinho*.

Como objetivo desse estudo propõe-se uma análise panorâmica de 10 anos de publicação, com o intuito de identificar os principais assuntos abordados pela entidade, no papel de representante do segmento industrial, ao direcionar seu discurso à infância. A abordagem ocorre no contexto da comunicação organizacional do Sesi e nos estudos acerca de temas como discurso institucional e linguagem iconográfica dos quadrinhos.

O Sesi é uma entidade de direito privado, mantida e administrada pela indústria e foi fundado em 01 de julho de 1946 por meio do Decreto-Lei nº 9.403, que atribuiu à Confederação Nacional da Indústria (CNI) a criação, direção e organização da mesma. O surgimento da entidade ocorreu em função da mobilização de empresários que, segundo consta no portal corporativo do Sesi, “despertaram o governo para a necessidade de promover a integração e a solidariedade entre patrões e empregados” (SESI, 2012). A entidade se propõe a melhorar a qualidade de vida dos trabalhadores da indústria e seus dependentes oferecendo atividades que incluem serviços nas áreas de Educação; Saúde e Segurança no Trabalho; Lazer, Esporte Cultura e Responsabilidade Social e Empresarial¹, bem como ações de inclusão social e promoção da cidadania (CNI, 2007).

Dentre os objetivos institucionais do Sistema Indústria², a revista *Sesinho* está diretamente ligada à área de educação, que engloba projetos de educação básica e continuada, sob a responsabilidade do Sesi, por meio da rede de Colégio Sesi, e a educação profissional, sob a condução do Serviço Nacional de Aprendizagem da Industrial (Senai).

¹ O Sesi tem uma estrutura composta por um Departamento Nacional e 27 Departamentos Regionais, instalados em todos os 26 estados brasileiros e no Distrito Federal. A dimensão de sua atuação pode ser traduzida pela presença em 2.006 municípios de todo o país, onde uma força de trabalho composta por cerca de 50 mil profissionais alocados em 1.963 unidades de atendimento, que incluem 324 Centros de Atividades, 891 Unidades Operacionais e 748 Unidades Móveis, desenvolve atendimentos às indústrias e seus trabalhadores (CNI, 2007).

² O Sistema Indústria é formado pela CNI, SESI, SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, IEL – Instituto Euvaldo Lodi e Federações das Indústrias.

A razão que levou os industriais a investir em educação foi a necessidade de “formação de recursos humanos capazes de sustentar o progresso da indústria” (CNI, 2007, p.37) No setor de educação o Sesi ressalta que um dos objetivos da indústria é formar cidadãos empreendedores, criativos, socialmente responsáveis e preocupados com o meio ambiente, contribuindo para o desenvolvimento de mão-de-obra qualificada (CNI, 2007). Para isso, mantém programas que envolvem a educação infantil, ensino médio e fundamental, cursos profissionalizantes, alfabetização e educação básica para jovens e adultos. A entidade montou estruturas, dentre as quais se destaca a rede de Colégios Sesi³ e metodologias próprias para atender filhos de industriários e a comunidade onde os colégios estão instalados.

Conforme divulgado no portal da Fiep (2013), nos colégios Sesi, a revista Sesinho faz parte da metodologia de ensino, pois “como uma ferramenta inovadora, o personagem consegue encurtar a distância entre professores e alunos” (FIEP, 2013). Além do uso em sala de aula, os alunos levam a publicação para casa, para compartilhar as histórias com a família. As narrativas têm como contexto de argumentação temas como educação, história, meio ambiente, atualidades, saúde e ética, “no entanto, muitas vezes o mais importante é aprender com o comportamento correto do personagem diante de certas situações” (FIEP, 2013, p.1).

A Revista Sesinho tem por finalidade transmitir conhecimentos variados, baseados em princípios e valores como cidadania, solidariedade, companheirismo, ética, comportamento, moral e diversão (FIEP, 2011). Para atingir os objetivos, a revista tem uma estrutura na qual consta uma história em quadrinhos com uma temática específica desenvolvida pelos personagens da turma do Sesinho, e seções internas com passatempos, curiosidades, correspondências que reforçam a temática central da revista.

Além de ser um recurso pedagógico, no contexto da comunicação organizacional, a revista representa um canal de comunicação entre o Sesi e o público infantil, aspecto reforçado pela entidade quando afirma na comunicação do portal corporativo que “a revista do Sesinho é a porta-voz do SESI junto às crianças. Seu personagem principal é um menino [...], que vive experiências semelhantes às de seu público alvo” (SESI, 2011).

Na linguagem dos quadrinhos a forma humana é a imagem mais universal que possibilita a aproximação com as referências do leitor, assim, o personagem Sesinho e demais componentes de sua turma estabelecem uma relação mais familiar com as crianças. Para Will Eisner (2010) a forma humana e a linguagem de seus movimentos corporais são

³ Os dados estatísticos sobre a rede de colégios Sesi no Brasil não foram disponibilizados pela entidade e na pesquisa realizada não foram encontradas informações atualizadas.

ingredientes essenciais dos quadrinhos, pois, “quando uma imagem é habilidosamente retratada, ao ser apresentada ela consegue deflagrar uma lembrança que evoca reconhecimento e os efeitos colaterais sobre a emoção” (EISNER, 2010, p.100).

Assim, *Sesinho* torna-se o interlocutor do discurso do *Sesi* junto às crianças. O conceito de Tom Daniels, Barry Spiker e Michael Papa (1997) contribui para o entendimento do papel de *Sesinho* como agente de comunicação, pois, segundo os autores, “o termo comunicação é compreendido como significado partilhado criado entre duas ou mais pessoas por meio da transação verbal e não verbal” (DANIELS; SPIKER E PAPA, 1997, *apud* RIBEIRO, 2009, p. 182). Os autores argumentam que os elementos engajados na transação verbal e não verbal estão envolvidos na geração de percepção e interpretação da informação e que a comunicação se efetiva quando há significado compartilhado ou interpretação comum. O significado existe quando a informação, produto do processo comunicativo, está colocada dentro de um contexto, seja ele simples ou complexo (RIBEIRO, 2009).

Convergindo com esta perspectiva, o autor Stuart Hall (2003) coloca a comunicação como uma estrutura produzida e sustentada na articulação de momentos distintos, porém interligados, que consiste nas fases de produção-circulação, distribuição e consumo. A revista *Sesinho*, enquanto produto comunicativo pode ser considerada como objeto deste circuito que, segundo HALL (2003) é composto por “significados e mensagens sob a forma de signos-veículo de um tipo específico, organizados, como qualquer forma de comunicação ou linguagem, pela operação de códigos dentro da corrente sintagmática de um discurso” (HALL, 2003, p.387). É na forma discursiva que a circulação do produto se efetiva e chega para a recepção de diferentes audiências. Ao atingir o público, o produto comunicativo deve ser traduzido e transformado em práticas sociais, assim, o circuito do processo de comunicação se completa e produz seus efeitos e, “antes que qualquer mensagem possa ter um “efeito”, ou tenha um uso específico, a mesma deve ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente decodificada” (HALL, 2003, p.390).

Para que seu conteúdo seja decodificado e compreendido pelos seus leitores, a revista *Sesinho* cria contextos narrativos, cujas codificações permitem que o personagem e o leitor passem a experimentar as mesmas experiências, viabilizadas pela linguagem híbrida - visual e verbal - características das histórias em quadrinhos. Este conjunto de significados decodificados pode influenciar, entreter, instruir, persuadir, ou ainda, “ter consequências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas” (HALL, 2003, P. 390). Assim, tanto o recebimento, a compreensão como o uso que as

audiências fazem das mensagens decodificadas não podem ser entendidos apenas como um fator comportamental, mas como reflexo das relações econômicas, sociais que moldam a recepção e permitem que os discursos sejam colocados em práticas ou utilizados social ou politicamente. Por outro lado, se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito e pode comprometer a continuidade do fluxo de produção, ou seja, a reprodução.

O estabelecimento desse nível de relação, onde os significados são compartilhados pelos interlocutores num processo comunicativo, é um dos objetivos da comunicação organizacional, entendendo que a mesma envolve todas as formas e/ou modalidades de comunicação desenvolvida por uma organização para criar canais e estabelecer relações e interação com diversos grupos sociais. Por meio da comunicação as organizações se manifestam junto aos seus públicos, com o objetivo de informar e, conseqüentemente, dão forma e imagem a seus pensamentos e discursos.

Neste trabalho são abordados os conceitos e conteúdos referentes à área da comunicação organizacional, com ênfase na comunicação institucional, que é o processo no qual o discurso organizacional é compartilhado e, sempre que possível, compreendido pelos públicos que direta ou indiretamente influenciam e são influenciados pelas organizações.

No âmbito organizacional as revistas em quadrinhos também se tornaram uma opção de material, utilizado na comunicação institucional, para que o discurso organizacional seja compreendido e aceito. Por meio de personagens, histórias e narrativas, as publicações empresariais, especificamente as HQs, dão forma e imagem aos fatos, produtos e conceitos que as organizações desejam compartilhar a seus públicos de interesse nesse sentido, Kunsch (2003) explica que “a comunicação institucional está intrinsecamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicam o lado público das organizações, constrói uma personalidade creditiva organizacional e tem como proposta básica a influência político social na sociedade onde está inserida” (KUNSCH, 2003, p.164).

É possível afirmar então que a comunicação institucional de uma organização é baseada em uma intencionalidade discursiva, que são as intenções, explícitas ou não, presentes na linguagem dos atores que participam numa determinada situação comunicativa.

Para que isso ocorra é fundamental um plano estratégico de comunicação, em que as linguagens utilizadas pelas organizações torne o discurso compreensível para seus públicos. Para Luiz Alberto de Farias (2011), dentro das modalidades que compõem a comunicação organizacional (institucional, administrativa, interna e mercadológica), as

publicações representam canais de comunicação com diferentes papéis, que podem dar o suporte necessário para o alcance dos objetivos organizacionais. “As publicações empresariais é uma das formas das organizações unificar o discurso e sua identidade, para gerar uma imagem institucional fortalecida e vínculos efetivos com seus públicos de interesse” (FARIAS, 2011, p.196).

A revista Sesinho é um exemplo da utilização dos quadrinhos prática de comunicação institucional. A publicação foi uma das formas escolhidas pela entidade para iniciar um relacionamento com os filhos de industriários e, desde 1947 até hoje, promove seu discurso para a infância e faz da Revista Sesinho um dos principais canais de relacionamento com o público infantil.

Para Will Eisner (2010), é possível identificar e compreender o teor discursivo das histórias em quadrinhos por meio de análises que devem, necessariamente, considerar o sistema narrativo, onde existe a interação dos códigos verbais e visuais, cada um ocupando um papel especial que reforça um ao outro e garantem que a mensagem seja entendida em sua plenitude. A linguagem das histórias em quadrinhos tem como base o repertório visual comum, tanto do criador como do público alvo das mensagens. Assim, a leitura dos quadrinhos reside na compreensão das palavras e imagens que, juntas, delimitam o conteúdo compartilhado. Neste contexto, este estudo visa problematizar a utilização da publicação como canal formal de comunicação do Sesi e o levantamento do conteúdo presente no discurso da entidade para a infância, partindo do seguinte problema: o que a revista Sesinho revela sobre o discurso e a identidade do Sesi no âmbito da comunicação institucional?

Buscou-se como referencial teórico para esta problematização um resgate histórico do Sesi, em suas fases de estruturação, planejamento e consolidação e suas estratégias de comunicação, no contexto da comunicação organizacional e da formação do discurso institucional. Outra referência importante para complementar a pesquisa é a história da revista Sesinho que inclui dados obtidos num estudo elaborado pela pesquisadora Olga Brites, referente ao período de 1947 a 1960, onde a autora mostra como o discurso foi elaborado para a infância, quando esta era considerada a força de trabalho do futuro, além de dados recentes, referente à segunda fase de produção da revista, no período de 2001 a 2011.

Como este estudo aborda a análises das histórias em quadrinhos como modalidade de linguagem iconográfica, fez-se necessário um aprofundamento teórico para sustentar a análise dos dados coletados na pesquisa.

Enquanto pesquisa social, a característica desse trabalho é estudar o objeto, a Revista Sésinho, dentro de um contexto que considera o espaço, o tempo e as características que dão a identidade à publicação. Para Maria Cecília de Souza Minayo (2008) o objeto das Ciências Sociais é histórico, e a sociedade vive o presente, com reflexos de seu passado e a partir de novas experiências constrói seu futuro “numa dialética constante entre o que está dado e o que será fruto de seu protagonismo” (MINAYO, 2008, p.12).

Para analisar as revistas Sésinho e evidenciar os sentidos de suas linguagens, é necessário localizá-lo dentro de um contexto específico, no caso o segmento industrial, cujas ações e discursos revelam a identidade entre o sujeito-indústria e o objeto-Sésinho, bem como suas relações. Assim, a escolha do caminho dialético nos dá suporte para uma interpretação abrangente desta realidade “já que estabelece que os fatos sociais não podem ser entendidos quando considerados isoladamente, abstraídos de suas influências políticas, econômicas, culturais, etc.” (GIL, 2008, p. 14).

A pesquisa ocorre em dois níveis: o descritivo, que pretende descrever as características das linguagens visual e verbal das publicações com o estabelecimento de relações entre as mesmas; e o exploratório, com a finalidade de se obter uma visão geral dos dez anos de produção do material, definido em um novo corpus. Segundo Antônio Carlos Gil (2008) “as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer, modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2008, p. 27). Esta escolha justifica-se pelo fato do material ainda ser pouco explorado e pretende-se, com isso, consolidar uma primeira etapa que possibilite, em futuros estudos, investigações mais amplas a respeito dos diversos aspectos que podem ser observados na obra.

Considerando que “o objeto das Ciências Sociais é essencialmente qualitativo” (MINAYO, 2008, p.14), e que os procedimentos qualitativos podem utilizar dados de texto e imagem (CRESWELL, 2007) para serem analisados e interpretados, este estudo segue um caminho que permite o uso de várias estratégias de investigação, neste caso, pesquisas bibliográficas e documentais, estas baseadas em livros, relatórios e outros materiais produzidos pela CNI e Sesi.

A pesquisa qualitativa não se resume a uma classificação de dados. “A análise qualitativa é a descoberta de seus códigos sociais a partir das falas, símbolos e observações. A busca pela compreensão e da interpretação à luz da teoria aporta uma contribuição singular e contextualizada do pesquisador” (MINAYO, 2008, p 27). Esta mesma

abordagem é ressaltada por John W. Creswell (2007) ao afirmar que a pesquisa qualitativa é fundamentalmente interpretativa:

Isso significa que o pesquisador faz uma interpretação dos dados. Isso inclui o desenvolvimento da descrição de uma pessoa ou um cenário, análise de dados para identificar temas ou categorias e, finalmente, fazer uma interpretação ou tirar conclusões sobre o seu significado, pessoal e teoricamente, mencionando as lições aprendidas e oferecendo mais perguntas para serem feitas (Wolcott, 1994 *apud* CRESWELL, 2007, p. 186).

No contexto de *Sesinho*, a descrição de pessoas e cenários podem se referir ao estudo dos personagens e os ambientes onde as histórias são desenvolvidas, que possibilitam a descoberta de códigos que podem ser classificados e categorizados para análises posteriores.

Toda pesquisa social empírica seleciona evidências para argumentar e necessita de uma seleção de material que será a base da investigação, denominado *corpus*⁴. Portanto, o *corpus* deste estudo é a coleção de revistas *Sesinho*, que abrange do número 01 ao número 114, publicada no período de julho de 2001 a julho de 2011. Dentro da perspectiva do trabalho descritivo e exploratório, a análise do material possibilitará a formação de um *corpora*, que, segundo Martin Bauer e Bas Aarts (2007) no sentido linguístico, são coleções de dados de linguagem que servem para vários tipos de pesquisa:

Os *corpora* são estruturados a partir de vários parâmetros, tais como o canal (falado ou escrito, escrito para ser falado, etc.); a temática (arte, família, religião, educação, etc.); função (persuadir, expressar, informar, etc.). Combinações destas subcategorias podem formar uma tipologia hierárquica de registros (BAUER;AARTS *apud* BAUER;GASKELL, 2007, p. 45).

O *corpora* da revista *Sesinho* surgirá a partir da Análise de Conteúdo (AC)⁵ do *corpus*, procedimento adotado neste estudo para coleta e análise de dados.

A AC é uma técnica de pesquisa para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação (BERELSON, 1952 *apud* BAUER;GASKELL, 2007). A AC também é considerada uma técnica para se fazer inferências sobre emissores, a própria mensagem e suas características específicas ou o público da mensagem (WEBER, *apud* BAUER;GASKELL, 2007); (HOLSTI, *apud* BAUER;GASKELL, 2007).

⁴ A palavra *corpus* (latim; plural *corpora*) significa simplesmente corpo. Nas ciências históricas, ela se refere a uma coleção de textos. O *corpus* pode ser definido também como “um corpo de uma coleção completa de escritos ou coisas parecidas; o conjunto completo de literatura sobre algum assunto [...] vários trabalhos da mesma natureza, coletados e organizados” (*Oxford English Dictionary apud* BAUER;GASKELL, 2007, p. 44).

⁵ A técnica da Análise de Conteúdo passa a ser denominada no texto como AC.

A técnica se desenvolve em três fases: pré análise; exploração do material; tratamento dos dados, inferência e interpretação (BARDIN, 1977) A terceira fase objetiva tornar os dados válidos e significativos de acordo com o contexto teórico escolhido para o desenvolvimento do trabalho. Antônio Carlos Gil (2008) esclarece que os procedimentos estatísticos possibilitam estabelecer quadros, diagramas e figuras que resumem e destacam as informações obtidas e reforça que “à medida que as informações obtidas são confrontadas com as informações já existentes, pode-se chegar a amplas generalizações, o que torna a análise de conteúdo um dos mais importantes instrumentos para análise das comunicações de massa” (GIL, 2008, p. 153).

A AC pode gerar controvérsias quanto às perspectivas quantitativa e qualitativa, mas alguns autores (BARDIN, 1977; BAUER, 2007) ressaltam a característica híbrida da técnica, que pode ser usada de maneira sistemática para a análise de conteúdos das mensagens, conforme define Laurence Bardin (1977):

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitem a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977, p.37).

Assim, a análise permite descobrir o que não está explícito nas mensagens, “podemos caminhar na descoberta do que está por trás dos conteúdos manifestos, indo além das aparências do que está sendo comunicado” (GOMES, 2008, p.84). É por isso que a técnica é considerada coerente com a proposta deste trabalho, pois permite identificar os conteúdos dos discursos que estão imbricados na linguagem quadrinhística da revista Sesinho.

Para Martin Bauer (2007) a AC reduz a complexidade de uma coleção de textos “a classificação sistemática e a contagem de unidades do texto destilam uma grande quantidade de material em uma descrição curta de algumas de suas características” (BAUER, 2007, p.191), assim, a técnica produz inferências de um texto focal para seu contexto social de maneira mais objetiva, onde “a frequência das palavras, a ordenação, o vocabulário, os tipos de palavras e as características gramaticais e estilísticas são indicadores de uma fonte e da probabilidade de influência sobre alguma audiência” (BAUER, 2007, p.193).

É conveniente reiterar que a AC envolve também a análise de imagens e que, portanto, estas considerações são aplicáveis ao estudo das imagens dos quadrinhos, inclusive com a possibilidade de classificação e contagem de imagens categorizadas. Para

tanto, a aplicação do método terá como base a obra *Análise de Conteúdo* de Laurence Bardin⁶, por apresentar conceitos fundamentais e o detalhamento de emprego das técnicas de AC.

Este estudo tem como objetivo geral analisar o conteúdo das revistas *Sesinho* – especificamente as histórias em quadrinhos - identificando os propósitos do discurso do Sesi no âmbito da comunicação institucional. Pode-se ainda apresentar os seguintes objetivos específicos:

- Identificar as temáticas tratadas nas publicações da Revista *Sesinho*;
- Descrever como ocorre o uso da linguagem dos quadrinhos - códigos verbais e visuais - no contexto da comunicação institucional.
- Analisar o conteúdo das histórias das publicações e a relação do mesmo com o discurso e os objetivos do Sesi.

A análise da revista *Sesinho*, no contexto das organizações representativas de classe (sindical), poderá revelar qual é a ideologia do segmento industrial e como esta se apropria da linguagem dos quadrinhos para comunicar seus objetivos aos leitores. Nas revistas *Sesinho*, o discurso ideológico das indústrias é subjacente ou a publicação é explicitamente ideológica? Esta e outras questões é o que se pretende levantar no momento da análise do material

A dissertação é estruturada em cinco capítulos, incluindo esta introdução. O segundo capítulo tem como base o entendimento do modelo associativista de classe na sociedade brasileira, ambiente no qual o Sesi e revista *Sesinho* estão inseridos e como os processos comunicativos são utilizados para sustentar este modelo. Na sequência é realizado um resgate histórico do Sesi, do trabalhador e da indústria, situando a entidade na estrutura da Confederação Nacional da Indústria (CNI). A base da pesquisa foram publicações da própria entidade, na qual se destaca a obra de Eduardo Bueno (2008) e informações dos portais corporativos das unidades do Sistema Indústria.

Os conceitos de comunicação organizacional e comunicação institucional são trazidos para contextualizar o ambiente no qual se insere a revista *Sesinho*, assim como os conceitos de discurso e a relação com as organizações, consideradas construções discursivas. Os conceitos e reflexões são de autores como Kunsch (2003), Scroferneker (2002), Marchiori (2008, 2010), Maingueneau (1997), Fairhurst e Putnam (2008), Halliday (2008), Almeida (2008), França (2002), entre outros. Para concluir o capítulo é apresentada a estrutura de

⁶ A obra original *L'analyse de contenu*, foi publicada em 1977, em Paris.

comunicação que sustenta o Sesi e como a revista Sesinho é utilizada no ambiente da comunicação institucional.

No terceiro capítulo são apresentadas as características e especificidades da linguagem dos quadrinhos, apresentadas por autores como Vergueiro (2004), Eisner (2010), Anselmo (1975), Quella-Guyot (1994) e outros pesquisadores que são referência nos estudos dos códigos verbais e visuais das histórias em quadrinhos. O entendimento da universalidade e acessibilidade das HQs é fundamental para compreender o universo da revista Sesinho, sua história e seus dois momentos de produção: a) de 1947 a 1960, cujos estudos da pesquisadora Olga Brites (2004) são referenciados de forma resumida, porém fundamental para a proposta de análise do segundo momento de produção; b) o período de 2001 a 2011, que é o recorte para este estudo. São apresentadas as mudanças que ocorreram na sociedade brasileira na primeira década do ano 2000, incluindo dados das transformações políticas, sociais e econômicas, que impactaram no desenvolvimento da indústria, em suas novas formas de gestão e nas relações do trabalho. Novamente as publicações do Sesi e Sistema Indústria foram a base para a apresentação deste novo contexto, além de autores como Van Raij (2009) e Alves (2010).

No capítulo quatro são apresentados os aspectos metodológicos da pesquisa, que tem como base a pesquisa qualitativa, o *corpus* do estudo e a escolha da análise de conteúdo como técnica para a identificação e quantificação do conteúdo das publicações. A obra *Análise de Conteúdo* de Laurence Bardin (1977) é utilizada como base para as etapas de pré-análise, descrição do material, descrição analítica e exploração do material e, por fim, o tratamento dos dados, inferência e interpretação dos dados coletados.

O estudo é finalizado com a apresentação das considerações finais sobre esta pesquisa que retoma os objetivos propostos no início deste trabalho que é compreender a revista Sesinho e o discurso do Sesi para infância e como ocorreu a apropriação da linguagem dos quadrinhos no âmbito da comunicação institucional, e sistematiza as principais conclusões do trabalho.

2 INDÚSTRIAS NO BRASIL – HISTÓRIA E DISCURSOS

Neste capítulo pretende-se entender como ocorrem os processos comunicativos nas entidades representativas de classe, a sustentação do modelo associativista, ambiente no qual o Sesi e revista Sesinho estão inseridos, e o papel que este modelo representa na sociedade brasileira. A partir deste entendimento, ocorre um resgate teórico da relação da comunicação com as organizações entendidas aqui como construções discursivas, e reflexões sobre o discurso institucional. Na sequência o trabalho traz um resgate histórico sobre a formação da CNI e do Sesi, até chegar na compreensão das políticas de comunicação da entidade e como a revista Sesinho se insere no âmbito da comunicação institucional.

2.1 Comunicação e modelo associativista

Para Gaudêncio Torquato (2010) as entidades representativas de classe preenchem um vácuo deixado pela área política, ascendendo posicionamentos, energizando ambientes, influenciando no sistema de decisões. Suas atuações políticos-institucionais têm tanta importância quanto a missão corporativa de defesa de interesses das classes e categorias profissionais.

Torquato (2010) acredita que as atividades das entidades associativistas podem ser agrupadas em quatro vertentes: o campo da batalha externa, onde a entidade luta para preservar os interesses das categorias que representa e expandir suas forças, e isso ocorre em duas linhas – vanguarda e retaguarda. A linha de vanguarda consiste na defesa aberta dos interesses dos representados juntos aos poderes constitucionais, e a linha de retaguarda indica que a meta é oferecer serviços aos associados.

A segunda vertente é o campo corporativo interno, que gera o sentido corporativo; este, por sua vez, sustenta a fortaleza institucional. Assim, quanto mais unida a comunidade e integrada em torno das ideias e posicionamentos, mais forte será a associação. O campo formacional é outra vertente, relacionada à área de desenvolvimento tecnológico e aperfeiçoamento profissional dos associados e os consequentes avanços das categorias representadas. Por fim, o quarto campo de atuação é o da visibilidade, pois a entidade necessita tornar-se conhecida para ter mais força e possibilidade de fazer mais pressão. Em todas estas vertentes a comunicação é fundamental para dar forma e imagens aos fatos e

pensamentos produzidos pela instituição e pela atuação de seus dirigentes. Comunicar significa produzir imagens e gerar conceitos. Para Torquato (2010):

A comunicação é o sistema de transporte de uma ideia, de um conceito, de um corpo filosófico e das ações empreendidas por uma entidade. A imagem, para ser bem percebida e gerar efeitos positivos há de aparecer como um conjunto monolítico, uniforme e inseparável. Um princípio elementar de comunicação é a indivisibilidade de formas e processos.[...] Significa que suas partes precisam ser posicionadas em um centro unificado de geração e irradiação de informações (TORQUATO, 2010, p.166).

Para que isso ocorra é fundamental um plano estratégico de comunicação, onde a linguagem do discurso da entidade seja única e compreensível para seus públicos. Este objetivo é alcançado quando existe o compartilhamento e a compreensão dos objetivos institucionais, que serão revelados em inúmeros instrumentos de comunicação, elaborados pelas áreas que operacionalizam o sistema de comunicação.

2.2 Comunicação Organizacional

Para David Berlo (1972), a comunicação é a base do relacionamento humano e esta é intencional. Ou seja, é básico de qualquer emissor, ao elaborar sua mensagem, tornar-se um agente influente, para afetar o receptor e o seu ambiente. Mas esta influência está diretamente relacionada às características do receptor. Michael Canale (1995) entende a comunicação como “o intercâmbio e negociação da informação entre ao menos dois indivíduos por meio do uso de símbolos verbais e não verbais, de modo oral e escrito/visual e dos processos de produção e compreensão” (CANALE, *apud* RIBEIRO, 2009, p.167).

O autor enfatiza que a informação pode mudar de acordo com o contexto da comunicação e de acordo com as escolhas do comportamento verbal e não verbal, assim, “a comunicação implica avaliação contínua e negociação do significado por parte dos participantes” (CANALE *apud* RIBEIRO, 2009, p.167). Para Elena Godói Anely Ribeiro (2009), esta perspectiva permite abranger os elementos envolvidos na mediação organização-públicos, inclusive as significações e intencionalidades que variam nos contextos específicos dos processos comunicativos organizacionais.

A forma de interação social, que se adquire e se usa normalmente, pode ser inserida na perspectiva de que a comunicação organizacional é parte do processo de construção social da realidade no cotidiano da vida organizacional, possibilitando a criação de identidade e credibilidade da organização perante o conjunto da sociedade (RIBEIRO, 2009, p. 167).

O campo de conhecimento relativo à comunicação organizacional é abrangente e envolve os estudos de como ocorre o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global, identificando o sistema, o funcionamento e os processos de relacionamento entre as organizações e seus diversos públicos (KUNSCH, 2003).

Para analisar a revista *Sesinho* no contexto da comunicação organizacional do Sesi, é oportuna uma revisão teórica para justificar e relacionar a linguagem da revista aos aspectos conceituais da comunicação organizacional⁷ e seu impacto nas organizações. Margarida Kunsch (2003) acredita que a viabilidade de um sistema organizacional está intrinsecamente ligado ao sistema de comunicação do mesmo, o que permite sua realimentação e sobrevivência. Neste mesmo sentido, Marlene Marchiori (2008) vê a comunicação como um processo de sustentação da organização, que, por meio de sua atuação estratégica pode alcançar dois objetivos básicos “sustentar a sua própria existência e melhorar a vida daqueles com os quais se relaciona” (MARCHIORI, 2008, p.161).

As organizações podem ser consideradas sistemas interdependentes que precisam se comunicar, tanto no ambiente interno, quanto no ambiente externo, conforme explica Kunsch (2003):

O sistema organizacional se viabiliza graças ao sistema de comunicação nele existente, que permitirá sua contínua realimentação e sua sobrevivência. Caso contrário, entrará num processo de entropia e morte. Daí a imprescindibilidade da comunicação para uma organização social (KUNSCH, 2003, p.69).

Lee O. Thayer (1976) vê a comunicação como elemento vital para as organizações: “é a comunicação que ocorre dentro [da organização] e a comunicação entre ela e seu meio ambiente que [a] definem e determinam as condições de sua existência e a direção de seu movimento” (THAYER, *apud* KUNSCH, 2003, p.69). As organizações têm na comunicação um processo complexo que integram suas políticas, planejamentos e ações, independente de seus modelos administrativos e outras características que determinam sua identidade em relação a outras organizações (NASSAR, 2009).

O termo comunicação organizacional pode gerar múltiplos conceitos e formas ambíguas de interpretação, pois pode se referir a comunicação nas organizações; estratégias e técnicas de comunicação utilizadas pelas organizações; associação entre

⁷ A tradição latino-americana e brasileira ampliou esse conceito também para as múltiplas comunicações que se estabelecem entre organizações e públicos, e foi substituindo o termo “*comunicação empresarial*”, típico da primeira fase, pelo de “*comunicação organizacional*”, de forma a abranger todo tipo de organização social, fosse pública, privada ou sem fins lucrativos. (CURVELLO, 2002, p.13).

comunicação e organizações; ou ainda as propriedades organizacionais da comunicação (TAYLOR;CASALI, 2009). A comunicação organizacional pode estar relacionada a um campo de estudos, neste caso considerado como subdisciplina ou subárea da Comunicação, ou a um conjunto de fenômenos empíricos relacionados com práticas de comunicação complexas e diversificados no âmbito das organizações (MATTOS, 2008).

A conceituação da comunicação organizacional e seu campo de abrangência tem sido objeto de estudos dos pesquisadores desde a década de 1940⁸, e mostram diferentes perspectivas sobre o assunto, mas o ponto comum é a tentativa de evidenciar sua relevância para as organizações e a legitimação e contribuição da área nos meios acadêmicos e profissionais.

Cleusa Scroferneker (2000) e João José Curvello (2002) apresentam uma revisão teórica sobre o assunto e o resgate de alguns pontos que são relevantes para este estudo. Partindo do pressuposto de que a comunicação organizacional “abrange todas as formas de comunicação utilizadas pela organização para relacionar-se e interagir com seus públicos” (SCROFERNEKER, 2002, p.2), entende-se que a área engloba relações públicas, estratégias organizacionais, marketing corporativo, propaganda corporativa, comunicação interna e externa e outras atividades heterogêneas de comunicação voltadas para os públicos ou segmentos com os quais a organização se relaciona, num processo de interdependência (RIEL, *apud* SCROFERNEKER, 2002).

Quanto às teorias relacionadas à comunicação organizacional, o quadro abaixo (Figura 1) resume a proposta de alguns autores e destaca as semelhanças e diferenças entre os pressupostos:

Figura 1 – Quadro das teorias e modelos de comunicação organizacional.

AUTORES	TEORIAS E MODELOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	
Goodall Jr e Eisenberg (1997) ⁹	Modelo da transferência de informação	Caracterizar a comunicação como transferência de informação - comunicação assimétrica
	Modelo do processo transacional	Enfatiza o significado da mensagem, como é recebida e entendida, isto é, como o receptor irá desconstruir/construir o significado da mensagem.
	Modelo da	O principal objetivo da comunicação seria organizar a ação. Sugere que o

⁸ As concepções da expressão comunicação organizacional apresentam diferenças dependendo do enfoque dos estudos e dos centros de pesquisas entre os quais se destacam estudos das universidades da América do Norte, da América Latina e da Europa.

⁹ Eisenberg, Eric M. e Goodall, Jr. H.L. Organizational communication: balancing, creativity and constraint. Second Edition. New York, USA: St. Martin's Press, 1997.

	estratégia de controle	mundo organizacional é composto por comunicadores independentes, cada um trabalhando para controlar o seu próprio ambiente, e que os significados existem apenas na mente das pessoas.
	Modelo do equilíbrio entre criatividade/ sujeição	A comunicação figura como mediadora dessas tensões; é a manifestação material: da sujeição institucional, do potencial criativo e do contexto de interpretação. A comunicação atua como o fiel da balança entre a criatividade – o que poderá ser feito e a sujeição – o que deve ser feito.
	Modelo do espaço de diálogos	Entendem diálogo como a ‘comunicação equilibrada’, onde os indivíduos têm a oportunidade de falar e ser ouvido.
Daniels, Spiker e Papa (1997) ¹⁰	Modelo Tradicional	Há uma relação entre processo comunicacional e eficiência organizacional. As atividades sugerem que o comportamento pode ser medido, padronizado e classificado. 1º momento: organização=máquina = e comunicação=engrenagem; 2º momento: organização=sistema e comunicação= processo dinâmico.
	Modelo Interpretativo	Entende as organizações como culturas ou fenômeno subjetivo, isto é, a ação social somente é possível quando as pessoas podem compartilhar significados subjetivos. A organização é vista também como um espaço de negociação, isto é, produto de transações e discursos coletivos.
	Modelo Crítico	Aborda a organização como instrumento de opressão e dominação. Volta sua atenção para as classes organizacionais oprimidas: trabalhadores, mulheres, minorias e outros grupos. A comunicação nessa perspectiva é tida como instrumento de dominação. Trata-se da distorção sistemática da comunicação, a qual se constitui uma ação deliberada e contínua do processo simbólico visando cooptar os interesses dos empregados.
Lite (1997) ¹¹	Teoria Moderna ou Empírica	A organização é tida como uma máquina, seus objetivos e fins estão voltados para o cumprimento das metas propostas, viabilizados por meio da comunicação.
	Teoria Naturalista	A realidade organizacional é fruto da construção social e assemelha-se a um organismo, é orgânica, vista como ideográfica, representada através de imagens. A comunicação é inerente à organização.
	Teoria Crítica	A organização é vista sempre como uma arena de conflitos de classes. A comunicação assume um papel de mecanismo de mascaramento das realidades materiais e enfatiza os aspectos ideológicos da comunicação, admitindo-a como causa de uma falsa consciência entre dirigentes e trabalhadores.

Fonte: Quadro elaborado pela autora com base na revisão teórica do artigo Perspectivas Teóricas da Comunicação Organizacional (SCROFERNEKER, 2000).

Tanta a diversidade de percepções quanto ao papel da comunicação no ambiente organizacional, é possível identificar que os autores levam em consideração alguns elementos fundamentais no processo comunicativo: o ambiente e seu contexto, o emissor, o receptor, a mensagem, os canais, a linguagem, o *feedback* e o resultado e/ou impacto que a comunicação pode ter, tanto na organização como nos grupos que direta ou indiretamente

¹⁰ Daniels, Tom D.; Spiker, Barry K.; Papa, Michael J. Perspectives on organizational communication. Dubuque, USA: Brown&Benchmark Publishers, 1997.

¹¹ Lite, Marisa del Pozo. Cultura empresarial y comunicación interna: su influencia en la gestión estratégica. Madrid: Fragua Editorial, 1997.

pode influenciar e pode receber influências. Curvello (2002) completa que “a análise volta-se, além das redes, para os meios de comunicação, os canais, as políticas e os planos operacionais. Inicia-se, também, a clássica separação entre comunicação interna e comunicação externa” (CURVELLO, 2002, p. 3).

Estes elementos podem conduzir para uma percepção da comunicação como processo informacional, porém, para Marchiori (2008), a comunicação organizacional vai além, pois é um processo mais abrangente e formativo que possibilita o maior desenvolvimento das organizações, contribui com o crescimento das capacidades individuais, estimula o conhecimento e modifica estruturas e comportamentos. Os estudos realizados nas organizações contemporâneas mostram uma evolução dos modelos de comunicação e apresentam abordagens metateóricas: funcionalista, interpretativa, crítica e pós moderna “ que demarcam novos caminhos para que as teorias e práticas da comunicação no contexto das organizações sejam observadas e questionadas (MARCHIORI, 2008, p. 195).

Este trabalho não pretende explorar as características de cada abordagem, mas a referência faz-se necessária para pontuar que este estudo segue uma perspectiva de comunicação como processos de interação. Fábria Pereira Lima e Ivone de Lourdes Oliveira (2010) lembram que as organizações possibilitam várias formas de interação, mas os estudos da área de comunicação organizacional não abordavam o fenômeno comunicacional sob esta perspectiva e suas complexidades, “ao contrário, adotavam abordagens transmissionais e funcionalistas para descrever a comunicação voltando o olhar para os efeitos e para possíveis formas de controle do fenômeno” (LIMA; OLIVEIRA, 2010, p.153).

Ao analisar a forma como o próprio Sesi trata o material, no contexto da comunicação da entidade, emerge a característica da comunicação linear e informacional, pois o material é referenciado como “ferramenta”, “veículo” que liga o Sesi ao público infantil. O personagem Sesinho é colocado como “porta voz” da entidade, mostrando que existe uma assimetria entre os envolvidos no processo comunicativo, assim, emissor e receptor “têm seus lugares predeterminados em um esquema padrão” (LIMA; OLIVEIRA, 2010, p.154).

A opção pela perspectiva interacional/relacional ocorre pelo fato da análise considerar que todos os envolvidos são sujeitos, cujos papéis e fala, são relevantes na produção do discurso da entidade e no processo de produção-circulação, distribuição e consumo da revista Sesinho. O estudo considera ainda o contexto histórico, social, cultural e a linguagem dos quadrinhos cujas estruturas de sentido, tanto na codificação, como na decodificação, se sustentam na utilização de códigos compreensíveis aos leitores e

relacionados ao compartilhamento de experiências comuns entre produtores e receptores da revista Sésinho. Portanto a linguagem não objetiva apenas o entendimento, mas a interação com os leitores, que podem participar da construção da narrativa e do compartilhamento do sentido do discurso.

Esta perspectiva segue a proposta de Vera França (2002) que defende que a comunicação no contexto das organizações é de natureza relacional e reafirma que os processos de significação ocorrem a partir do compartilhamento de sentidos. A autora propõe pensar a comunicação na interseção de três dimensões: a interacional, que envolve a relação dos interlocutores do processo de comunicação; a simbólica, que se manifesta nas práticas discursivas e que permite a produção de sentidos; e o contexto social, cultural e econômico, onde ocorre a interação.

Neste mesmo contexto Oliveira (2009) coloca esta comunicação com duas naturezas distintas – teórica e prática, que complementam o ato interativo e conceitua a comunicação no contexto das organizações como “um processo relacional que parte de práticas individuais e/ou de grupos para alcançar uma estrutura coletiva de significados, os quais dizem respeito às organizações e aos atores sociais envolvidos no processo interativo”(OLIVEIRA, 2009, p.60). A autora explica que:

A natureza teórica é o processo de interação em si, negociada entre grupos e organização para sua legitimidade pública. Nesse processo, tanto a organização quanto os grupos são considerados atores sociais que efetuam trocas simbólicas e práticas entre si, por meio de discursos e intervenções que vão construir sentidos para os objetivos e políticas organizacionais. Já a natureza prática é a materialização do processo em seus aspectos estratégicos, intencionais e diretivos, que se efetuam por meio de instrumentos/técnicas de Jornalismo, Relações Públicas, Propaganda, Publicidade e Marketing (OLIVEIRA, 2009, P.60).

Seguindo então a linha de raciocínio na perspectiva da comunicação interacional/relacional o discurso organizacional do Sesi será identificado e analisado como uma prática social, dentro de um processo comunicativo que se estabelece dentro de um contexto social e cultural que media a relação entre a entidade e seus interlocutores. Esta relação entre aspectos culturais e a comunicação são “inerentemente ligadas à análise de processos e relacionamentos, sendo a linguagem constituinte fundamental, por criar e recriar realidades, nos mais diversos contextos” (MARCHIORI, 2008, p.182). Portanto, segundo a autora, os processos e as interações comunicativas que mostram a cultura de uma organização, devem ser continuamente estudados pesquisados, pois fundamentam a existência das organizações e “a interpretação desses ambientes é expressa na realidade cultural de uma

determinada organização, por meio de seus discursos e relacionamentos” (MARCHIORI, 2008, p.182).

Esses discursos e relacionamentos, neste trabalho, são analisados no âmbito da comunicação institucional, considerada uma modalidade da comunicação organizacional por autores como Gaudêncio Torquato (1986, 2010) e Margarida Kunsch (2003) que, em comum, apontam uma atuação complementar e integrada das diversas subáreas da comunicação.

A comunicação organizacional¹² como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global [...] fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam, a comunicação organizacional configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade (KUNSCH, 2003, p. 149)

A filosofia da comunicação integrada, proposta por Kunsch (2003) prevê o direcionamento e a convergência das modalidades comunicativas, permitindo uma atuação sinérgica. As modalidades comunicacionais incluem a comunicação administrativa, que abrange os conteúdos, normas e processos relativos ao cotidiano da administração com a finalidade de organizar o fluxo das atividades funcionais; a comunicação interna, que viabiliza a interação entre a organização e seus funcionários; a comunicação mercadológica, que compreende as ações comunicativas geradas à partir de um objetivo mercadológico; e por fim a comunicação institucional, vinculada aos aspectos corporativos/institucionais que estabelecem um conceito público para a organização. Para Kunsch (2003), a comunicação institucional contribui para a formação da imagem e da identidade corporativa positivas de uma organização, pois estabelece formas para que a personalidade organizacional seja reconhecida pelos seus públicos. Além disso, por meio da comunicação institucional é possível estabelecer a compreensão dos significados que a organização pretende compartilhar, referentes à sua missão e seu papel na sociedade.

A autora considera que mesmo havendo diferenças e particularidades de cada área, isso não impede que as mesmas sejam planejadas de acordo com uma política global de comunicação e nos objetivos gerais da organização. Uma atuação convergente possibilita ações estratégicas e eficazes nos relacionamentos com os públicos, tanto no ambiente interno quanto externo. “É necessário que haja uma ação conjugada das atividades

¹² Comunicação organizacional, Comunicação empresarial e Comunicação corporativa são terminologias usadas indistintamente no Brasil para designar as atividades de comunicação no âmbito das organizações (KUNSCH,2003).

de comunicação que formam o composto da comunicação organizacional” (KUNSCH, 2009, p. 150).

Para Gaudêncio Torquato (2010) a meta finalista da comunicação institucional, além de conquistar simpatia, credibilidade e confiança, é a influência político-social. Kunsch (2003) reitera que é por meio dos instrumentos e dos processos comunicativos que as organizações divulgam e reafirmam seus conceitos, dando forma e imagem a seus fatos e pensamentos. A comunicação viabiliza formas para que o discurso organizacional seja compreendido e aceito; e este discurso é elaborado, divulgado e fortalecido por meio da comunicação institucional. Para Kunsch (2003):

A comunicação institucional está intrinsecamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicam o lado público das organizações, constrói uma personalidade creditiva organizacional e tem como proposta básica a influência político social na sociedade onde está inserida (KUNSCH, 2009, p.164).

Assim, toda a comunicação institucional de uma organização é baseada em uma intencionalidade discursiva, que são as intenções, explícitas ou não, presentes na linguagem dos atores que participam numa determinada situação comunicativa.

Neste trabalho a comunicação organizacional é entendida como “processos comunicacionais e atos de interação planejados e espontâneos que se estabelecem a partir de fluxos comunicacionais e relacionais da organização” (OLIVEIRA; PAULA, *apud* MATTOS, 2008, p. 19) e a revista *Sesinho* é considerada parte do fluxo informacional do *Sesi*, cujo conteúdo traz informações de caráter institucional que produzam sentidos compartilhados e estabeleçam interatividade entre entidade e públicos.

2.3 Discurso Institucional

Em todo processo de comunicação, verifica-se um objetivo básico, que é influenciar, persuadir, “nosso objetivo básico na comunicação é tornarmo-nos agentes influentes, é afetarmos os outros, nosso ambiente físico e nós próprios, é tornarmo-nos agentes determinantes, é termos opção no andamento das coisas. Em suma, nós nos comunicamos para influenciar – para afetar com intenção”. (BERLO, 1972, p.22). Este aspecto persuasivo da comunicação é reforçado por Fiorin (2005), que vai além ao afirmar que o ato de comunicação é um jogo de manipulação, onde o enunciador utiliza várias formas de argumentação que levam o enunciatário a crer naquilo que se transmite.

Nesse jogo de persuasão, o enunciador utiliza-se de certos procedimentos argumentativos visando a levar o enunciatário a admitir como certo, como válido, o sentido produzido. A argumentação consiste no conjunto de procedimentos linguísticos e lógicos usados pelo enunciador para convencer o enunciatário. Por isso, não há sentido na divisão que se costuma fazer entre discursos argumentativos e não argumentativos, pois, na verdade, todos os discursos têm um componente argumentativo, uma vez que todos visam a persuadir (FIORIN, 2005, p.75).

Antes que se discorra mais sobre a questão do discurso institucional, é necessário conceituar o termo discurso, suas variáveis e formas de funcionamento. Segundo Maingueneau (1997), os estudos sobre o discurso tiveram início com os pesquisadores e estudiosos russos da área de filosofia da linguagem, que abriram espaço para os estudos linguísticos que resultaram numa teoria denominada discurso. Desde então o discurso passou a ser estudado por diversas correntes que identificaram relações com a ideologia, a linguagem, o sujeito e outros fatores influentes.

Helena Brandão (2009) define discurso como toda atividade comunicativa entre interlocutores, seja na forma oral ou escrita, que produz sentidos e promove a interação entre os atores do processo. Os interlocutores, segundo a autora:

[...] são seres situados num tempo histórico, num espaço geográfico; pertencem a uma comunidade, a um grupo e por isso carregam crenças, valores culturais, sociais, enfim a ideologia do grupo, da comunidade de que fazem parte. Essas crenças, ideologias são veiculadas, isto é, aparecem nos discursos. É por isso que dizemos que não há discurso neutro, todo discurso produz sentidos que expressam as posições sociais, culturais, ideológicas dos sujeitos da linguagem (BRANDÃO, 2009, p.2)

Brandão afirma, ainda, que se pode interpretar discurso como o ponto de articulação e mediação dos processos ideológicos por meio dos fenômenos linguísticos. Nesse contexto, a linguagem enquanto dimensão cognitiva que materializa o discurso ganha características de interação, sendo um modo de produção social na qual a ideologia se concretiza.

Neste mesmo sentido, Carneiro (2007) afirma que o discurso é de natureza tridimensional, pois sua produção acontece na história, por meio da linguagem, que é uma das instâncias por onde a ideologia se materializa. Por isso, os estudos linguísticos tradicionais não conseguem abarcar a inteireza de sua complexidade. Como o discurso encontra-se na exterioridade, no seio da vida social, o analista/estudioso necessita romper as estruturas linguísticas para chegar a ele.

Eni Orlandi (1999) explica que o discurso é um efeito de sentido, que “a palavra discurso etimologicamente tem em si a idéia de curso, de percurso, de correr por, de movimento” (ORLANDI, 1999, p. 15). Um discurso nunca está só, pois se move em direção a

outros e está atravessado por vozes que o antecederam e que mantêm com ele constante duelo, ora legitimando-o, ora confrontando-o.

Esses discursos podem estar dispersos pelo tempo e pelo espaço, mas se unem por que são atravessadas por uma mesma regra de aparição: uma mesma escolha temática, mesmos conceitos, objetos, modalidades ou um acontecimento. Por isso que o discurso é uma unidade na dispersão (ORLANDI, 1999, p. 15).

Carneiro (2007) também concorda que o discurso nunca está só, mas é sempre composto por outras vozes que o antecederam, regularizando ou conferindo, criando características para a formação do mesmo. Essa heterogeneidade de vozes que constitui o discurso é o dialogismo concebido pelo círculo de pensadores de Bakhtin (BRANDÃO, 1993). Com as apresentações de Bakhtin sobre a formação da palavra, prevê-se que a construção do discurso é um processo que leva em conta a formação histórica e social da pessoa ou organização que o emite e, portanto, flexível quanto à historicidade das informações com que se constrói no imaginário e no tecido cultural da sociedade.

Dominique Maingueneau (1997), diante da polissemia do termo discurso, sugere que se recorra ao conceito de formação discursiva, termo emprestado da Arqueologia do Saber de Foucault (1995), e definido como “o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma alocução, um sermão, um panfleto, uma exposição, um programa, etc.) a partir de uma posição dada em uma conjuntura determinada” (FOUCAULT *apud* MAINGUENEAU, 1997, p.22). Para Maingueneau (1997) a noção de discurso não é estável e por este termo é possível entender o que Michel Pêcheux chama de “superfície discursiva”

[...] que corresponde ao conjunto dos enunciados realizados, produzidos a partir de uma certa posição; mas também pode interpretá-lo como o sistema de restrições que permite analisar a especificidade desta superfície discursiva [...] A esta fonte de deslizamentos semânticos, acrescenta-se o que diz respeito aos elementos que supostamente entram na delimitação do discurso: para alguns apenas os enunciados são integrados, enquanto outros levam em conta o complexo institucional que está associado à sua enunciação (MAINGUENEAU, 1997, p. 22-23).

Nesse contexto o sistema da indústria pode ser entendido como comunidade discursiva, que, segundo definição de Maingueneau (1998) são grupos sociais que produzem e administram um certo tipo de discurso,

[...] pressupondo que as instituições produtoras de um determinado discurso não são mediadoras transparentes, ou seja, o modo de organização de seus componentes e de seus discursos são inseparáveis, e o teor dos enunciados de uma formação discursiva torna possível o grupo que lhe é associado (MAINGUENEAU, 1998, p.29).

Baseando-se nos pressupostos de Maingueneau, considera-se neste trabalho como discurso institucional, os enunciados da indústria, em suas diversas formas de linguagem, que visam produzir sentido junto aos seus interlocutores, contemplados aqui como os diversos públicos com os quais o Sistema Indústria se relaciona. Estes enunciados evidenciam as crenças, valores culturais e sociais e a ideologia de seus representados. Considera-se assim a ideia de que a “comunicação, a cultura, a linguagem e o discurso são conceitos interligados, que se imbricam mutuamente” (GARCIA, 2008, p. 108).

Conforme Tereza Lucia Halliday (2008) discurso organizacional pode ser definido como “um conjunto de práticas linguísticas, semânticas e retóricas das pessoas jurídicas” (HALLIDAY, 2008, p. 32). Essas práticas são tangíveis em textos e representações visuais que compõem a realidade organizacional. Para a autora, a dinâmica organizacional e o discurso ocorrem simultaneamente, pois:

[...] não se podem conceber desempenho, políticas, liderança, atos de responsabilidade social sem um discurso a secundá-los. Os significados produzidos e expressos por uma organização agregam valor ao seu cabedal, isto é, ao conjunto de bens materiais e imateriais, além de formarem o patrimônio organizacional (HALLIDAY, 2008, p. 32).

Halliday (2008) afirma que todo discurso no âmbito organizacional se reveste de uma retórica, ou seja, modos de definir a realidade conforme os objetivos e visão que a fonte deseja compartilhar. Assim, a retórica das organizações é revelada em diferentes formas e atos de comunicação, os quais a autora denomina como atos retóricos, que se destinam a influenciar a percepção das pessoas.

Discurso e retórica parecem fundir-se em um só conceito, tão imbricados estão. Se o discurso é uma construção simbólica da realidade, a retórica é o revestimento dessa construção. Todo discurso é uma retórica na medida em que busca influenciar as relações humanas (HALLIDAY, 2008, p. 33).

Assim, na comunicação organizacional é possível identificar e classificar os diversos tipos de mensagens de acordo com o grau de retoricidade, o que possibilita analisar as necessidades de argumentação em cada momento do discurso, seja ele institucional ou mercadológico (HALLIDAY, 2008).

Sem dúvida, algumas das principais argumentações presentes no discurso institucional se referem às representações da imagem e da identidade organizacionais. Os discursos, se coerentes com as demais ações organizacionais, legitima as organizações e contribuem para o reconhecimento da identidade e para a formação e fortalecimento da reputação organizacional. A pesquisadora Ana Luisa de Castro Almeida (2008) tem um

estudo esclarecedor para o entendimento desses fenômenos que são imprescindíveis para o desenvolvimento e posicionamento da organização, pois atuam como um processo contínuo de retroalimentação e interdependência.

A relevância desses estudos para a área de comunicação organizacional pode ser resumida no maior entendimento de como ocorre o processo de construção de sentido sobre a organização na perspectiva de seu público interno e de seus *stakeholders* externos. Os estudos mostram também que um dos principais indicadores de uma reputação forte se sustenta no alinhamento entre discurso institucional e a prática organizacional, desafio que perpassa os conceitos de identidade e imagem (ALMEIDA, 2008, p. 216).

A identidade organizacional está relacionada às características ou atributos específicos de uma organização, que a diferencia das demais. Muitos autores divergem quanto ao conceito, ao defenderem que a identidade é única, múltipla ou que a mesma está em constante construção. Segundo Almeida (2008) a identidade pode ser considerada única por se tratar de uma só organização, e que a mesma é percebida e praticada por “indivíduos com percepções, visões e perspectivas distintas, que vão construindo seus significados e (re) significando-os em um ambiente cultural exposto às influências socioeconômicas e políticas” (ALMEIDA, 2008, p.217). É por meio de elementos como comportamento, símbolos e comunicação que a organização cria sua autoapresentação e promove sua visibilidade.

Para Almeida (2008) a imagem se refere às percepções individuais ou coletivas das pessoas ou grupos em relação à determinadas organizações. “A formação da imagem é um processo subjetivo, único, relacionado à experiência individual e, ao mesmo tempo, somatório de sensações, percepções e inter-relações de atores sociais” (ALMEIDA, 2008, p.228).

Enquanto a identidade se refere à soma das maneiras que uma organização escolhe para identificar-se perante seus públicos por meio de ações comunicativas, a imagem seria a percepção dessas informações, ou, o reflexo da identidade de acordo com a visão de cada receptor. A imagem organizacional é importante para o funcionamento de uma organização por influenciar o *feedback* e comportamento de seus públicos e por permitir comunicar suas características e seu posicionamento (ALMEIDA, 2008).

A imagem tem a característica de ser mutável, de acordo com as ações comunicacionais, e a reputação sólida é criada quando a identidade e imagem da organização estão alinhadas, ou seja, o discurso institucional é coerente com a essência da organização, com o que de fato ela é e representa. “A reputação teria uma dimensão histórica, a qual reflete

a percepção da consistência de ação e comportamento da corporação ao longo do tempo” (ALMEIDA, 2008, p. 232).

Os estudos que têm explorado as organizações como locais discursivos de formação de sentido e identidade são recentes. Segundo Dennis Mumby (2009) essas abordagens começaram a 25 anos, fazendo um contraste com as pesquisas dos anos de 1960 e 1970, quando as organizações eram tratadas como objeto do estudo da transmissão de informações. “Atualmente, as questões sobre poder, discurso, identidade, diversidade e democracia tornaram-se centrais na tentativa de entender o processo organizacional” (MUMBY, 2009, p.194). Mumby¹³ é um dos autores que desenvolve pesquisas com foco nas relações entre discurso, poder e organização e como estes fenômenos interferem nas questões de controle e resistência “e nas formas como essa dialética é discursivamente produzida, mantida e reproduzida” (MUMBY, 2009, p.194)

A relação entre discurso e organização tem merecido atenção cada vez maior dos pesquisadores da área de comunicação organizacional à medida que as organizações têm sido consideradas como construções discursivas (FAIRHURST; PUTNAM, 2010). Para as pesquisadoras Gail Fairhurst e Linda Putnam (2010) esta caracterização pode estar sujeita a pelo menos três interpretações:

Primeiro, uma organização pode ser classificada como um objeto já formado com características e resultados refletidos no discurso. Segundo, as organizações podem ser vistas como em permanente estado de constituição através da maneira em que as propriedades do discurso dão forma a um *organizing*¹⁴. E por fim, as organizações podem ser vistas como fundadas, alicerçadas na ação; ancoradas em práticas sociais e formas discursivas (FAIRHURST; PUTNAM, 2010, p.107)

Estas interpretações sobre discurso são utilizadas pelas autoras para o estudo da linguagem organizacional e interação social e, também, para demonstrar como as três orientações dialoga e talvez contribuam para que o discurso organizacional possa alcançar o *status* de subdisciplina na área da comunicação organizacional. “Argumentamos que as três orientações são necessárias e devem ser utilizadas simultaneamente para que possam revelar uma visão complexa da relação organização-discurso” (FAIRHURST; PUTNAM, 2010, p.107).

¹³ Dennis Mumby faz parte da corrente de pesquisadores que usam a teoria crítica para os estudos da comunicação organizacional. Esta abordagem “analisa e critica os mecanismos discursivos pelos quais as organizações constroem realidade(frequentemente, de maneira arbitrária) que atendam seus interesses ao mesmo tempo em que, muitas vezes, prejudicam os interesses de outros *stakeholders*” (MUMBY, 2009).

¹⁴ Na tradução do original *Organization as Discursive Constructions*, o termo técnico *organizing* foi mantido, pois a tradução não tem o mesmo leque de sentido na língua original. As autoras o usam de forma específica para destacar o caráter dinâmico, intermitente e formativo do processo de organizar. (MARCHIORI, 2010).

Esta abordagem, somada às demais teorias e contribuições, podem oportunizar estudos da relação discurso-organização e as linguagens que permeiam esta relação, no sentido de verificar os conteúdos e analisar as formações discursivas das organizações no contexto da comunicação organizacional. Muito mais que identificar os discursos, tais estudos permitem compreender as relações políticas, sociais e ideológicas que são inerentes aos processos discursivos. Portanto, a partir dessas considerações, é possível afirmar que a identificação do teor discursivo da revista Sesi permite identificar traços da identidade do Sesi e um possível alinhamento entre discurso organizacional e as práticas organizacionais, sugeridas pela entidade e como, de fato, este produto imagético é utilizado neste contexto.

2.4 O Sesi, o trabalhador e a indústria – um resgate histórico.

O Sesi faz parte da estrutura organizacional da indústria e tem produzido e reproduzido seus enunciados para reforçar objetivos institucionais da Confederação Nacional da Indústria (CNI), entidade a qual está vinculada dentro do Sistema Indústria. Para compreender os discursos presentes na linguagem da revista Sesi, é necessário entender a trajetória da entidade e como a revista é utilizada em suas narrativas na promoção de temas como educação, saúde, esporte, cultura, lazer e responsabilidade social.

A CNI foi constituída no dia 12 de agosto de 1938 em meio às turbulências do Estado Novo (1937-1945), e logo viria a se tornar a maior entidade patronal da classe industrial do Brasil. A entidade deixa explícita a preocupação dos industriais brasileiros com a instrução da classe trabalhadora e deu os primeiros passos para a criação da escola da indústria, que visa a formação de mão de obra técnica e específica para o segmento industrial; assim, foi criado em 1942 o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai)¹⁵. Uma vez cumprido o objetivo de criar estrutura e mecanismos para a formação técnica profissional da indústria, a CNI voltou-se para outro projeto que teria tanto êxito e reconhecimento como o Senai, a criação de um serviço que atendesse novas demandas da classe trabalhadora, entre elas a saúde, cultura e lazer.

¹⁵ BUENO (2008) relata que o projeto nasce no bojo do paternalismo típico do governo Vargas, cuja preocupação com a instrução, determinou em 1939, que todas as indústrias com mais de quinhentos operários teriam de oferecer cursos de aperfeiçoamento profissional a seus trabalhadores. Formou-se então uma comissão interministerial envolvendo ministros e técnicos dos Ministérios da Educação e do Trabalho encarregada de tomar as providências necessárias para a aplicação da lei. No dia 22 de janeiro de 1942, foi assinado o decreto-lei nº 4048, que criou o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai).

Em 1946 o país passou a ser governado por Eurico Gaspar Dutra, primeiro presidente eleito pelo voto direto após 15 anos da era Vargas. Seu mandato começou com a eclosão de dezenas de greves por todo país, a maior delas, uma paralisação de mais de 100 mil trabalhadores em São Paulo. A situação já fora antevista pelas entidades representativas da classe produtora, que tinham lançado em 1945 a *Carta da Paz Social*, na qual se afirmava que:

[...] uma sólida paz social, fundada na ordem econômica, há de resultar [...] uma obra educativa através da qual se consiga fraternizar os homens, fortalecendo neles o sentimento de solidariedade e confiança. Uma das propostas era a criação de um fundo social a ser aplicado em obras e serviços que beneficiassem os empregados de todas as categorias, em assistência social em geral, repartindo com os institutos existentes as atribuições assistenciais e de melhoramento físico e cultural da população (SESI, 1976, p. 19).

O interesse dos industriais em investir em serviços, capacitação e assistência social aos trabalhadores surgiu após a percepção de que havia a necessidade de se ampliar o mercado consumidor interno e, para isso, era necessário ampliar o poder de compra dos empregados brasileiros, que constituíam a principal parcela da população. (SESI, 2008, p. 26-28).

Eduardo Bueno (2008) relata que em 9 de maio de 1946, representantes das federações industriais do Rio de Janeiro, de São Paulo (Roberto Simonsen), de Minas Gerais (Américo Gianneti), do Rio Grande do Sul (Herbert Bier), do Paraná (Heitor de França) e de Pernambuco (Antônio Alves Pereira) reuniram-se na sede da CNI, no Rio de Janeiro. Do encontro, presidido por Euvaldo Lodi, saiu a decisão de que era preciso criar, com urgência, um serviço social que se dedicasse à defesa e à valorização do trabalhador na indústria e de sua família, além de promover medidas de estímulo à produção industrial. A ata de criação regulamentava a instituição com o “objetivo de estudar, planejar e executar, direta ou indiretamente, medidas que contribuam para o bem-estar social dos trabalhadores na indústria e atividades similares” (BUENO, 2008, p.164).

A mobilização junto ao governo federal resultou na assinatura do Decreto-Lei nº 9.043 que criava então o Serviço Social da Indústria (Sesi), no dia 25 de junho de 1946. A criação, organização e direção do Sesi ficaram sob a responsabilidade da CNI.

O Serviço Social da Indústria poderia, a partir de então, concretizar seus propósitos e sua vocação, revelando, ao longo de uma trajetória hoje mais que sexagenária, que a preocupação com o bem estar dos trabalhadores e de suas famílias não é incompatível com a busca pelo lucro por parte das empresas como, na verdade, pode servir para alavancá-lo (BUENO, 2008, p. 164-165).

Nas décadas seguintes, o Sesi teria o desafio de se estruturar como entidade, adequar seus serviços, obter reconhecimento e se consolidar, de fato, como referência na promoção do bem estar da classe trabalhadora.

Com a característica de ser uma instituição privada de caráter público, o Sesi não está subordinado ao poder público, mas tem amparo financeiro e a obrigação de prestar contas sobre a administração de seus recursos¹⁶. A organização, sem fins lucrativos, possui patrimônio próprio e direção particular, formada por representantes do segmento industrial. Sua estrutura institucional foi definida após sua criação, quando foram estabelecidas as atribuições e distribuição das unidades administrativas regionais. Na fase de planejamento, o regulamento interno do Sesi previu a existência de uma administração nacional – composta por Conselho Nacional (CN) e Departamento Nacional (DN) – e administrações regionais, com seus respectivos Conselhos Regionais (CRs) e Departamentos Regionais (DRs)¹⁷.

Após sua fundação em 1946, o primeiro desafio do Sesi foi enfrentar a desconfiança dos trabalhadores que acreditavam que os objetivos da instituição eram apenas os reflexos da vontade dos industriais. A aceitação do Sesi por parte dos sindicatos dos trabalhadores também esbarrava na identificação da entidade com representantes do governo, pois “o Sesi iniciou suas atividades ligado a um governo que ataca o operariado – sua vida institucional começa com uma imagem politizada e com pouca credibilidade entre os militantes sindicais” (WEINSTEIN, 2000 *apud* SESI, 2008, p.44).

Neste período, a classe industrial, agora formalmente representada por suas entidades, cria projetos para a, então, denominada “família operária”, que contemplavam cursos de corte e costura, higiene e administração doméstica, numa clara intenção de estabelecer relacionamentos com os públicos indiretos das empresas, que incluíam as esposas e filhos dos trabalhadores. “O princípio que guiava estas atividades era a criação de um ambiente doméstico saudável para os empregados, visando a aumentar sua produtividade, bem como a formação cívica cujo mote residia no desenvolvimento do patriotismo em prol da paz social” (SESI, 2008, p.43).

¹⁶ O Decreto-Lei n.º 9.403 estabeleceu que toda empresa das categorias da indústria, dos transportes, das comunicações e da pesca localizada em solo brasileiro deveria redirecionar uma porcentagem calculada sobre o total da folha salarial para a manutenção do Serviço Social da Indústria, subordinado à CNI. (SESI, 2008)

¹⁷ No momento de fundação do Sesi, seis estados contavam com federações das indústrias constituídas: Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. Nesses estados, os departamentos regionais passaram a ter existência legal a partir da criação do Sesi. Cabia às federações fundar os departamentos e conselhos regionais, implementando com relativa autonomia, as diretrizes estabelecidas pela administração nacional, e os serviços de acordo com a necessidade de cada região (SESI, 2008).

Estas ações comunicavam e reforçavam a missão pedagógica e educacional pautada em valores éticos e sociais, que passavam a compor o discurso da indústria. “A educação técnico-profissional do trabalhador realizada pelo Senai e pelo Estado exigia uma complementação cívico-social que o integrasse no seu grupo social e profissional” (SESI, 2008, p.43). Dessa forma, as atividades receberam, gradativamente, o apoio dos operários e de seus líderes, pois, de fato, havia uma demanda real por assistências nas áreas de alimentação, saúde, educação e habitação.

Da necessidade de legitimação e do propósito de estabelecer relacionamentos com os trabalhadores e seus familiares, surgiu um instrumento de comunicação que, durante décadas, viria a ser porta voz da entidade junto a um público específico – as crianças das famílias industriárias. A revista *Sesinho* foi criada em 1947 e tornou-se a referência de comunicação institucional da entidade e, em sua primeira fase de produção, de 1947 a 1960, no Rio de Janeiro, foi a principal porta voz do pensamento industrial da época. A revista, cujo público alvo era os filhos de trabalhadores da indústria, era produzida e distribuída pelo Sesi em suas unidades e em escolas de 1º grau, além de ser disponibilizada para vendas em bancas, o que estendia seu conteúdo para públicos diversificados, contribuindo para a fase de institucionalização da entidade.

A institucionalização do Sesi ocorreu com a ampliação de seus serviços, baseada em pesquisas e avaliações constantes que contribuíram com a formação da sua identidade. No período de 1946 a 1963, a entidade consolidou suas atividades e expandiu seu raio de abrangência com ações que delimitaram sua atuação nas áreas de promoção da saúde e nutrição, do esporte, da educação e da cultura. “Durante sua fase de institucionalização, o Sesi foi regido pela lógica do assistencialismo social. As críticas posteriores a essa abordagem foram, com efeito, preponderantes para a transformação das estratégias de atuação da entidade” (SESI, 2008, p. 4).

A necessidade de comunicar seus objetivos institucionais, sua missão e seus serviços foi outro desafio do Serviço Social da Indústria que, desde sua criação, teve que legitimar sua existência frente ao governo, à sociedade em geral e, especialmente, frente aos industriais e trabalhadores da indústria, também denominados industriários. “Com efeito, uma das primeiras medidas tomadas pelo Sesi foi capacitar agentes para atuar em campo, informando empresas e trabalhadores sobre a sua concepção”. (SESI, 2008, p. 51-52).

Outra estratégia de fortalecimento e unificação do Sesi foi sua interiorização, com a implantação de dezenas de unidades em todos os estados. O

fortalecimento da imagem institucional ocorreu com a promoção de projetos e eventos de abrangência nacional, com ênfase na divulgação dos serviços prestados e no incentivo às organizações comunitárias, política que permanece em prática na atualidade.

Esta estratégia também foi utilizada na Revista Sésinho que alcançava circulação nacional e apresentava aspectos de diversas cidades brasileiras, o que também fazia parte de seu projeto de formar um cidadão moderno mediante o conhecimento de múltiplas dimensões da realidade nacional. “Sésinho escolhia aquilo que deveria ser valorizado nas cidades abordadas, interferindo na constituição da Nação baseado nos exemplos apresentados de acordo com os projetos do Sesi em todo Brasil” (BRITES, 2004, p. 83).

Após as fases de planejamento e institucionalização, que ocorreram até década de 1970, o Sesi teve que rever sua atuação em função das mudanças econômicas que atingiram o país como a crise do petróleo, aumento de terceirizações e a hegemonia da produção enxuta, que geraram, entre outros reflexos, a diminuição de arrecadação de receitas compulsórias. Assim, os anos de 1980 “são marcados, no Sesi, por um conjunto de esforços de seus dirigentes e de seu corpo técnico, no sentido de repensar a própria instituição e a sua prática, de modo a torná-las compatíveis com as demandas da realidade” (SESI, 1995, p. 41).

Nessa fase, constituiu-se o período de reestruturação da entidade, marcada pela mudança da postura assistencialista para uma nova concepção de cidadania. “A ênfase na qualidade do produto, expressa na ideia de que o trabalhador deve ser saudável para que não falte ao trabalho e a empresa produza mais, evoluiu para a percepção de que os operários têm direito à qualidade de vida” (SESI, 2008, p. 79).

Esta mudança de postura foi influenciada também pela promulgação da nova Constituição Federal de 1988, que consagrou os direitos sociais como princípios básicos da cidadania, pelos avanços do processo de redemocratização do país e o amadurecimento político da classe trabalhadora (BUENO, 2008). Nessa fase, o Sesi modificou elementos do seu discurso, substituindo a relação do bem estar social e produtividade, para qualidade de vida e cidadania, temáticas que orientam e acompanham a organização até a contemporaneidade, não deixando, porém, de visar o aumento da produtividade industrial. Em sua comunicação institucional, temáticas, como terceiro setor, sustentabilidade e responsabilidade social tornam-se constantes e orientam projetos de âmbito nacional.

2.5 Políticas de comunicação do SESI

Diante do exposto, cabe compreender também a estrutura de comunicação que sustenta o Sesi e como, especificamente, a revista Sesi é utilizada no ambiente da comunicação institucional. As estratégias de comunicação utilizadas nas unidades do Sistema Indústria são todas concentradas na Diretoria de Comunicação, localizada na estrutura técnica administrativa da CNI, com sede em Brasília (Figura 2). Cabe à diretoria planejar, coordenar e supervisionar todas as ações de comunicação da Confederação e suas unidades. No âmbito institucional o objetivo é zelar pela reputação e pela identidade das marcas institucionais e desenvolver iniciativas para consolidar a imagem positiva do Sistema Indústria na sociedade (CNI, 2013). Segundo consta no portal corporativo da CNI, a diretoria de comunicação também:

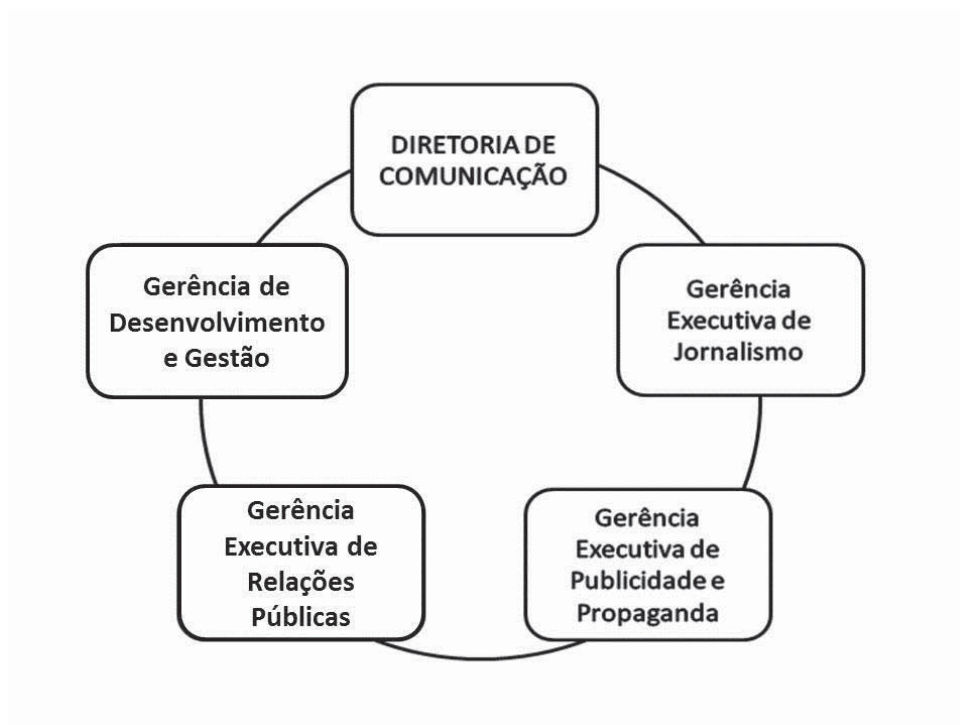
Articula o relacionamento com os jornalistas e formadores de opinião, presta assessoria de imprensa e divulga ações, fatos e posicionamentos da CNI, SESI, SENAI e IEL. Administra as atividades de edição e editoração de publicações com conteúdos técnicos e institucionais. Também organiza e realiza solenidades e eventos voltados aos interesses dos industriais e coordena a comunicação interna (CNI, 2013).

Esta estrutura está de acordo com a proposta da comunicação integrada elaborada por Kunsch (2003) que no contexto da comunicação organizacional, prevê ações convergentes das diversas áreas numa atuação sinérgica.

A comunicação integrada deve constituir uma unidade harmoniosa, apesar das diferenças e das peculiaridades de cada área e das respectivas subáreas. A convergência de todas as atividades, com base numa política global, claramente definida, e nos objetivos gerais da organização, possibilitará ações estratégicas e táticas de comunicação mais pensadas e trabalhadas com vistas na eficácia (KUNSCH, 2003, p.150).

A Diretoria de Comunicação da CNI é composta por três gerências executivas – a de Jornalismo, a de Publicidade e Propaganda e a de Relações Públicas, e a gerência de Desenvolvimento e Gestão, conforme Figura 2.

Figura 2 – Estrutura de comunicação da CNI



Fonte : Elaborada pela autora, baseada na descrição da estrutura de comunicação da CNI.

De acordo com as informações disponíveis no portal corporativo da CNI, as Gerências Executivas têm atribuições específicas (ANEXO A). O que chama a atenção nesta discriminação de tarefas é que, mesmo que a gestão da produção editorial de publicações periódicas e não periódicas sejam de responsabilidade da Gerência de Publicidade e Propaganda, a revista *Sesinho*, que é uma publicação periódica, está diretamente ligada à gestão do Sesi, especificamente ao departamento de educação, responsável pela produção, distribuição e controle da mesma. Pressupõe-se assim, que a elaboração da revista *Sesinho* é gerida pelo Sesi, sob a supervisão das Gerências Executivas, responsáveis por unificar o discurso da indústria em todas as suas ações comunicativas.

3 SESINHO – DISCURSOS PARA INFÂNCIA

Neste capítulo a fundamentação teórica abrange a reflexão sobre a linguagem dos quadrinhos, a história da revista Sésinho, na qual está contemplada um estudo sobre sua primeira fase de produção, o novo contexto do Sesi e sua adaptação às mudanças que marcaram a primeira década do século XXI, e o reflexo do novo ambiente nas relações das organizações com os trabalhadores. Espera-se, neste capítulo, compreender como a segunda fase da produção da revista Sésinho se insere no novo contexto do Sesi, especificamente no programa de educação proposto pela entidade.

3.1 Linguagem dos quadrinhos

A revista Sésinho utiliza a linguagem iconográfica típica das histórias em quadrinhos (HQs). Sua estrutura, personagens e narrativas estão apoiadas nos códigos visuais e verbais e algumas características encontradas na publicação estão de acordo com a literatura que trata sobre o assunto. Assim, este trabalho resgata algumas considerações que são pertinentes e vão subsidiar uma análise posterior de seus conteúdos.

A arte sequencial dos quadrinhos, que começou como tiras em jornal no final do século XIX, teve sua produção expandida no início do século passado e o resultado são publicações de qualidade que atraem públicos de variados perfis. O desenvolvimento e a consolidação das Ciências da Comunicação e outros estudos culturais que se intensificaram a partir da década de 1960 possibilitaram a aproximação das histórias em quadrinhos das práticas pedagógicas.

Waldomiro Vergueiro (2004) mostra que revistas de histórias em quadrinhos atraem leitores de todas as idades, mesmo concorrendo com meios mais abundantes e sofisticados de comunicação e entretenimento. A produção e distribuição organizadas em escala industrial contribuíram com a profissionalização e sobrevivência do produto comunicacional no mercado. Segundo o autor, o interesse pelos quadrinhos surgiu no ambiente cultural europeu e depois se estendeu para outras regiões do mundo, transformando o cenário de desconfiança construído por alguns críticos, em um cenário de novas possibilidades, onde as HQs passam a ser vistas como manifestações artísticas com características próprias.

A arte dos quadrinhos propõe uma forma de linguagem híbrida composta de códigos verbais e visuais, cuja função fundamental é comunicar ideias ou histórias por meio de palavras e figuras (EISNER, 2010). Para Moya (1970) “os quadrinhos são a forma de comunicação mais instantânea e internacional de todas as formas modernas de contato entre os homens de nosso século” (MOYA *apud* ANSELMO, 1975, p.32). Mesmo se referindo ao século passado, pode-se afirmar que o interesse e o impacto das HQs continuam a ser relevante junto aos leitores de diversas faixas etárias. O que atrai o leitor é justamente o sistema narrativo formado por dois códigos de signos gráficos: a imagem, obtida pelo desenho e a linguagem escrita (CAGNIN, 1975).

Das inúmeras definições e conceitos sobre as HQs registra-se aqui o elaborado por Zilda Augusta Anselmo (1975):

As HQ são, a um só tempo, a arte e o meio de comunicação de massa (MCM) que, usando predominantemente personagens irreais, desenvolvem uma sequência dinâmica de situações, numa narrativa rítmica em que o texto, quando este existe, tanto pode aparecer como legenda abaixo da imagem como em outros espaços a ele destinados ou em balões ligados por um apêndice à pessoa que fala (ou pensa). Para atingir sua finalidade básica – a rapidez da sua compreensão – as HQs lançam mão de símbolos, onomatopéias, códigos especiais e elementos pictóricos que lhes garantem uma universalidade de sentidos (ANSELMO, 1975, p.38).

A universalidade e acessibilidade dos quadrinhos também é ressaltada por Marny (1970, *apud* ANSEMO, 1975) que acredita que as HQs têm linguagem universal, pelo fato da imagem ser espontaneamente percebida e facilmente decifrada. Para o autor, “a primeira função manifesta das HQs foi fazer rir, e foi este humor facilmente acessível a todas as classes sociais que assegurou a sua difusão” (MARNY, *apud* ANSELMO, 1975, p. 45). Outro argumento sobre a rápida compreensão das narrativas das HQs, é que as mesmas se baseiam na exploração das cenas da vida cotidiana, o que aproxima o leitor das histórias.

Sob a perspectiva do leitor, o contato com as HQs envolve percepção estética e esforço intelectual (WOLF *apud* EISNER, 2010). Assim, a utilização das HQs pressupõe intenções e comportamentos com finalidades específicas, tanto da parte de quem produz como de quem compartilha o material. Antônio Luiz Cagnin (1975) ressalta que os desenhos que compõem a linguagem visual dos quadrinhos

[...] exige elaboração por parte do emissor e a preocupação de orientar a percepção do significado. Portanto é seletiva. A seletividade é orientada por dois pólos: a intenção do desenhista e as limitações do receptor. No momento em que o desenho está sendo feito e representando alguma coisa ele ultrapassa o significado puramente denotativo e quase se liberta dele para se enriquecer de conotações diversas (CAGNIN, 1975, p. 52).

Assim, o conhecimento prévio dos signos visuais tanto por parte do autor como do leitor é essencial para que haja compreensão das narrativas. Como a imagem é um sistema de códigos abertos, passíveis de inúmeras interpretações, a percepção dos leitores pode ser diferenciada. Para Cagnin (1975) o “conjunto de elementos internos de uma HQ (pontos, linhas, figuras) e externos (referente, objetos, o meio social, a cultura) forma o contexto. A possibilidade de relacionar estes elementos está na capacidade perceptiva e lógica de cada um” (CAGNIN, 1975, p.51).

Para Eisner (2010) as histórias em quadrinhos têm uma linguagem baseada na experiência visual comum ao criador e ao público. A construção de narrativas com signos verbais e visuais têm o objetivo de permitir uma leitura de fácil compreensão da mistura imagem-palavras. É necessário que durante a leitura se desenvolva uma interação, onde as mensagens sejam comuns tanto para o criador como para o leitor.

A configuração geral da revista em quadrinhos apresenta uma sobreposição de palavra e imagem, e assim, é preciso que o leitor exerça suas habilidades interpretativas visuais e verbais. As regências do desenho (por exemplo, perspectiva, simetria, pincelada) e as regências da literatura (por exemplo, gramática, enredo, sintaxe) superpõem-se mutuamente. A leitura da revista em quadrinhos é um ato de percepção estética e de esforço intelectual. (EISNER, 2010, p. 8).

Uma característica da linguagem dos quadrinhos é a utilização de imagens repetitivas e símbolos reconhecíveis, que são utilizados com frequência para expressar ideias similares. A interação¹⁸ e a compreensão da mensagem ocorrem quando o leitor reconhece o significado e o impacto emocional das imagens “portanto, a competência da representação e a universalidade da forma escolhida são cruciais” (EISNER, 2010, p.07).

Esta definição reforça a necessidade deste estudo seguir a linha interacional/relacional da comunicação no contexto das organizações, onde a interação é o objeto da comunicação (FRANÇA, 2001, 2006) e se afastar do paradigma clássico que vê a comunicação como um processo linear de produção e recepção de mensagens. A linguagem dos quadrinhos pode ser reconhecida como uma forma de compartilhamento simbólico e não apenas como transmissora de mensagens, onde os interlocutores (Sesi e leitores) são envolvidos em contextos específicos (narrativas da revista Sesi) numa relação com formas e discursos da cultura (organizacional e do contexto social). Portanto, a interação é condição fundamental neste processo comunicativo.

¹⁸ Interação pode ser entendida, segundo Braga(2004), como processos simbólicos e práticos que organizam trocas entre seres humanos e viabilizam as diversas ações e objetivos que se vêem engajados.

A revista *Sesinho* aqui considerada uma prática comunicativa no contexto organizacional, permite um processo de construção conjunta de significados entre os interlocutores, a partir dos discursos do Sesi, dentro de um determinado contexto (representado aqui pelas narrativas e pela dimensão contextual ligada à temporalidade da revista). A revista cria então um ambiente comum para interações e produção de sentido dos discursos entre Sesi e leitores mediada pela linguagem dos quadrinhos.

Uma dessas especificidades das HQs é que o próprio leitor pode participar e completar a história e isso ocorre devido à estrutura gráfica da mesma. Didier Quella-Guyot (1994) explica que

A leitura de uma HQ supõe um processo de coordenação provocado pelo próprio conteúdo das imagens e imposto pela presença de espaços brancos entre as vinhetas¹⁹. Entre duas imagens a narrativa continua [...] A elipse²⁰ é completada pelo leitor, [...] o leitor dá vida ao que falta, ao que não aparece. (QUELLA-GUYOT, 1994, p.37).

O autor completa que “a elipse entre as imagens, que permite a justaposição de cenas cuja aproximação provoca o humor ou valoriza o efeito de surpresa, constitui um trunfo particular da HQ” (QUELLA-GUYOT, 1994, p.71). Este é mais um dos inúmeros recursos que conquistam os leitores e proporcionam uma interatividade incomum em outros tipos de publicações.

No contexto organizacional esses leitores podem ser qualificados como públicos a partir do momento que o contato com a revista possibilita uma experiência de compartilhamento de sentidos (FRANÇA, 2006). Portanto, os leitores de *Sesinho* podem ser concebidos como públicos em duas situações: na primeira como um agrupamento coletivo escolhido para ser alvo das publicações (neste caso os alunos do ensino fundamental da rede de colégios Sesi); na segunda situação quando os leitores são afetados pelas narrativas que possibilitam o compartilhamento de uma determinada experiência (neste caso qualquer leitor que tenha acesso ao material), criando assim um contexto específico de interação, conforme explica FRANÇA (2006):

Um público surge quando determinados acontecimentos, produtos, obras (estabelecem) um “contexto institucional”, uma situação que provoca sentido e propicia às pessoas envolvidas passar pela mesma experiência. Público, então, é o

¹⁹ Segundo Quella-Guyot (1994) as vinhetas são consideradas as unidades básicas das HQs, ela constitui a unidade temporal mínima que forma um desenho completo, às vezes isolado por traços (quadros). As vinhetas se sucedem para formar tiras de imagens separadas pelas elipses.

²⁰ As elipses e junções referem-se aos espaços brancos, ou traços negros que separam duas imagens, presentes na arte da maior parte das HQs. Ao mesmo tempo que separa, as elipses dão continuidade, desta vez com a participação do leitor, explica Quella-Guyot (1994).

resultado da ação, é produzido na experiência ligada a um processo de contextualização (FRANÇA, 2006, p.80-81).

Isso significa que na interação proporcionada pela revista *Sesinho*, a organização (Sesi) e seus interlocutores (leitores/público) têm seus próprios objetivos e, conforme seus contextos, ambos se posicionam na identificação, produção e compartilhamento de sentidos.

No ambiente das histórias em quadrinhos esta interação se dá durante o contato com as informações visuais e verbais que codificam as mensagens, por isso, na análise de conteúdo das histórias em quadrinhos, é necessário que sejam considerados todos os elementos da linguagem visual (estilos, quadrinhos, enquadramentos e planos, perspectiva, ângulos de visão, montagem, protagonistas e personagens secundários, figuras cinéticas, ideogramas e metáforas visuais) e os elementos da linguagem verbal (convenções específicas do enunciado verbal – linhas, traços, tamanho de letra, legenda, balão, onomatopeias), pois cada um desempenha uma função de linguagem, essencial para a compreensão das mensagens.

Existe uma separação arbitrária, porém válida, dos principais elementos de comunicação presentes nos quadrinhos, as palavras e as imagens, uma vez que “no moderno mundo da comunicação estes dispositivos são tratados separadamente” (EISNER, 2010, p. 07). No ponto de vista linguístico, Roman Jakobson (2003) tem um pensamento semelhante ao explicar que, num processo comunicativo, os elementos da linguagem não devem ser verdadeiramente isolados, mas podem ser distinguidos “se os tratarmos separadamente no processo de análise linguística, deveremos sempre lembrar-nos do caráter artificial de uma tal separação” (JAKOBSON, 2003,p.16).

A união do texto e da imagem promovem diferentes relações. Cada qual tem seu objetivo, um papel a desempenhar para captar a atenção do leitor e para que a história possa progredir (QUELLA-GUYOT, 1994). O autor ressalta uma relação de complementariedade do texto com a imagem:

Os textos, tanto descritivos como os contidos em balões, combinam dados concernentes à ação em curso, mas também indicações referentes a eventos passados, futuros e simultâneos às cenas que temos diante dos olhos. [...] Entende-se então que o texto tem a missão de indicar aquilo que a imagem não mostra, acrescentando elementos temporais e espaciais à compreensão, de modo que a narrativa possa manter o seu fio sem dificuldades (QUELLA-GUYOT, 1994, p.131).

A análise da revista *Sesinho* fará esta distinção, pois pretende-se compreender o conteúdo de todos os elementos presentes na linguagem dos textos e das imagens para a total compreensão dos discursos e objetivos identificados em seu conteúdo.

Quella-Guyot (1994) ressalta, porém, que as HQs não podem ser reduzidas a um conjunto de códigos que, uma vez descritos, seriam suficientes para compreender totalmente seus conteúdos. Para o autor “existem códigos ideológicos, morais e gestuais que refletem essa ou aquela cultura, e que transparecem no comportamento dos personagens e em seu ambiente gráfico” (QUELLA-GUYOT, 1994, p.26). Para identificar estes códigos é necessário considerar os códigos técnicos: o pictórico (a arte da composição, do uso da cor); o cinematográfico (planos, enquadramentos); e os códigos ideogramáticos²¹, característicos das HQs (QUELLA-GUYOT, 1994).

Nesse estudo um elemento das HQs será analisado de modo particular – os personagens. Para Quella-Guyot (1994):

A HQ conservou para seus heróis a significação original da palavra: o homem que se distingue, por ações extraordinárias e pela grandeza d'alma. Mas restringir a HQ a heróis perfeitos e corajosos é negligenciar uma imensa categoria de personagens truculentos ou trapalhões, comparsas ou coadjuvantes, cujo renome por vezes superou o dos protagonistas principais (QUELLA-GUYOT, 1994, p. 112).

Este ainda não é o caso do personagem *Sesinho*, que, como herói da publicação, ainda não foi suplantado pelos demais personagens. O que ocorreu no decorrer da história da revista é que, na primeira fase, *Sesinho* era muitas vezes, o único personagem, que vivia suas aventuras de maneira solitária. Já na segunda fase, o personagem principal ganhou uma turma, e alternadamente, os personagens coadjuvantes acabam sendo os condutores da história. Mas ainda cabe a *Sesinho* o perfil de herói perfeito. Para Quella-Guyot (1994), o herói perfeito só interessa ao leitor se o mesmo estiver cercado por personagens mais realistas, assim, a imperfeição dos demais é um contraponto com as qualidades do personagem principal.

Sesinho segue uma convenção estereotipada típica das HQs. “Se o herói aparece como um ser sem defeitos, [...] ele é do sexo masculino [...] Belo, inteligente, jovem ativo, esportivo corajoso, pronto a correr e a socorrer, o herói da HQ é feito à imagem do herói arquetípico” (QUELLA-GUYOT, 1994, p. 112). Cagnin (1975) explica o ambiente e as formas do conteúdo das aventuras vividas pelos personagens e heróis. Para o autor, o formato

²¹ Segundo Quella-Guyot (1994), os ideogramas são desenhos simbólicos que representam movimentos, sons, reações, um recurso semântico que serve para representar, por meio de uma série de indicadores reconhecíveis, o que não é figurativo, visando reproduzir o real em sua totalidade e em sua complexidade visual e sonora.

é relativamente simples, “o mundo quadrinizado é dividido maniqueisticamente em bom e mau, o mocinho e o bandido” (CAGNIN, 1975, p. 179). Acrescenta-se a este mundo, a partir do contexto da revista *Sesinho*, o certo e o errado, à partir da visão de seus produtores.

As aventuras ou episódios são autônomos, e as narrativas têm começo, meio e fim. Para Cagnin (1975), o único elemento que liga uma história à outra é o herói, ou personagem principal. Os temas e ações mudam, mas permanecem a estrutura e a forma de conteúdo que caracterizam a publicação. Segundo Cagnin (1975):

As histórias aparecem regularmente como uma aventura completa, composta de uma situação inicial, em que o mocinho não tem nada para fazer na enervante rotina do dia a dia, quando esta situação é rompida e o força a agir em nome do bem, vencer o mal e restabelecer uma situação idêntica à inicial. O mocinho é invencível, por isso o agente do mal é destruído ou eliminado pura e simplesmente (CAGNIN, 1975, p.180).

Para Vergueiro (2004) as aventuras retratadas nos quadrinhos vão além do entretenimento, e os conteúdos podem ser utilizados de forma eficiente para transmitir conteúdos específicos, passando a desempenhar uma função utilitária, o que vem chamando a atenção dos pesquisadores de diversas áreas do conhecimento, principalmente da área de comunicação. Atualmente os quadrinhos são utilizados para fins corporativos e educativos. Esta mudança de finalidade ocorreu na década de 1940 nos Estados Unidos, com publicações sobre personagens famosos da história, figuras literárias e eventos históricos. Seguindo esta tendência, outras publicações surgiram para transmitir os valores defendidos pela religião católica (VERGUEIRO, 2004).

Vergueiro (2004) lembra que na década de 1950, o governo chinês de Mao Tse Tung utilizou a linguagem das HQs para campanhas a serviço da propaganda ideológica do governo comunista. O enfoque era retratar vidas exemplares de representantes da nova sociedade que queriam estabelecer no país. Entidades governamentais de vários países optaram em utilizar a linguagem dos quadrinhos como apoio técnico à utilização de equipamentos e treinamentos de pessoal em atividades especializadas.

Na contemporaneidade é visível a utilização da linguagem dos quadrinhos em HQs corporativas, que utilizam o formato para transmitir conteúdos específicos, às vezes, com função utilitária, para treinar e orientar os trabalhadores e outros públicos, além de reforçar informações de caráter institucional e mercadológico, conforme exemplos da Figura 3.

Figura 3 – Exemplos de HQs corporativas.



Fonte: Disponível em <http://www.gibiosfera.com.br/quadrinhos-corporativos-personalizados>. Acesso em 14/06/2013.

O uso dos quadrinhos no ambiente escolar ocorreu na década de 1970, primeiramente na Europa, e a possibilidade do material ser utilizado no processo de aprendizagem logo foi percebido e utilizado em diversos países. Não demorou para que a

linguagem das HQs fosse gradativamente incluída em materiais didáticos. Segundo Vergueiro (2004):

Atualmente é muito comum a publicação de livros didáticos, em praticamente todas as áreas, que fazem farta utilização das histórias em quadrinhos para transmissão de seu conteúdo. No Brasil, principalmente após a validação realizada pelo Ministério da Educação, a partir de meados dos anos de 1990, muitos autores de livros didáticos passaram a diversificar a linguagem no que diz respeito aos textos informativos e às atividades apresentadas como complementares para os alunos, incorporando a linguagem dos quadrinhos em suas produções (VERGUEIRO, 2004, p.20)

No Brasil, a utilização das HQs na educação é regulamentada pela Lei de Diretrizes e Bases (LDB)) e pelo Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) que apontam diversos motivos que levam as HQs a terem um bom desempenho nas escolas, relacionadas por Vergueiro (2004) :

- Os estudantes querem ler os quadrinhos;
- Palavras e imagens, juntos, ensinam de forma mais eficiente;
- Existe um alto nível de informações nos quadrinhos;
- As possibilidades de comunicação são enriquecidas pela familiaridade com as histórias em quadrinhos;
- Os quadrinhos auxiliam no desenvolvimento do hábito da leitura;
- Os quadrinhos enriquecem o vocabulário dos estudantes;
- O caráter elíptico da linguagem quadrinhística obriga o leitor a pensar e imaginar;
- Os quadrinhos têm um caráter globalizador;
- Os quadrinhos podem ser utilizados em qualquer nível escolar e com qualquer tema.

Estes argumentos e os resultados das pesquisas que se intensificaram nas últimas décadas do século passado e início do século XXI foram fundamentais para que escolas e organizações passassem a utilizar as HQs com funções específicas. Este é o caso do Sesi, que levou a revista Sesinho para as salas de aula, fortalecendo o vínculo com o público infantil, tanto no momento da aprendizagem, como nos momentos de consolidação de seus objetivos institucionais.

Destacando a abordagem crítica aos quadrinhos, é relevante ressaltar que, para muitos pesquisadores, o uso dos quadrinhos em qualquer ambiente tem um cunho ideológico, pois a própria HQ “não é ideologicamente neutra. Ela é uma imagem das ideologias e, por vezes, achando-se investida de uma função de propaganda, é uma ideologia em imagens” (QUELLA-GUYOT, 1994, p.72). Pensar que as HQs influenciam diretamente

seus leitores pode ser prematuro, e somente estudos na área de recepção poderiam fornecer dados mais concretos sobre o assunto. Mas pode-se deduzir que as HQs, como todos os meios de comunicação de massa, reforçam atitudes preexistentes mais do que determina novas (QUELLA-GUYOT, 1994).

Louis Althusser (1970) afirma que a ideologia tem uma existência material “já que sua estruturalidade se forma dentro e a partir dos aparelhos ideológicos” (ALTHUSSER, *apud* CIRNE, 1975, p. 16). Para Cirne (1975) são os aparelhos ideológicos de Estado que interessam no enfoque dos quadrinhos, pois:

Os Aparelhos Ideológicos de Estado são constituídos por instituições distintas e especializadas, segundo as próprias palavras de Althusser (os sistemas religioso, escolar, familiar, jurídico, político, sindical, informativo, cultural), e se diferenciam do Aparelho de Estado (o Governo, a Administração, os Tribunais, etc.) porque, em uma primeira etapa, existem como pluralidade, e depois, como entidades privadas dentro do direito clássico (CIRNE, 1975, p.16-17).

Nesta linha de raciocínio, os quadrinhos produzidos e veiculados pelos sistemas de informação devem ser entendidos como representações de um determinado aparelho ideológico.

3.2 História

O idealizador e posteriormente diretor do projeto Sesinho foi Vicente Paulo Guimarães (1906-1981), jornalista, poeta, contista e historiador, que escreveu mais de trinta obras de literatura infantil, além da Coleção Vovô Felício. Para Guimarães, o projeto Sesinho representava uma forma de promover a educação cívica das crianças, uma forma de ir contra a literatura estrangeira, que era predominante na década de 1940. Segundo Brites (2004), em 1940, uma única publicação nacional – Era Uma Vez – convivía com nove estrangeiras; em 1947, quando Sesinho foi lançado, a proporção era de dois periódicos brasileiros para nove estrangeiros.

A publicação da revista Sesinho ocorreu num período marcado pela desconfiança em relação às histórias em quadrinhos pois, conforme Vergueiro (2004), entre os anos de 1945 e 1950 uma campanha iniciada nos Estados Unidos, e estendida para outros países, alertava contra os pretensos malefícios que a leitura de histórias em quadrinhos poderia causar no público adolescente. Vicente Guimarães compartilhava da mesma desconfiança e, além de denunciar o caráter predominantemente estrangeiro da literatura

infantil disponível no país, ainda argumentou que no Brasil não havia nenhum veículo para a educação cívica das crianças. (PENIDO, *apud* BRITES, 2004).

Na fala de Guimarães, há sugestões de existir um mercado potencial para a literatura infantil no país, que sofre os efeitos condenáveis de uma oferta marcada pela violência e outros valores a serem evitados, presentes em quadrinhos e demais produtos destinados a crianças. Ao mesmo tempo, Guimarães coloca-se como escritor que se oferece naquele espaço, anunciando uma literatura destinada à formação cívica da infância nacional (BRITES, 2004, p.37).

Assim, o pensamento do autor vai de encontro à demanda do Sesi, que precisava comunicar suas propostas para a formação da infância industriária. Vicente Guimarães teve participação decisiva na publicação e o discurso do Sesi tomou forma por meio dos personagens, elaborados por meio do olhar e direcionamento de Guimarães, os quais transformou em porta vozes de temas como ensino, religiosidade, saúde e educação para o trabalho. O fato de ser mantida pelo Sesi, fez com que a Revista Sésinho tivesse uma existência diferenciada no mercado editorial, pois pode manter-se por 13 anos e alcançar uma tiragem final de cem mil exemplares. Na década de 1960, quando a revista saiu de circulação, após 154 edições, crescia a oferta de quadrinhos nacionais e estrangeiros no Brasil – 22 revistas nacionais e 79 procedentes de outros países (BRITES, 2004).

A revista Sésinho voltou a ser produzida em 1995, em forma de *CD Rom*²². Seis anos depois, voltou a ser impressa e, com uma tiragem de um milhão de exemplares e passou a ser distribuída gratuitamente nas escolas da Rede Sesi e outros 12 mil endereços, entre empresas, ONGs e universidades. A volta da revista Sésinho ocorreu num período em que a valorização das histórias em quadrinhos foi formalizada pelo governo brasileiro. Além de oficializar seu uso como recurso didático pedagógico, outra decisão que reforçou o interesse e valorização das HQs foi a inclusão desta modalidade de linguagem iconográfica na lista anual de compras de livros do Programa Nacional Biblioteca da Escola. Esse novo contexto possibilitou a valorização da publicação e consolidou sua produção até os dias atuais²³, tornando-a referência no conjunto da comunicação organizacional do Serviço Social da Indústria.

²² Na pesquisa dos materiais institucionais da CNI e do Sesi não foram encontradas informações sobre os motivos que causaram esta pausa de 25 anos na produção da revista e nem as circunstâncias do retorno do projeto.

²³ Desde 2013 a revista Sésinho deixou de ser impressa, mas continua a ser produzida apenas no formato eletrônico.

3.3 Primeiros discursos: 1947/1960

Um dos estudos mais abrangentes e relevantes sobre a revista *Sesinho* foi realizado pela historiadora Olga Brites, professora doutora do Departamento de História, do Programa de Pós Graduação em História e do curso de especialização “História, Sociedade e Cultura” da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Num primeiro momento o assunto foi objeto da dissertação de mestrado em 1994, um trabalho minucioso de pesquisa que teve como objeto as 154 edições da primeira fase de publicação da revista *Sesinho* e que possibilitaram analisar os sentimentos e valores que o Sesi, o diretor da publicação Vicente Guimarães e os intelectuais da época construíram para a infância na família industriária, considerando as dimensões da infância, trabalho e educação.

Num segundo momento, o texto foi a base para a obra *Infância, Trabalho e Educação: a Revista Sesinho (1947/1960)*, publicada em 2004. Alguns pontos desta pesquisa foram resgatados para a compreensão da trajetória da publicação, os quais servirão como referência para este estudo. Olga Brites retrata as dimensões da vida social da época e pontua as relações de poder observadas na revista e os projetos destinados às crianças, bem como os papéis destinados a homens e mulheres nas famílias industriárias e no conjunto social da época.

A pesquisa possibilita a percepção de como os industriais e intelectuais abordaram questões relativas à educação e saúde dos trabalhadores e de suas famílias, numa análise que considerou o contexto social da época. Déa Ribeiro Felon (2004) aponta que a maior contribuição do trabalho foi “identificar, examinar e mostrar como se forjou e se elaborou uma identidade para a criança na família operária brasileira, chamar a atenção para como se pensava a questão naquele período e como se tratava de implementá-la como políticas para o setor” (FENELON *apud* BRITES, 2004, p. 12).

A infância que o Sesi e a revista *Sesinho* projetaram para as famílias industriárias incluía a valorização da educação formal ou informal, da escola, a importância da leitura e programas assistencialistas que visavam a formação, saúde e lazer. O trabalho também fazia parte deste contexto e era valorizado e incentivado para que as crianças já se preparassem para assumir as funções, futuramente, de provedores da família.

O principal intuito de Brites (2004), foi utilizar o estudo da revista *Sesinho* para uma reflexão das ligações que a mesma estabeleceu entre Infância, Trabalho e Educação. *Sesinho*, ao pensar a infância, ia além da dimensão natural da vida humana, mas a tratava como um nível da sociedade brasileira, com suas respectivas tarefas, disciplinas e destinos.

O viés do trabalho foi intrinsecamente vinculado a essa proposta de infância, definindo um horizonte para a vida da criança, já presente, mediante a experiência dos pais, de outros parentes e conhecidos ou dela própria, ou futuro para esta. Era um valor central dentre aqueles enfatizados pelo periódico, como se observa em materiais que orientavam para diferentes profissões (BRITES, 2004, P. 18).

Estas percepções foram possíveis por meio da análise imagética dos códigos visuais das capas e os códigos verbais presentes no conteúdo interno da revista, considerando a linguagem dos quadrinhos, “Sesinho esteve fortemente ligado a esses valores, sem abandonar a linguagem dos quadrinhos, tendo em vista o contexto da indústria cultural em que tal linguagem se impôs nos quadros complexo editorial capitalista” (BRITES, 2004,p.36).

Sesinho, ao longo daquele período, reafirmou em suas diferentes narrativas o projeto da indústria para seus trabalhadores, que utilizou a assistência social como forma de suprir as carências e dificuldades e, principalmente, as tensões existentes nas lutas de classe.

A criação do Sesi em 1946 e a produção de Sesinho a partir de 1947 estão vinculados aos projetos empresariais de enfrentamento das tensões que incluíam intensas críticas dos trabalhadores aos industriais em função das extenuantes jornadas de trabalho, exploração de menores, carestia, escassez de produtos, altos preços de roupas e alimentos e os lucros exorbitantes das empresas. As insatisfações se traduziam nas numerosas greves e nas mobilizações dos sindicatos dos trabalhadores. Assim, as políticas de assistência social poderiam minimizar as insatisfações ao oferecer aos trabalhadores compromissos com aparente convergência de interesses.

Nesse contexto, “o empresariado ainda aparece como detentor de poder no social para implementar tais mudanças, que incorporam demandas reais de trabalhadores” (BRITES, 2004, p.47). Sesi e Sesinho se posicionaram como ações eficazes na solução dos problemas e cabia a Sesinho, especificamente, formar e preparar novos trabalhadores para superar as questões de divergência entre patrões e empregados. Para Brites (2004),

Estudar Sesinho traz para a discussão um poder que se situa noutros níveis, diferentes da política institucional, englobando aquelas dimensões do social. Perceber essas relações de poder e controle sobre o viver social dos trabalhadores é uma preocupação dessa pesquisa e a revista Sesinho desdobra o trabalhador em “filho de trabalhador”, futuro trabalhador” e “família de trabalhador”, num cotidiano que envolve sentimentos, emoções e valores (BRITES, 2004, p.48).

Para que houvesse a aproximação com seu público e a possibilidade de identificação e compartilhamento das experiências, Sesinho foi representado como menino branco, de cabelos escuros e lisos, faces rosadas, vestido com asseio e bem penteado, primeiro como uma criança bem pequena, e em seguida, mais crescida, cujas atividades no seio de sua

família envolviam brincadeiras do universo infantil masculino e representações de festas do calendário cristão cívico, como Natal, festas juninas, carnaval, etc...(BRITES, 2004).

A apresentação do personagem ocorreu no editorial da revista nº 1 (dezembro de 1947), figura 4, destacando o fato de ser filho de trabalhadores e com características de bom menino, que o tornava exemplo para outras crianças, as quais, inclusive, propunha uma relação de amizade e companheirismo, “realçando-se sua igualdade em relação aos filhos de trabalhadores, apontou-se para a possibilidade da nação brasileira ser constituída de crianças saudáveis, belas e fortes” (BRITES, 2004, p.49).

Figura 4 – Primeira e última edição da revista Sesinho – 1ª fase da publicação.



Fonte: Sesinho nº 01, dezembro/1947; Sesinho, nº 150, junho/1960.

Brites (2004) relata que o cotidiano infantil, representado na revista, tinha como base a educação integral e educação para o trabalho. A primeira abrangia o campo dos múltiplos saberes e a vida em sociedade (diferentes disciplinas escolares, viver em família, papéis de gênero, viver em cidade, religiosidade, lazer, leitura, valores, sentimentos). A segunda era dirigida para a formação de mão-de-obra e incentivo para definição de profissionais, deixando claro que o trabalho era um bem fundamental para o país, “a referência inicial para o personagem, portanto, foi o trabalho, seu cotidiano se estruturou para as crianças em função dele” (BRITES, 2004, p.52). Dessa forma, preparando a infância para o mundo do trabalho, a revista Sesinho “traçou um destino para os filhos dos trabalhadores da indústria, destacando a necessidade de preparação técnica para se trabalhar nesta área” (BRITES, 2004, p. 62).

Na revista *Sesinho* os trabalhadores e seus familiares, principalmente as crianças, são tratados como pessoas que precisam de formação, educação e assistência e o papel dos empresários é serem os líderes e mantenedores desse processo, numa clara intenção de propor uma fase de transformações onde o trabalho é a base da nação, as relações de trabalhadores e operários são harmoniosas e o assistencialismo é a solução para os problemas sociais.

Diante disso, temas como escolaridade, saúde, civismo, religiosidade e orientação para o trabalho, foram o mote para o desenvolvimento das aventuras de *Sesinho*.

A preocupação como organizar o cotidiano infantil de forma sistemática, apontando para o universo do Trabalho, Educação e Saúde, que incluía cuidados com o corpo (alimentação, práticas esportivas, profilaxia, lazer e repouso), esteve presente em *Sesinho* através de contos, editoriais, aulas de diferentes disciplinas, poesias, lendas, trabalhos manuais e quadrinhos. Ela evidencia o cuidado com uma Educação Integral, que passasse por múltiplos níveis de aprendizagem, e que a revista, destinada a filhos de industriários, assumiu a tarefa de satisfazer através de seu caráter enciclopédico (BRITES, 2004, p. 49).

As mensagens de *Sesinho* se apoiaram em imagens e textos, que foram fundamentais para estabelecer uma relação com as crianças e o uso do conteúdo diversificado existente na revista nas aulas do projeto pedagógico do Sesi possibilitou o entendimento do projeto geral de *Sesinho*. Outra forma de aproximar o material do universo da família industriária foi com argumentos de que *Sesinho* seria um amparo aos trabalhadores, tanto moral quanto material:

O assistencialismo do órgão foi apresentado por Guimarães como favor, diluindo-se qualquer relação envolvendo conflito entre as partes. O amparo aos trabalhadores foi expresso em fornecimento de gêneros alimentícios melhores e mais baratos, aquisição da casa própria e assistência jurídica. Nesta perspectiva, *Sesinho* ampararia moralmente os trabalhadores, orientando-os numa dimensão da própria vida material: alimentos saudáveis, cuidados com o organismo, a casa, etc. Ele foi caracterizado como moral e material. Os trabalhadores foram tratados como destituídos dessa moral e condição material, o que também representou uma atitude do Sesi de reconhecimento das dificuldades de vida enfrentadas pelos trabalhadores naquele momento, a serem superados pela Educação e Assistência (BRITES, 2004, p.51).

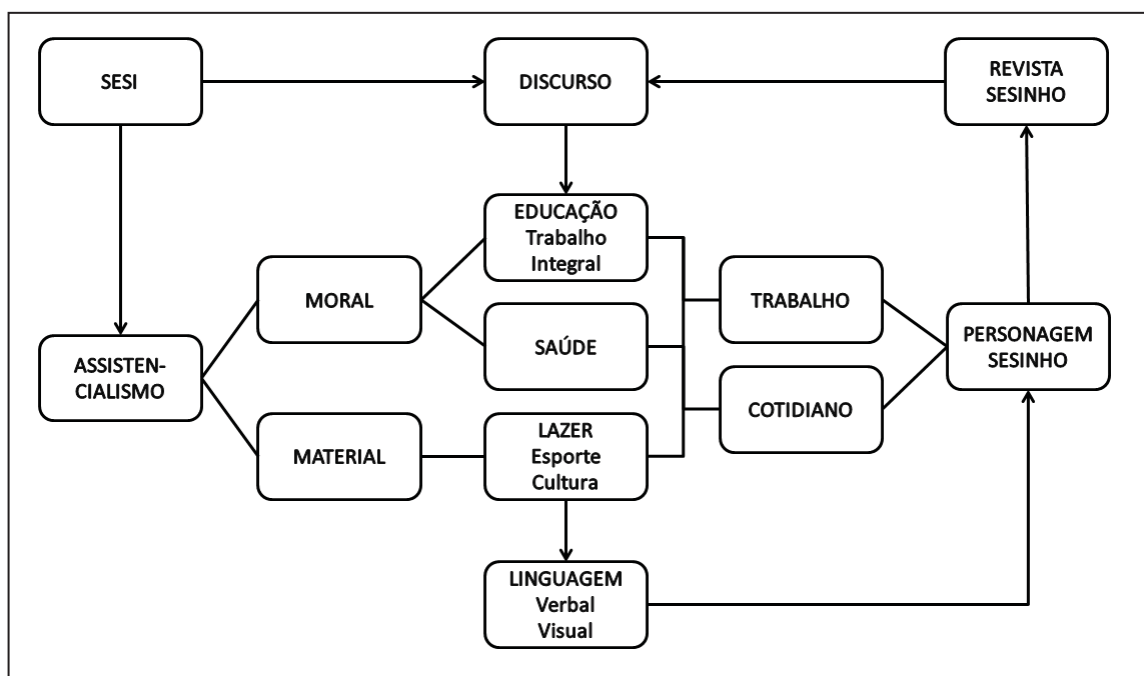
A primeira fase da Revista *Sesinho* foi encerrada em 1960, por motivos não revelados tanto pelo Sesi como pelo seu principal criador, o autor Vicente Guimarães. *Sesinho* voltou a ser publicado em 1995 no formato eletrônico e sua distribuição ocorreu por meio da distribuição de *CD Room*. Segundo Brites (2004) no projeto de relançamento da revista *Sesinho* em 2001, nas versões digitais e impressas, fica evidenciado o reconhecimento da direção do Sesi quanto à importância das publicações das fases anteriores, “embora se anuncie

uma proposta diferenciada, com intenção de restringi-la mais às escolas do próprio SESI, assumindo com maior força a dimensão institucional e interna aos quadros do mesmo, em termos de circulação (BRITES, 2004, p. 150).

A historiadora Olga Brites conclui que Sesinho transmitiu mensagens que reforçaram a ideia de que os empresários da indústria elaboraram argumentos e projetos grandiosos para a família operária e, ao concluir seu trabalho, a autora questiona o resultado e os reflexos desse projeto. “O que se observa nos anos noventa é o contrário da regeneração anunciada: fracasso dessa classe dominante? Discurso falsificado nos anos cinquenta, cuja intenção era simplesmente o controle? Equívoco do qual os próprios trabalhadores participaram?” (BRITES, 2004, p. 151).

Esses questionamentos possibilitam que novos estudos sejam realizados em torno do objeto, para que outras análises possam contribuir para a compreensão do posicionamento da indústria no contexto social, econômico e político que influenciam na vida da chamada família industriária. O relato de Olga Brites foi condensado num diagrama, figura 5, o qual será utilizado como referência nas análises do material do período de 2001-2011.

Figura 5 – Diagrama com resumo da análise da Revista Sesinho - período 1947/1960.



Fonte: Diagrama elaborado pela autora, baseado em BRITES, Olga. *Infância, trabalho e educação: a Revista Sesinho (1947/1960)*. Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2004.

3.4 Novo contexto: 2001/2011

A segunda fase de publicação da revista *Sesinho* ocorre no início da década de 2000, num momento em que a sociedade, a indústria e os trabalhadores já apresentavam os reflexos das mudanças ocorridas nas duas últimas décadas do século XX. Foram transformações sociais, políticas, econômicas e culturais que marcaram a era da globalização e mudanças significativas no sistema capitalista.

Carlos Alberto Torres (1995) afirma que “as principais formas de poder global na sociedade contemporânea vinculam-se aos princípios da economia de mercado, da apropriação privada, da reprodução ampliada de capital da acumulação capitalista em escala global” (TORRES *apud* VAN RAIJ, 2009, p.88). Nesse contexto surge o Estado neoliberal, que, segundo Cleonice Van Raij (2009) tem suas raízes na globalização do capitalismo e a liberdade econômica como fundamento da liberdade política. Van Raij (2009) completa que:

[...] a democracia defendida pelo neoliberalismo funda-se nos princípios do mercado aberto, do tratado de livre comércio, da redução do setor público e diminuição do intervencionismo estatal na economia e na regulação do mercado. O neoliberalismo apoia, pois, as demandas do mundo dos negócios (VAN RAIJ, 2009, p. 88).

No Brasil, a instalação do projeto neoliberal no cenário político brasileiro e a inserção do país no mercado econômico globalizado a partir da década de 1990, resulta em mudanças significativas nas organizações, consideradas pelos pesquisadores como os principais atores do novo cenário do ambiente global (VAN RAIJ, 2009). Para Bárbara Parker (1996) “as organizações não são simplesmente afetadas pela globalização. Pelo contrário: as atividades de várias organizações, quando em sintonia, estimulam, facilitam, sustentam e expandem a globalização” (PARKER *apud* VAN RAIJ, 2009, p. 89).

Neste ambiente, a sobrevivência das organizações empresariais está diretamente ligada ao alinhamento de suas atividades com as exigências de um mercado mutável e altamente competitivo²⁴. Assim, novos posicionamentos são necessários alicerçados em novos conhecimentos, inovações tecnológicas e novas formas de relacionamento nos

²⁴ No Brasil, a década de 1990 foi marcada ainda pelo desencadeamento da reestruturação produtiva. O processo decorreu de um quadro em que o capitalismo dava sinais de esgotamento do padrão de acumulação taylorista-fordista de produção; da incapacidade de responder à retração do consumo decorrente do desemprego estrutural; e da intensificação das lutas de classe ocorridas no fim dos anos 1960 e início dos anos 1970. O contexto de crise e lutas sociais motivou a reorganização do processo produtivo em um patamar distinto, também conhecido como toyotismo ou empresa enxuta. A tendência surgiu originalmente na empresa japonesa Toyota, após a Segunda Guerra Mundial, e se propagou para as grandes companhias daquele país e na Europa como modelo produtivo alternativo ao fordista-taylorista (SESI, 2008, p.85-86).

ambientes interno e externo das organizações. Como os processos comunicativos são inerentes às organizações, é natural pensar que a globalização é um elemento central do pensamento comunicacional das organizações. Para Maria Aparecida Ferrari (2009):

A informação e a comunicação são elementos indissociáveis e decisivos para enfrentar os desafios da sociedade.[...] Pensar a comunicação é tentar entender toda sua complexidade e pluralidade, uma vez que sua existência está estreitamente relacionada com a existência da sociedade (FERRARI, 2009, p. 78).

O estudo das novas configurações das organizações e da sociedade está diretamente ligado ao entendimento da comunicação como processo interativo desses elementos, pois “a comunicação deve ser entendida em sua dimensão intrinsecamente social, comunitária e política para servir como ponte e permitir a interpretação dos significados dos relacionamentos entre as pessoas e o sistema social” (FERRARI, 2009, p. 79)

O Sesi é um exemplo de organização que buscou novos modelos de gestão para se adaptar à nova realidade das indústrias que tiveram que se ajustar ao mercado globalizado enxugando suas estruturas operacionais e investindo em qualidade de processos e produtos, visando aumentar a produtividade e voltar-se para a exportação²⁵. As novas demandas oriundas das transformações políticas, econômicas e sociais das décadas de 1980 e 1990 foram a origem do processo de transformação e reestruturação do Sesi visando sua adaptação ao novo milênio e à nova realidade das organizações industriais frente à abertura econômica, modernização das empresas e necessidade de mão-de-obra mais qualificada.

As novas perspectivas da entidade foram reveladas nos planos estratégicos, que até hoje estabelecem as metas e direcionam as atividades das unidades do Sesi em todo Brasil²⁶. Durante a década de 1990 a gestão do Sesi, em conformidade com a lógica da empresa enxuta, preocupou-se com o gerenciamento responsável e transparente de suas

²⁵ Furtado; Suzigan (2006, *apud* SESI, 2008)) explicam que, embora o desenvolvimento industrial na década de 1990 tenha recuperado momentaneamente seu espaço, a tentativa de implementar uma política industrial no contexto do Plano Collor fracassou. A liberalização do comércio exterior foi a principal medida significativa efetivamente implantada. Entre os anos de 1996 e 2000, observou-se a fragilidade do setor empresarial brasileiro nas questões das *commodities* e da competitividade industrial. Em 1996, criou-se a Lei de Patentes ou de Propriedade Industrial. Em 1999, o Brasil ocupava o 37º lugar no *ranking* mundial de trabalho qualificado. Nessa época intensificaram-se os debates de Arranjos Produtivos Locais (APLs), *networking*, redes, tecnologias de informação e competitividade na indústria brasileira. Os acordos multilaterais de comércio assinados e a posterior sobrevalorização do real completaram o quadro da abertura comercial. Esta foi combinada com uma maior abertura, ao investimento estrangeiro e com a saída de cena do Estado com o agente do desenvolvimento industrial. Para Furtado; Suzigan (2006, *apud* SESI, 2008), no final dos anos 1990 e o início da década de 2000 o país continuava sem política industrial.

²⁶ O Sesi lançou em 1990 seu Planejamento Estratégico, cuja tônica recai nos resultados e na eficácia do impacto da instituição. Dando continuidade a essa visão, as estratégias para o Sistema Sesi, para o período de 1995 a 1998, incluem desestimular a instalação de novas unidades e reduzir a gratuidade dos serviços (SESI, 1995).

receitas, e redução de pessoal, “ potencializando os recursos humanos diretamente relacionados com os atendimentos e serviços específicos da entidade” ²⁷(SESI, 2008, p. 90).

Outra mudança significativa ocorreu com a apropriação e utilização das novas tecnologias disponíveis no mercado, o que tornou possível o lançamento em 1995 do projeto Sesinho Multimídia Interativa. Criado pelo Departamento Nacional, os *CD Rooms* temáticos foram dirigidas para as crianças atendidas pela área de educação infantil do Sesi, para estimular o acesso ao mundo informatizado por meio de atividades educativas, além de estimular a criatividade e o aprendizado. Na área da educação a distância, foi criado o Telecurso 2000, uma parceria do Sesi/SP e a Fundação Roberto Marinho e a utilização mais intensiva do rádio, como meio de difusão educacional e de comunicação institucional (Sesi, 2008).

Devido à redução de suas receitas, na década de 1990, o Sesi estabeleceu parcerias com empresas e entidades para a realização de projetos sociais. “Uma segunda tendência correlata que se observa durante esse período é a valorização dos projetos de âmbito nacional, demonstrando a continuidade da preocupação com a imagem institucional” (SESI, 2008, p.92). Em 1996, o Sesi comemorou o jubileu de cinquentenário celebrado com eventos institucionais e com a edição do livro “SESI 50 ANOS”, que reuniu registros iconográficos e textos sobre os principais aspectos históricos relacionados à entidade (Sesi, 2008).

No contexto das comemorações de seus 50 anos, o Sesi se consolidou como entidade prestadora de serviços sociais, com ações voltadas para a eficiência e a produtividade das empresas, com enfoques na sustentabilidade ambiental e na responsabilidade social das empresas. E o Sesi pode se orgulhar de seu pioneirismo. Quem poderia pensar no sucesso de uma ONG (organização não governamental) em 1946? Os empresários brasileiros elaboraram um conceito de vanguarda para a estruturação socioeconômica do país, atualmente multiplicado em milhares de instituições civis que atuam de maneira eficiente na sociedade. O Sesi transcendeu o papel assistencialista e ampliou-se em centros de educação e cultura que atingem parcela significativa da população em todos os estados brasileiros. Hoje é um modelo democrático, harmônico e dinâmico de organização social (SESI, 2008, p.93).

Ancorada numa história já consolidada, o Sesi preparou-se para o novo milênio com um novo plano estratégico, desta vez, com diretrizes para o período de 2000 a 2004.

Baseado em um estudo de tendências cuja metodologia enfatizou a prospecção de cenários, o Plano estabeleceu 15 objetivos estratégicos prioritários subdivididos em três grupos temáticos: (i) ligados aos negócios; (ii) relativos ao desempenho

²⁷ Além do investimento na modernização de suas estruturas, o Sesi reformulou modelos organizacionais e procedimentos administrativos, abriu novas oportunidades de negócios, aprimorou seu atendimento, intensificou parcerias e buscou fontes adicionais de financiamento (SESI, 2008).

institucional ou administrativo; (iii) referentes ao desenvolvimento de competências internas (SESI, 2008, p.97).

Com as mudanças na gestão e novas metas estabelecidas, o Sesi se adequa à nova realidade das entidades do terceiro setor e sem fins lucrativos²⁸ em consonância com a nova realidade da iniciativa privada, que passou a ter a responsabilidade de desenvolver agendas de desenvolvimento sustentável do Brasil. Os projetos do Sesi “respondem às novas globais, buscando encontrar alternativas locais, valorizando a profissionalização e autonomia financeira” (SESI, 2008, p.97).

A entidade entrou no século XXI empunhando a bandeira da responsabilidade social empresarial que, no âmbito interno significou implantar projetos sociais que beneficiassem o público interno da empresa (funcionários e dependentes, fornecedores e parceiros de negócios) e no âmbito externo, no investimento em programas e projetos comunitários. Conforme consta em SESI (2008),

A Responsabilidade Social voltada ao público interno de uma empresa e gestão participativa e de reconhecimento dos empregados com o objetivo de motivá-los a um bom desempenho que aumente a produtividade corporativa. Ela envolve, por exemplo, projeto de qualidade de vida, busca de condições favoráveis no ambiente de trabalho, condições de segurança, entre outros. Já em relação ao foco externo, a Responsabilidade Social aparece no investimento social privado em programas e projetos comunitários que a própria empresa desenvolve, ou naqueles desenvolvidos por meio de parcerias com o governo, com ONGs e com a população organizada de comunidades carentes, além dos programas de voluntariado (SESI, 2008, p. 106).

O início da década de 2000 foi marcado também pela reaproximação da entidade com o Executivo Nacional²⁹, numa convergência de interesses ligada por projetos que atendessem as áreas ambientais, sociais e humanitárias³⁰. No novo desenho institucional, houve o incentivo à autonomia dos departamentos regionais, possibilitando que inúmeras

²⁸ O desenvolvimento das organizações sem fins lucrativos e do terceiro setor mostram a dependência que tais organizações sempre tiveram de uma fonte ou outra de recursos, seja governo, seja organizações internacionais. A busca por sustentabilidade marca o fim desse processo de dependência. Isso implicou a necessidade de diversificar fontes de financiamento, desenvolver projetos de geração de receita, profissionalizar recursos humanos e voluntariado, atrair membros sócios das organizações, estabelecer estratégias de comunicação, avaliar resultados e desenvolver uma estrutura gerencial altamente eficiente (ASHOKA; MCKINSEY, 2001, *apud* SESI, 2008).

²⁹ Esta tendência administrativa, do Estado atuar em conjunto com a sociedade civil, o mercado e as empresas na solução dos problemas sociais e na implementação de projetos sociais, foi iniciada nos anos 1990. Nesse contexto, emergiram os conceitos de responsabilidade social empresarial e de cidadania empresarial (SESI, 2008).

³⁰ Exemplos disso é a adesão do Governo Federal, por meio do Ministério do Trabalho (em 2000) e da Assistência e Promoção Social (em 2003) ao projeto Ação Global. No mesmo período, juntamente com o Ministério dos Esportes, o SESI lançou o programa Segundo Tempo para crianças de sete a 14 anos (SESI, 2008).

experiências de sucesso fossem apropriadas pelo Departamento Nacional e compartilhadas com outras regionais (SESI, 2008).

Com estes novos posicionamentos, a entidade se colocou como agente de transformação e de provedora de soluções sociais para a indústria brasileira ao creditar à sua atuação a melhoria da qualidade de vida do trabalhador da indústria e o combate à pobreza, porém, fica clara a intenção de que, a meta final, passou a ser garantir a produtividade e o crescimento industrial.

Neste período de transformações, que marcaram as décadas entre 1970 e 1990, o projeto da revista Sésinho estava paralisado, por isso, as novas temáticas e o novo discurso do Sesi reestruturado só viriam a ser explorados na segunda fase de produção da revista, que ocorreu a partir do ano de 2001.

Para entender o porquê deste vácuo na produção da revista Sésinho foram realizados inúmeros contatos com os gestores do Sesi e da Exaworld Midia³¹ no sentido de se obter informações que esclarecessem o motivo da pausa na produção da revista, bem como detalhes da gestão atual. Após a solicitação de entrevistas via telefone e mesmo com o envio dos questionários e roteiros de entrevista por via eletrônica, os contatos telefônicos e os *e-mails* não tiveram retorno. Na pesquisa documental e bibliográfica acerca do assunto, também não foram encontradas informações que pudessem esclarecer a pausa e o retorno da produção da revista Sésinho.

3.4.1 Indústria, Trabalho e Subjetividade

A análise da revista Sésinho deve ser feita considerando o contexto das transformações que marcaram o país e as organizações no final do século passado e início do século XXI. Isso implica em compreender também as transformações que ocorreram no mundo do trabalho, um campo onde as investigações sociológicas nos trazem uma compreensão de como as transformações econômicas e sociais criou uma nova organização da força de trabalho.

Uma das principais correntes teóricas sobre o assunto trata da relação da subjetividade e do trabalho, que será abordada de maneira sucinta neste estudo pelo fato da mesma ser coerente com o contexto de transformações que impactaram no setor industrial e, por consequência, na transformação do discurso do Sesi na atualidade.

³¹ Empresa responsável pela produção da Revista Sésinho.

As mudanças no mundo do trabalho acompanharam e sofreram os impactos do contexto de rápidas transformações das últimas décadas e o trabalhador, no exercício de suas atividades, recebeu influências diretas dos novos modelos de gestão³², novos processos produtivos e das novas tecnologias (NARDI;TITTONI,BERNARDES, 2002).

Para o pesquisador Giovanni Alves (2010), a nova morfologia do trabalho ocorre a partir do processo reestruturativo do capitalismo global que fez emergir uma nova precariedade salarial. O trabalho assalariado se adapta à nova realidade das empresas reestruturadas e passa a ter caráter flexível. Segundo Alves (2010):

Sob a era da mundialização do capital,[...] e sob a ofensiva neoliberal, que caracterizou as últimas décadas do século XX, a categoria da “flexibilidade” se desdobrou e adquiriu múltiplas determinações no interior do processo de trabalho capitalista, assumindo, deste modo, novas proporções, intensidade e amplitude. A flexibilidade torna-se, no sentido geral, um atributo da própria organização social da produção, assumindo uma série de particularizações concretas, com múltiplas (e ricas) determinações (ALVES, 2010, p.4).

Esta flexibilidade da força do trabalho, apontada pelo autor, refere-se à legislação e regulamentação social e sindical, que continua sendo estratégica para a acumulação do capital e envolve aspectos como flexibilidade nos contratos de trabalho, os salários, horários, o local de realização do trabalho dentro e fora da empresa ou ainda, aquela relativa aos regulamentos internos, à representação sindical interna, ao sistema de remuneração e a recompensas, etc. (SALERNO, 1995 *apud* ALVES, 2010).

Alves (2010) aponta algumas características de modo de organização e regulação do trabalho assalariado que podem ser observados no novo metabolismo social do trabalho, na década de 2000 no Brasil. Mesmo resumindo parte de seu estudo, a citação extensa é necessária e relevante para que haja uma maior compreensão deste novo cenário:

1. A presença ostensiva de um complexo de máquinas informacionais nos locais de trabalho reestruturados e na vida cotidiana dos jovens operários e empregados.[...] Por isso, mais do que nunca torna-se visível alterações no perfil educacional dos novos empregados nas grandes empresas da indústria ou serviços. O novo arcabouço tecnológico exige uma força de trabalho compatível com as exigências operacionais

³² A flexibilidade é vinculada às característica do sistema de gestão japonês denominado toyotismo, que, em muitos países, inclusive no Brasil, substituiu o sistema americano conhecido como fordismo. O toyotismo tem como característica um tipo de produção vinculada à demanda. Ao contrário da produção em série e de massa, o toyotismo procura atender às exigências mais individualizadas, além de ser uma produção variada e heterogênea, diferente da homogeneidade fordista. O padrão produtivo passou a contar com tecnologia avançada e computadores, o que exigiu contratação de mão- de-obra qualificada, ao mesmo tempo em que levou à diminuição do quadro de operários de chão de fábrica. A gestão da força de trabalho também sofreu mudanças com a introdução de novas técnicas: trabalho em equipe, células de produção, times de trabalho, grupos semi-autônomos, nos quais o trabalhador executa múltiplas funções. Procurou-se estimular o envolvimento participativo dos trabalhadores e diminuir as hierarquias (SESI, 2008).

- do novo maquinário. O discurso da competência implica novas capacidades operativas advindas das novas rotinas do trabalho;
2. [...] Presença nos locais de trabalho reestruturados, de novos métodos de gestão e organização da produção visando adaptar homens e mulheres às novas rotinas do trabalho. Sob o novo capitalismo vive-se a “era da gestão das pessoas”. Sob o espírito do toyotismo, o discurso da organização do trabalho incorpora um novo léxico: trabalhadores assalariados, operários ou empregados tornam-se “colaboradores”. Deve-se esvaziar o discurso do conflito ou luta de classes. Exige-se dos jovens “colaboradores” atitudes pró-ativas e propositivas, capazes de torna-los membros da equipe de trabalho que visa cumprir metas. A ideia de gestão de pessoas implica disseminar valores, sonhos, expectativas e aspirações que emulem o trabalho flexível;
 3. Os locais de trabalho reestruturados expõem a intensa transfiguração do trabalhador coletivo do capital. A nova empresa exige novos operários e empregados. Por isso, o *downsizing* possui um sentido de renovar as capacidades anímicas da acumulação de capital nos locais de trabalho.[...] A mudança geracional dos coletivos de trabalho ocorre por meio de demissões ou, como se mostrou menos traumático, o incentivo a aposentadorias ou demissões voluntárias (os denominados PDV's - Programas de Demissões Voluntárias). Os PDV's tornaram-se práticas recorrentes como instrumento de renovação administrada dos coletivos de trabalho. Um dos traços marcantes dos coletivos de trabalho reestruturados na indústria e serviços é a mudança geracional com a presença ampla de jovens empregados contratados, por exemplo, no decorrer da década de 2000 (ALVES, 2010, p.6-8).

Portanto, o novo ambiente do trabalho flexível³³ que emerge na década de 2000 “diz respeito não apenas a mutações tecnológicas organizacionais das empresas capitalistas no cenário da terceira revolução industrial e mundialização do capital; mas também a alterações nas relações de trabalho operadas pelo Estado neoliberal” (ALVES, 2010, p. 7).

Neste cenário, desenvolve-se o que Alves (2010) denomina o novo e precário mundo do trabalho. Esta percepção refere-se à relação trabalho-emprego “caracterizada apenas pela quantidade (e não pela qualidade) dos empregos formais criados no mercado de trabalho” (ALVES, 2010, p.9). O autor ressalta ainda que o contexto histórico da economia, política e cultura neoliberal e o desenvolvimento da consciência de classe e luta de classes foram restringidas ou quase extintas, uma vez que a individualização passa a ser predominante nas relações de trabalho, substituindo a ideia de coletivização das relações salariais (ALVES, 2010).

No plano da linguagem, Alves (2010) afirma que é indiscutível a intensificação da manipulação que surge a partir do novo complexo de reestruturação produtiva e os conteúdos manipulatórios assumem a forma de signos e imagens. “Elas atuam

³³ Alves (2010) esclarece que no Brasil, as medidas de flexibilização das relações de trabalho na década de 1990 levaram à criação do contrato de trabalho por tempo determinado, contrato de trabalho por tempo parcial, além da lei da terceirização, colocando um *menu* de opções flexíveis para a exploração da força de trabalho. Assim, cresce nos locais de trabalho das grandes empresas, formas instáveis do salariado, isto é, novas modalidades especiais de contrato de trabalho na CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas), com mudanças no plano dos direitos e na forma de contratação do trabalho.

como imagens de consumo e consumo de imagens e signos. Nesse caso, a imagem está ocupando o lugar de um discurso ideológico” (ALVES, 2010, p.16). Estas reflexões e o entendimento das alterações ocorridas no mundo do trabalho entre as décadas de 1990 e 2000 nos dá novos subsídios para compreender o contexto atual das organizações e o perfil dos trabalhadores, bem como para verificar como estas e outras temáticas são abordadas no discurso da indústria, especificamente, no setor de educação, que é um dos pilares estratégicos da entidade, e na revista Sésinho.

3.4.2 Sésinho e o programa de educação do Sesi

A partir da década de 1990 a indústria brasileira estabeleceu suas trajetórias nos mapas estratégicos³⁴, que continham objetivos e formas de posicionamento no ambiente competitivo global. O mapa estratégico atual contempla o período de 2007 a 2015, e foi elaborado com a participação de representantes de vários segmentos da indústria. Segundo a CNI (2005), “o mapa estratégico 2007-2015 traduz o pensamento da indústria e busca o compromisso com a sociedade em torno de uma estratégia para o desenvolvimento do País” (CNI, 2005, p. 11). Para a CNI (2005), a educação, o conhecimento e a saúde são os pilares do mapa estratégico:

O aumento da competitividade e da capacidade de inovação dependem de uma revolução no sistema de educação e da geração e difusão do conhecimento. A chave dessa transformação reside em medidas voltadas para a elevação da qualidade da educação básica e na criação de condições para o desenvolvimento de um sistema de educação continuada flexível e de qualidade (CNI, 2005, p.14).

A entidade deixa claro que o desenvolvimento da indústria está diretamente ligado ao sistema de educação criado e disponibilizado pela entidade para os trabalhadores e futuros trabalhadores da indústria, o qual prioriza “o acesso às tecnologias da informação no desenvolvimento de competências profissionais e humanas adequadas às necessidades do setor produtivo e no fomento ao empreendedorismo e à criatividade”(CNI, 2005, p. 31). Assim o novo capital de recursos humanos estará apto para contribuir com a melhor produtividade e inovação nas organizações industriais.

³⁴ O Mapa Estratégico da Indústria foi construído com base na metodologia do *Balanced Scorecard*, criado por Robert Kaplan, professor da *Harvard University*, e David Norton, consultor de empresas. O *Balanced Scorecard*, ou BSC, é um modelo de gestão que auxilia as organizações a traduzir a estratégia em objetivos, facilitando sua compreensão e implementação. O uso do BSC como Modelo de Gestão da Estratégia traz, pelo menos, três grandes benefícios: a estratégia é descrita e comunicada de forma clara; viabiliza o foco na estratégia e na visão a longo prazo; cria um real sentido de organização, mobilizando para a ação. Os principais componentes de um BSC são: mapa estratégico, objetivos, indicadores, metas e programas (CNI, 2005).

Além da educação básica, estes mesmos objetivos são direcionados para o ensino superior brasileiro, que, segundo a CNI (2005), deve formar profissionais com novas habilidades e competências que atendam a demanda do setor. Atualmente é a educação profissional e tecnológica que representam “um suporte estratégico para a sustentabilidade e competitividade da indústria brasileira” (CNI, 2005, p. 33).

Com base nestas considerações na visão expressa pelo mapa estratégico 2007-2015 é que a CNI elaborou o programa Educação para a Nova Indústria que é executado pelas redes do Sesi e do Senai em todo território nacional, pois,

[...] a qualificação dos trabalhadores nas diferentes regiões do País contribui para a estruturação de uma indústria melhor distribuída em seu território. Assim, deve ser considerada como importante elemento de uma política de desenvolvimento regional, orientada para tornar a indústria brasileira de classe mundial (CNI, 2007, p. 8).

Com a intenção de formar recursos humanos capacitados para sustentar e desenvolver o progresso da indústria é que a CNI investe intensivamente na formação do capital humano, o que garante o desenvolvimento e a expansão almejados pelo setor. Para isso mantém as estruturas do Sesi, responsáveis pela educação básica e continuada e do Senai, responsável pela educação profissionalizante e superior.

O programa Educação para a Nova Indústria tem como objetivo “prover conhecimentos alinhados às necessidades da indústria com conteúdos típicos da rede Sesi de Educação (competências básicas, empreendedorismo, responsabilidade social, sustentabilidade ambiental, ética, inovação, educação alimentar, inclusão digital)”(CNI, 2007, p. 23) , conforme descrito na Figura 6.

Figura 6 – Quadro das diretrizes do programa Educação para Nova Indústria.

Programa SESI Educação do Trabalhador: o objetivo é elevar a escolaridade dos trabalhadores brasileiros por meio da oferta de cursos nos níveis do Ensino Fundamental (até a 8ª série) e do Ensino Médio, com uso de diferentes metodologias de ensino adaptadas às diferentes realidades regionais.
Programa SESI Por um Brasil Alfabetizado: o SESI se engajou no esforço do Governo Federal para a erradicação do analfabetismo absoluto no Brasil. Já foram alfabetizados por meio do programa mais de 900 mil alunos, em parceria com empresas e instituições governamentais e não-governamentais.
Programa SESI de Educação Continuada: cursos de Educação Continuada são oferecidos com o intuito de preparar técnicos em prol do desenvolvimento dos setores industriais, que em 2006 compuseram 729.788 matrículas, distribuídas em 25.742 turmas.
SESI fortalece sua atuação com Educação Infantil e Ensino Fundamental Visa resgatar valores básicos da cidadania ao oferecer uma oportunidade de qualidade para o desenvolvimento pessoal e social dos filhos dos trabalhadores da indústria. Com uma proposta pedagógica inovadora, aliada a uma excelente infraestrutura, um corpo docente especializado e serviços integrados de saúde, lazer e alimentação, a entidade atende alunos desde a Educação Infantil até o Ensino Fundamental. Em 2006 foram 211.868 alunos matriculados em 6.576 turmas.

Fonte: Quadro - CNI- Educação para a nova indústria: uma ação para o desenvolvimento sustentável do Brasil. Brasília (2007, p.45-50).

Vê-se que o objetivo da entidade é a formação de capital humano nas organizações e para as organizações, já que os programas atendem quem já está no mercado de trabalho e aqueles que futuramente assumirão suas funções na indústria. Nesta formação está prevista a implantação de processos educativos e treinamentos complementares que desenvolvam as competências exigidas no segmento.

A competitividade das indústrias depende da melhoria dos índices de escolaridade de seus trabalhadores e de uma educação de qualidade voltada para seus filhos. Este interesse em investir na educação é a possibilidade que a indústria encontrou para incorporar mão-de-obra qualificada e com competência suficiente para que as organizações se renovem e se adaptem às novas demandas do mercado globalizado.

Para atender às necessidades da indústria, foi lançado em 2005 o programa Educação Básica Articulada com a Educação Profissional (Ebep)³⁵, uma iniciativa do Sesi em parceria com o Senai, com a proposta de:

[...] promover a formação integral do cidadão, ampliando as possibilidades de sua inserção social e produtiva, estabelecendo uma nova dimensão de qualidade na educação. Para isso, o SESI estrutura, na educação básica, um currículo flexível e diferenciado para o ensino fundamental (EJA) e o ensino médio (regular e EJA), que se articula com o currículo da educação profissional proposto pelo SENAI nas modalidades de iniciação profissional, aprendizagem básica, aperfeiçoamento técnico, qualificação básica e cursos técnicos (SESI, 2012, p.17).

A implantação do programa na Rede Sesi de Ensino ocorre em todos os estados do país por meio das 27 federações filiadas à CNI e departamentos regionais do Sesi, que instalam e administram as escolas, sob a supervisão do Departamento Nacional do Sesi³⁶. Este programa é acompanhado pelo Conselho Temático de Educação (COED)³⁷, um órgão consultivo instalado em maio de 2008 pela CNI, para incentivar e promover a educação a partir da visão da indústria (CNI, 2013). Conforme divulgado no portal corporativo da CNI, o COED tem ainda a missão de “promover a formação de qualidade para capacitar trabalhadores para os desafios do mercado, identificar e apoiar a difusão de boas práticas educacionais e recomendar ações que fortaleçam a educação e o desenvolvimento do empreendedorismo” (CNI, 2013).

³⁵ Em 2005, a adesão ao programa começou nos departamentos regionais de sete estados (BA, MG, MA, PE, PR, RJ e SE) e em 2011 chegou a todos os 27 departamentos regionais do Sesi (SESI, 2012).

³⁶ Os colégios Sesi oferecem Educação Infantil (creche e pré escola), Ensino Fundamental (1º ao 9º ano) e Ensino Médio.

³⁷ A estrutura da CNI possui 12 Conselhos Temáticos - Educação (COED), Infraestrutura (COINFRA), Integração Internacional (COINTER), Meio Ambiente (COEMA), Micro e Pequena Empresa (COMPEN), Política Econômica (COPEC), Política Industrial e Desenvolvimento Tecnológico (COPIN), Relações do Trabalho e Desenvolvimento Social (CRT), Responsabilidade Social (CORES) Agroindústria (COAGRO), (CNI, 2013).

Na rede de colégios Sesi, as propostas pedagógicas e as estruturas de ensino são alinhadas com as políticas públicas nacionais³⁸, e uma “metodologia inovadora que cria condições ideais para que o aluno vivencie, na prática, situações similares àquelas que vai encontrar na vida real e no mercado de trabalho” (SESI/PR, 2011, p.21). As atividades educacionais se baseiam nos eixos estruturantes descritos nas Políticas e Diretrizes da Rede Sesi de Educação que têm como base: Eossustentabilidade, Empreendedorismo, Inovação e Criatividade e Responsabilidade Social (SESI/PR, 2011, p.22).

A revista Sesinho faz parte deste contexto educacional como material de apoio pedagógico, utilizada em todas as unidades do Colégio Sesi e, segundo o relatório anual do Sesi referente à 2011, o material

[...] facilita a aproximação entre alunos e professores, além de favorecer o aprendizado e as reflexões sobre conduta ética e outras questões. Em quadrinhos, ela estimula o hábito da leitura em quem ainda não o adquiriu e contribui para o desenvolvimento da escrita e a ampliação do vocabulário. Em 2011, o SESI distribuiu 12 milhões de exemplares do gibi, que tratam de temas diversos, como atletismo, bullying, história, Prova Brasil, entre outros (SESI, 2012, p.38).

As revistas são utilizadas nas salas de aula e os conteúdos são explorados nas diversas disciplinas, entre elas, língua portuguesa, história, tecnologia. Mas como porta voz do Sesi junto ao público infantil, a ênfase do material é a transmissão de valores e o ensinamento de como trabalhar em equipe, respeitar o próximo e o meio ambiente (FIEPR, 2013). A revista Sesinho extrapola as fronteiras da escola, pois os alunos são estimulados a levar a publicação para casa para dividir as experiências com suas famílias. O material também é disponibilizado pela internet e os interessados podem fazer o *download* gratuito de todas as edições³⁹. De acordo com as informações do portal corporativo da Federações das Indústrias “a diversão e aprendizado também caminham juntas na TV. O desenho animado Sesinho "É Tempo de Aprender" é distribuído em DVD para as unidades de educação do SESI e, ainda, transmitido no Canal Futura” (FIEPR, 2013).

Com conteúdos diversificados, a revista trata de comportamentos, mostra a diversidade geográfica e cultural nacional e temas ligados à educação, atualidades, saúde e ética, entre outros. Segundo informações do portal corporativo da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (2013):

³⁸ Pela Lei n.º 9394/96 (LDB), criada em 1996, o Ensino Médio passa a ser nominado Educação Básica. Segundo as Bases Legais das Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio, uma nova concepção curricular para esta modalidade deve expressar a contemporaneidade e, considerando a rapidez com que ocorrem as mudanças na área do conhecimento e da produção, ter a ousadia de se mostrar prospectiva (BRASIL, 1996).

³⁹ As revistas podem ser acessadas no endereço eletrônico:

<http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/iniciativas/programas/sesinho/2012/04/1,2144/revista-do-sesinho.html>

A identificação da criança com o personagem dá força a essa comunicação. Mas é a importância dos valores transmitidos pelo Sésinho que o torna um dos gibis mais lidos do país. Todos os meses, ele recebe mais de 500 cartas de crianças e adultos que contam como passaram a enxergar questões da vida de outra forma após a leitura (FIEPR, 2013).

No contexto da sala de aula, a revista é considerada uma ferramenta inovadora, pois:

A identificação do público infantil com o Sésinho facilita a aceitação das mensagens de ética, comportamento e moral. Além de incentivar o hábito da leitura e estimular a imaginação das crianças, a revistinha é um instrumento lúdico para construção do conhecimento, pois apresenta as disciplinas curriculares de forma dinâmica e divertida. Assim, facilita a concentração e a assimilação do conteúdo (FIEPR, 2013, p.01).

Nota-se que, ao se referirem à revista Sésinho, as entidades que compõem o Sistema Indústria deixam explícita a finalidade da revista de facilitar o entendimento das mensagens para sua posterior aceitação. Assim, o personagem Sésinho passa a conviver com seu público e fortalece o papel de porta voz do Sesi que, por sua vez, é o porta-voz da indústria. Diante destas informações, pode-se afirmar que a revista Sésinho é um dos principais canais de comunicação do Sesi, e conseqüentemente da indústria, para transmitir seu discurso para o público infantil e jovem, que estão nos ambientes do colégio Sesi em todo Brasil.

A proposta da próxima etapa deste estudo é a análise do material referente à primeira década do século XXI e a verificação de como este discurso se apropria da linguagem iconográfica dos quadrinhos para afetar o leitor. A análise permitirá encontrar dados que mostrem o conteúdo dos discursos, a forma de apresentação dos mesmos e como estes estão relacionados com o contexto político, social e econômico no qual as organizações industriais estão inseridas.

4 REVISTA SESINHO – IMAGEM E REPRESENTAÇÃO DO DISCURSO DO SESI

Bardin (1977) aponta que a utilização da Análise de Conteúdo (AC) nos permite alcançar dois objetivos básicos: superar as incertezas ao constatar se nossa leitura é válida e possível de ser compartilhada com os outros; e o enriquecimento da leitura onde esta, mais atenta, nos permite aumentar a produtividade e pertinência de nossas observações.

A AC abrange um conjunto de técnicas parciais e complementares que podem ser utilizadas de acordo com o material e os objetivos que se pretende alcançar. Segundo Bardin (1977), no conjunto das técnicas da análise de conteúdo:

[...] a **análise por categorias** é a mais antiga e na prática é a mais utilizada. Funciona por operações de divisão de texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos; [...] a **análise de avaliação** tem por finalidade medir as atitudes do locutor quanto aos objetos de que fala; a análise da enunciação que apoia-se numa concepção da comunicação como processo e não como dado [...] e assenta numa concepção do discurso como acto de fala; [...] a **análise da expressão**, segundo a qual, existe uma correspondência entre o tipo de discurso e as características do seu locutor ou seu meio; [...] a **análise das relações** que procura extrair do texto as relações entre os elementos da mensagem ou, mais exatamente, dedica-se a assinalar as presenças simultâneas (co-ocorrência ou relação de associação) de dois ou mais elementos na mesma unidade de contexto; a **análise do discurso** que inscreve-se numa sociologia do discurso e procura estabelecer ligações entre a situação (condições de produção) na qual o sujeito se encontra e as manifestações semântico-sintáticas da superfície discursiva (BARDIN, 1977 p. 147-207).

Diante destas possibilidades, a análise de conteúdo das revistas Sesinho começa pela técnica da análise categorial/temática⁴⁰, onde se pretende identificar, quantificar, e qualificar os elementos e conceitos relacionados aos temas e como seus conteúdos são apresentados nas revistas. A realização desta etapa permite que, em estudos posteriores, novas técnicas possam ser acrescentadas de forma complementar para análise mais minuciosa dos conteúdos identificados.

4.1 Pré análise

O processo da AC envolve três etapas básicas que prevê a pré-análise, a exploração do material ou descrição analítica e o tratamento dos resultados, com a inferência e a interpretação (BARDIN, 1977).

⁴⁰ No decorrer deste estudo utilizaremos o termo análise temática.

A pré-análise tem por objetivo a organização do material e, no contexto deste trabalho, ocorreu com a seguinte sequência:

A - Escolha e a definição do *corpus*, que seguiu algumas regras previstas por Bardin (1977) – exaustividade, que não deixou de fora nenhum material publicado no período de 2001 a 2011; a regra da representatividade, uma vez que a escolha de 114 publicações permitirá que os dados obtidos possam ser generalizados ao total das publicações da revista *Sesinho*, inclusive edições posteriores a 2011; a regra da homogeneidade, pois o *corpus* é constituído de publicações que seguem uma linha editorial homogênea e constante; e a regra da pertinência, pois os materiais escolhidos são coerentes com os objetivos do estudo.

B - A leitura flutuante do *corpus* no decorrer de 2013, quando foram coletadas as primeiras impressões dos conteúdos das mensagens, as características dos personagens e os ambientes utilizados para o desenvolvimento das narrativas. Estas percepções serão exploradas na terceira etapa da pesquisa, no momento de inferência e interpretação dos dados;

C - A elaboração e organização dos indicadores, que neste estudo terá como base as temáticas reveladas na leitura flutuante da publicação e no aporte teórico pesquisados na primeira etapa deste estudo;

D - A preparação do material e a escolha do programa Excell – uma planilha eletrônica da Microsoft que auxiliará no registro dos dados, aplicação de fórmulas, criação de tabelas e cruzamentos/relacionamentos e geração de gráficos.

Ressalta-se que a regra de formulação das hipóteses e objetivos não foi utilizada, pois a análise se guiará pelos objetivos iniciais deste estudo. Esta possibilidade é prevista por Bardin (1977) ao afirmar que nem sempre as hipóteses são identificadas nesta etapa “algumas análises efetuam-se “as cegas” e sem ideias pré concebidas. Uma ou várias técnicas são utilizadas a priori, para fazerem “falar” o material, utilizando-se sistematicamente” (BARDIN, 1977, p.92). Esta escolha se deu para que, dessa análise, possam emergir conteúdos e reflexões ainda não previstas até esta fase do trabalho.

4.2 Descrição do material

Durante a pré-análise foi possível identificar a estrutura da revista e constatar o fato da mesma ser contínua e uniforme no período estudado. A publicação mantém uma média de 34 páginas, no formato de 13cm x 19cm. A história principal ocupa de 15 a 20

páginas e o restante é preenchido por conteúdos que reforçam a temática central e que inclui sumário, editorial e as seções: Brincando e aprendendo, Curiosidades, Passatempos, Sesinho informa, Sesinho responde, Saiba mais, Galeria do Sesinho, além das informações e agendas institucionais.

A produção da revista envolve vários profissionais, conforme a Figura 7, sendo uma parte ligada à gestão do Sesi e parte de uma empresa terceirizada, a Exaworld Multimídia, que produziu todas as edições do período analisado neste trabalho. Ao Sesi coube a supervisão geral, pedagógica, editorial e de comunicação. À Exaworld credita-se a criação, ilustração, arte final, roteiro, pesquisa, editoração, colorização, revisão e impressão. A produção envolve ainda a terceirização de empresa gráfica e de logística para impressão e distribuição, respectivamente.

Figura 7 – Expediente

CNI
SESI
SENAI
IEL

SESI

Sesinho é uma publicação do SESI
Serviço Social da Indústria

SBN - Quadra 1 - Bloco C
10º andar - Ed. Roberto Simonsen
Brasília - DF

SUPERVISÃO-GERAL:
Carlos Henrique Ramos Fonseca
Diretor-Superintendente

SUPERVISÃO PEDAGÓGICA:
Profa. Belmira Cunha

SUPERVISÃO EDITORIAL:
Mônica Levi Fernandes

SUPERVISÃO DE COMUNICAÇÃO:
Victoria Poltronieri

criação: exaworld
Multimedia

DIRETOR DE CRIAÇÃO: Cesar Struve

EDITOR: João Carlos Amador

QUADRINHOS: Jeremias Drachinski

ILUSTRAÇÕES E ARTE-FINAL: Robson Cardoso
Davi Leon Dias
Leoni Rodrigues

ROTEIRO E PESQUISA: Alexandre Winck

EDITORIAÇÃO E COLORIZAÇÃO: Ricardo da Costa Limas
Thiago Torres Grams

REVISÃO: Renato Tapado
Marcelo Martinez







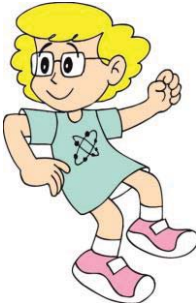
IMPRESSÃO: Gráfica Editora Pallotti

DISTRIBUIÇÃO: Águila Transporte de Cargas Ltda.

Fonte: Revista Sesinho, nº 109, p.34.

As histórias sempre se propõem a ensinar alguma coisa, e isso ocorre por meio das aventuras e experiências vividas pelo menino Sesinho e sua turma - Bocão, Nina, Tuta, Ruivo, David Coperfilho e Luiza, conforme descritos na Figura 8, além de inúmeros personagens secundários, que serão identificados na análise do material.

Figura 8 – Quadro com personagens principais da Turma do Sesinho.

	<p>SESINHO Idade: 7 anos Nacionalidade: Brasileira Signo: Libra O que mais gosta: Brincar e aprender coisas novas. O que não gosta: De escovar os dentes. Pai: Sr. Mário / Profissão: Empresário Mãe: D. Lúcia / Profissão: Dona de casa</p>		<p>BOCÃO Idade: 9 anos Naturalidade: Mineiro Signo: Touro Pai: Mineiro / Profissão: Dono de Padaria Mãe: Mineira / Profissão: Trabalha com o marido confeitando bolos</p>
	<p>LUIZA Idade: 7 anos Naturalidade: Carioca Signo: Peixes Pai: Carioca / Profissão: Músico Mãe: Carioca / Profissão: Vendedora de boutique infantil</p>		<p>TUTA Idade: 8 anos Naturalidade: Baiano Signo: Gêmeos Pai: Baiano / Profissão: Jornalista Mãe: Baiana / Profissão: Professora de Educação Física</p>
	<p>RUIVO Idade: 7 anos Naturalidade: Brasiliense Signo: Sagitário Pai: Brasiliense / Profissão: arquiteto Mãe: Brasiliense / Profissão: Funcionária pública</p>		<p>DAVID COPERFILHO Idade: 8 anos Naturalidade: Amazonense Signo: Capricórnio Pai: Amazonense / Profissão: Mágico Mãe: Amazonense / Profissão: Ajudante do pai</p>
<p>NINA Idade: 8 anos Naturalidade: Gaúcha Signo: Virgem Pai: Gaúcha / Profissão: Bancário Mãe: Gaúcha / Profissão: Professora de Educação Física</p>			

Fonte: Quadro elaborado pela autora a partir das informações do site:
<http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/iniciativas/programas/sesinho/2012/04/1,2143/conheca-os-personagens.html>

A análise de conteúdo da revista Sesinho se restringe aos códigos verbais e visuais das histórias, ao todo 115, pois a edição nº 6 possui duas histórias, material suficiente para se chegar aos objetivos propostos no trabalho.

4.2.1 Descrição analítica e exploração do material

A descrição analítica do conteúdo das mensagens constitui o segundo momento do procedimento da AC. Iniciada na pré análise com a delimitação de dados e contextos, nesta etapa o *corpus* é submetido a um estudo aprofundado, orientado pelos objetivos da pesquisa e pelo referencial teórico. Segundo Bardin (1977) “esta fase, longa e fastidiosa, consiste essencialmente de operações de codificação, desconto ou enumeração, em função das regras previamente formuladas” (BARDIN, 1977, p. 95).

Os procedimentos como codificação, classificação e a categorização são essenciais neste momento. Considerando as características do *corpus* deste trabalho, as unidades de codificação contemplam as unidades de dados - textos da linguagem verbal (palavras e onomatopeias) e elementos da linguagem visual (personagens, objetos e códigos ideogramáticos), além das unidades de contexto (ambientes, cenários e valores), as quais “permitem compreender a significação dos itens obtidos, repondo-os no seu contexto” (BARDIN, 1977, p.32). Na Figura 09 está a representação de como ocorre a exploração e registro do material e no Apêndice A, o instrumento com a descrição completa dos dados.

Mesmo não sendo uma etapa obrigatória na AC, a categorização nesta pesquisa é fundamental para análise do *corpus*. Bardin (1977) explica que “as categorias são rubricas ou classes que reúnem um grupo de elementos [...] sob um título genérico, agrupamento este efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos” (BARDIN, 1977, p.111). A escolha dos temas, descritos na Figura 9, são as categorias temáticas que foram encontradas durante a leitura flutuante do acervo. A categorização tem o objetivo inicial de fornecer de maneira condensada uma representação simplificada dos dados brutos.

A partir da definição das categorias temáticas é possível tratar o material, ou seja codificá-lo. Bardin (1977) define a codificação como o “processo pelo qual os dados brutos são transformados sistematicamente e agregados em unidades, as quais permitem uma descrição exata das características pertinentes do conteúdo” (BARDIN, 1977, p.97). Os dados agregados e enumerados permite uma identificação do conteúdo da mensagem e apontam algumas particularidades e características do texto.

A codificação nesta análise abrange elementos da linguagem verbal e visual, considerados unidades de registro ou de significação, que podem ser enumerados e quantificados e também os elementos que compõem as unidades de contexto que “serve de unidade de compreensão para codificar a unidade de registro e corresponde ao segmento da

mensagem, cujas dimensões (superiores à unidade de registro) são ótimas para que se possa compreender a significação exata da unidade de registro” (BARDIN, 1977, P.100).

Isto significa que o acréscimo de dados que referenciem o contexto das unidades de registro pode contribuir para uma melhor compreensão da mensagem. Estas informações, neste estudo, são oriundas da fundamentação teórica que compõe a primeira parte do trabalho.

Figura 9 - Instrumento para coleta de dados na Análise de Conteúdo

CORPUS				CATEGORIAS											
PUBLICAÇÃO	ANO	EDIÇÃO	NOME DA HISTÓRIA	TRABALHO	EDUCAÇÃO	SAÚDE	CULTURA	LAZER	ESPORTE	INSTITUCIONAL	COMPORTEAMENTO	TECNOLOGIA	COMPETIÇÃO	MEIO AMBIENTE	OUTRAS

CORPUS				UNIDADES DE REGISTRO	
PUBLICAÇÃO	ANO	EDIÇÃO	NOME DA HISTÓRIA	LINGUAGEM VERBAL	
				TEXTOS	ONOMATOPEIAS

CORPUS				UNIDADES DE REGISTRO										
PUBLICAÇÃO	ANO	EDIÇÃO	NOME DA HISTÓRIA	LINGUAGEM VISUAL										
				SESINHO	BOCÃO	LUIZA	RUIVO	TUTA	NINA	DAVID	COPERILHO	RÉGIS	PERSONAGENS SECUNDÁRIOS	OBJETOS/IMAGENS

CORPUS				UNIDADES DE CONTEXTO				
PUBLICAÇÃO	ANO	EDIÇÃO	NOME DA HISTÓRIA	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA				
				AMBIENTES	CENÁRIOS	VALORES	OBSERVAÇÕES	FALAS DOS PERSONAGENS

4.3 Tratamento dos Dados, Inferência e Interpretação

A AC, por meio de seus procedimentos sistemáticos, nos permite descrever o conteúdo das mensagens, seja do ponto de vista do emissor, receptor, da própria mensagem e dos códigos que a compõem. É no momento da inferência que o conhecimento sobre as condições de produção se somam à descrição da mensagem possibilitando interpretações

acerca do objeto. Além de possíveis conclusões, na inferência e interpretação novos dados podem surgir. No contexto de Sesinho as temáticas foram previamente levantadas e outras unidades de registro e de contexto possibilitaram fazer relações, comparações e analogias para a compreensão do material.

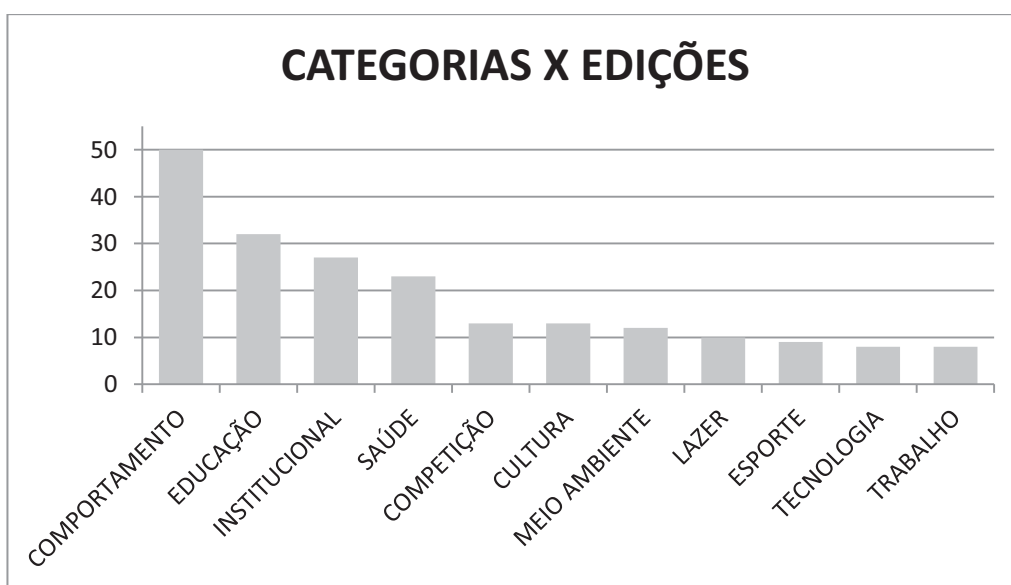
Os dados gerados na descrição analítica e exploração do material podem ser visualizados por meio de gráficos e tabelas que resumem as informações obtidas e a partir destas e das informações existentes levanta-se algumas considerações e a análise do conteúdo da revista Sesinho. Após a classificação e contagem, a atenção volta-se para a frequência das palavras, das imagens e de outros códigos característicos da linguagem iconográfica dos quadrinhos.

4.3.1 Análise das categorias e incidências por edição

A definição dos itens da análise temática e sua sistematização se baseou nas informações transmitidas pelo Sesi, quanto à sua missão e objetivos institucionais e reafirmadas durante a leitura flutuante do acervo da revista Sesinho. Na leitura e classificação os temas emergiram e confirmam a convergência do discurso do Sesi ao tratar dos assuntos relacionadas à missão da entidade.

O Gráfico 01 traz a representação visual dos principais temas e o número total de incidências.

Gráfico 1- Análise - Categorias



Fonte: Elaborado pela autora.

A Tabela 1 mostra o detalhamento dos temas de acordo com o ano da edição. Assim, é possível identificar e quantificar os temas numa análise longitudinal, verificando o período que os temas aparecem.

Tabela 1 – Tabela de análise longitudinal - Categorias

Categorias	Edições										
	Total	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	Ano VI	Ano VII	Ano VIII	Ano IX	Ano X
COMPORTAMENTO	50	5	8	7	7	1	4	5	7	4	2
EDUCAÇÃO	32	3	5	3	2	3	4	3	7	2	0
INSTITUCIONAL	27	4	1	4	3	6	2	3	1	1	2
SAÚDE	23	0	2	6	5	3	1	1	1	3	1
COMPETIÇÃO	13	4	1	2	0	2	2	1	0	0	1
CULTURA	13	0	1	2	2	1	2	1	1	3	1
MEIO AMBIENTE	12	2	1	1	0	0	1	2	2	2	1
LAZER	10	1	1	2	2	3	0	0	1	0	0
ESPORTE	9	2	0	2	1	2	0	1	0	0	1
TECNOLOGIA	8	1	1	0	2	0	0	0	3	1	0
TRABALHO	8	2	1	2	1	1	1	0	0	0	0

Fonte: Elaborada pela autora.

Numa mesma história dois ou mais temas puderam ser identificados e os assuntos relativos a questões de comportamentos (50), institucionais (27), saúde (23) e educação (32) prevaleceram.

Lembrando que saúde e educação são considerados os pilares estratégicos do Sesi, principalmente da década de 2000, confirma-se que a alta incidência desses temas está relacionada com os objetivos preconizados pelo Sesi, de promover o bem estar do trabalhador e seu desenvolvimento pessoal e profissional para que este dê suporte para, segundo o Sesi, a tão necessária competitividade industrial (Figura 10).

Figura 10 - Qualificação e trabalho



Fonte: Revista Sesinho, nº 75, p.15

A saúde e a educação são os pilares para que se forme uma nova força de trabalho, com competências compatíveis com “as novas capacidades operativas advindas das novas rotinas de trabalho” (ALVES, 2010). Assim, as narrativas mostram que a necessidade de cuidar da saúde, estudar e buscar novas qualificações garantem, não só um emprego, mas a possibilidade de uma vida digna, distante da miséria que parece ser inerente àqueles que não estudam e não trabalham (Figuras 11 e 12) .

Figura 11 – Educação e trabalho



Fonte: Revista Sésinho, nº 24,p.08

Figura 12 - Saúde e trabalho



Fonte: Revista Sésinho, nº 49, p.16

As informações institucionais, que explicam o lado público da organização e a razão pela qual ela existe (Figura 13), estão diretamente ligada à marca da entidade, aos serviços e aos projetos que são informados na publicação, como Sesi Ação Global (Figura 14), projetos da área de educação, saúde, lazer e cultura (Figura 15). Ao mostrar as unidades e serviço do Sesi (Figura 16) – quadras, escolas, teatro, indústria do conhecimento, eventos e campanhas, a revista cria uma possibilidade de aproximação do Sesi com as famílias e as comunidades, numa proposta de interação onde a entidade e os públicos podem compartilhar dos mesmos discursos e objetivos. Do ponto de vista do discurso institucional, os enunciados presentes na revista Sésinho evidenciam os objetivos, crenças e valores do Sesi e mostram a

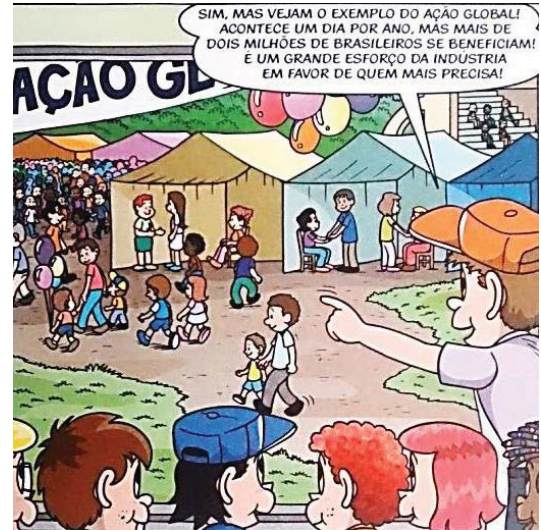
realidade organizacional da entidade. Já as argumentações visam produzir sentido junto aos leitores para que estes se aproximem da identidade organizacional e possam ter uma imagem positiva do Sesi.

Figura 13 – Institucional - CNI



Fonte: Revista Sesinho, nº 75, p.3

Figura 14 - Ação Global



Fonte: Revista Sesinho. Nº 70, p.16

Figura 15 – Esporte, lazer e cultura



Fonte: Revista Sesinho, nº 31,p.11

Figura 16 – Estrutura física



Fonte: Revista Sesinho, nº31,p.10.

Percebe-se com estes exemplos que o propósito é aproximar o leitor das atividades do Sesi, para que os relacionamentos legitimem a entidade, necessidade esta que existe desde sua criação. Legitimar nesta situação é fazer com que exista um consenso sobre a importância dos serviços e a necessidade da existência da entidade, que, segundo o seu próprio discurso institucional, a coloca como agente de transformação e provedora de soluções sociais para a melhoria da qualidade de vida do trabalhador. Este discurso reveste um objetivo ainda maior, que é garantir a qualidade e a produtividade da indústria, que está diretamente ligada com a força de trabalho.

O comportamento é o tema com mais incidência e relevância, pois, nas mensagens, fica claro o objetivo de persuadir e influenciar a audiência a mudar de atitudes e hábitos em função do que é oferecido pela entidade, esta percepção reforça a visão dos gestores de que “ a identificação do público infantil com o Sesi facilita a aceitação das mensagens de ética, comportamento e moral” (FIEPR, 2013, p.2). A análise das histórias permite identificar que em todas as narrativas há uma proposta de formas de comportamentos que devem ser seguidos, e o comportamento é utilizado para reforçar as propostas do Sesi nas demais temáticas apresentadas, como educação, saúde, esporte, lazer, trabalho (Figura 17,18 e 19).

Figura 17 – Comportamento e educação



Fonte: Revista Sesiinho, nº 105, p.12

Figura 18 – Comportamento e esporte



Fonte: Revista Sesiinho, nº 113, p.17

Figura 19 – Comportamento e trabalho



Fonte: Revista Sésinho, nº 44, p.4.

Nas aventuras e situações do cotidiano, a turma do Sésinho se envolve em temáticas onde ficam evidentes formas “corretas” e “incorretas” de se posicionar diante da situação. Esta análise pode supor uma perspectiva funcionalista, onde a revista emite mensagens que devem ser acatadas pelo receptor. Mas justamente pela característica da linguagem dos quadrinhos isso não ocorre, pois, mesmo que a HQ seja utilizada com finalidades específicas ligadas a intenções e comportamentos de interesses institucionais, a linguagem visual ultrapassa o significado puramente denotativo e se liberta para se enriquecer com inúmeras possibilidades de conotações (CAGNIN, 1975). Assim, a interação proporcionada pela leitura dos quadrinhos faz com que o leitor participe da construção da narrativa e do compartilhamento do sentido do discurso, que se dá em função do contexto em que ocorre a leitura.

Pode-se afirmar, então, que diante da dificuldade de se confirmar que o discurso será aceito e transformado em prática social pelo leitor, é que existe a necessidade da questão do comportamento ser tratado de forma tão intensiva e frequente na publicação.

Em menor quantidade, porém, não menos relevantes, aparecem os temas relacionados à cultura (13), competição (13) e meio ambiente (12). A cultura está presente nas histórias que valorizam a música, o teatro, personalidades e está relacionada com o objetivo institucional do Sesi na promoção das atividades artísticas e culturais (Figura 20).

Figura 20 – Cultura



Fonte: Revista Sésinho, nº30, p.4.

O que chama a atenção nesta classificação é que o tema competição emergiu durante a descrição analítica e foi incorporado aos temas pré- selecionados. Nota-se que a competição aqui se refere a disputas entre o bem e o mal, o certo e o errado, além das competições esportivas, concursos, gincanas, onde os considerados fortes e fracos – tanto físicos quanto intelectualmente - medem suas forças. A competição não surge como tema principal, mas ligada às temáticas mais numerosas como, por exemplo, comportamento e educação, e como cenário para discussão de valores éticos e morais propostos pelo Sesi (Figura 21 e 22).

Figura 21 – Competição e comportamento



Fonte: Revista Sésinho, nº 11, p.16

Figura 22 – Competição e trabalho



Fonte: Revista Sésinho, nº 79, p.13

O tema competição que emergiu na análise é coerente com o ambiente e a linguagem das HQs, pois “o mundo quadrinizado é dividido maniqueísticamente em bom e maus, o mocinho e o bandido” (CAGNIN, 1975, p. 179). No contexto de Sésinho complementa-se a divisão do certo e do errado presente nas narrativas (Figuras 23 e 24). As competições estão diretamente ligadas às características dos personagens, cujas análises ocorrem posteriormente.

Figura 23 - Competição e esporte



Fonte: Revista Sésinho, nº11, p.13

Figura 24 – Competição entre o bem e o mal



Fonte: Revista Sésinho, nº51, p.16

O tema meio ambiente também está ligado aos objetivos institucionais do Sesi na promoção de projetos de responsabilidade social e ambiental em âmbito nacional. Nas histórias o discurso é para a preservação da fauna e da flora, para a reciclagem e para cuidados com o ambiente urbano, para que este seja mais adequado e proporcione qualidade de vida aos moradores (Figuras 25, 26 e 27).

Figura 25 – Meio ambiente



Fonte: Revista Sésinho, nº74, p.4

Figura 26 – Reciclagem



Fonte: Revista Sésinho, nº81, p.04.

Figura 27 – Meio ambiente



Fonte: Revista Sésinho, nº55, p.7.

Na sequência da identificação e quantificação dos temas aparecem o lazer(10), o esporte(9), a tecnologia(8) e o trabalho(8). Os temas lazer e esporte estão relacionados nas histórias, pois são alternativas para que crianças e adultos saiam do sedentarismo, assim, novas relações se estabelecem, desta vez com a saúde, competição, comportamento e até mesmo educação. O esporte aparece também quando as narrativas abordam temas variados como inclusão, solidariedade e segurança (Figuras 28, 29 e 30).

Figura 28 – Esporte e inclusão



Fonte: Revista Sesinho, nº 79, p.9

Figura 29 – Esporte e valores



Fonte: Revista Sesinho, nº50, p.17

Figura 30 – Lazer e trabalho



Fonte: Revista Sesinho, nº79, p.10.

O tema tecnologia, também previsto no início da análise, aparece em menor quantidade e relacionado a outros temas com maior incidência. A tecnologia é tratada como recurso para o trabalho, atividades de lazer e como possibilidade para aventuras imaginárias (Figura 31), pois permitem, por exemplo, viagem no tempo e suporte na luta contra os vilões. Algumas histórias são mais informativas e outras alertam para possíveis malefícios pelo uso indiscriminado dos equipamentos, como computadores e celulares (Figuras 32 e 33).

Figura 31 – Aventuras imaginárias



Fonte: Revista Sesinho, nº12, p.10.

Figura 32– Uso do computador



Fonte: Revista Sesinho, nº 19, p.8

Figura 33 - Uso do celular



Fonte: Revista Sésinho, nº98, p.18.

O trabalho foi o tema central de 8 edições, também intercalado com temas relacionado à educação, institucional e comportamento. Nas histórias o tema é vinculado à necessidade de formação e qualificação (Figura 34), e sua ausência está relacionada à pobreza e tristeza. Segundo a revista, as vitórias que podem ser alcançadas por meio do trabalho só se efetivam num ambiente que exista aperfeiçoamento profissional, união, espírito de equipe e de inovação. Chama a atenção, em duas edições, a analogia do trabalho do homem com o trabalho das abelhas, que só funciona e dá resultados pelas atividades ordenadas e em equipe que garante o pleno funcionamento da colmeia, usada como metáfora para representar as fábricas e outros ambientes de trabalho (Figura 35 e 36). O tema também foi utilizado para debater o trabalho infantil e para mostrar que o mesmo traz alegria e harmonia familiar.

Figura 34 - Trabalho e qualificação



Fonte: Revista Sésinho, nº33, p.8 e 10.

Figura 35 – Trabalho nas colmeias



Fonte: Revista Sésinho, nº 10, p.14

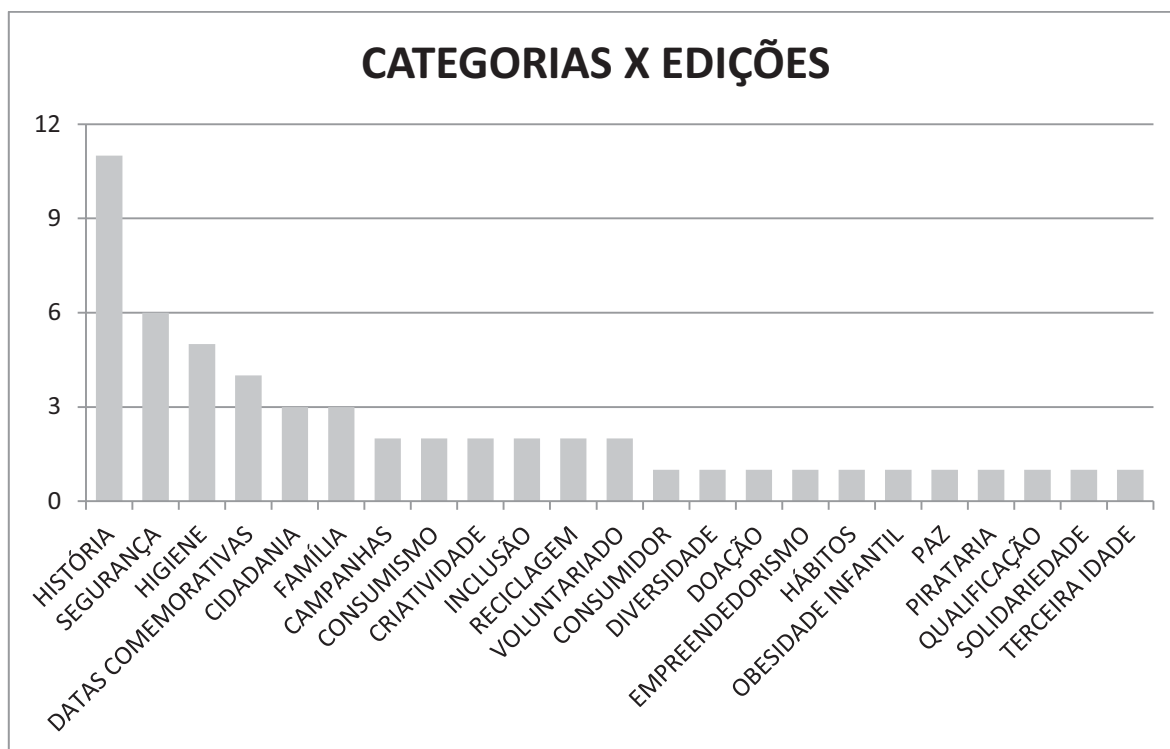
Figura 36 – Trabalho nas empresas



Fonte: Revista Sésinho, nº 35, p.14

A pré-seleção dos temas foi pertinente, pois os números confirmam que estes foram os mais utilizados no período de 10 anos de produção da revista, mas a descrição analítica identificou ainda 23 temas que foram os centros das narrativas em determinadas edições, conforme Gráfico 2.

Gráfico 2 – Análise - Outras categorias



Os temas abordados apresentam incidências variadas e sem padrão definido, conforme observação da Tabela 02, que mostra quando os assuntos foram abordados de acordo com o ano das publicações.

Tabela 2 – Tabela de análise – Outras categorias

Categorias	Edições										
	Total	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	Ano VI	Ano VII	Ano VIII	Ano IX	Ano X
HISTÓRIA	11	2	1		1	1	1	4		1	
SEGURANÇA	6		3	1		1			1		
HIGIENE	5		1		1	2				1	
DATAS COMEMORATIVAS	4	1							2	1	
CIDADANIA	3		1	1	1						
FAMÍLIA	3	1			1	1					
CAMPANHAS	2			2							
CONSUMISMO	2					1			1		

CRIATIVIDADE	2		1			1			
INCLUSÃO	2					1		1	
RECICLAGEM	2	2							
VOLUNTARIADO	2	1			1				
CONSUMIDOR	1				1				
DIVERSIDADE	1						1		
DOAÇÃO	1							1	
EMPREENDEDORISMO	1					1			
HÁBITOS	1				1				
OBESIDADE INFANTIL	1				1				
PAZ	1		1						
PIRATARIA	1							1	
QUALIFICAÇÃO	1	1							
SOLIDARIEDADE	1		1						
TERCEIRA IDADE	1				1				

Fonte: Elaborada pela autora.

O destaque deste levantamento foram os temas história (11), segurança (6) e higiene (5). O primeiro emerge com uma quantidade significativa e é utilizado como mote para assuntos institucionais, como o aniversário de 60 anos do Sesi e os 200 anos da indústria brasileira (Figuras 37), e para divulgação e valorização de estados e cidades brasileiras (Figura 38). Já segurança e higiene, foram relacionados diretamente com a saúde e prevenção de acidentes, nos ambientes domésticos e do trabalho (Figuras 39 e 40).

Figura 37 – História da CNI



Fonte: Revista Sesinho, nº75, p.12

Figura 38 – História do Brasil



Fonte: Revista Sesinho, nº99, p.7.

Figura 39 – Higiene e Saúde



Fonte: Revista Sesinho, nº102, p.17.

Figura 40 – Segurança e prevenção



Fonte: Revista Sesinho, nº94, p.07.

Na análise longitudinal (Tabelas 1 e 2) não é possível identificar um padrão de incidências dos temas o que sugere a utilização dos mesmos de forma pontual, muitas vezes relacionadas com datas comemorativas ou mesmo com as atividades do Sesi, como campanhas, eventos ou fatos do cotidiano. Devido à falta de informação quanto à gestão da revista e se a mesma é produzida de acordo com os objetivos estratégicos de comunicação, não é possível identificar o porquê destas incidências e tampouco se são de forma planejada e relacionadas com o alinhamento estratégico das práticas organizacionais do Sesi.

Por outro lado, a análise dos dados possibilita inferir que a publicação é, de fato, uma prática de comunicação institucional, na qual mensagens revelam conteúdos discursivos do Sesi e o alinhamento com aspectos da identidade da organização, como missão e valores, e de suas práticas cotidianas.

4.3.2 Análise das Unidades de Registo – Linguagem verbal

As unidades de registros da linguagem verbal da revista Sesiho selecionadas para classificação e quantificação são os textos e as onomatopeias. O objetivo do estudo durante a exploração do material foi identificar e quantificar dois elementos que compõem a linguagem verbal dos quadinhos e que são essenciais para a compreensão da mensagem.


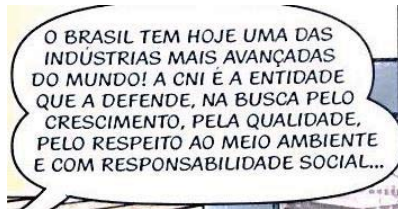

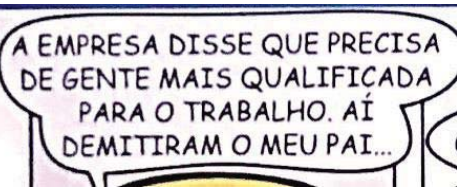
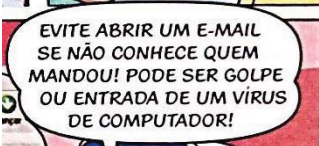
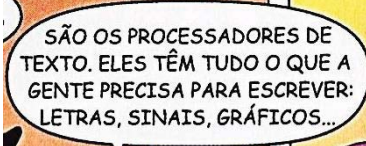

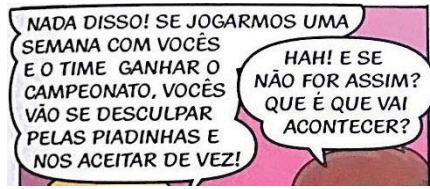
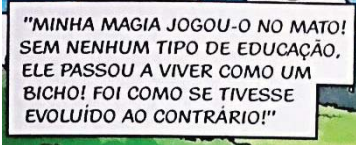
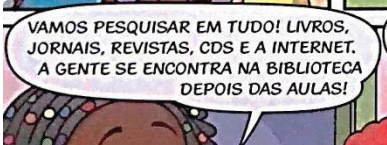
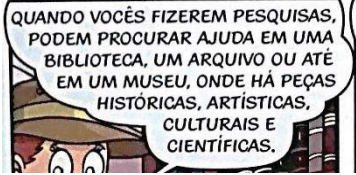
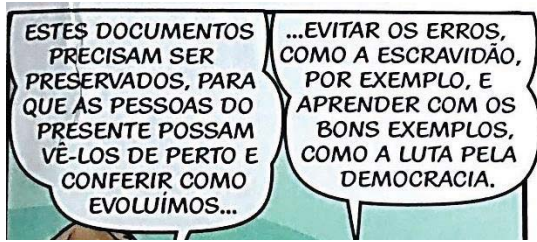
4.3.2.1 Textos e onomatopeias

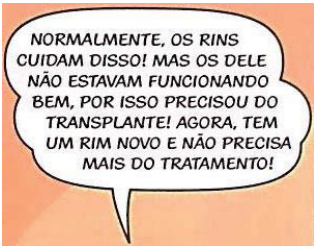

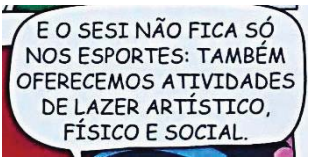
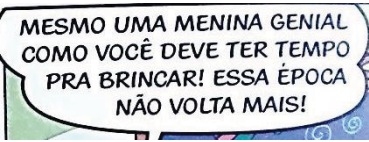
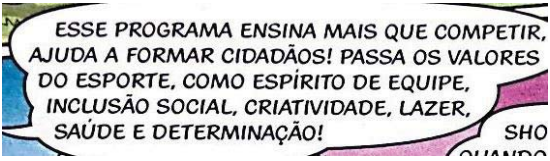
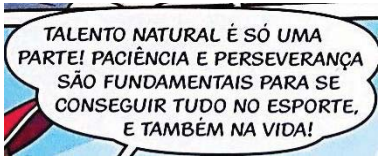
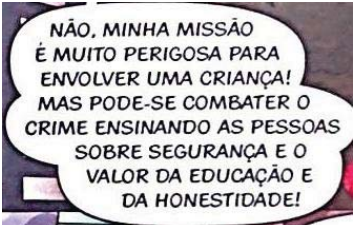
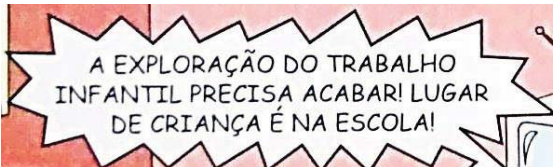
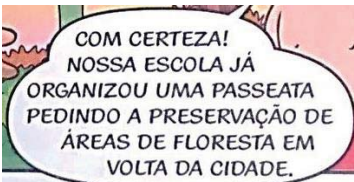
A função do texto é complementar a imagem e indicar aquilo que a imagem não mostra, acrescentando elementos que dão sentido à narrativa (QUELLA-GUYOT, 1994). Na exploração do material optou-se por coletar palavras que estavam diretamente ligadas ao tema da história buscando identificar a forma como os produtores da revista tratam o enredo. As palavras foram retiradas dos balões, representando a fala dos personagens, pois o recurso da legenda é pouco utilizado na estrutura da publicação. Assim, para cada tema foram selecionadas palavras que dão sentido à história. Foram coletadas as principais palavras de cada tema e, considerando que a maioria das histórias apresentavam múltiplas temáticas, as palavras se repetem na apresentação das temáticas (APÊNDICE B e C).

A escolha das palavras dá sentido à narrativa e, de forma quase didática, o texto tem a característica de ser explicativo, numa linguagem que se mostra, em algumas situações, incompatível com o nível de escolaridade e faixa etária dos personagens. No

entanto, como a turma do Sesinho se relaciona com personagens de todas as idades, a proximidade identificada em alguns temas se justifica em função de ser a fala dos personagens adultos (Figura 41).

Figura 41 – Textos /balões

Institucional	 <p>POUCO TEMPO DEPOIS, EM 1827, FOI CRIADA A SOCIEDADE AUXILIADORA DA INDÚSTRIA NACIONAL, PRIMEIRA ENTIDADE A DEFENDER A INDÚSTRIA BRASILEIRA!</p>	 <p>O BRASIL TEM HOJE UMA DAS INDÚSTRIAS MAIS AVANÇADAS DO MUNDO! A CNI É A ENTIDADE QUE A DEFENDE, NA BUSCA PELO CRESCIMENTO, PELA QUALIDADE, PELO RESPEITO AO MEIO AMBIENTE E COM RESPONSABILIDADE SOCIAL...</p>
Trabalho	 <p>AS VAGAS EXIGEM ENSINO MÉDIO E QUALIFICAÇÃO PARA A FUNÇÃO...</p>	 <p>A EMPRESA DISSE QUE PRECISA DE GENTE MAIS QUALIFICADA PARA O TRABALHO. AÍ DEMITIRAM O MEU PAI...</p>
Tecnologia	 <p>EVITE ABRIR UM E-MAIL SE NÃO CONHECE QUEM MANDOU! PODE SER GOLPE OU ENTRADA DE UM VÍRUS DE COMPUTADOR!</p>	 <p>SÃO OS PROCESSADORES DE TEXTO. ELES TÊM TUDO O QUE A GENTE PRECISA PARA ESCREVER: LETRAS, SINAIS, GRÁFICOS...</p>
Competição	 <p>BOA COMPETIÇÃO PARA TODOS E QUE VENÇA A MELHOR EQUIPE!</p>	 <p>NADA DISSO! SE JOGARMOS UMA SEMANA COM VOCÊS E O TIME GANHAR O CAMPEONATO, VOCÊS VÃO SE DESCULPAR PELAS PIADINHAS E NOS ACEITAR DE VEZ!</p> <p>HAI! E SE NÃO FOR ASSIM? QUE É QUE VAI ACONTECER?</p>
Educação	 <p>"MINHA MAGIA JOGOU-O NO MATO! SEM NENHUM TIPO DE EDUCAÇÃO, ELE PASSOU A VIVER COMO UM BICHO! FOI COMO SE TIVESSE EVOLUÍDO AO CONTRÁRIO!"</p>	 <p>VAMOS PESQUISAR EM TUDO! LIVROS, JORNAIS, REVISTAS, CDS E A INTERNET. A GENTE SE ENCONTRA NA BIBLIOTECA DEPOIS DAS AULAS!</p>
Cultura	 <p>QUANDO VOCÊS FIZEREM PESQUISAS, PODEM PROCURAR AJUDA EM UMA BIBLIOTECA, UM ARQUIVO OU ATÉ EM UM MUSEU, ONDE HÁ PEÇAS HISTÓRICAS, ARTÍSTICAS, CULTURAIS E CIENTÍFICAS.</p>	 <p>ESTES DOCUMENTOS PRECISAM SER PRESERVADOS, PARA QUE AS PESSOAS DO PRESENTE POSSAM VÊ-LOS DE PERTO E CONFERIR COMO EVOLUÍMOS...</p> <p>...EVITAR OS ERROS, COMO A ESCRAVIDÃO, POR EXEMPLO, E APRENDER COM OS BONS EXEMPLOS, COMO A LUTA PELA DEMOCRACIA.</p>

Saúde		
Lazer		
Esporte		
Comportamento		
Meio Ambiente		

Fonte: Revista Sesinho

O uso de onomatopeias tem a finalidade de agilizar a compreensão da leitura e seu uso é um dos recursos que garantem a universalidade de sentidos da HQs (ANSELMO, 1975), contribuindo para que a linguagem seja espontaneamente percebida e decifrada (MARNY, 1970). Na revista Sesinho, as onomatopeias complementam o texto e as imagens e dão ritmo e agilidade à narrativa, conforme Figura 42.

Figura 42 – Quadro de onomatopeias

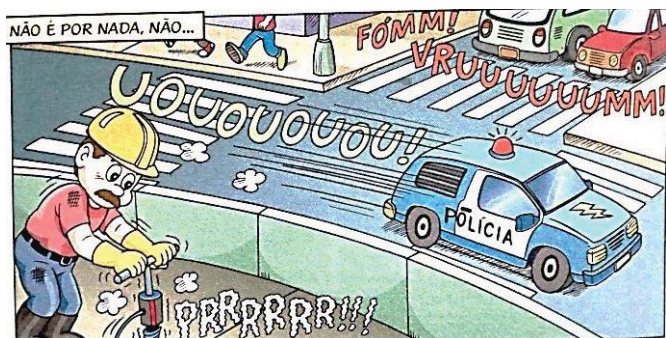
ONOMATOPEIAS (215): aaahhh; aaaiii; aarf; aargh; ah; ai; atchim; au-au; bam; bang; bééé; béim; bip; blabláblá; blam; bléé; bléim; blergh; blim; blip; blub; blup; boinc; boing; bone; brrrrr; brrrumm; buááá; bum; bummm; buuu; bzzzz; cablam; cabruum; caim; chlep; chomp; chuáá; clanc; clap-clap; clec; clic; click; cócócó; cocoricó; cof-cof; crááá; crac; crás; crau; crec; creec; cric; criic; croc; crreec; crunch; cruu-cruu; din-dom; ding-dong; dom; eca; êêêê; fffft; ffssss; fsssss; fitzz; flap-flap; fomm; foomm; fssssh; fuem; fuich; func; fssssh; fzzzt; fzzzz; gáááh; gaac; gasp; ggrrr; glub; glup; graaahh; graurr; grmpf; grnall; groarr; grnf; grrr; grrmpfh; grrr; grunf; gueim; gulp; gusp; gut; há; há-há-há; hammm; hehehe; hihih; hmmm; hmnpf; hohoho; hum; hummm; hummpfh; ih; isrrric; iuhuuu; iupi; muuu; nhac; nhéc; nhoc; ohhh; ops; pá; paf; peein; pffft; piiii; pimba; ping; piuiii; piu-piu; plaf; plaft; plec; pléim; plém; plic; plim; plinc; ploc; ploch; plof; ploft; plop; plosh; poff; popopó; pou; prriii; prum; psssiu; puf; rac; rasg; rasp; rec-rec; riic; riiich; riiinch; risc; roc; ronc; rrrrr; schhh; screeech; scriinch; shh; smac; smif; snhomp; splash; sploft; sum; tac; taratará; tcharam; tchibum; tec-tec; tic-tac; tic-tic toc-toc; tóimm; triimm; tuaaain; tuc; tuem; tuf; tuiim; tum; tump; tunc; tzoin; tzzzz; uaaauuu; uff; uóóó; uuuhhhááá; uuuuááá; vrrrrr; vruumm; vup; vussssh; vuuch; vuupp; vrrrrr; whoosh; whussh; woossh; xiii; yupi; zaaap; zaaas; zam; zap; ziimm; ziip; zing; zóimm; zóing; zuc; zuup; zuupi; zuuum; zzzzzz.

Fonte: Elaborada pela autora.

Foram identificadas 215 onomatopéias, e como estas são figuras de linguagem utilizada para representar sons, pode-se inferir que a revista Sesinho tem uma narrativa barulhenta, pois os fonemas e palavras utilizados com frequência sugerem barulhos diversos, relacionados à pancadas, tombos, sons de fenômenos da natureza - vento, raio, trovão, chuva (Figura 43), funcionamento de máquinas e equipamentos - telefones, carros, buzinas, computadores (Figura 44), sons vocais humanos - choro, riso, deglutição, susto, emoção (Figura 45) e sons vocais de animais (Figura 46). Como a característica da HQ é possibilitar que leitor e personagens compartilhem da mesma experiência, as onomatopéias utilizadas na revista Sesinho cumprem esta função, ao aproximar o leitor da revista de forma intensa por meio da representação do som.

Figura 43 – Fenômenos da natureza

Fonte: Revista Sesinho, nº109. p.11

Figura 44 – Máquinas e veículos

Fonte: Revista Sesinho, nº55, p.06

Figura 45 – Sons vocais – homem



Fonte: Revista Sesinho, nº 103, p.10.

Figura 46 – Sons vocais - animais



Fonte: Revista Sesinho, nº68, p.19.

4.3.3 Análise das Unidades de Registo – Linguagem visual

As unidades de registros da linguagem visual da revista Sesinho selecionadas para classificação e quantificação são os personagens, objetos, imagens e códigos ideogramáticos. O objetivo do estudo durante a exploração do material foi identificar e evidenciar as imagens mais frequentes, como estas se relacionam com a linguagem verbal e dão sentido à narrativa.

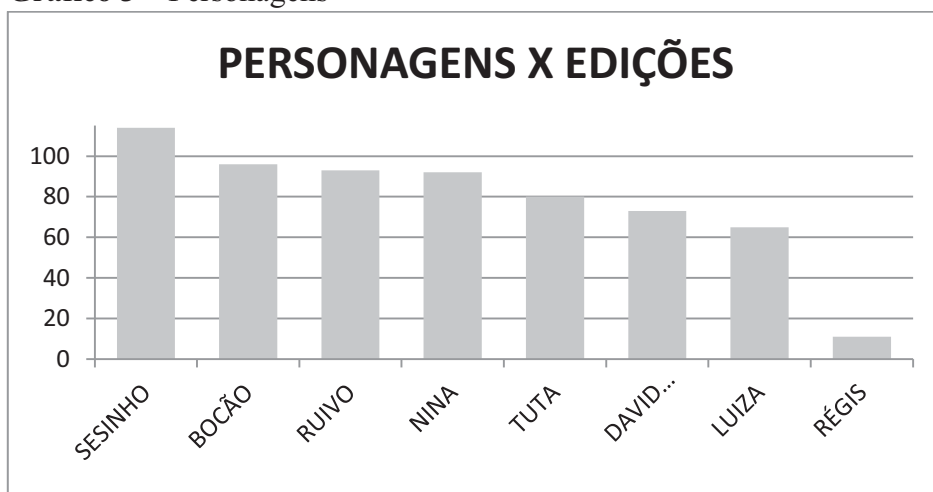
4.3.3.1 Personagens

Quanto à incidência dos personagens o destaque é a presença dos personagens Sesinho em 114 das 115 histórias analisadas, seguido por Bocão (96 vezes), Ruivo (93 vezes), Nina (92 vezes), Tuta (80 vezes), David Coperfilho (73 vezes), Luiza (65 vezes) e o personagem secundário Régis (11 vezes), conforme Tabela 3 e Gráfico 3.

Tabela 3 – Incidência de personagens

Personagens	Total
SESINHO	114
BOCÃO	96
RUIVO	93
NINA	92
TUTA	80
DAVID COPERFILHO	73
LUIZA	65
RÉGIS	11

Fonte: Elaborado pela autora.

Gráfico 3 – Personagens

Fonte: Elaborado pela autora.

A personalidade, hábitos e comportamentos dos personagens justificam estas ocorrências, pois, considerando que o personagem principal incorpora todas as qualidades e atitudes corretas (de acordo com o discurso do Sesi), é necessário que seus coadjuvantes tenham características contrárias ou complementares às suas, para que haja o equilíbrio e possibilidade de estabelecer os parâmetros de certo e errado, proposto pela publicação. Enquanto Sesinho é um menino inteligente, criativo, saudável, estudioso, seus amigos Bocão e Ruivo apresentam características negativas como preguiça, gula, mau-humor, desobediência, e assim, fazem um contraponto com o personagem. Nina, por sua vez, é a menina inteligente, parceira de Sesinho na resolução dos problemas e na liderança das campanhas promovidas pela turma (Figura 47). Os personagens David Coperfilho, Tuta e Luiza exercem seus papéis de coadjuvantes, contribuindo para o desenvolvimento da narrativa das histórias.

Durante a exploração do material, o personagem secundário Régis, passou a ter sua participação quantificada, pois sua presença, relacionada a alguns temas, tem grande significação no contexto das histórias. Régis é o personagem pobre, excluído, que tem uma condição de vida que precisa ser alterada, de acordo com os princípios do Sesi, que é promover a educação, a saúde, a inclusão e a qualificação para o trabalho. Assim, Régis e sua família recebem ajuda da turma do Sesinho em diversas situações, quando estes mostram que a educação e o trabalho são condicionantes para a melhoria da qualidade de vida dos personagens que estão marginalizados devido às suas situações econômicas e financeiras. Régis também tem papel de destaque nas histórias que tratam do tema reciclagem, inferindo que esta atitude está relacionada às classes sociais menos favorecidas (Figura 48).

Figura 47 – Sesinho e Nina



Fonte: Revista Sesinho, nº62, p.13

Figura 48 – Régis



Fonte: Revista Sesinho, nº 44, p.08.

Nota-se que o discurso dos personagens que aparece em suas atitudes e falas não são coerentes com as idades (que varia de 07 a 09 anos) o que sugere que a turma tem um nível de maturidade acima do que têm as crianças nessa faixa etária, o que condiz com seus papéis de porta-vozes do discurso do Sesi. Ou seja, são crianças tratando de temas de interesse de pessoas de várias faixas etárias, onde se incluem ainda jovens, adultos e pessoas da terceira idade. O conteúdo desse discurso pode ser melhor compreendido com as análises da linguagem verbal (anterior) e dos valores que são trazidos pela publicação (análise posterior).

Com relação ao personagem Sesinho, a revista reforça seu papel de líder e herói, cuja esperteza, inteligência e bondade, garantem o desfecho positivo das histórias. Como porta-voz do Sesi, o personagem é o elo entre a entidade e demais personagens e, conseqüentemente, com os leitores. A fala de Sesinho é a manifestação direta do discurso da organização e, principalmente, nos temas que envolvem informações ligadas aos aspectos institucionais e à área de educação, uma vez que a turma estuda na escola do Sesi (Figura 49).

Figura 49 – Sesinho como porta-voz do Sesi



Fonte: Revista Sesinho, nº100, p.12.

Outras vozes se juntam à turma, e são dos personagens secundários (ao todo 67) que colaboram com a narrativa, como professores, amigos, profissionais e técnicos do Sesi e Senai, os familiares dos personagens (principalmente pais e avós) e vários vilões, que são sempre vencidos pela turma (Figura 50). Vale ressaltar que a personagem Professora Belmira, que acompanha a turma em algumas aventuras, tem o mesmo nome da coordenadora pedagógica da publicação, a também professora Belmira Cunha. Este fato mostra mais um vínculo da revista com a entidade, que pode ser uma homenagem, ou ainda uma forma de dar credibilidade ao personagem e, por consequência, às histórias.

Figura 50 - Quadro de personagens secundários

PERSONAGENS SECUNDÁRIOS: abelhas trabalhadoras; Adner (fã do Sesinho); Alice; Amanda (fã do Sesinho); Atletas; avós do Sesinho; bactérias/germes; Bruno; Cauê; Clarisse Nai; crianças de gangue; crianças pobres; D. João VI; D. Lucia (mãe Sesinho); D. Mercedes; dentista; doutora Ione; Dra. Eca; extraterrestres; garoto drogado; guarda; homem acidentado; homem das cavernas; Ilayne (prima do Tuta); India Ceci; instrutor ginástica; instrutor Sesi; irmão do Régis; Joca; ladrão; Luis (fã do Sesinho); mãe Bocão; mãe Ruivo; mágicos; Mago "Diego ista"; Marina; médica; médico; menino de rua; operário; Oscar (menino paraplégico); pai do Ruivo; pai do Sesinho; pai do Tuta; pais da Nina; pais do Bocão; pais do Sesinho; pais do Tuta; pais trabalhadores; Papai Noel; presidente JK; primo; professor Galante; Professora Belmira; Rebeca; repórter; Roberto (homem analfabeto); robô; Rosa; Sereia Iara; seres imaginários; super-herói; Suzana; Técnico do Inmetro; Técnico Liminha; Técnico Senai; Tio bêbado.

Fonte: Elaborada pela autora.

4.3.3.2 Objetos e imagens

Uma das características da linguagem das HQs é a utilização de imagens repetitivas e que possam ser reconhecidas pelo leitor (EISNER, 2010), assim buscou-se identificar quais imagens foram utilizadas para a representação do conteúdo das histórias (APÊNDICE D).

A imagem é um sistema de códigos abertos que permitem interpretações diversas, por isso a percepção dos leitores pode ser diferente diante de uma mesma imagem. Os desenhistas de quadrinhos recorrem a signos visuais que sejam de conhecimento prévio do leitor, para que haja a compreensão das narrativas e esta depende do contexto e do repertório de cada um. Na revista Sesinho a escolha das imagens são literais e relacionadas diretamente ao assunto da história, o que facilita uma compreensão mais imediata por parte do interlocutor. São imagens descritivas, principalmente do ambiente, para a formação do cenário da história, e dos personagens, quanto às suas emoções e reações.

As imagens, somadas às onomatopeias e códigos ideogramáticos, sugerem uma aproximação rápida e efetiva do leitor, como se ele participasse diretamente das aventuras da turma do Sesinho (Figuras 51, 52 e 53).

Figura 51 – Imagens da natureza



Fonte: Revista Sesinho, nº 65, p.06.

Figura 52 – Imagens do espaço



Fonte: Revista Sesinho, nº95, p.13

Figura 53 – Imagens do ambiente urbano



Fonte: Revista Sesinho, nº 73, p.12.

4.3.3.3 Códigos ideogramáticos

A descrição dos códigos visuais das HQs deve considerar os códigos técnicos, pictóricos (composição, cor), cinematográficos (planos, enquadramentos) e ideogramáticos (movimentos, sons, reações), mas nesse estudo optou-se apenas pelo último, devido à complexidade e extensão que o trabalho poderia desencadear. Assim, a análise dos ideogramas visa identificar como ocorre a representação visual e sonora dos movimentos, sons e reações dos personagens e como os desenhos simbólicos complementam os textos e demais elementos visuais, conforme Figura 54.



Fonte: Revistas Sesinho, nº 37,54, 55,57, 71, 73, 77, 101, 102,107.

4.3.4 Análise das unidades de contexto – fundamentação teórica

As unidades de contexto exploradas na revista Sesinho contribuem para o melhor entendimento das unidades de registro, pois suas dimensões são mais amplas. Considerando a linguagem das HQs, foram selecionadas para classificação e quantificação os ambientes, os cenários e os valores possíveis de serem identificados, pois estes elementos constituem os espaços físicos e ideológicos, nos quais os elementos da linguagem verbal e visual vão se constituir e construir uma narrativa. Algumas observações também foram evidenciadas, pois contribuem para a análise da unidade de contexto.

4.3.4.1 Ambientes e cenários

Nesse estudo foram considerados o ambiente real e o imaginário, o primeiro quando a história acontece em situações cotidianas que fazem parte da realidade do leitor. A segunda se refere a situações que envolvem magia, viagem no tempo e no espaço, contato com seres desconhecidos, personagens históricos do passado, entre outras ambientes imaginários que não podem ser vividas concretamente pelos leitores, porém despertam sua imaginação.

A revista Sesinho mantém um equilíbrio entre os ambientes reais e imaginários, como mostra o Gráfico 4.

Gráfico 4 - Ambientes nas histórias

Fonte: Elaborado pela autora.

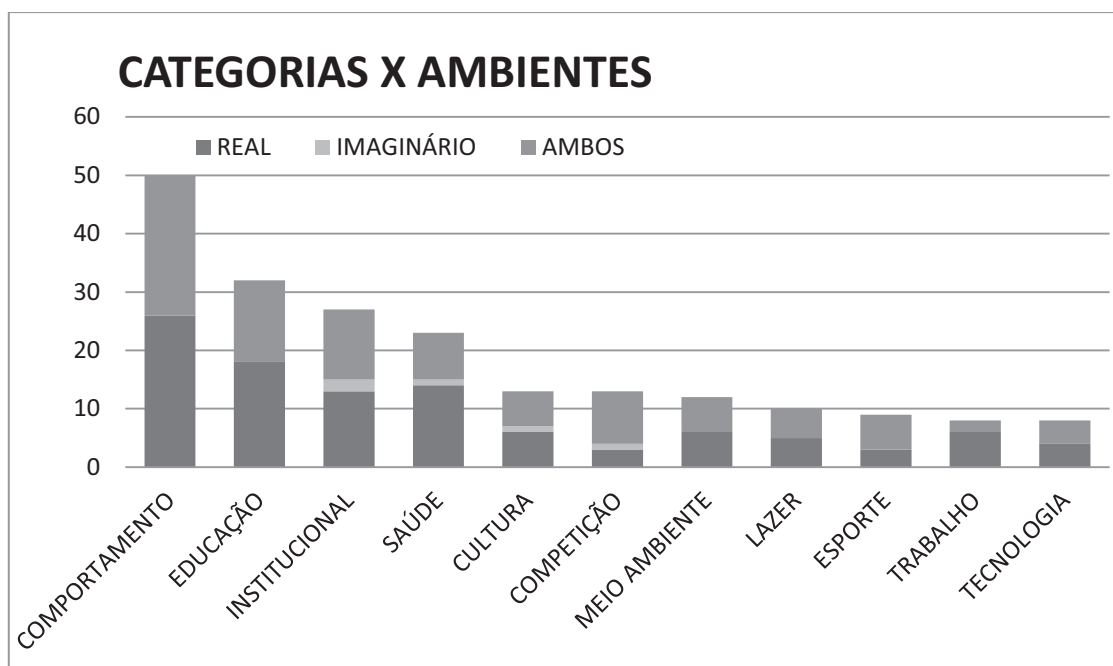
Conforme Tabela 4, as narrativas acontecem nos dois ambientes em 50 histórias, somente no ambiente real em 62 histórias e apenas 03 histórias num contexto totalmente imaginário. Infere-se então que na maioria das histórias os ambientes reais prevalecem, ou seja, as aventuras vivenciadas pelos personagens estão de acordo com a realidade dos leitores, o que pode causar uma maior empatia com os personagens, pois suas reações e atitudes podem ser transferidas para o mundo real dos leitores. As histórias em ambientes reais e imaginários podem sugerir que situações cotidianas podem ter um desfecho positivo quando se usa a imaginação e criatividade, que também é uma das características da linguagem das HQs.

Tabela 4 – Incidência de ambientes

AMBIENTES	TOTAL
REAL	62
IMAGINÁRIO	3
AMBOS	50
TOTAL	115

Fonte: Elaborada pela autora.

No Gráfico 5 podem ser observados como os ambientes aparecem de acordo com o tema da história. Na maioria existe um equilíbrio das narrativas nos ambientes reais e mistos.

Gráfico 5 - Ambientes nas categorias

Fonte: Elaborado pela autora.

A exceção são os temas Trabalho (Tabela 5), cujas histórias ocorrem em sua maioria no ambiente real e Competição e Esporte, que ocorrem com mais frequência nos ambientes mistos. Somente nos temas Institucional, Saúde, Cultura e Competição é que há uma ou duas incidências do ambiente exclusivamente imaginário.

Tabela 5 – Ambientes

CATEGORIAS	REAL	IMAGINÁRIO	AMBOS
COMPETIÇÃO	3	1	9
COMPORTAMENTO	26	0	24
CULTURA	6	1	6
EDUCAÇÃO	18	0	14
ESPORTE	3	0	6
INSTITUCIONAL	13	2	12
LAZER	5	0	5
MEIO AMBIENTE	6	0	6
SAÚDE	14	1	8
TECNOLOGIA	4	0	4
TRABALHO	6	0	2

Fonte: Elaborada pela autora.

A definição dos ambientes antecede a etapa de identificação dos cenários onde ocorrem as histórias, pois ambos estão diretamente relacionados (Apêndice E). Nos ambientes reais os cenários são locais reconhecíveis pelos leitores e por onde os quais podem passar pelas mesmas experiências. A maioria se refere às casas dos personagens, bairros (ruas, parques), escola (sala de aula, quadras, refeitório), campo (sítios, rios, florestas), cidade (shoppings, lanchonetes, empresas, teatro), entre outros. Nos ambientes imaginários os cenários englobam sonhos, pensamentos, magias que permitem viagens (no tempo, em outras dimensões/planetas) e transformações físicas (miniaturas, cópias, animais) para que os personagens possam vivenciar as experiências que não são possíveis no mundo real (Figuras 56 e 57).

Figura 56 – Ambiente real



Fonte: Revista Sesinho, nº 96, p.16.

Figura 57 – Ambiente imaginário



Fonte: Revista Sesinho, nº75, p.06.

4.3.4.2 Valores

Na unidade de contexto Valores, foram reunidos valores, princípios, crenças, pressupostos, competências, qualidades e defeitos que interferem nas práticas e nas condutas do homem na sociedade, e isso inclui o norteamento de suas ações no ambiente organizacional. Assim, foram registrados 62 itens que aparecem na revista Sesinho nos dez anos de publicação. A relevância deste levantamento se deve pelo fato dos valores éticos e sociais comporem o discurso da indústria e que ficam evidenciados nas diretrizes dos programas voltados para a educação, especificamente no ensino básico e fundamental que “visa resgatar valores básicos da cidadania ao oferecer uma oportunidade de qualidade para o desenvolvimento pessoal e social dos filhos dos trabalhadores da indústria” (CNI, 2007, p.45-50). Neste contexto a revista Sesinho é uma das formas de evidenciar tais questões e seu conteúdo produz sentidos que expressam as posições sociais, culturais e ideológicas da indústria. Na Tabela 6, os elementos que foram reunidos na unidade de contexto Valores,

foram identificados e quantificados de acordo com a incidência nos principais temas abordados na publicação.

Tabela 6 – Valores

VALORES	COMPETIÇÃO	COMPORTAMENTO	CULTURA	EDUCAÇÃO	ESPORTE	INSTITUCIONAL	SAÚDE	MEIO AMBIENTE	LAZER	TECNOLOGIA	TRABALHO	TOTAL
preservação ambiental/cultural	1	7		3	2	1	3	1	1			19
conduta/hábitos	2	2	1	2	2	3	1	1	2	1	1	18
criatividade	1	3	1	2		3	3	1	1		1	16
prudência/cautela	2	6	1	3			1	1			1	15
prevenção	2	2	1	3	2	3	1					14
cidadania		5					2	2		1		10
imaginação		3		1		1	2	1		1	1	10
solidariedade	1	1	1	1	1	1	1	2				9
valorização	2	1		1	1	1	1		1	1		9
higiene		1	2	2		1			1		1	8
inclusão		3				1	2	1		1		8
respeito		2		2			1			2	1	8
talento	1		1	1			2	2			1	8
conhecimento	2	2				2	2					8
família	1	1			1	1	2		1			7
voluntariado/disponibilidade	1	2			1		1		1		1	7
certo-errado		3					1	1	1			6
coragem				2		2					2	6
aprendizado	1					2	1		1		1	6
bem estar/qualidade de vida	1	1	1	1		1	1					6
amor		1		1		1	1			1		5
doação			1	1			1	1		1		5
ética		3						2				5
igualdade		1	1	2						1		5
união		1		1		2					1	5
egoísmo	1	2						1	1			5
cuidado com a saúde		1	1	1					1			4
perseverança		2					2					4
resgate histórico		1		1				1		1		4
trabalho/trabalho em equipe		2				1			1			4
comunicação	1				1		1		1			4

preservação história	1	1			1	1						4
consumismo			1	1				1				3
honestidade		2						1				3
iniciativa				1		1	1					3
lazer-saude		1	1	1								3
organização		1				1			1			3
paz		1		1						1		3
responsabilidade		1				1					1	3
saúde	1	1		1								2
aceitação			1	1								2
acessibilidade						1	1					2
alegria		1	1									2
amizade		1					1					2
confiança		1						1				2
credibilidade				1		1						2
cuidado com animais				1		1						2
cultura		2										2
disciplina					1	1						2
empreendedorismo				1		1						2
justiça				1		1						2
moral		1						1				2
orgulho/vergonha			1	1								2
reciclagem							1	1				2
resiliência		1					1					2
segurança		2										2
valorização indústria nacional				1		1						2
verdade				1					1			2
colaboração		1										1
sabedoria		1										1
união familiar		1										1
valorização da cultura		1										1

Fonte: Elaborada pela autora.

Os itens preservação - ambiental e cultural (19), conduta/hábitos (18), criatividade (16), prudência/cautela (15), prevenção (14), cidadania (12) e imaginação (10) foram os valores que mais apareceram, e com incidência maior no tema Comportamento, ratificando a informação de que os valores interferem na conduta e na forma das pessoas se posicionarem diante dos fatos e assuntos que permeiam a sociedade (Figuras 58, 59, 60, 61).

Figura 58 – Preservação ambiental

Fonte: Revista Sesinho, nº108, p.19.

Figura 59 – Hábitos e condutas

Fonte: Revista Sesinho, nº81,p.06

Figura 60 - Prudência

Fonte: Revista Sesinho, nº 22, p.18.

Figura 61 – Criatividade

Fonte: Revista Sesinho, nº51, p.17

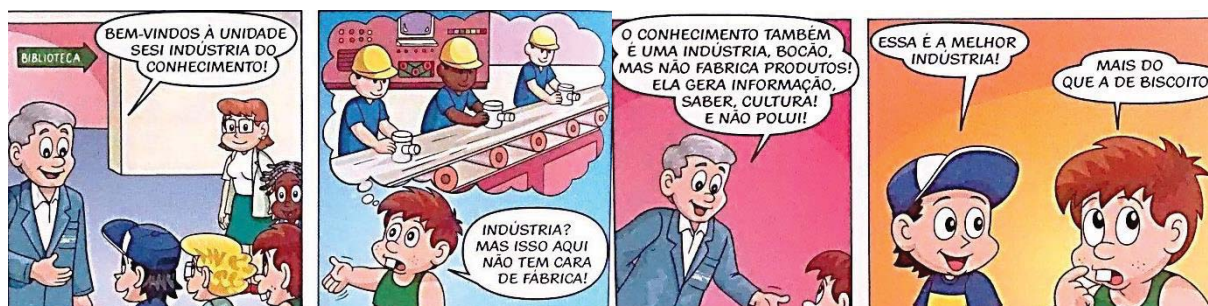
4.3.4.3 Observações

Os procedimentos sistemáticos da AC permitem a descrição das mensagens da revista Sesinho sob o ponto de vista dos códigos verbais e visuais característicos dos quadrinhos. Somando-se a este procedimento o conhecimento das condições de produção do material, expostos no referencial teórico deste trabalho, e a percepção de informações que se mostraram relevantes durante a leitura e a análise do conteúdo, é possível fazer inferências acerca de alguns temas específicos e suas relações com o discurso do Sesi.

No Apêndice F, estas observações estão descritas por ano das edições, e a análise abaixo destaca a presença de três assuntos relevantes para o estudo da apropriação da linguagem das HQs pela indústria: o uso de figuras de linguagem – metáforas e metalinguagem; a pobreza e sua relação com a qualificação profissional e o trabalho, e a condição da turma do Sesinho como porta-voz do Sesi.

Destacam-se nas histórias o fato das narrativas utilizarem figuras de linguagem como metáforas e analogias, principalmente em temas relacionados a trabalho, e a metalinguagem, que revela a intenção de facilitar a compreensão das mensagens e a interação com o leitor. As ocorrências estão presentes em 8 dos 10 anos da publicação. Na Figura 62 a unidade do Sesi denominada Indústria do Conhecimento tem seu nome justificado pelo personagem, que revela a intenção da entidade em manter os dois conceitos imbricados.

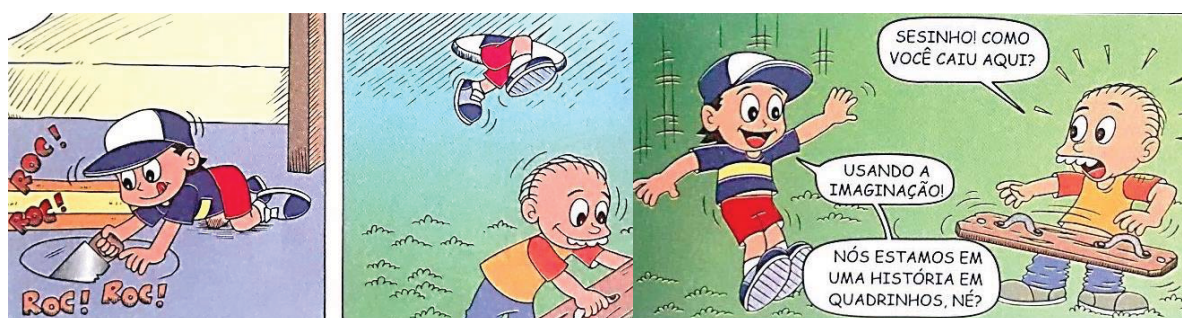
Figura 62 - Metáforas e analogias



Fonte: Revista Sesinho, nº 56, p.10.

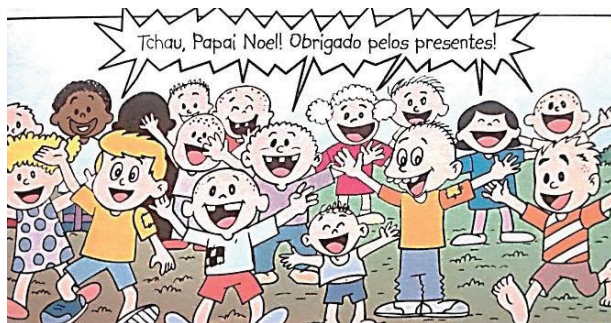
Na Figura 63 identifica-se na mensagem a função metalinguística, cujos códigos selecionados retornam ao próprio código da linguagem iconográfica, assim, a linguagem dos quadrinhos é utilizada para falar dela mesma. A metalinguagem é uma forma de reforçar os aspectos interativos dos quadrinhos, onde a imaginação e a criatividade são fundamentais para o leitor.

Figura 63 - Metalinguagem



Fonte: Revista Sesinho, nº 21, p.12-13.

Para reforçar o papel da indústria e do trabalho na sociedade a revista traz a representação da pobreza, a qual pode ser minimizada se as pessoas marginalizadas tiverem acesso à educação e conseqüentemente ao trabalho. A pobreza é relacionada com moradias ruins, sujeira, falta de alimentos, ruas sem asfalto, crianças desdentadas, carecas e descalças (Figura 64 e 65).

Figura 64 – Representação da pobreza

Fonte: Revista Sesinho, nº6, p.19.

Figura 65 - Representação da pobreza

Fonte: Revista Sesinho, nº 06, p.19.

O analfabetismo e o desemprego são colocados como condições inerentes à miséria demonstrando claramente as diferenças sociais e econômicas dos grupos representados na revista (Figura 66). Segundo o discurso da indústria, o contraponto com a pobreza é a melhoria da qualidade de vida proporcionada pela educação, que influenciará diretamente no trabalho, na saúde e no bem estar das pessoas, impactando assim, na sua condição econômica e social (Figura 67).

Figura 66 - Diferenças sociais

Fonte: Revista Sesinho, nº70, p.03.

Figura 67 - Educação

Fonte: Revista Sesinho, nº 63, p.17

Estas questões são abordadas com mais frequência nos cinco primeiros anos da publicação e revelam que, mesmo diante de uma anunciada mudança de postura do Sesi, da lógica assistencialista de sua primeira fase (1946 a 1963) para a lógica da cidadania e responsabilidade social (década de 1980), a diferença não é tão visível, pois os personagens da turma do Sesinho “ajudam” os mais pobres, com presentes, comida e reforçam a ideia que, somente com a educação eles podem ter acesso ao mercado de trabalho, e somente o trabalho pode mudar suas condições de vida. Como o Sesi oferece educação e trabalho, a entidade reitera sua imagem como solução para minimizar os problemas sociais (Figura 68). O amparo moral e material identificado por Brites (2004) na primeira fase da revista Sesinho (1947-1960), não está tão distante ainda que tenham se passado mais de 30 anos.

Figura 68 – Serviços do Sesi



Fonte: Revista Sesiinho, nº44, p.06, 11,12, 14

A educação e o trabalho são apontados como solução dos problemas e formas de inclusão social, mas o trabalhador deve ainda, segundo o Sesi, se adequar às exigências da indústria contemporânea. Por isso a revista traz conteúdos que remetem ao novo contexto das organizações, consequência das transformações que marcam o novo milênio, e ao perfil desejado dos trabalhadores (Figura 69, 70).

Figura 69 – Novo contexto das organizações



Fonte: Revista Sesinho, nº 8, p.13.

Figura 70 – Qualificação e trabalho



Fonte: Revista Sesinho, nº44, p.10 e 12.

O discurso presente na revista é coerente com a nova organização da força de trabalho, e a análise pode contribuir com as investigações sociológicas que tentam compreender o novo cenário social e econômico que envolve as organizações e os trabalhadores. As histórias mostram que as tecnologias, os processos produtivos e os recentes modelos de gestão determinam a nova postura que deve ser adotada pelos trabalhadores, cujo perfil educacional passa a ser mais técnico e, necessariamente, integrado com novas competências (Figura 71).

Figura 71 – Novo perfil do trabalhador



Fonte: Revista Sesinho, nº 8, p.14

As histórias são permeadas de valores éticos e morais que visam nortear a conduta dos personagens e, mesmo tratando de temas diversos, indiretamente convergem para a formação de uma geração que tenha perfis e atributos semelhantes. Assim, ao entrarem no mercado de trabalho, os novos profissionais podem de adaptar aos novos modelos de gestão de pessoas, que, segundo Alves (2010, p.6-8), “implica disseminar valores, sonhos, expectativas e aspirações que emulem o trabalho flexível”.

Para isso o Sesi tem seus porta-vozes, a turma do Sesinho. Várias observações apontam o aspecto institucional da publicação, produzida para reafirmar a missão que o Sesi se propõe, que é promover a qualidade de vida e a cidadania. Em várias histórias a turma do Sesinho está explicitamente na condição de porta-vozes do Sesi, na divulgação de sua missão, dos programas de educação, saúde, esporte, lazer e cultura, dos valores sociais e organizacionais pelos quais a entidade diz nortear suas práticas (Figuras 72, 73, 74).

Figura 72 – Sesinho divulga Programa Sesi por um Brasil alfabetizado



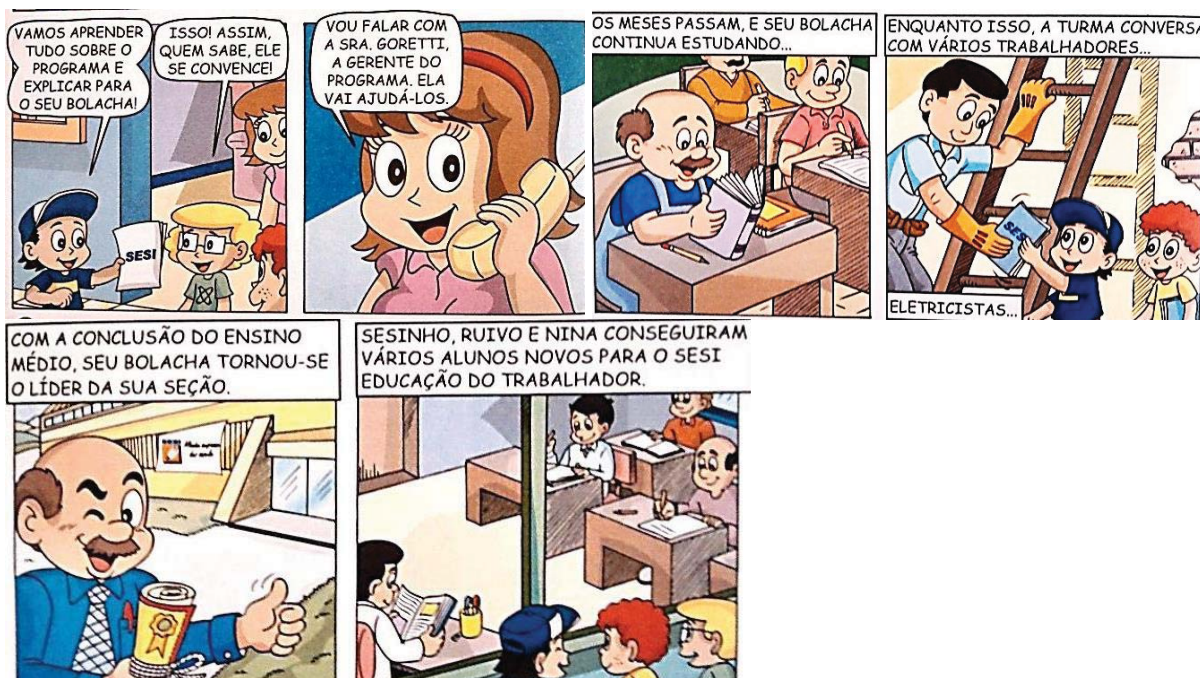
Fonte: Revista Sesinho, nº8, p.17

Figura 73 - Sesinho divulga o Projeto Ação Global



Fonte: Revista Sesinho, nº100, p.4-5.

Figura 74 – Sesinho divulga Programa Sesi Educação do Trabalhador



Fonte: Revista Sesinho, nº33, p.10, 14.

A revista Sesinho é utilizada no ambiente escolar da rede de colégios Sesi, e mais que contribuir para as atividades escolares (Figura 75), a mesma apresenta o discurso do Sesi para uma geração que está sendo preparada para o mercado de trabalho. Sesinho é colocado como o exemplo a ser seguido e, se o personagem é a representação oficial do Sesi, fica explícita a mensagem de que a entidade estabelece o caminho e como este deve ser percorrido.

Figura 75 – Sesinho porta voz do Sesi.



Fonte: Revista Sesinho, nº 109, p.16, 18.

Após a descrição e exploração do material, o tratamento dos dados e as inferências e interpretações aqui descritas, produziu-se um *corpora* da revista Sesinho, ou seja, uma coleção de dados referente ao acervo que inclui as edições 01 a 114 e que poderá ter a incorporação de novos dados em estudos posteriores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi analisar o conteúdo da revista *Sesinho* buscando identificar como ocorre a apropriação da linguagem dos quadrinhos no âmbito da comunicação institucional. Por meio da análise de conteúdo do acervo publicado no período de julho de 2001 a julho de 2011, produziu-se o *corpora* da revista *Sesinho*, cujos dados permitem análises sobre a construção do discurso do Sesi na primeira década do século XXI.

A revista *Sesinho* faz parte do composto de comunicação da CNI/Sesi e sua análise ocorreu levando-se em conta o ambiente da comunicação organizacional, onde entidades são consideradas locais discursivos de formação de sentido. É na forma discursiva que ocorrem as práticas comunicacionais, nas quais se pressupõe que o objeto da comunicação seja o produto comunicativo ou a interação pretendida, ao atingir o público seja compreendida e transformado em práticas sociais. Para isso o discurso deve ter um significado possível de ser compartilhado e que produza sentido para todos os envolvidos. Os discursos estão presentes nos processos comunicativos que são a base das organizações para que as mesmas sustentem sua existência e interajam com seus públicos, em todas as instâncias, seja interna ou externamente.

A revista *Sesinho* é considerada parte do fluxo informacional do Sesi, utilizada para difundir informações de caráter institucional que produzam sentidos compartilhados e estabeleçam interatividade entre entidade e públicos, especificamente crianças do ensino básico e fundamental atendidas na rede de colégios mantida pela organização. O material analisado, que num primeiro momento sugere ser de caráter apenas informacional pela própria entidade, aqui foi analisado na perspectiva da comunicação interacional, pois todos os envolvidos são sujeitos, cujos papéis e fala, são relevantes na produção do discurso da entidade e no processo de produção-circulação, distribuição e consumo da revista *Sesinho*. E não poderia ser diferente, pois a própria característica das histórias em quadrinhos é permitir o compartilhamento de experiências entre o produtor da mensagem e os interlocutores. A linguagem, composta por códigos verbais e visuais, não objetiva apenas o entendimento, mas a interação com os leitores, que podem participar da construção da narrativa e do compartilhamento do sentido do discurso.

Esta interação, que aqui é inferida como sendo objeto do Sesi, é necessária para sua legitimação pública e os processos comunicativos garantem que suas intervenções possam gerar sentidos quanto aos seus objetivos e suas práticas organizacionais. A

materialização desses processos interativos ocorre também na revista *Sesinho* onde os discursos puderam ser identificados e analisados por meio da linguagem iconográfica das HQs no contexto do Sistema Indústria, aqui entendida como uma comunidade discursiva que produz e administra um determinado tipo de discurso institucional que evidenciam as crenças, valores culturais e sociais e a ideologia de seus representados.

A linguagem das HQs tem como base o repertório visual comum, tanto do criador como do público alvo das mensagens. Assim, a leitura dos quadrinhos reside na compreensão das palavras e imagens que, juntas, delimitam o conteúdo transmitido. Neste contexto, este estudo fez o levantamento do conteúdo presente no discurso da entidade para a infância e problematizou a utilização da publicação como canal formal de comunicação do Sesi. A pesquisa partiu do problema sobre o que a revista *Sesinho* revela do discurso do Sesi no âmbito da comunicação institucional e o estudo descritivo e exploratório permitiu descrever as características das linguagens visual e verbal e suas relações, e uma visão geral dos dez anos da publicação que revela a intencionalidade discursiva do Sesi e como esta se apropriou da linguagem dos quadrinhos para estabelecer a interação com seu público alvo.

Baseado nas técnicas da análise de conteúdo o instrumento criado previu a análise de unidades de registro e de contexto que subsidiaram a exploração das 115 histórias para identificação do discurso do Sesi no âmbito da comunicação institucional.

No primeiro momento foram identificadas as temáticas que conduziram as narrativas do decorrer de dez anos da publicação, quando ficou evidente que os conteúdos ligados ao comportamento, às informações institucionais e às áreas de saúde e educação prevaleceram e convergiram para revelar o objetivo institucional do Sesi, o de se colocar como entidade promotora do bem estar dos trabalhadores da indústria. Esse papel tem uma finalidade que também ficou evidente nas narrativas, ou seja, que a saúde e a educação são o caminho para o fortalecimento e a competitividade da indústria nacional. A pesquisa também revelou uma variedade de temáticas abordadas na revista *Sesinho*, ao todo 23 assuntos, além das 11 identificadas nas unidades de registro, que foram tratadas, muitas vezes, de forma simultânea em uma mesma história, e sem padrão de incidência.

Os dados levantados atendem ao objetivo específico de identificação da temática tratada na publicação, e podem subsidiar novos encaminhamentos de estudos que possam, por exemplo, analisar a incidência dos temas de acordo com o momento social, histórico e econômico do país e da indústria.

O segundo objetivo específico foi descrever como ocorre o uso da linguagem dos quadrinhos - códigos verbais e visuais - no contexto da comunicação institucional. Para isso a determinação das unidades de registro e de contexto foi fundamental para a análise do material.

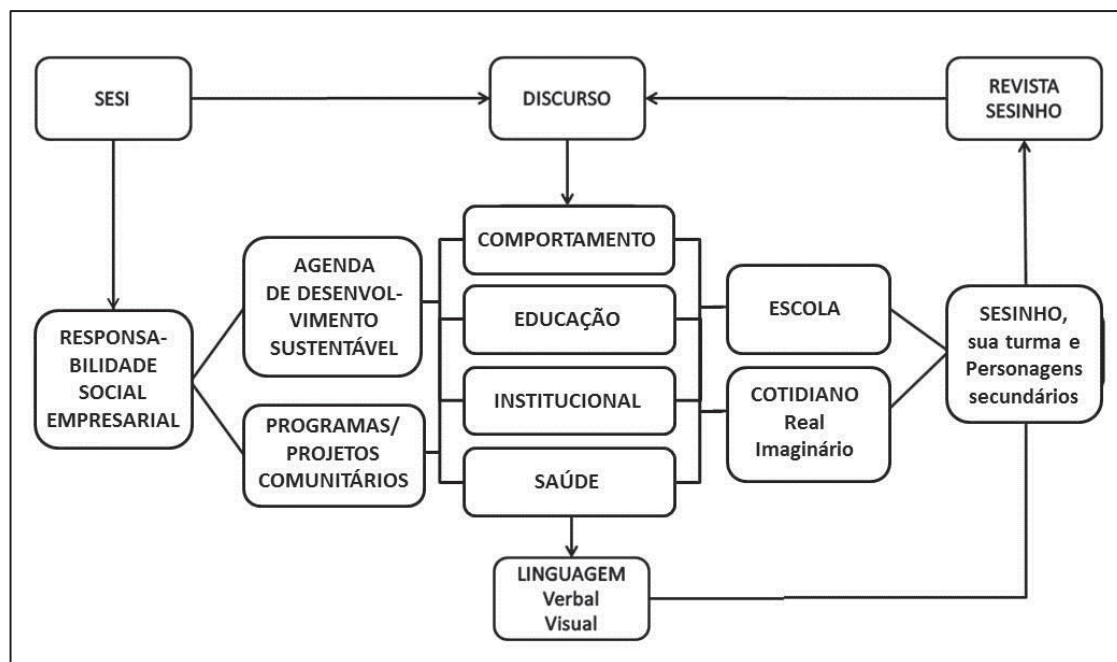
A identificação e a quantificação das unidades de texto e onomatopeias foram essenciais para compreender como a utilização dos dois elementos contribuiu para a compreensão das mensagens. Enquanto o texto se caracterizou pela uso de termos técnicos e didáticos, o contraponto foram as onomatopeias, que deram ritmo e agilidade à narrativa. Quanto à linguagem visual, a análise identificou a força do personagem Sesinho na representação do líder e herói, e como sua voz/fala foi apropriada pelo Sesi tornando-o porta voz do discurso institucional. As imagens, muito coloridas e de caráter descritivo, contribuem para a visualização dos cenários e das emoções dos personagens e, somadas aos códigos ideogramáticos, revelam-se relevantes para a interatividade pretendida com os leitores, pois permitem uma participação efetiva da narrativa da história.

As unidades de contexto – ambientes, cenários, valores e observações - foram exploradas no sentido de perceber como os espaços físicos e ideológicos se somaram à linguagem verbal e visual na construção das narrativas e forneceu subsídios para se chegar ao terceiro e último objetivo específico deste estudo, que foi analisar o conteúdo das histórias e suas relações com o discurso e objetivos do Sesi.

As análises permitiram identificar que o Sesi se apropriou da linguagem verbal e visual dos quadrinhos para revelar sua identidade organizacional e interferir na percepção do público e conseqüentemente na formação de sua imagem perante a sociedade e determinar os caminhos pelos quais a sociedade deve trilhar para que se crie um ambiente favorável ao fortalecimento e desenvolvimento industrial.

Da mesma forma que o relato da pesquisa de Olga Brites referente à produção da revista Sesinho no período de 1947 a 1960 foi condensado num diagrama, uma nova representação foi elaborada para resumir as conclusões do estudo referente ao período de 2001 a 2011, para que se possa visualizar as diferenças e/ou semelhanças nestes períodos distintos, conforme Figura 76.

Figura 76 - Diagrama com resumo da análise da Revista Sesinho - período 2001/2011.



Fonte: Elaborada pela autora.

A análise de conteúdo prevê rigor técnico, mas o método possui limites no momento em que a subjetividade, que se apresenta na fase da inferência, se configura como uma atividade interpretativa que acontece a partir de uma codificação intuitiva do pesquisador, e esta pode ser limitada por inúmeros fatores. Neste estudo a codificação e o estabelecimento das unidades de registro e contexto decorrem dos elementos que compõem a linguagem dos quadrinhos, seus textos e imagens cujas incidências, apesar de não terem sido plenamente quantificadas, consideraram-se como suficientes para a compreensão do discurso e a identificação dos conteúdos mais latentes.

Neste tipo de estudo, a fidelidade dos resultados pode ser questionada e mesmo gerar discordância em relação à interpretação do pesquisador, que se dá com base na frequência dos elementos analisados. Isso ocorre em função de que as pesquisas qualitativas, geralmente, deixam margens significativas para questionamentos de posicionamento ideológico e integridade em relação aos procedimentos adotados. Mesmo que a pesquisadora tenha se esmerado no sentido de evitar falhas, a principal vulnerabilidade presente no estudo reside na possibilidade de inúmeras interpretações que caracterizam o estudo de produtos imagéticos.

No decorrer do estudo, a pesquisa e as análises contribuíram não apenas para se atingir os objetivos propostos, mas revelaram como a utilização da linguagem iconográfica dos quadrinhos pode ser relevante no contexto da comunicação organizacional,

especificamente na comunicação institucional, quando seus elementos podem ser apropriados para comunicar o lado público das organizações e para fortalecer a identidade das mesmas dentro de uma perspectiva relacional, onde os processos de significação ocorrem a partir do compartilhamento de sentidos (FRANÇA, 2002), especificamente na dimensão simbólica, manifestada nas práticas discursivas da indústria e que são reproduzidas na revista, e no contexto social onde ocorre a interação.

A comunicação existente no contexto das organizações pode ser de natureza relacional quando suas práticas alcançam uma estrutura coletiva de significados, envolvendo as organizações e os demais atores sociais envolvidos no processo interativo (OLIVEIRA, 2009), portanto, neste contexto, a linguagem dos quadrinhos contribui para que haja de fato a produção de sentidos por parte do leitor, quando este reconhece os significados e os impactos emocionais das imagens (EISNER, 2010). Vale destacar que esta convergência dos quadrinhos com a perspectiva da comunicação interacional no âmbito das organizações depende de seu processo de produção vinculado com os objetivos institucionais para que, de fato, a linguagem possa ser utilizada dentro de um contexto que possa contribuir com a sustentação da existência da organização e com a melhoria da vida daqueles que são impactados pelas práticas organizacionais, conforme a visão de Marchiori (2008).

Outro aspecto importante é que as histórias em quadrinhos não podem ser analisadas apenas como portadoras de um discurso institucional, pois se configuram como práticas comunicativas relevantes para o estabelecimento de relacionamento com os públicos das organizações no contexto de uma comunicação de fato interativa, e o estudo de suas formas de linguagem também podem contribuir em novos enfoques dos estudos que veem as organizações como construções discursivas.

Neste estudo, as páginas de Sesinho revelaram discursos que, em futuras análises, permitirão compreender as relações políticas, sociais e ideológicas que são inerentes aos processos discursivos da indústria, bem como seus impactos na sociedade. Assim, o material produzido neste trabalho servirá de base para novos estudos que contribuirão com o campo da comunicação organizacional e com o campo dos estudos da imagem.

Após estas considerações, reitero aqui que a apropriação da linguagem dos quadrinhos no âmbito da comunicação institucional é pertinente e relevante, mas que esta apropriação venha de fato a contribuir com uma comunicação que privilegie a interação e o compartilhamento de sentidos que reflitam as diferentes posições, sentimentos e necessidades dos personagens que fazem parte desta história.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACADEMIA PERSON. **OSM: uma visão contemporânea**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
- ALMEIDA, Ana Luisa de Castro. **Identidade, imagem e reputação organizacional**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2 . p. 215 a 242.
- ALVES, Giovanni. **Trabalho, subjetividade e capitalismo manipulatório - O novo metabolismo social do trabalho e a precarização do homem que trabalha**. 2010. Disponível em http://www.giovannialves.org/Artigo_GIOVANNI%20ALVES_2010.pdf. Acesso em 10/06/2013.
- ANSELMO, Zilda Augusta. **Histórias em quadrinhos**. Petrópolis: Vozes, 1975.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BAUER, M.W. **Análise de conteúdo clássica: uma revisão**. In: BAUER, M. & GASKELL, G. (Org.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Tradução de Pedrinho Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002, p.189-217. 6. ed.
- BAUER, M.W.;AARTS B. **A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos**. In: _____ (Org.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Tradução de Pedrinho Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002, p.189-217. 6. ed.
- BERLO, David K. **O processo de comunicação**. 4.ed. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1972.
- BRAGA, José L. **Os estudos de interface como espaço de construção do campo da comunicação**. Contracampo, Rio de Janeiro, UFF – Programa de Pós Graduação em comunicação, v. 10/11, n.2, p.219-235, 2004.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Analisando o discurso**. 2013. Disponível em http://www.museulinguaportuguesa.org.br/colunas_interna.php?id_coluna=1 Acesso em 10/06/2013.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso – 2ed**. Campinas, SP; Editora da UNICAMP, 1993. p 9-53.
- BRASIL. **Lei n. 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Brasília, DF, 1996.
- BRITES, Olga. **Infância, trabalho e educação: a Revista Sesinho (1947/1960)**. Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2004.
- BUENO, Eduardo. **Produto Nacional: uma história da indústria no Brasil**. Brasília: CNI, 2008.
- CAGNIN, Antonio Luiz. **Os quadrinhos**. São Paulo: Ática, 1975.
- CARNEIRO, Eduardo de Araújo. **Notas Introdutórias sobre análise do discurso**. 2007. Disponível em <<http://www.duplipensar.net/artigos/2007s1/notas-introdutorias-analise-do-discurso-fundamentos.html> > Acesso em 08 de junho de 2013.
- CIRNE, Moacy. **A explosão criativa dos quadrinhos**. Petrópolis: Vozes, 1970.
- CIRNE, Moacy. **A Linguagem dos Quadrinhos**. Petrópolis: Editora Vozes,1975.
- CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução de Luciana de Oliveira da Rocha Porto Alegre: Artmed, 2007. 2. Ed.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. **Mapa estratégico da indústria: 2007-2015**. Brasília: CNI/DIREX, 2005.
- _____. **Educação para a nova indústria: uma ação para o desenvolvimento sustentável do Brasil**. Brasília: CNI, 2007.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. Institucional. 2012. Disponível em <http://www.portaldaindustria.com.br/cni/institucional/2012/05/1,2512/diretoria-de-comunicacao.html>. Acesso em 10/06/2013.

_____. 2013. Institucional. Disponível em <http://www.cni.org.br/portal/data/pages/FF808081272B58C0012730BE2FFD7C4A.htm>. Acesso em 09/07/2013.

_____. Institucional. Disponível em <http://www.cni.org.br/portal/data/pages/FF808081272B58C0012730BE30F87C57.htm>. Acesso em 24/07/2013.

CURVELO, João José Azevedo. **Estudos de comunicação organizacional: entre a análise e a prescrição**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXV, Salvador, set.2002.Anais.São Paulo:Intercom, 2002.

EISNER, Will. **Quadrinhos e arte seqüencial: princípios e práticas do lendário cartunista /Will Eisner**; tradução Luis Carlos Borges, Alexandre Boide. 4ª edição. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes,2010.

FAIRHURST, Gail T.;PUTNAM, Linda. **As organizações como construções discursivas**. In: MARCHIORI,Marlene (Org.). Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010.

FARIAS, Luiz Alberto. **Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo:Summus,2011.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARANÁ. Centro de Memória. 2011. Disponível em <http://www.fiepr.org.br/centrodememoria/FreeComponent8131content48462.shtml>. Acesso em 10/10/2011.

_____. Centro de Memória. 2013. Disponível em <http://www.fiepr.org.br/centrodememoria/FreeComponent14926content118563Page2.shtml>. Acesso em 06/05/2013.

FERRARI, Maria Aparecida. **Teorias e estratégias de relações públicas**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.).Gestão estratégica da comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009. P. 77 a 90.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 13ª ed.São Paulo: Contexto, 2005.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do Saber**. ed.7º. Tradução Luiz Felipe Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

FRANÇA, Vera V. O objeto da comunicação/A comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, A. et al. (orgs). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas, tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

_____, Vera Regina Veiga. **Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?**. In: MOTTA, Luiz Gonzaga et.al (Org.. Estratégias e culturas da comunicação. Brasília:Editora UNB, 2002. P.13-29.

_____. Sujeitos da comunicação, sujeitos em comunicação. In: GUIMARÃES, César e FRANÇA, Vera (orgs). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p.61-88.

GARCIA, Maria José Guerra de Figueiredo. **A formação dos gestores em cultura e comunicação organizacional: o ponto de vista da semiótica discursiva**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2 . p.105-122.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas,2008.

GOMES, Romeu. **Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa**. MINAYO, Cecilia de Souza (Org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008,p.79-108.

GUIA DOS QUADRINHOS. Disponível em <http://www.guiadosquadrinhos.com/edicao/sesinho-2-serie-n-31/se191200/53266>, acesso em 04 de junho de 2013.

HALL, Stuart. **Da Diáspora Identidades e Mediações Culturais**. Editora UFMG, Belo Horizonte, 2003.

HALLIDAY, Tereza Lúcia. **Discurso organizacional**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2 . p. 31 a 52.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e Comunicação**. 19. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 2003

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus.2003.

_____, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva**. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2

_____, Margarida Maria Krohling (Org.).**Gestão estratégica da comunicação organizacional e relações públicas**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.

LIMA, Fábila Pereira; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. O discurso e a construção de sentido no contexto organizacional midiaticizado. In: MARCHIORI, Marlene (Org.).**Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010. (Série comunicação organizacional;v.2).

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Tradução Freda Indursky. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 3ª edição,1997.

_____, Dominique. **Termos chave da análise do discurso**. Tradução Márcio Venício Barbosa, Maria Emilia Amarante Torres Lima. Belo Horizonte:Ed. UFMG,1998.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e Comunicação organizacional: um olhar estratégico nas organizações**. 2. Ed. São Caetano: Difusão, 2008.

_____, Marlene. **Comunicação organizacional e perspectivas metateóricas: interfaces e possibilidades de diálogos no contexto das organizações**. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes;SOARES, Ana Thereza Nogueira (Orgs.). Interfaces e tendências da comunicação. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

_____, Marlene (Org.). **Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010.

_____, Marlene (Org.).**Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010. (Série comunicação organizacional;v.2).

MATTOS, Maria Ângela. **Interfaces do saber comunicacional e da comunicação organizacional com outras áreas de conhecimento**. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes;SOARES, Ana Thereza Nogueira (Orgs.). Interfaces e tendências da comunicação.São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

MINAYO, Cecília de Souza. **O desafio da pesquisa social**. In: _____ (Org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 9-29.

MUMBY, Dennis K. **A Comunicação Organizacional em uma Perspectiva Crítica**. Revista Organicom, São Paulo, Ed. Especial, ano 6, número 10/11. Entrevista. p.191-207.

NARDI, Henrique. TITTONI, Jaqueline & BERNARDES, Jeffeson. **Subjetividade e Trabalho**. In: CATTANI, Antonio (org). Dicionário crítico sobre trabalho e tecnologia. 4.ed.rev.ampl. Petrópolis: Vozes, Porto Alegre: Ed. Da UFRGS, 2002. pp. 302-308

NASSAR, Paulo. **Conceitos e processos de comunicação organizacional**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.).Gestão estratégica da comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009. P.61 a 76.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. Objetos de estudo da comunicação organizacional e das relações públicas: um quadro conceitual. Revista *Organicom*, São Paulo, Ed. Especial, ano 6, número 10/11. p.57-63.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso. Princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 1999.

QUELLA-GUYOT, Didier. **A história em quadrinhos**. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

RIBEIRO, Elena Godoy Anely. **A contribuição das ciências da linguagem para o estudo da comunicação organizacional**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). *Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva*. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2. p.159-188.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. **Perspectivas teóricas da comunicação organizacional**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXV, Salvador, set.2002. Anais...São Paulo:Intercom, 2002.

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA - SESI. Departamento Nacional. **SESI 30 anos: 1946/1976**. Rio de Janeiro, 1976.

_____. **A política do serviço social no SESI: subsídios pra operacionalização**. Rio de Janeiro, 1995.

_____. Departamento Nacional. **O SESI, o trabalhador e a indústria: um resgate histórico**. Brasília: SESI/DN, 2008. v.1.

_____. Departamento Nacional. **Relatório de atividades: 2011 / Serviço Social da Indústria**. Departamento Nacional. – Brasília: SESI/DN, 2012.

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA. Portal. 2011. Disponível em <http://www3.sesi.org.br/Programas/sesinho.htm>. Acesso em 10/10/2011.

_____. Iniciativas. 2012. Disponível em <http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/iniciativas/programas/sistema-sesi-de-ensino/2012/05/1,2878/o-sistema.html>. Acesso em 20/07/2012.

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA/PARANÁ. **Colégio SESI ensino médio : projeto e identidade**. Curitiba : SESI/PR, 2011. V 1.

TAYLOR, James R. ; CASALI, Adriana Machado. **Comunicação: o olhar da “Escola de Montreal” sobre o fenômeno organizacional**. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). *Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política** – São Paulo: Cengage Learning, 2010.

VAN RAIJ, Cleonice Furtado de Mendonça. **Análise de um discurso organizacional**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). *Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva*. São Paulo: Saraiva, 2009. V.2 . p. 85 a 104.

VERGUEIRO, Waldomiro (org.) **Como usar as histórias em quadrinhos em sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2004.

APÊNDICES

6.1 Apêndice A: Instrumento de Coleta de dados

ANO	ANO EDIÇÃO	NOME DA HISTÓRIA	CATEGORIAS										UNIDADES DE REGISTRO					UNIDADES DE CONTEXTO				OBSERVAÇÕES							
			TRABALHO	EDUCAÇÃO	SAÚDE	CULTURA	LAZER	ESPORTE	INSTITUCIONAL	COMPORTAMENTO	TECNOLOGIA	COMPETIÇÃO	MEIO AMBIENTE	OUTRAS	TEXTOS	ONOMATOPEIAS	SESMHO	BOCÃO	LUZA	RUIVO	TUTA		NINA	DAVID	OUTROS	OBJETOS/IMAGENS	CÓDIGOS IDEOGRAMÁTICOS	AMBIENTES	CENÁRIOS
			LINGUAGEM VERBAL										LINGUAGEM VISUAL					FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA											
jul/01	1	Quem tem medo do apagação?																						lâmpada, chuveiro,	notas musicais	real, imaginário	casa, Usina de Itaipu		
ago/01	1	Sacando o vôlei																						bola, rede, uniformes,	palavrões	real	praia, escola		ética,
set/01	1	O dia V																					fantasias,	amor	real	escola, creche		solidariedade	
out/01	1	Os brutos também amam																								real	escola, casa, quermesse		união familiar, trabalho, violência doméstica
nov/01	1	A voz do cidadão																					madeira, brinquedos reciclados, televisão, machados, motosserras	exclamação, interogação	real	escola, casa, quintal e floresta		cidadania	
dez/01	1	Espírito de Natal																								real, imaginário	escola, casa, rua, somos		1- Mostra a idêia de recompensa - faz uma boa ação merece presente 2- Mostra crianças pobres desdentadas, caracas, famintas e descalças.
dez/01	1	Uma prova de amizade																								real	escola, casa		esforço, recompensa, colaboração
jan/02	1	Reciclar é preciso																								real	quintal, escola		Reciclagem é tratado como assuntos de domínio dos "mais pobres".
fev/02	1	Aprender dá trabalho																								real, imaginário	quintal, sala de aula		Quem tem qualificação tem emprego e "mancia" naquelas que não se reciclam.
mar/02	1	A mil pelo Brasil																								real	viagens pelas capitais		Usa dados históricos-analogias e parâdigm aspecto comum nas demais histórias.
abr/02	1	Vida de abelha																								real, imaginário	escola, quintal, colméia		Analogia, metáforas

ANO	ANO EDIÇÃO	NOME DA HISTÓRIA	CATEGORIAS										UNIDADES DE REGISTRO							UNIDADES DE CONTEXTO				OBSERVAÇÕES						
			TRABALHO	EDUCAÇÃO	SAÚDE	CULTURA	LAZER	ESPORTE	INSTITUCIONAL	COMPONENTAMENTO	TECNOLOGIA	COMPETIÇÃO	MEIO AMBIENTE	OUTRAS	LINGUAGEM VERBAL			LINGUAGEM VISUAL				FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA								
															TEXTOS	ONOMATOPEIAS	SESMHO	BOCÃO	LUZA	RUVNO	TUTA	NINA	DAVID		OUTROS	OBJETOS/IMAGENS	CÓDIGOS IDEOGRAMÁTICOS	AMBIENTES	CENÁRIOS	VALORES
jan/05	4	Aí, que sono		1																								hábitos corretos são relacionados à saúde e melhoram a qualidade de vida.		
fev/05	4	O prêmio mais importante																										hábitos	hábitos corretos são relacionados à saúde e melhoram a qualidade de vida.	
mar/05	4	O que é bom para tosse																											*As crianças são porta-vozes do Sesi. Metalinguagem - os personagens falam com os leitores (pg. 16, 18). A educação está diretamente relacionada à oportunidade de trabalho e possibilidade de ascensão profissional.	
abr/05	4																												hábitos	Crianças são porta-vozes na prevenção da tuberculose.
mai/05	4	Só é "fofo" quem quer																											hábitos saudáveis	
jun/05	4	Eu acredito em papai noel																											hábitos saudáveis	Crianças são porta-vozes na busca pelo espírito do natal.

ANO	ANO EDIÇÃO	NOME DA HISTÓRIA	CATEGORIAS										UNIDADES DE REGISTRO										UNIDADES DE CONTEXTO			OBSERVAÇÕES				
			TRABALHO	EDUCAÇÃO	SAÚDE	CULTURA	LAZER	ESPORTE	INSTITUCIONAL	COMPROMETIMENTO	TECNOLOGIA	COMPETIÇÃO	MEIO AMBIENTE	OUTRAS	TEXTOS	ONOMATOPEIAS	SESMHO	BOÇÃO	LUZA	RUVNO	TUTA	NINA	DAVID	OUTROS	OBJETOS/IMAGENS		CÓDIGOS IDEOGRAMÁTICOS	AMBIENTES	CENÁRIOS	VALORES
?	6	72	Noite (Trabalhadora) Feliz	1																						real	casa, quintal, ambientes de trabalho - hospital, corpo de bombeiros		reconhecimento, solidariedade	
?	6	73	Barbeiro só de bamba	1																					real	escola, ruas, hospital		profundidade, responsabilidade e respeito		
jul/07	7	74	Livro para voar	1																					real	floresta, casa, parque, ruas		preservação		
?	7	75	200 anos de indústria brasileira		1																				real, imaginário	exposição, volta no tempo, cenários históricos, fábricas,		preservação, Resgate histórico		-Evolução da indústria - História da CNI - Metalurgagem
?	7	76	Inventar moda		1																				real	escola, parque, casa, quintal		personalidade		
?	7	77	Crescendo juntos	1																					real	escola, avião, paisagens, trem, palco		preservação, cultura		
?	7	78	Papagaio de pirata																						real, imaginário	casa, ruas, lojas, mercados		valorização indústria nacional		
?	7	79	Uma equipe muito especial																						real	campo de futebol, quadra, empresas		igualdade, inclusão		

Apêndice B: Unidades de Registro – Linguagem Verbal – Texto

15 anos (1)	atrações (1)	caspa (1)	crianças carentes (1)
200 anos (1)	atropelamento (1)	castigo (1)	crime (1)
ação global (1)	aula (3)	caverna (1)	cultura (3)
acessibilidade (1)	aulas (0)	celular (1)	culturais (1)
acesso (1)	aventura (0)	cheira (1)	cultural (1)
acidente (0)	aventuras (2)	cheirando (1)	culturas (0)
acidentes (5)	aves (1)	cheiro (1)	curso profissionalizante (1)
acúmulo (1)	bactérias (3)	cidade (1)	cursos (1)
adaptada (1)	banho (1)	ciência (1)	dança (1)
adoção (1)	baratinho (1)	cinto de segurança (1)	datas (2)
adulto (0)	barulhento (1)	clínica veterinária (1)	defender (1)
adultos (2)	biblioteca (1)	CNI (1)	defesa (1)
água (1)	bibliotecário (1)	cobra (1)	deficientes (1)
ajudar (1)	biblioteconomia (1)	código de defesa do consumidor (1)	desapegar (1)
alimento doença (1)	bicho (3)	colar (1)	desastre (1)
amadurecem (1)	bichos (0)	comércio (1)	descuido (1)
ambientalista (1)	bilhete (1)	comida (2)	desenhista (1)
ameaçando (1)	biodiversidade (2)	comportamento (1)	desenho (1)
amigos (1)	braile (1)	compradores (1)	desenvolver (1)
amizade (2)	brasil (1)	comprar (1)	desidratação (1)
amor (1)	brasileiro (1)	compras (1)	desodorante (1)
animais (5)	brasil (1)	comprometimento (1)	desonestidade (1)
aparelhos eletrônicos (1)	brincar (3)	computador (2)	diarreia (1)
aquecer (1)	brinquedo (2)	comunidade (1)	dificuldade (1)
aranha (1)	brinquedos (0)	congelado (1)	dignidade (1)
armazenados (1)	bully (1)	conhecimento (1)	dinheiro (1)
arquivo (1)	bullyng (1)	consciência (1)	dirigir (1)
arquivologia (1)	cachorro (1)	consciência ecológica (1)	disciplina (1)
artes (1)	camelô (1)	conscientizar (1)	distraído (2)
artista (1)	câmera (1)	consumidores (1)	dívida (1)
assaltado (1)	campanha (3)	consumir (1)	divorciados (1)
assaltante (1)	campanhas (0)	contas (1)	doação (1)
assaltar (1)	campeonato (1)	cópia (2)	doações (1)
assuntos (1)	canjica (1)	copiar (1)	doador (1)
assustado (1)	cansada (1)	cópias (0)	doar (2)
assustador (1)	capital (1)	cores (1)	documentos (1)
astronomia (1)	carentes (1)	corrupto (1)	doença (0)
atenção (1)	cartão de crédito (1)	covardia (1)	doenças (3)
atendimentos (1)	carteira (1)	cozinhar (1)	doente (1)
atividades esportivas (1)	casa (1)	crescendo (1)	Dom João VI (1)
atividades físicas (1)	casal (1)	crianças (1)	ecológico (2)
atleta (1)	casamento (1)		

economia (1)	fofocas (1)	insetos (0)	médico (2)
economizar (1)	folga (1)	insulto (1)	medo (3)
edição (1)	fortuna (1)	interesseiros (1)	medroso (1)
educação (5)	fundo do mar (1)	internet (5)	meio ambiente (2)
entrevistas (1)	futebol preconceito (1)	intoxicação alimentar (1)	meio-ambiente (0)
entulho (1)	futuro (4)	inveja (1)	melhorando (1)
envenenada (1)	gabarito (1)	invento (1)	memória (1)
envenenamento (1)	gastar (1)	inventou (1)	meninas (1)
epidemia (1)	geladeira (1)	irmãos (1)	meninos (1)
equilíbrio (1)	germes (1)	irresponsável (1)	mensagem (1)
equipamento (1)	gincana (1)	JK (1)	mesada (1)
equipe (2)	gravidade (2)	jogador (1)	metáfora (1)
escola (4)	hábitos (1)	jogadores (1)	micose (1)
escola sesi (1)	hemodiálise (1)	jogar (1)	minitornados (1)
esfriar (1)	heróis (1)	jogo (2)	moda (2)
esgotada (1)	higiene (1)	jogos nacionais do sesi (1)	moderna (1)
espaço (1)	hipnotismo (1)	jornal (1)	modernidade (1)
espécie (0)	história (10)	julgando (1)	modernos (1)
espécies (2)	histórias (0)	juros (1)	monstro (1)
espinhas (1)	histórico (3)	latas de lixo (1)	morder (1)
espírito de equipe (1)	históricos (1)	lazer (1)	motivação (1)
espírito santo (1)	homem (1)	limpeza (1)	motorista (1)
esporte (2)	homem moderno (1)	LIBRAS (1)	mudanças (1)
estado (2)	honestidade (1)	livro (3)	mudas (1)
estímulo (1)	honesto (2)	livros (0)	mulher (1)
estranho (1)	humano (2)	lixeira (1)	multiperfume (1)
estrelas (1)	humanos (0)	lixo (5)	natal (2)
estressada (1)	idade (1)	loja (1)	natureza (5)
evolução (2)	idéias (1)	louco (1)	naureza (1)
exames (1)	imagem (1)	lua (1)	necessidades especiais (1)
extinção (2)	imaginação (1)	macaco (1)	nervoso (1)
fábrica (1)	imita (1)	mãe (1)	nomes (1)
faixa de segurança (1)	imitação (2)	magia (1)	nota fiscal (1)
família (2)	imitadores (1)	mágica (1)	notebook (1)
família real (1)	imitar (1)	mal (1)	notícia (1)
fatal (1)	importantes (1)	maldade (1)	número (1)
fedor (1)	inclusão social (1)	mancha (1)	obras (1)
feira (1)	indústria (4)	manual (1)	oceano (1)
felizes (1)	informação (2)	maquetes (1)	odor (1)
feriado (1)	inimigo (1)	máquina do tempo (1)	oficina (1)
ferroada (1)	INMETRO (1)	mar (1)	oficinas (1)
filhos (1)	inovação (1)	mata atlântica (1)	onda (1)
flores (2)	inovadora (1)	materiais (1)	ônibus espacial (1)
floresta (3)	inseto (2)		

operário (1)	população (1)	robô (2)	texto (2)
órgãos (1)	posto de saúde (2)	roubar (2)	time (1)
órgãos ambientais (1)	potencial (1)	ruas (1)	tinta (1)
orgulho (2)	preconceito (1)	sabonete (1)	típicas (1)
orgulhosa (1)	preços (1)	sacolas (1)	trabalhadores (2)
originais (1)	prêmio (1)	SAIN (1)	trabalhar (1)
paciência (1)	preparados (1)	sangramento (1)	trabalho (4)
pagamento (1)	presentes (1)	sangue (2)	tradição (1)
pai (1)	preservação (1)	sardas (1)	tradicionais (1)
pais (1)	preservar (2)	sarro (1)	transforma (1)
país (1)	presidente (1)	saudáveis (1)	transformar (1)
panela (1)	problemas (1)	saudável (1)	transito (1)
paramaratona (1)	produto (1)	saúde (3)	trânsito (1)
Paraná (1)	profissão (1)	secretaria de saúde (1)	transplante (1)
parcelar (1)	programa SESI (3)	segurança (3)	tratamento (1)
parcelas (1)	projeto (2)	separação (1)	tsunami (1)
parques (1)	pronto-socorro (1)	separados (1)	turma (1)
pássaro (1)	proteção (1)	separar (1)	tv (2)
patrimônio (1)	prova (1)	seres vivos (1)	universo (1)
peçonhentos (1)	quadrinhos (1)	serviço (2)	vacina (1)
perfumado (1)	quadros (1)	serviços (0)	vacinado (1)
perigo (2)	qualidade (1)	SESI (1)	valor (1)
perigoso (1)	quermesse (1)	SESI clube (1)	vegetais (2)
persistência (1)	raiva (1)	SESI educação (1)	velhos (2)
personagem (1)	rampas (1)	shopping (1)	velocidade (1)
pesquisa (2)	ratos (1)	sinalização (1)	veneno (1)
pesquisadores (1)	receita (1)	sinceros (1)	venenosa (1)
pesquisar (1)	reciclagem (2)	sites (1)	vida (1)
picada (1)	recicláveis (1)	sítio (1)	videogame (1)
pintor (1)	reciclável (2)	sítio (1)	vigilância (1)
pintura (1)	recorde (1)	sobreviver (1)	vilões (1)
pirata (1)	redação (1)	solidariedade (1)	violência (1)
pirataria (1)	refeição (1)	submarino (1)	violência física e psicológica (1)
planejada (1)	relaxado (1)	sucesso (2)	vírus (1)
planeta (1)	remédio (1)	sudeste (1)	visual (1)
planetas (1)	repórter (1)	suja (1)	vítimas (2)
plantão (1)	reserva (1)	sujam (1)	voar (1)
plantas (1)	respeito (1)	sujar (1)	vômito (1)
plástico (1)	responsabilidade (1)	sujeira (2)	xampu (1)
poder (1)	reunião (1)	super-herói (1)	zero (2)
polícia (1)	revista (1)	surra (1)	
polícia ambiental (1)	revistas (1)	talento (1)	
polui (1)	rim (1)	talentos (1)	
poluição (1)	riquezas (1)	tecnologia (3)	

Apêndice C: Unidades de Registro – Linguagem Verbal – Texto

TRABALHO: abelhas; alfabetizadas; analogia; aprendizado; boas ideias; briga; brincadeiras; brincar; brinquedo; campeonato; cansado; colaboram; colmeia; competição; construir; crime; curso profissionalizante; curso técnico; cursos; denúncia; desculpa; desculpe; desempregado; desperdiçar; dia do trabalho; diploma; educação; emprego; empresa; empresas; ensino fundamental; ensino médio; escola; especialização; estudar; exploração trabalho infantil; fábrica; fábricas; funcionar; futuro; ideia; indústrias; jogar; jovens e adultos; juntos; líder; material; Natal; opiniões; organização; organizadas; país; plantão; prêmio; presentes; profissão; programa de lazer; qualificação; qualificado; regras; reunião; reuniões; segundo grau/ensino médio; SENAI; serviço; SESI; tarefas; televisão; trabalhador; trabalham; trabalhar; trabalho; trabalho em equipe.

EDUCAÇÃO: 200 anos; 60 anos; acidente; acidentes; adultos; água; alfabetizadas; alfabeto; aluno; amazonas; ambientalista; analfabetos; análise produtos; animais; aprender; aprendizado; arquivo; arquivologia; arquivos; artistas; assaltado; assaltante; assaltar; assuntos; astronomia; atenção; atrações; atropelamento; aula; avaliação; aventura; aves; balões; bandido; biblioteca; bibliotecário; biblioteconomia; bicho; Brasil; brincadeiras; brincar; brinquedo; burro; cansada; carteira; cartilhas; castigo; caverna; certificado; cidadão; ciência; cinto de segurança; colaboração; colar; comércio; competição; comprar; computador; concurso; congelado; conhecimento; consumidor; cópia; copiar; cordialidade; costumes; covardia; crime; cultura; cultural; curso; curso profissionalizante; curso técnico; cursos; dança; datas; defesa; dentista; denúncia; desastre; desempregado; desenho; desenhos; dignidade; dinheiro; dinossauros; diploma; direito; dirigir; documentário; documentos; doenças; Dom João VI; educação; eficiência; embalagem; emprego; empresas; ensinar; ensino fundamental; ensino médio; entender; entrevistas; equipe; errado; escola; escolher; escrever; escrita; esgotada; espaço; especialização; espécies; esperto; estado; estimulado; estímulo; estranho; estrelas; estressada; estudar; evolução; experiência; exploração trabalho infantil; extinção; fábrica; fabricado; fabricante; fábricas; faixa de segurança; fala; família; família real; fantasia; feriado; fiscalização; flores; floresta; fofocas; folclore; folga; fotos; funções; fundo do mar; futuro; germes; gibiteca; gincana; gramas; gravidade; hipnotismo; história; histórias; histórico; históricos; homem moderno; homens das cavernas; honestidade; honesto; humano; ideia; identidade; ignorância; igrejas; imagem; imaginação; importantes; indústria; indústria do conhecimento; indústrias; informação; informações; INMETRO; insetos; internet; IPEM; irregulares; irresponsável; jornal; jovens e adultos; laboratórios; lanche; latas de lixo; leituras; ler; líder; língua portuguesa; livro; livros; lixeira; lixo; lua; macaco; magia; mágica; maior; manual; mar; matricular; medições; medidas; meio ambiente; memória; menor; minitornados; mocinho; modernidade; modernos; motorista; movimento; mudanças; museu; música; natureza; nomes; norte do Brasil; nota; notícia; obras; oceano; ônibus espacial; órgãos ambientais; orgulho; orgulhosa; pacote; padrões; palavra; Paraná; pássaro; peça; perigoso; personagens; pesquisa; pesquisar; piscina; planetas; plantas; poder; polui; poluição; pontualidade; portal; potencial; pré-história; prêmio; preservar; prevenção de acidentes; problema; produtos; professor; professora; promoção; prova; qualificação; qualificado; ratos; recompensa; recuperação; redação; regulamentos; relacionamento; relaxado; repórter; responsabilidade social; revistas; rios; rua; ruas; segundo grau/ensino médio; segurança; seguro; SENAI; SESI; SESI educação; SESI qualidade na escola; shows; sinalização; sites; sobreviver; som; submarino; suja; sujam; sujar; sujeira; super-herói; talentos; tarefas; teatro; tecnologia; tempo; testes; texto; trabalhador; trabalhar; trabalho; trabalho voluntário; tradição; tradicionais; transito; tsunami; universo; valor; velocidade; vergonha; viagem; viajar; vida; vídeos; vilões; violência; vírus; vítimas; voar.

SAÚDE: abandonados; Ação Global; acidentes; ácidos; acordada; açúcar; adoção; água; águas; álcool; alcoolizado; alimentação; alimento; alimento doença; alimentos; almoço; Amazônia; amigão; animais; aniversário; antena; aprender; aprenderam; aquecer; aranha; armazenados; arte; atenção; atividade física; atividades físicas; audição; automóveis; avô; azia; bactérias; balanceada; bandidas; banguela; banho; banho; barulho; "baseados"; bêbado; beber; bebida alcoólica; benefícios; bichinho; bicho; boca; bola; boto; brincar; cachorro; calorias; cama; campanha; campanhas; canjica; cansaço; cansada; canseira; carentes; cáries; casa; caspa; centro esportivo SESI; cerveja; chama olímpica; cheira; cheirando; cheiro; chiclete; chocolate; clínica veterinária; cobra; comemorações; comer; comida; comidas; competir; computador; conectados; conhecimento; conscientizar; consumidor; consumir; contaminação; contaminado; contaminar; corpo; corredores; corrida; cozinhar; dança; data de validade; dentadura; dentes; dentista; descansar; descuido; desidratação; desodorante; desperdiça; desperdício; despertador; deveres; diarreia; dieta; diferentes; digestão; dirigir; doação; doador; doar; doença; doente; dor de cabeça; dormir; drogado; drogas; emagrecer; embalagem; ensinam; ensinar; entulho; envenenada; envenenamento; epidemia; equipamento; escola; escovar; escovas; esfriar; esperto; esporte; essencial; estômago; estragada; estressada; exagerar; exame; exames; excesso; exercícios; exercícios; experiência; experimentar; fábrica; fabricante; família; fatal; febre; fedor; fedorento; feio; ferroada; festas; festivais; filhos; filme; fio dental; fome; forte; fraqueza; frio; frutas; fumando; fumar; funcionário; garganta; gato; geladeira; gengiva; gente grande; ginástica; gordo; gordura; guardiã; hábitos; hambúrguer; hemodiálise; hepatite; higiene; histórias; homem grande; horários; iara; idosos; imundificador; inimigo; insônia; internet; intoxicação alimentar; investimento; jogos nacionais do SESI; jogos olímpicos; jovens; lagos; lanche; lanches; lanchinhos; lazer; limpa; limpar; limpeza; limpinho; lixo; louco; maconha; madrugada; magros; mal; mancha; mansinho; máquinas; marca; mau humor; medicação; médico; médicos; medo; melhores; mensalidade; micose; micróbio; micróbios; microrganismos; morder; multiperfume; natural; natureza; nojento; nutrientes; obesas; obesidade infantil; odor; olheiras; órgãos; ouvidos; pais; palestras; panela; parado; peçonhentos; peixe-boi; perderam; perdidos; perfumado; perigo; peso; pesquisa; picada; piores; poluição sonora. poluindo; porco; posto de saúde; preconceito; preparados; presente; prevenção; prevenção doenças; problemas; produtividade; produto; profissionais; programa; Programa Cozinha Brasil; Programa SESI de Saúde e Segurança no Trabalho; Programa SESI Ginástica na Empresa; pronto-socorro; proteção; proteínas; qualidade; quermesse; quilos; rádio; raiva; receitas; refeição; remédio; remédios; respeitar; rim; rios; sabonete; sanduiche; sanduiches; saneamento; sangramento; sangue; sanitária; satisfeito; saudáveis; saudável; saúde; secretaria de saúde; segurança; SESI; silêncio; sintomas; sítio; social; solidariedade; sono; sonolenta; sujeira; sujo; surdo; tecnologia; televisão; tetro; tossindo; trabalho; transmitida; transplante; tratamento; tuberculose; TV; vacina; vacinado; validade; velhos; vencer; venceu; vencido; veneno; venenosa; verduras; veterinária; viciada; vício; vida; vigilância; vírus; vitamina; vitaminas; vômito; xampu.

CULTURA: arquivo; arquivologia; biblioteca; bibliotecário; biblioteconomia; colar; copiar; cultural; datas; documentos; história; histórico; históricos; informação; internet; livros; memória; nomes; obras; pesquisa; preservar; revistas; sites; texto; trabalho; valor.

LAZER: Ação Global; acidente; adultos; ambulância; aspectos culturais; atividade física; atividades esportivas; atletas; aula; autoritário; aventura; bandido; benefícios; brincar; campeão; campeonato; cansado; canseira; carro garagem; cidadania; competir; computador; conectados; controle; corrida; criatividade; culturais e de lazer; datas; desculpa; desculpe; doença; duro; educação; equipamento; escola; esforço; esporte; estados; estragado; estressada; exagerar; exames médicos; excluídos; exercícios; fantasia; feriado; festas; flexível; folga; funcionário; ganhando; ginástica; gordura;

histórias; imagem; imaginação; importantes; inclusão; iniciativa; internet; jogar; jogo; juntos; lazer; leituras; livro; lixeira; mágica; maltratados; médico; mensalidade; mocinho; movimento; mutirão; opiniões; orelhão; pais; parado; parque; particularidades; perdendo; personagens; pesquisa; pichando; polícia; pontos turísticos; programa de lazer; Programa SESI Ginástica na Empresa; quebrando; relaxado; reunião; satisfeito; saudável; saúde; segurança; senha; serviço; SESI; sociedade; som; sucata; técnico; tecnologia; televisão; tempo; time; trabalham; trabalhar; trabalho; trabalho voluntário; TV Globo; vencedor; viajar; videogame; vilões; voluntária.

ESPORTE: Ação global; adulto; alimento; amizade; aprender; aprenderam; arte; atividades esportivas; atividades físicas; atleta; atletas; aulas; autoritário; avô; basquete; bebida alcoólica; bola; brincar; cadeira de rodas; campeão; campeonato; Centro Esportivo SESI; Chama Olímpica; cidadania; comemorações; competir; comprometimento; confiança; conhecimento; copa do mundo; corredores; corrida; craque; culturais e de lazer; dança; diferentes; disciplina; duro; ensinam; ensinar; equipe; espírito de equipe; esporte; exames médicos; excluídos; exercícios; exercícios; experiência; festivais; flexível; fumando; futebol; futuro; ganhando; ganhar; idoso; idosos; inclusão; inclusão social; indústria; jogador; jogadores; jogar; jogo; Jogos Nacionais do SESI; Jogos Olímpicos; jovens; lazer; maltratados; máquina do tempo; melhores; meninas; meninos; motivação; mutirão; necessidades especiais; opiniões; orgulho; paciência; Paraolimpíadas; parceiro; partida; perdendo; perder; perderam; persistência; piores; preconceito; profissionais; Programa SESI; rampa; respeitar; respeito; saúde; SESI; social; sociedade; sorte; sozinho; talento; técnico; tetro; time; trabalhadores; trabalhar; treinador; treinamento; TV; TV Globo; velhos; vencer; venceu; videogame; vôlei; voluntária.

INSTITUCIONAL: 15 anos; 60 anos; Ação global; acidentes; açúcar; adulto; adultos; ajudar; alfabetizadas; alimentação; alimento; alimentos; almoço; aluno; amizade; analfabetos; aprender; aprendizado; artistas; aspectos culturais; atenção; atividade física; atividades esportivas; atrações; aula; aulas; avaliação; aventura; bactérias; banguela; basquete; benefícios; biblioteca; bola; brincar; campanha; campanhas; campeão; campeonato; cansada; carentes; cáries; casa; Centro Esportivo SESI; Chama Olímpica; cheiro; chiclete; chocolate; cidadania; ciência; CNI; comemorações; comer; competição; competir; comprometimento; computador; concurso; confiança; conhecimento; conscientizar; consumidor; cordialidade; corredores; corrida; costumes; craque; criatividade; cultura; curso; curso profissionalizante; curso técnico; cursos; dança; dentes; dentista; desculpa; desculpe; desempregado; desenhista; desenhos; desperdício; disciplina; documentário; doença; educação; eficiência; embalagem; emprego; ensino médio; equipamento; equipe; escovar; escovas; escrever; especialização; espírito de equipe; esporte; estados; estimulado; estressada; estudar; exagerar; exames médicos; excluídos; exercícios; fábrica; fábricas; família; festas; festivais; fio dental; fome; futebol; futuro; gengiva; gibiteca; ginástica; gincana; gordura; heróis; higiene; idoso; ignorância; igrejas; inclusão; inclusão social; indústria; indústria do conhecimento; indústrias; informação; inimigo; internet; jogador; jogadores; jogar; Jogos Olímpicos; jovens e adultos; juntos; lanchinhos; lazer; limpar; limpeza; livro; livros; lixo; magia; máquina do tempo; marca; matricular; meninas; meninos; mensalidade; micróbios; microrganismos; modernidade; modernos; motivação; museu; música; natural; natureza; necessidades especiais; nota; número; oficinas; operário; orgulho; paciência; pais; palestras; parado; Paraná; Paraolimpíadas; parceiro; particularidades; partida; peça; perder; perderam; perigo; persistência; personagem; pesquisa; piscina; poder; pontos turísticos; pontualidade; preconceito; prêmio; problema; produtividade; produto; professor; professora; profissionais; programa; Programa Cozinha Brasil; programa de lazer; Programa SESI; Programa SESI Cozinha Brasil; Programa SESI de Saúde e Segurança no Trabalho; Programa SESI Ginástica na Empresa;

proteção; quadrinhos; qualidade; qualificação; rampa; reaproveitamento; receitas; reciclagem; recompensa; recorde; redação; relacionamento; respeito; responsabilidade social; reunião; revista; SAIN - Sociedade Auxiliadora da Indústria Nacional; sanduiches; sanitária; satisfeito; saudáveis; saudável; segurança; SENAI; serviço; serviços; SESI; TV Globo; SESI Educação; SESI Qualidade na Escola; shows; social; sociedade; sorte; sozinho; sucesso; talento; teatro; tecnologia; tempo; tetro; time; trabalhadores; trabalhar; tradicionais; treinador; treinamento; turma; TV; validade; valor; vencer; venceu; verduras; vergonha; viagem; videogame; vídeos; vigilância; vilões; vôlei; voluntária.

COMPORTAMENTO: acidente; acidentes; ácidos; acordada; acreditado; acusar; águas; ajudar; álcool; alcoolizado; alimento; alimentos; amar; Amazônia; ambulância; amor; apagão; aparelho; aprender; aprenderam; árvores; assustar; aventura; avô; azia; bactérias; balanceada; bandidas; bandido; banho; barulho; “baseados”; bêbado; beber; bebezinho; bebida alcoólica; boas ideias; bolo; boto; briga; brigas; brinca; brincar; brinquedos; calorias; cama; cansaço; cansada; cartas; carteira; celular; cerveja; chorando; cidadania; cidadãos; ciúme; colaboram; colmeia; comida; comidas; competição; comportadas; comportamento; comportar; computador; conclusões apressadas; concurso; conhecimento; construir; consumismo; consumista; conta; contaminar; controle; corajoso; corpo; creche; crianças; criatividade; crise; cuidar; data de validade; derrotar; descansar; descobertas; desistir; desmatamento; desperdiça; desperdício; deveres; dieta; diferentes; digestão; dirigir; disciplina; desperdiçar; disputas; doação; doença; doente; dor de cabeça; dormir; drogado; drogas; duendes; duvidado; economizar; educação; eleições; emagrecer; empresa; energia elétrica; ensinam; ensinar; escola; escuro; espertinho; esperto; essencial; estômago; estragada; estragado; exagerar; exame; excesso; exercícios; exercícios; experiência; experimentar; fábrica; falta de educação; família; fantasia; fantasiada; febre; fedorento; feio; festa; filho; filhos; filme; fome; forte; fotografia; fraqueza; frio; frutas; fumando; fumar; funcionar; ganância; ganhar; garganta; gente grande; gordo; gordura; governar; guardiã; hábitos; hambúrguer; higiene; histórias; homem grande; horários; Iara; ideia; idosos; ilusionismo; imagem; imaginação; imundificador*; incomodando; incomodar; insônia; internet; intoxicação alimentar; invenção; investigar; irmão; irmãozinho; irresponsáveis; jogar; jovens; lagos; lanche; lanches; leituras; limites; limpa; limpinho; livro; lixeira; lixo; maconha; madeira; madrugada; magia; mágica; magros; maioria; mal-educado; mana; material; mau humor; medicação; médico; medo; medroso; melhores; micróbio; milagre; minuto; missão; mocinho; monstro; motorista; movimento; Natal; natureza; nojento; nutrientes; obesas; obesidade infantil; ódio; olheiras; opiniões; orelhão; organizadas; pai; pais; Papai Noel; parque; peixe-boi; perigo; perigoso; personagens; peso; pichando; piores; planeta; polícia; política; político; Polo Norte; poluindo; porco; posto de saúde; poupar; povo; presentes; preservar; prevenção; prevenção de acidentes; problemas; proteínas; quebrando; quilos; raiva; reaproveitamento; regras; reclamações; regras; remédio; remédios; respeitar; responsabilidade; reuniões; rios; riqueza; robôs; rua; sanduiche; saudável; saúde; segurança; senha; shopping; soluções; som; sono; sonolenta; sozinho; sujeira; sujo; supermimadas; telefone; telefonia; televisão; tempo; tossindo; trabalhar; trabalhar juntos; trabalho; trabalho em equipe; trabalho voluntário; transitado; transmitida; trapaça; tratamento; truque; tuberculose; TV; útil; vacina; vantagens; velhos; vencido; vendas; verduras; viajar; viciada; vício; vida; videogame; vilões; vitamina; vitaminas; viver em paz; voluntário; voto.

TECNOLOGIA: acidentes; amigos; amizade; aparelhos eletrônicos; arquivos; artes; artista; astronomia; atividade física; benefícios; brinca; brincar; câmera; canseira; celular; comportamento; computador; comunidade; conectados; conta; controle; cores; desenho; distraído; doença; escola; espaço; estrelas; estressada; exagerar; exercícios; festas; fotografia; funcionário; funções; ginástica; gordura; gravidade; horários; imaginação; incomodando; internet; jogar; lazer; limites; lua; mágica;

mensagem; mensalidade; notebook; ônibus espacial; parado; perigoso; pesquisa; pintor; pintura; planetas; Programa SESI Ginástica na Empresa; quadros; regras; reclamações; robô; satisfeito; saudável; saúde; senha; sozinho; tarefas; tecnologia; telefone; telefonia; tempo; tinta; transformar; trânsito; universo; útil; vantagens; videogame; vírus.

COMPETIÇÃO: açúcar; adulto; amizade; aprender; arte; árvores; atividades esportivas; atividades físicas; atleta; atletas; aulas; autoritário; bactérias; banguela; biosfera; boca; bola; brincar; campeão; campeonato; cáries; carro garagem; Centro Esportivo SESI; Chama Olímpica; chiclete; comemorações; comer; competição; competir; comprometimento; concurso; conhecer; copa do mundo; corredores; corrida; criatividade; culturais; dança; dentadura; dentes; dentista; derrotar; desistir; desmatamento; disciplina; disputas; doença; duro; equipamento; equipe; escovar; escovas; esforço; espírito de equipe; esporte; estado; excursão; exercícios; fauna; festivais; fio dental; flexível; flora; futebol; futuro; ganhando; ganhar; gengiva; gincana; higiene; ilusionismo; imaginação; inclusão social; indústria; iniciativa; jogador; jogadores; jogar; jogo; Jogos Nacionais do SESI; Jogos Olímpicos; lazer; limpar; lixo; madeira; magia; maltratados; manifestações artísticas; máquina do tempo; Mato Grosso; meninas; meninos; motivação; natural; natureza; opiniões; orgulho; paciência; paisagens; pantanal; passeio; perdendo; perder; perderam; persistência; preconceito; prêmio; prevenção de acidentes; profissionais; Programa SESI; reaproveitamento; reciclagem; reserva; respeito; saudáveis; saúde; segurança; SESI; social; sucata; talento; técnico; teatro; time; trabalhadores; trabalhar; trabalho; trapaça; truque; TV; vencedor; vencer; venceu; viagem; videogame; vôlei.

MEIO AMBIENTE: abelhas; acúmulo; água; águas; Amazônia; ambientalista; amigo; analogia; animais; aquecimento global; árvores; atmosfera; automóveis; aventuras; aves; bactérias; banho; bicho; bichos; biodiversidade; boto; brigas; brinquedos; calor; calorão; carentes; castigo; chover; comércio; consciência ecológica; conscientizar; consumidores; defesa; desastre; desmatamento; desperdiça; Dia do Trabalho; doença; doenças; ecológico; educação; equilíbrio; espécie; espécies; essencial; extinção; fábricas; flores; floresta; fundo do mar; futuro; ganância; geladeiras; germes; guardiã; história; humanos; Iara; imundificador*; inseto; insetos; lagos; latas de lixo; limpa; livro; lixeira; lixo; luz; madeira; máquinas; mar; mata atlântica; materiais; meio ambiente; minitornados; missão; monstro; mudas; Natal; natureza; nuvens; oceano; ódio; oficina; ônibus; organização; órgãos ambientais; parques; pássaro; peixe-boi; perigo; pesquisadores; planeta; plantas; plástico; polícia ambiental; polui; poluição; poluindo; população; preservação; preservar; projeto; ratos; reaproveitamento; reciclagem; recicláveis; reciclável; remédio; reserva; reunião; rios; riqueza; ruas; sacolas; saudáveis; seres vivos; SESI Clube; sobreviver; sol; sprays; submarino; suja; sujam; sujar; sujeira; tarefas; trabalhar juntos; tsunami; vegetais; vida; viver em paz; voar.

Fonte: Elaborado pela autora

Apêndice D: Unidades de Registro – Linguagem Visual – Objetos e Imagens

OBJETOS/IMAGENS
<p>COMPETIÇÃO: Brasília; casa; comércio; escola; floresta; laboratório INMETRO; maquete; montanha; oficina; orfanato; outro planeta; parque; piscina; pontos turísticos; praia; quadra; quarto; quintal; sala de aula; sitio; supermercado.</p>
<p>COMPORTAMENTO: água; alimentação; alimentos; ambulância; amigos; animais; artefatos indígenas; árvore de natal; atividade física; atividades da Ação Global; atividades físicas; bactérias; bandidos; banhos; bate-papo; bebê; berço; bicicleta; bola; brincadeiras; brinquedos; bueiro; calendário; cama; campo; canavial; carrinho de mãos; carrinho de pipoca; carro; carro de emissora de TV; carros; cartas; cartilha; carvoaria; ceia; celular; cestos de lixo; choro; computador; conversas; corpo humano; crianças; documentos; duendes; equipamentos; equipamentos da indústria; equipamentos esportivos; floresta; futebol; gaiolas; geladeira; ícones de datas comemorativas; jogo de basquete; jornal; livros; lixo; logomarcas SESI; material escolar; mochilas; moto; notebook; obras de arte; orelhão; parque; pássaros; passeios; peixes; plantas; policia florestal; praia; presentes; presépio; rede; redemoinho; remédios; revistas Sesinho; rios; ruas; SENAI; seres imaginários; shopping; skate; sonho; sujeira; telefone; televisão; trânsito; trenó; uniformes; vermes; videogame.</p>
<p>CULTURA: água; alimentação; alimentos; anéis olímpicos; animais; aniversário; atividade física; atividades culturais; aula; bactérias; bola; brincadeiras; brinquedos; cães; cartazes; carteiras; castelo; celular; clínica veterinária; consultório médico; corpo humano; disco voador; equipamentos esportivos; esporte; esportes; extraterrestres; faixas; família; festa; fumaça; futebol; geladeira; geladeiras; gráficos; hospital; inglês; livros; logomarca SESI Ação Global; magia; mágicas; material escolar; mochilas; natação; ônibus; outdoor; pacientes; palco; palestras; painéis; parque; placar; placas; planetas; poço; posto de saúde; presentes; quintal; recreação; sala de aula; telefone; tocha olímpica; vacina; varas mágicas; vírus; xadrez.</p>
<p>EDUCAÇÃO: acidentes; alienígenas; alimentos; amigos; anéis olímpicos; animais; árvores de natal; atividades culturais; automóveis; avião; bactérias; bandidos; banho; bate-papo; bicicleta; bola; bolo; brincadeiras; brinquedos; brinquedos brincadeiras; cachorros; cães; caixas; calendário; cama; câmera; carrocinha; carros; cartão de crédito; cartazes; carteiras; casa; casaco; caverna; celular; cenas de violência; chuva; clínica veterinária; coleira; computador; cores; corpo humano; desastres ambientais; desenhos; dinheiro; disco voador; documentos; empresas; equipamentos eletrônicos; esportes; estações de trabalho; exames; extraterrestres; fábricas; festa; floresta; fotos; frio; gaiolas; gatos; geladeira; geladeiras; gibi; hospital; ícones de datas comemorativas; invenção; jornal; lápis; livros; lixo; lojas; lupa; material escolar; médico; micróbios; mochilas; natureza; nave espacial; notebook; notícias; ônibus; orfanato; painéis; parque; pássaros; perigos; personagens históricos; pessoas; pintura; pinturas rupestres; placas; planetas; plantas; policia florestal; pontos turísticos; posto de saúde; praia; presentes; produtos; profissões; quadros; quintal; rádio; rios; robô; ruas; sacolas plásticas; sala de aula; seres imaginários; shows; sitio; shopping; skate; sol; sombras; sonho; sujeira; tanques de guerra; telas; telefone; televisão; textos; tintas; tocha olímpica; trabalhadores; trabalho; trânsito; vermes.</p>
<p>ESPORTE: água; alimentos; animais; árvore de natal; atividades de lazer; bactérias; banhos; biblioteca; brincadeiras; brinquedos; cartas; computadores; dentes; equipamentos; escola; escovas; fantasias; flores; floresta; jaulas; lanchonete; livros; mar; momentos históricos; neve; paisagens; Papai Noel; parque; peixes; personagens históricos; pirâmide alimentar; plantas; praia; presentes; rios; robôs; sala; super heróis; televisão; trabalho doméstico; vírus - monstros; xadrez.</p>

INSTITUCIONAL: abelhas; acidentes; alienígenas; alimentos; anéis olímpicos; animais; apostilas SESI; árvore de natal; astronauta; atividades culturais; automóveis; avião; bactérias; banho; biblioteca; bola; bolo; bolsas; brincadeiras; brinquedos; cachorros; cadeira de rodas; cadernos; cama; câmera; carrocinha; cartas; cartazes; casa; casaco; casas; chuva; coleira; colmeias; computador; crianças; dentes; desastres ambientais; desenhos; despertador; diploma; empresas; equipamentos eletrônicos; escola; escovas; espaço; espelho; esportes; estrelas; fábrica; família; fantasias; férias; festa; flores; floresta; fotografia; frio; gaiolas; gatos; geladeira; gibi; invenção; invenções; jaulas; lanchonete; lazer; letras; livros; lojas; lua; lupa; mãe; magia; maquiagem; mar; material escolar; merenda; micróbios; momentos históricos; museu; música; natureza; nave espacial; neve; obras de arte; óculos; ônibus lotado; pai; paisagens; palavras; Papai Noel; parque; passeatas; peixes; perigos; personagens históricos; pessoas; pirâmide alimentar; planetas; plantas; pontos turísticos; presentes; produtos; quadra de esporte; quarto; rádio; rampa; rios; robôs; roupas; ruas; sala de aula; SESI; shows; sol; sombras; televisão; tocha olímpica; trabalho; vilões.

LAZER: abelhas; alimentos; artefatos indígenas; atividades de lazer; bactérias; biblioteca; brincadeiras; cama; campo; colmeias; computador; corpo humano; desenhos; despertador; fotos; geladeira; jornal; lanchonete; livros; material escolar; mochilas; museu; notícias; obras de arte; óculos; palco; parque; pirâmide alimentar; piscina; pista de corrida; praia; refeitório; remédios; sala; sala de aula; televisão; textos; trabalho; trabalho doméstico; vilões; xadrez.

MEIO AMBIENTE: alimentos; ambulância; animais; aventuras; biblioteca; bicicleta; bola; brincadeiras; brinquedos; caçadores; capas; carros; cartão de crédito; cartazes; celular; comida; desenhos; diálogos; dinheiro; escola; fábricas; festa; florestas; futebol; livros; lixo; lojas; material escolar; moto; notebook; orelhão; personagens históricos; presentes; produtos; prova; quadro negro; reunião; revistas; rios; ruas; sala de aula; shopping; skate; telefone; televisão; trabalhadores; trânsito; tribunal; urnas.

SAÚDE: água; alienígenas; alimentação; alimentos; ambulância; apostilas SESI árvore de natal; astronauta; atividade física; atividades da Ação Global; atividades esportivas; atividades físicas; bactérias; banhos; bebê; bebidas; berço; biblioteca; bola; bolsas; brincadeiras; brinquedos; bueiro; cadeira de rodas; cadernos; cama; campo de futebol; canavial; capacetes; carrinho de mãos; carrinho de pipoca; carro; carro de emissora de TV; carros; cartas; cartazes; cartilha; carvoaria; ceia; cestos de lixo; choro; cigarros; computador; conversas; copos; crianças; dentes; desenhos; despertador; drogas; duendes; DVDs; equipamentos; equipamentos da indústria; escola; escovas; espaço; estrelas; ferramentas; festa; fotos; garagem; garrafas; gibis; homem das cavernas; imagens; internet; jogo de basquete; jornais; letras; livros; lixo; Logomarcas SESI; lua; magia; materiais esportivos; material escolar; merenda; moto; nave espacial; neve; orelhão; palavras; papeis; parque; passeios; peixes; planetas; prêmios; presentes; presépio; quadra de esporte; quadras; rampa; redemoinho; reunião; revistas Sesinho; rios; ruas; sala de aula; SENAI; SESI; shopping; sucatas; sujeira; televisão; trenó; troféus; unidade do SESI.

TECNOLOGIA: alienígenas; alimentos; aula; balança; Brasília; brincadeiras; brinquedos; brincadeiras; cadeira de rodas; caixa; caixas; calçada; cama; campo; cenas de violência; cidade; computador; despertador; dinheiro; escadas; escola; estações de trabalho; estátua; gôndolas; inglês; IPEM; logomarca INMENTRO; maquetes; material escolar; mochilas; muleta; natação; nave espacial; ônibus; orfanato; pontos turísticos; praia; produtos; quadra; remédios; ruas; sitio; tanques de guerra; televisão; xadrez.

TRABALHO: acidente; alimentos; ambulância; banho; bola; brinquedos; camas; carros; chuva; desenhos; faixas de pedestres; frio; futebol; hospital; livros; micróbios; museu; obras de arte; óculos; ônibus lotado; pontos turísticos; ruas; sala de aula; semáforos; sombras; televisão; videogame; vilões.

Apêndice E: Unidade de Contexto – cenários

CENÁRIOS
<p>COMPETIÇÃO: ambientes do SESI; ambientes para higiene; barcos; biblioteca; boca; casa; cenas históricas; cenas urbanas; computador; consultório odontológico; creche; dimensão mágica; empresa; escola; esgoto; fábrica; floresta; jaulas; mar; palcos; parque; parque de diversões; parques; praia; quintal; rio; rua; ruas; sala de aula; sonhos; viagem no tempo.</p>
<p>COMPORTAMENTO: acampamento; alojamentos; Amazonas; ambientes para higiene; Atlântida; avião; banheiro; barco de pesca; barcos; biblioteca; Brasília; campo de futebol; carro; casa; casa na árvore; caverna; cidades históricas; colmeia; comércio; computador; contos de fada; corpo humano; cotidiano; cozinha; empresas; escola; escuridão; esgoto; estado; estandes; estradas; fábrica do Papai Noel; feira; floresta; fundo do mar; geladeira; Grécia antiga; história em quadrinhos; hospital; indústria; laboratório INMETRO; lago; lagos; lanchonete; lembranças/memória; locais históricos; maquete; maternidade; mina; moinho de vento; montanha; museu; natureza; noite; ônibus; paisagens; palco; parques; pátio; piscinas; planeta; polo norte; pontos turísticos; posto de saúde; praia; pré história; quadra; quarto; quermesse; quintal; refeitórios; rios; ruas; sala de aula; sala de reuniões; shopping; sítio; sonhos; submarino; supermercado; teatro; trem; tribunal.</p>
<p>CULTURA: auditório; banheiro; campo de futebol; casa; casas; clínica veterinária; consultório médico; corpo humano; cozinha; dimensão mágica; disco voador; escola; evento; festa; geladeira; ginásio de esportes; hospital; lanchonete; lojas; mesa de jantar; oficina; palcos; parque; piscina; posto de saúde; quadra esportiva; quarto; quintal; ruas; sala de aula; televisão; trabalho.</p>
<p>EDUCAÇÃO: academia; ambientes de trabalho - hospital; ambientes para higiene; aterro de lixo; banheiro; canil; carro; casa; cavernas; cenários históricos; cinema; clínica veterinária; comércio; computador; corpo de bombeiros; corpo humano; cozinha; disco voador; empresa; escola; esgoto; espaços urbanos; exposição; fábrica; fábricas; ferro-velho; festa; festa de aniversário; floresta; futuro; geladeira; ginásio de esportes; hospital; lago; lanchonete; lembranças/memória; lojas; mercados; natureza; nave espacial; oficina; ônibus; orfanato; outro planeta; parque; parques; planeta; posto de saúde; praia; presente; quadra esportiva; quarto; quintal; rios; ruas; sala de aula; shopping; sítio; televisão; trabalho; viagens pelas capitais.</p>
<p>ESPORTE: barcos; biblioteca; boca; casa; cenas históricas; cenas urbanas; computador; consultório médico; consultório odontológico; creche; empresa; escola; fábrica do Papai Noel; floresta; jaulas; lagos; lanchonete; mar; natureza; parque; parque de diversões; piscinas; polo norte; praia; quintal; rio.</p>
<p>INSTITUCIONAL: banheiro; barcos; biblioteca; boca; canil; casa; cenas históricas; cenas urbanas; colmeia; consultório médico; consultório odontológico; corpo humano; creche; empresas; escola; esgoto; espaço; espaços urbanos; fábrica; fábrica do Papai Noel; fábricas; ferro velho; festa de aniversário; floresta; ginásio de esportes; jaulas; lanchonete; lojas; mar; mercados; museu; nave espacial; oficina; ônibus; parque; pensamento; planetas; polo norte; praia; quadra de esportes; quadra esportiva; quarto; quintal; rios; rua; ruas; sala; sala de aula; viagens pelas capitais.</p>
<p>LAZER: ambientes do SESI; casa; caverna; colmeia; consultório médico; corpo humano; cozinha; empresa; escola; floresta; geladeira; lanchonete; montanha; museu; parque; parque de diversões; praia; quarto; quintal; rua; teatro.</p>
<p>MEIO AMBIENTE: acampamento; carro; casa; cenários históricos; clube do SESI; computador; escola; escritório; espaços urbanos; exposição; fábricas; festa de Natal; floresta; Grécia antiga; história em quadrinhos; lago; lojas; oficina de reciclagem; parque; quarto; quintal; ruas; sala de aula; shopping; sonho; televisão; tribunal.</p>

SAÚDE: biblioteca; boca; campo de futebol; casa; cavernas; clube do SESI; consultório odontológico; escola; espaço; estandes; fábrica; fábrica do Papai Noel; ferro velho; festa de Natal; floresta; futuro; garagem; hospital; indústria; internet; laboratório; lagos; lanchonete; maternidade; mina; moinho de vento; natureza; nave espacial; oficina; oficina de reciclagem; parque; piscina; pistas; planetas; polo norte; propagandas; quadra; quadra de esportes; quadras; quarto; quintal; rios; ruas; sala de aula; sala; shopping; teatro; trânsito; unidade do SESI.

TECNOLOGIA: Brasília; casa; comércio; escola; floresta; laboratório INMETRO; maquete; montanha; oficina; orfanato; outro planeta; parque; piscina; pontos turísticos; praia; quadra; quarto; quintal; sala de aula; sitio; supermercado.

TRABALHO: biblioteca; casa; cinema; contos de fada; corpo humano; escola; hospital; museu; ônibus; parque; quarto; quintal; ruas; viagens pelas capitais.

Fonte: Elaborado pela autora.

Apêndice F: Observações por ano de edição

ANO 1	<ul style="list-style-type: none"> • material elaborado para fins de divulgação da Copa do Mundo do Trabalhador - Vôlei de Praia (Edição 2); • começa a Supervisão pedagógica do SESI NACIONAL (Edição 3); • começa a receber cartas dos leitores (Edição 3); • crianças pobres representadas descalças, com roupas remendadas (Edição 5); • mostra a ideia de recompensa - faz uma boa ação merece presente (Edição 6); • mostra crianças pobres desdentadas, carecas, famintas e descalças (Edição 6); • reciclagem é tratado como assuntos de domínio dos "mais pobres" (Edição 7); • quem tem qualificação tem emprego e "manda" naqueles que não se reciclam (Edição 8); • usa dados históricos, analogias e paradigmas - aspecto comum nas demais histórias (Edição 9); • analogia, metáforas (Edição 10); • a criança mais pobre é a mais talentosa no futebol (Edição 11); • analogia, imaginação (Edição 12).
ANO 2	<ul style="list-style-type: none"> • analogia, metáforas (Edição 14); • personagem Luisa (Edição 17); • crianças pobres fazem seus próprios brinquedos e têm imaginação (Edição 21); • metalinguagem, Sesinho quer participar mais da história e fura um quadrinho (Edição 21); • o analfabeto é excluído, humilhado e o SESI, com seu programa de alfabetização pode mudar a vida dos adultos analfabetos (Edição 24); • metalinguagem - "rápido né? Só dois quadrinhos depois" (Edição 24); • as crianças são porta-vozes do SESI (Edição 24).
ANO 3	<ul style="list-style-type: none"> • metalinguagem - "Entendo, sim! Pena que só os outros bichos e os leitores da revistinha entendem o que eu falo!" (Edição 25); • a família/escola/amigo podem ajudar na prevenção ao uso de drogas (Edição 26); • mostra a importância das relações de diferentes gerações, respeito à terceira idade (Edição 27); • a qualificação melhora o desempenho no trabalho e influência na vida econômica, social e na saúde do trabalhador (Edição 33); • as crianças são porta-vozes do SESI (Edição 33); • analogia da colmeia com o mundo do trabalho (Edição 35).
ANO 4	<ul style="list-style-type: none"> • as crianças são porta-vozes do SESI (Edição 42); • as crianças são porta-vozes do SESI (Edição 44); • metalinguagem - os personagens falam com os leitores nas páginas 16 e 18 (Edição 44); • a educação está diretamente relacionada à oportunidade de trabalho e possibilidade de ascensão profissional (Edição 44); • as crianças são porta-vozes na prevenção da tuberculose (Edição 45); • as crianças são porta-vozes na busca pelo espírito do natal (Edição 48).
ANO 5	<ul style="list-style-type: none"> • relação entre satisfação e produtividade - analogia com trabalho na empresa (Edição 49); • relação de bem estar com produtividade no trabalho (Edição 50); • todos podem criar, com imaginação e criatividade - metalinguagem (Edição 51); • reconstitui os 60 anos do SESI e seus principais serviços - educação, saúde, lazer, esporte, cultura, trabalho (Edição 54); • "o conhecimento também é uma indústria... mas ela não fabrica produtos, ela gera

	<p>informação, saber, cultura e não polui" - metalinguagem (Edição 56);</p> <ul style="list-style-type: none"> • apresenta o Programa Alimentos Seguros do SESI (Edição 58); • mostra que o SESI se preocupa com a acessibilidade e a inclusão, já que a escola possui rampas para portadores de necessidades especiais (Edição 59).
ANO 6	<ul style="list-style-type: none"> • explica o que é o Programa Cozinha Brasil, o que é o SESI Ação Global, seus objetivos e benefícios (Edição 70); • metalinguagem " ele fala mas não aparece nada no balão!" (Edição 71).
ANO 7	<ul style="list-style-type: none"> • evolução da indústria - História da CNI - Metalinguagem (Edição 75); • uso de analogias, metáforas (Edição 83); • turma faz campanha em prol da doação de órgãos (Edição 84).
ANO 8	<ul style="list-style-type: none"> • Educação financeira (Edição 86).
ANO 9	<ul style="list-style-type: none"> • Parceria com Ministério da Saúde (Edição 106).
ANO 10	<ul style="list-style-type: none"> • Edição comemorativa dos 10 anos da Revista Sesinho (Edição 109). • Uso da metalinguagem (Edição 109).

Fonte: Elaborada pela autora.

ANEXOS

Anexo A: Quadro de atribuições das Gerências Executivas

Relações Públicas

- Propor, coordenar e disseminar ações, diretrizes e procedimentos de Relações Públicas com o objetivo de ampliar relacionamentos do Sistema Indústria com seus públicos de interesse;
- Propor, planejar e coordenar os eventos promovidos pelas entidades do Sistema Indústria;
- Coordenar e acompanhar a elaboração e execução dos projetos dos eventos, estandes das entidades do Sistema Indústria;
- Elaborar, coordenar e acompanhar projetos especiais dirigidos aos públicos de interesse do Sistema Indústria como: cadastro e maillings segmentados, ações de relacionamento, brindes corporativos etc;
- Planejar e coordenar ações de comunicação interna.

Jornalismo

- Planejar, coordenar, elaborar e supervisionar as estratégias de divulgação jornalísticas — em jornais, TV, rádio, revistas, internet e mídias sociais — das entidades do Sistema Indústria (CNI/Sesi/Senai/IEL);
- Monitorar assuntos de interesse das Entidades e, quando necessário, promover posicionamentos do Sistema Indústria;
- Atuar, de forma articulada com as Federações e Associações Setoriais de Indústria, para o alinhamento do discurso de divulgação para fortalecimento da indústria brasileira;
- Divulgar os fatos relevantes das Entidades Nacionais do Sistema Indústria, administrando demandas e relacionamento com a imprensa;
- Produzir conteúdos para os portais da CNI/Sesi/Senai/IEL e fazer a gestão do conteúdo junto às entidades;
- Manter informados os dirigentes do Sistema Indústria sobre dados e notícias de relevância e impacto à indústria brasileira;
- Atuar em estreita ligação com todas as áreas das entidades nacionais do Sistema Indústria, para obter melhor adequação de divulgação de ações;
- Realizar entrevistas para veiculação nos canais pertinentes;
- Produzir relatório mensal de atividades do jornalismo e sobre a inserção do Sistema Indústria na imprensa.

Publicidade e Propaganda

- Propor ações/ soluções de publicidade e propaganda para as entidades nacionais, de modo a contribuir para a formulação de estratégias de comunicação integrada, sejam institucionais ou mercadológicas, que apoiem e reforcem o negócio das instituições;
- Elaborar, implantar e coordenar projetos de publicidade e propaganda, de modo a gerenciar a

reputação e identidade de marca das entidades nacionais do Sistema Indústria;

- Estabelecer e gerir parcerias estratégicas com fornecedores de comunicação, instituições e organizações, com o objetivo de divulgar e consolidar a percepção de imagem positiva das entidades nacionais;
- Assessorar a alta direção das entidades no que tange à condução e criação de uma política de comunicação para o Sistema Indústria que subsidiará a tomada de decisões estratégicas;
- Planejar e coordenar a realização de campanhas de publicidade institucional e/ou promocional de ações das instituições, nacional e internacionalmente;
- Gerir o fluxo do processo de produção editorial de publicações periódicas e não-periódicas do Sistema Indústria;
- Gerir a aplicação da marca CNI, Sesi, Senai e IEL regional, nacional e internacionalmente.

Gerência de Desenvolvimento e Gestão

- Gerenciar todas as demandas de comunicação feita à DIRCOM;
- Captação de demandas junto as áreas técnicas e entendimento das necessidades de comunicação;
- Elaboração de briefings, com as informações necessárias para a execução da ação de comunicação;
- Planejamento integrado de comunicação para atendimento às demandas;
- Controle de prazos e qualidade das entregas feitas aos clientes.

Fonte: CNI (2013), disponível em <http://www.portaldaindustria.com.br/cni/institucional/2012/05/1,2512/diretoria-de-comunicacao.html>

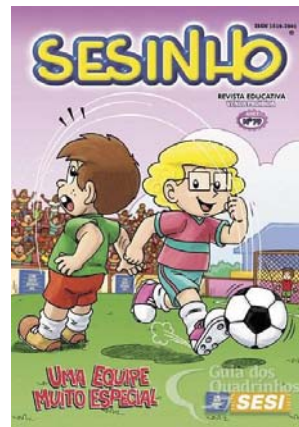
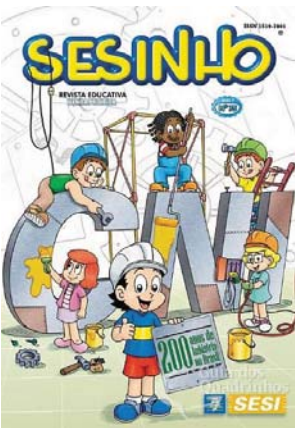
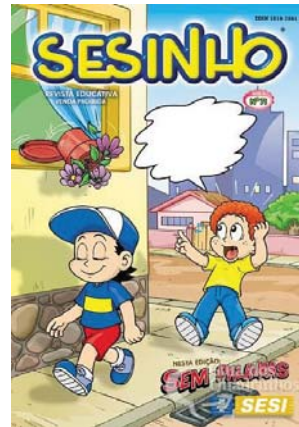
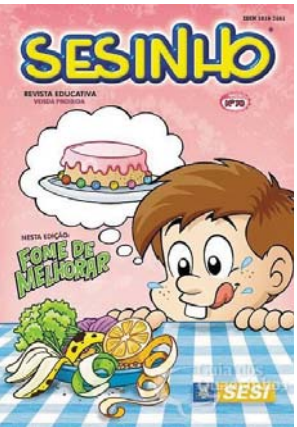
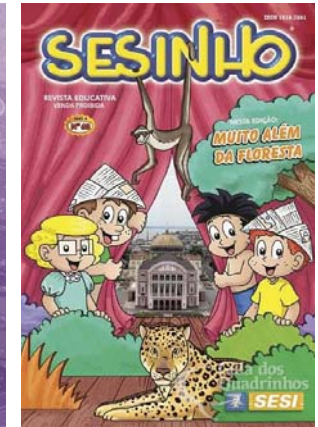
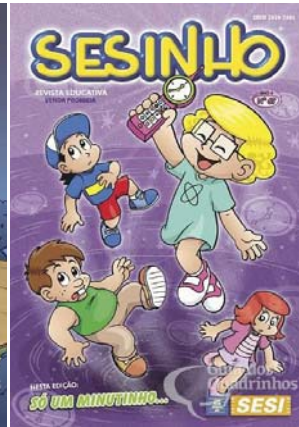
Anexo B: Capas Revista Sesinho

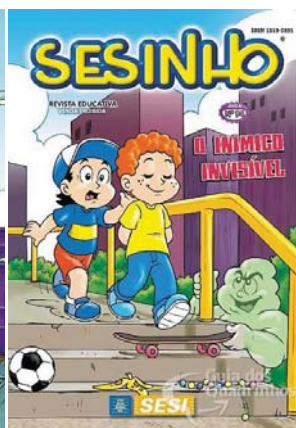
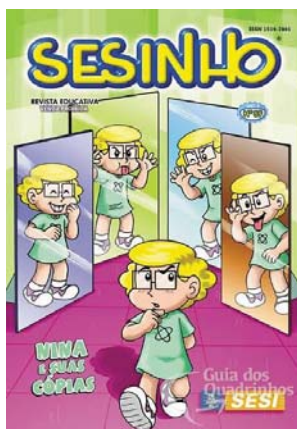
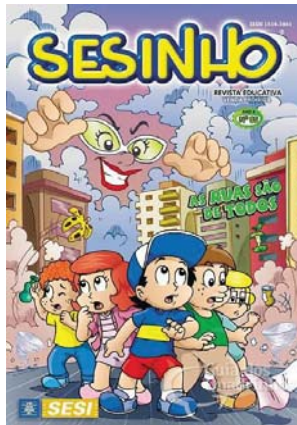
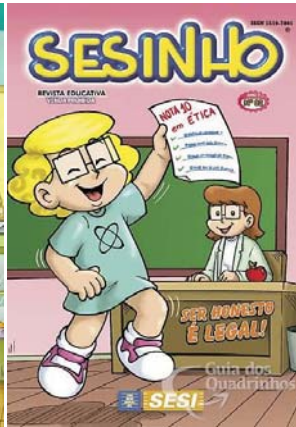


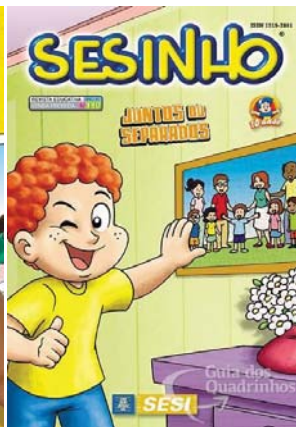
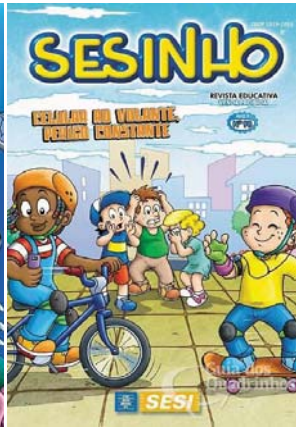
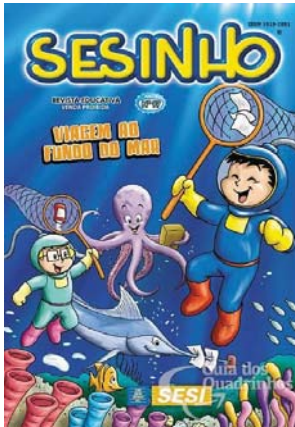














Fonte: Guia dos Quadrinhos - <http://www.guiadosquadrinhos.com/edicao/sesinho-2-serie-n-31/se191200/53266>