

Web Revista Linguagem,
Educação e Memória

ISSN 2237-8332

A representação social do agronegócio nas HQs da revista A Granja Kids

The social representation of agribusiness in the comics of *A Granja Kids* magazine

Débora Pereira Lucas Costa¹

Adriano Eulálio Araújo²

Resumo: A atividade agropecuária brasileira, retratada por décadas em milhares de páginas impressas, vem ganhando espaço em diferentes plataformas. Veículos de comunicação segmentados e entidades do setor buscam intensificar a interação entre aqueles que trabalham/vivem no campo e a sociedade em geral. Iniciativas objetivam educar o público e desmitificar a representação social perpetuada de um distanciamento entre o urbano e o rural, que vai além do espaço territorial, passando por questões tecnológicas e ambientais, por exemplo. O presente trabalho apresenta como objeto de estudo a revista *A Granja Kids*, um material narrado em forma de quadrinhos, voltado para as crianças, e que, desde abril de 2013, é veiculado junto à revista *A Granja*, uma publicação mensal direcionada a produtores rurais. Com pressupostos teóricos de Serge Moscovici, Denise Jodelet e Gonçalo Junior, tem-se como teoria norteadora da pesquisa a Teoria das Representações Sociais, compreendidas como um conhecimento elaborado e compartilhado em uma coletividade que contribui individualmente nas suas inter-relações. Toma-se como método a Análise de Conteúdo, por Laurence Bardin e Martin W. Bauer, pela qual objetiva-se compreender como o agro é representado nas páginas da revista infantil em quadrinhos.

Palavras-chave: Agronegócio; Quadrinhos; Educação; Revista *A Granja Kids*.

Abstract: The Brazilian agricultural activity, portrayed for decades in thousands of printed pages, has been gaining ground on different platforms. Segmented media and industry entities seek to intensify the interaction between those who work/live in the field and society in general. Initiatives aim to educate the public and demystify the perpetual social representation of a distance between urban and rural, which goes beyond the territorial space, passing through technological and environmental issues, for example. The present work presents as the object of study the journal *A Granja Kids*, a material narrated in comic form, aimed at children, and that, since April 2013, is published next to the magazine *A Granja*, a monthly publication aimed at rural

¹ Mestra em Letras pela Universidade do Estado de Mato Grosso – Brasil. Doutoranda em Linguística na Universidade do Estado de Mato Grosso – Brasil. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-0156-9544>. E-mail: deborajor@hotmail.com.

² Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina – Brasil. Professor na Universidade do Estado de Mato Grosso – Brasil ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-0322-1621>. E-mail: a.eulalio@hotmail.com.

producers. With theoretical assumptions of Serge Moscovici, Denise Jodelet and Gonçalo Junior, the theory of research is the theory of social representations, understood as a knowledge elaborated and shared in a collectivity that contributes individually in their interrelations. Content Analysis is taken as a method, by Laurence Bardin and Martin W. Bauer, for which it is aimed to understand how agro is represented in the pages of the children's comic book.

Keywords: Agribusiness; Comics; Education; Granja Kids Magazine.

1 Introdução

“O agronegócio brasileiro, relatado por quase sete décadas em milhares de páginas de *A Granja*, agora passa a ser contado por quem também vivencia as lidas da agricultura, mas que normalmente não é ouvido: as crianças”. Este é o anúncio apresentado no release de lançamento da *A Granja Kids*, em abril de 2013. Trata-se de uma revista em quadrinhos que apresenta histórias da Turma do Dadico, no meio agrícola.

A iniciativa é da publicação periódica *A Granja*, a segunda revista impressa rural mais antiga do país e a revista comercial que há mais tempo se mantém em circulação. Mensal e veiculada até hoje sem interrupções, desde 1945, *A Granja* traz informações sobre o Brasil agrícola, contemplando as diferentes regiões do país e suas atividades produtivas. O produto, da Editora Centaurus, sediada em Porto Alegre-RS, integra um portfólio que também é composto pela revista *AG – A revista do criador* e os anuários *A Granja do Ano* e *Guia do Criador*. Com o lançamento de um novo produto – *A Granja Kids* – o veículo de comunicação começa a falar do agro também para/com os filhos dos produtores rurais, indo “além das porteiras”, participando não só dos negócios, mas da educação e dos processos de identificação dos filhos, dos sucessores.

A atividade agropecuária é um dos setores de destaque na economia brasileira. Dar continuidade e expandir o setor é uma preocupação dos produtores rurais que buscam cada vez mais auxílio para administrar a sucessão familiar. A conjuntura legitima a importância de desenvolver uma publicação voltada ao encantamento e à formação dos futuros agropecuaristas. Biff (2019, p. 47), ao destacar que 90% das empresas brasileiras são familiares e que a cada 100 somente 30% chegam na segunda geração e 5% alcançam a terceira geração, afirma que dar continuidade aos negócios da família exige muito preparo e responsabilidade. A estas características, incluímos o processo de identificação com a imagem e o trabalho no campo e o desejo de prosseguir com as atividades.

A ideia de produzir algo voltado ao público infantil que tenha relação com as atividades do campo não é exclusiva da revista *A Granja*. O próprio material de divulgação de *A Granja Kids* explica que este perfil infantil de publicação já circula no meio agrícola, mas

sempre como iniciativa de empresas de máquinas e equipamentos, por exemplo, que buscam fidelizar clientes desde muito cedo com diferentes brindes e produtos de linha infantil, como revistinhas, miniaturas de maquinários, roupas personalizadas... Mas nenhuma outra publicação jornalística agrícola mantém uma versão *kids*. Eis o diferencial. *A Granja* produz uma revista infantil em quadrinhos, a ser distribuída a todos os assinantes, a fim de chegar aos seus filhos. Acreditando no potencial desse nicho de mercado, marcas como John Deere, Jacto e Andef, por exemplo, são parceiras desde a edição número 1 de *A Granja Kids*, prestigiando a publicação como anunciantes de página, assim como via *merchandising*.

Ao observar a revistinha, surge um questionamento: por que usar histórias em quadrinhos como estratégia para falar de agro com os filhos dos assinantes de *A Granja*? Autores como Joel Saco (1994) explicam que as histórias em quadrinhos, além de arte, são também uma mídia popular entre os mais variados níveis de educação. É um veículo de comunicação de massa que acompanha o indivíduo nas mais diversas etapas de sua vida e sua compreensão vai além do material físico. As revistas em quadrinhos são facilmente encontradas em ambientes escolares, costumam estar entre as primeiras leituras das crianças e seduzem pela junção entre imagens e letras, tornando a leitura e o manuseio mais agradáveis e estimulando a imaginação.

Olhando para a comunicação do/para o setor do agronegócio, uma pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)³ identificou, de modo amplo, cinco grandes grupos que influenciam na forma como as informações sobre agro são produzidas e veiculadas:

MERCADO – composto de empresas privadas que, geralmente, se utilizam da matéria-prima do setor;

SOCIEDADE CIVIL – acolhe ou rejeita o que se refere ao campo, posicionando-se diante das questões que envolver o agronegócio no país;

MÍDIA – Analisa e dissemina as informações, legitimando representações das mais diversas sobre o que é o Agro e como ele atua;

CONHECIMENTO – aqui, geralmente, encontram-se os intelectuais que pensam sobre as questões com um olhar mais crítico e analítico, sendo capazes de auxiliar no reforço ou não de ideias sobre o assunto;

³ <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/category/agropecuaria/>

ESTADO – responsável por decidir, de fato, o que será aplicado ou não ao cotidiano do setor no país.

Recorrendo a Moscovici (1976), podemos pensar que este modo de ver o agro é “cheio de fragmentos e contradições, com diferentes fontes e lugares, que estão em constante mudança e construção”, (MOSCOVICI, 1976, p. 46) e é em espaços como a escola, a literatura (aqui temos os quadrinhos como um gênero literário e presente no ambiente educativo), o cinema e até mesmo a igreja e suas pastorais entre outros, que são construídos e circulam essas questões voltadas ao agronegócio brasileiro. É dentro deste contexto que se insere o objeto de estudo deste artigo: a representação social do agronegócio nas páginas da revista *A Granja Kids*.

A Teoria das Representações Sociais, forjada por Moscovici (1976), explica que as representações sociais são “sistemas de valores, noções e práticas que proporcionam aos indivíduos os meios para orientar-se no contexto social e material [...] que tornam inteligíveis a realidade física e social, integram-se em um grupo ou em uma relação cotidiana de intercâmbios” (MOSCOVICI, 1976, p. 79).

Assim, temos como inquietações deste artigo, a investigação do que é narrado no conteúdo publicado por *A Granja Kids* e que elementos se fazem presente nas narrativas. Objetivamos verificar os quadrinhos como agente modificador/educador de uma sociedade, especificamente no que tange ao agronegócio.

2 Breve histórico das histórias em quadrinhos no mundo e no Brasil

As revistas em quadrinhos, ou HQs como são popularmente conhecidas, servem de objetos de estudos há muito tempo para pesquisadores de diversas áreas de conhecimento. Apesar de incerto, o jornalista Gonçalo Júnior, em seu livro *Guerra dos Gibis*, traz relatos dos primeiros materiais na Suíça, com *Les Amours de Monsieur Vieux-Bois* de Rodolphe Topffer (1799-1846).

Tendo como base traços estilizados e com foco no humor, as primeiras revistas em quadrinho surgem no início do século XIX (1900 – 1920), apresentando como elementos principais a fauna e flora. De acordo com Furlan (1984) “não era permitido ofender leitores, palavras de baixo calão ou imoralidades, bem como violência com mulheres, crianças e animais” (FURLAN, 1984, p. 29).

Já na década de 1930, entram em cena as histórias com os heróis que vinham a cavalo ou trajados como policiais. Em preto e branco, nesse período surgem personagens clássicos como Tarzan, o policial Flash Gordon, Superman e Batman. No Brasil, segundo Junior (2004), o consumo e produção de quadrinhos não eram comuns. “Não se tinha tradição de publicar histórias em quadrinhos até a viagem de Adolfo Aizen aos Estados Unidos em 1933”, (JUNIOR, 2004, p. 34). No entanto, a imprensa, desde os primórdios, utiliza-se de charges e caricaturas para realizar críticas sociais e políticas. Sobre o desenvolvimento no Brasil, o autor destaca ainda que:

Uma das primeiras experiências nacionais no segmento das histórias em quadrinhos veio com O Tico-Tico, lançada em 1907 e que circularia por 57 anos. Não era uma publicação exclusivamente de quadrinhos: trazia também textos e passatempos. Mas se tornou responsável pela introdução dos comics infantis e de humor na imprensa nacional. Seu nome estava relacionado ao de um passarinho com fama de irrequieto. A revista, porém, não primava pela originalidade. Mesmo assim, alguns artistas brasileiros chegaram a marcar época em suas páginas, como Luís Sá, responsável pelo trio Reco-Reco, Bolão e Azeitona. Publicou também J. Carlos, Max Yantok, Leo, Theo, Lino Borges, Daniel, Cícero, Percy Deane e Messias de Melo. (JUNIOR, 2004, P. 47 - 48).

Nos anos 1940, inspirados na guerra, a supremacia americana apresenta os heróis com superpoderes, como Capitão América, Mulher Maravilha e Capitão Marvel. E, na década seguinte, os artistas retomam sua essência e voltam a questionar e protestar contra a sociedade por meio dos quadrinhos. Movimentos *pop-arts* ganham espaço com personagens ácidos e diretos, como a Turma do Charli Brown. A linguagem utilizada nas publicações foi evoluindo ao longo das décadas e as HQs, tal qual conhecemos hoje, tem sua origem retratada em jornais de Nova York.

O precursor desse gênero foi o ilustrador Richard Outcault, que trazia para as páginas do jornal as vivências de um garoto de pijama amarelo. Objetiva e de fácil leitura, a narrativa de Outcault realiza denúncias e debate questões sociais presente no contexto nova-iorquino. Por anos, as narrativas em quadrinhos foram consideradas como uma forma de expressão inferior. No entanto, contrariando os estereótipos, a qualidade das histórias cativou os leitores de todo o mundo.

Nos anos 1960, os quadrinhos passam a questionar as tradições e os costumes da sociedade. Trabalhando temas como sexualidade, prostituição, cor, raça, religião – tabus. No Brasil, representando esta época, Ziraldo trabalha com o personagem Pererê e, na Argentina, Quino publica as tirinhas com a personagem Mafalda.

Chegando na década de 1970, os quadrinhos ganham um estatuto mais “artístico”. Segundo Rosa (2014) é nesse período que surge a Mônica, de Mauricio de Souza. “Campeã de vendas e sucesso do quadrinho nacional” (ROSA, 2014, p. 47).

Os anos 1980 trazem releituras de personagens com histórias atualizadas, como o Batman, que no Brasil ganha o apelido de “Cavaleiro das Trevas”. Com os anos 1990, o cenário é mais próximo do que temos hoje: o quadrinho presente no cotidiano. Comercializado com maior ênfase em livrarias, com maior qualidade (tanto gráfica, quanto narrativa) e daqui em diante vemos os personagens sendo comumente transportados das páginas para as telas.

2.1 Breve histórico da revista *A granja kids*

De maneira geral, a grande divulgação e principalmente a distribuição das histórias em quadrinhos se deu com os suplementos juvenis, evoluindo para publicações dentro de outras publicações. Esta tendência repete-se em a *A Granja Kids*. A produção brasileira, proveniente da editora Centaurus, fundada no estado do Rio Grande do Sul, circula encartada na tradicional revista rural *A Granja*.

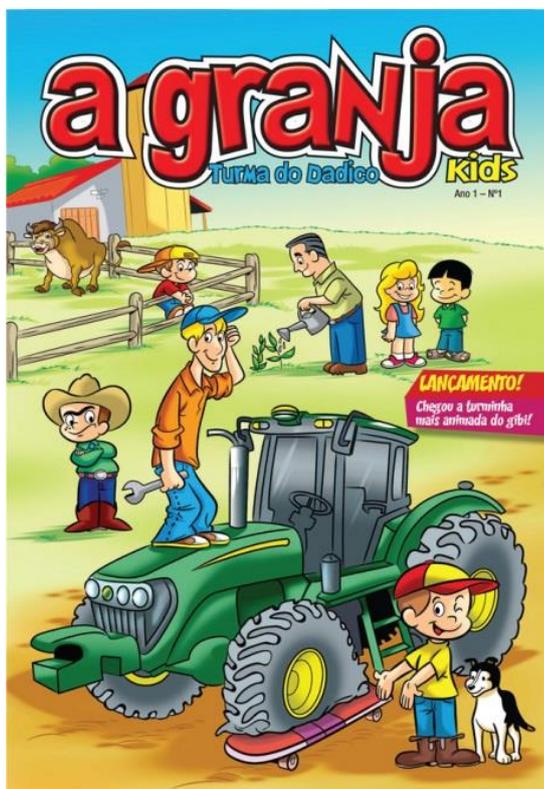
De acordo com a editora do projeto, Cida Muniz, em entrevista concedida à jornalista Andréa Oliveira, em setembro de 2018, o foco da revista era é atingir filhos de produtores rurais no intuito de levar para essas crianças informações lúdicas e que possam fazer com que elas se interessem pelas atividades rurais da família. A demanda surge ao perceber que livros didáticos e a mídia nacional trabalham, com frequência, a atividade agropecuária de forma negativa. Muniz explica que:

O projeto de “A Granja Kids” foi idealizado no final de 2007, mas com a crise econômica mundial de 2008 optamos por guardá-lo e em dezembro de 2012 tivemos um contato com a John Deere, através de seu presidente Paulo Herrmann, que nos convocou a ser a editora a lançar uma revista infantil para as crianças que são o futuro do agro. O projeto foi idealizado pelo fundador da Centaurus, Sr. Hugo Hoffmann, que faleceu em abril de 2010, e essa conversa foi entre Paulo Herrmann e a diretoria da editora onde viu-se a oportunidade de dar start a um projeto que já estava praticamente pronto, tanto que a primeira revistinha não teve alteração na história — era a mesma história e foi lançada assim — agregando outros patrocinadores logo na sequência. (OLIVEIRA, 2018, s/p)

Muniz acrescenta que o projeto visa levar para a criança do agro informações sobre as diversas atividades agropecuárias e aquilo que as envolve.

Já falamos de proteção de meio ambiente, com a preservação da fauna; a importância de se manter distância com relação a embalagens e veículos que transportam produtos como defensivos, que a criança não pode se aproximar; que é importante o uso dos equipamentos de proteção individual; enfim, a revista procura mudar o comportamento do adulto através da criança, porque a criança observa, entende e quando assimila tenta passar a mensagem e quando na escola tiver alguma questão em que o agro seja colocado de forma inadequada, a criança possa ter argumentos a respeito daquilo para poder criar um contraponto porque hoje a criança só absorve as informações, ela não recebe de nenhuma fonte confiável informações sérias e importantes sobre o que acontece no agro. (OLIVEIRA, 2018, s/p)

Figura 1 – Capa da primeira edição da revista



Fonte: Portal da Revista⁴

As histórias em quadrinhos, configuram-se entre as maiores formas de expressão da humanidade. De acordo com Calil, Dikson e Vergueiro (2013), “atuam como uma narrativa. Interagindo em duas dimensões: a visual e verbal. É nessa união de imagens e textos, que a criança identifica-se com este mundo” (CALIL, DIKSON E VERGUEIRO, 2013, p. 31).

⁴ <https://edcentaurus.com.br/agranjakids/edicao>

Pode-se compreender, assim, que essa arte dialoga com o imaginário do leitor, aqui em específico, a criança. Trazendo informações que irão criar sua percepção social do mundo.

Versando com o campo educacional, estudiosos relatam que a maioria dos estudantes não gosta ou não cultiva o hábito da leitura em seu dia a dia, mas quando o fazem, geralmente optam por um gênero de preferência, o que aponta para uma das vantagens dos quadrinhos. A forma e o conteúdo das HQs criam uma comunicação dividida em quadros e textos onde o verbal e o não-verbal se fundem e desenvolvem a narrativa. Com apoio de cores e traços alcançam todos os níveis de compreensão. Educando, informando, gerando e transmitindo conceitos.

As HQs também ajudam a alfabetizar a criança. Primeiro pela empatia com desenhos, depois com textos que narram e a envolvem na história. No caso de *A Granja Kids*, a identificação ocorre pelo contexto onde a criança está inserida: o campo.

Figura 2 – Tirinha temática presente na HQ



Fonte: Portal da Revista

Demartini (2015) explica que não podemos encarar as HQs voltadas ao público infantil, como “coisas infantis, mas é preciso reconhecê-la como parte integrante de um fenômeno, como produção cultural, e, portanto, um modo de linguagem criada pelo homem, como forma de significar o mundo a sua volta” (DEMARTINI, 2015, p. 9).

Santos; Neto (2015) corrobora ao explicar que “as histórias em quadrinhos, com sua força verbal apresentam condições para provocar o espírito crítico, a imaginação e o pensar próprio”, (SANTOS; NETO, 2015, p.21).

Aqui temos indícios do porquê de *A Granja* buscar atuar em um público diferente do habitual. Por carregarem possibilidades de reflexão e aprendizado, os quadrinhos ajudam a formar e educar crianças sobre o mundo do agronegócio, além de promover processos de identificação nos quais filhos de produtores rurais podem “se ver” nos personagens de *A Granja Kids*.

Nas publicações, Dadico e os amiguinhos Huguinho, Belinha, Sasaki, Reinaldo, Andefino, Tio Gusta, Seu Martins, Itu (cãozinho) e Bambolê (touro) vivenciam histórias cotidianas ambientadas no meio agrícola. Além de historinhas, *A Granja Kids* também tem espaços de passatempos, como ache os sete erros, figuras para colorir e o “colhe-palavras”, uma derivação do caça-palavras, que já se apresenta com um verbo familiar do público leitor: colher.

3 Das representações sociais

Em 1960, Serge Moscovici, no livro *La psychanalyse, son image et son public*, elabora a teoria da Representação Social. O pesquisador mostra a maneira como a sociedade parisiense utiliza-se de conceitos psicanalíticos para explicar o seu próprio modo de funcionamento. O livro investiga os processos pelos quais as pessoas, em seu ambiente social, categorizam elementos do seu cotidiano e sobre como se estrutura a vida em sociedade, a partir das representações.

Moscovici (1976) explica que as representações sociais podem ser estudadas e interpretadas “como um conteúdo global, cujas dimensões (informações, valores, opiniões) são coordenadas por um princípio organizador (atitude, normas), estruturas de conhecimento que organizam o conjunto dos significados relacionados com o objeto” (MOSCOVICI, 1976, p. 82).

Berger e Luckmann (1995) desenvolveram estudos que tratam o conhecimento de modo prático na sociedade e foram além, estudando também os processos pelos quais essa bagagem de conhecimento sobre o outro e o mundo ao seu redor se estabelece como realidade. Para os autores, o social no cotidiano é interpretado de modo subjetivo e vai se tornando realidade à medida que vai sendo compartilhado.

Moscovici (2001) afirma que, ao se propor estudar as representações sociais, é necessário olhá-las como algo vivo, dinâmico, que está ligado na interação entre o sujeito e a sociedade na qual ele está inserido. O autor explica que

[...] numa troca constante entre a produção e reprodução de conceitos, símbolos e imagens se fazem presentes, já que para se comunicar em grupo as pessoas precisam de um sistema de entendimento comum, (conceitos e ideais) que possui um significado particular determinado, assim as palavras se tornam fáceis de compreender, com um significado especial no social (MOSCOVICI, 2001, p. 43).

Com esse suporte, o indivíduo se apropria da realidade, criando um saber cotidiano (senso-comum) que, segundo o autor, é indispensável para vida. Ainda segundo o autor, as representações que se formam na sociedade têm repercussão em seu comportamento, nas atitudes e nos modos de agir, pois formam estruturas individuais de conhecimentos que informam e orientam os membros de um grupo social, em determinado tempo e espaço (MOSCOVICI, 2003, p. 47).

Para explicar como ocorre a representação social, Moscovici (2003) identifica dois mecanismos que a originam: a objetivação e a ancoragem. O autor define ancoragem como “o ato de classificar e dar nome a alguma coisa” (MOSCOVICI, 2003, p. 61). Neste evento, acontece a integração do desconhecido a um contexto familiar, enquadrando tal objeto em uma categoria de representação pré-existente. Ao passar por esse processo, o novo objeto é adequado a um esquema antigo e, ao fazer isso, renova este esquema, pois age alterando outras representações. Denise Jodelet (2001) adota esses dois mecanismos, além de explicar o funcionamento deles na formação das representações, propondo que o ato de representar surge pela necessidade do homem de estar informado sobre aquilo que o cerca e, a partir daí, decidir como se posicionar nas diversas situações com as quais se depara, dando sentido a sua vida cotidiana.

Assim, Jodelet (2001, p. 29), ao tratar desses mecanismos está enfatizando a subjetividade e os processos que envolvem a construção de uma representação. A inter-relação entre os sujeitos é imprescindível para que se elaborem e se troquem saberes entre eles e essa relação deve ser estudada observando-se a articulação entre os diversos elementos presentes (sentimentais, cognitivos, psíquicos e sociais), que se legitimam pela linguagem e, por consequência, pela comunicação.

Todos os conceitos trabalhados até o momento dão ênfase ao fato de que as representações sociais são “socialmente elaboradas e coletivamente compartilhadas” e, ao que parece, concretizam-se a partir de três pontos:

- ✓ O domínio do mundo - que permite ao indivíduo situar-se e ter controle de mundo no ambiente onde está inserido;
- ✓ A comunicação – que oferece ferramentas, como linguagens, códigos e índices para se nomear e classificar o mundo;
- ✓ A construção e a (re) construção da realidade – que surge da dinâmica entre o que é comunicado e o que é representado, e possibilita, assim, a construção de realidades a partir de interações cotidianas.

Portanto, as interações sociais são responsáveis por criar e manter o senso comum, no cotidiano das sociedades, orientando o modo de agir e pensar dos indivíduos. Jodelet (2001) analisa de que modo ocorre a produção e circulação das representações sociais, constituído de saber prático e socialmente construído e como visto até o momento, isso se dá pela interação entre os indivíduos que partilham dos mesmos símbolos linguísticos e das mesmas práticas sociais.

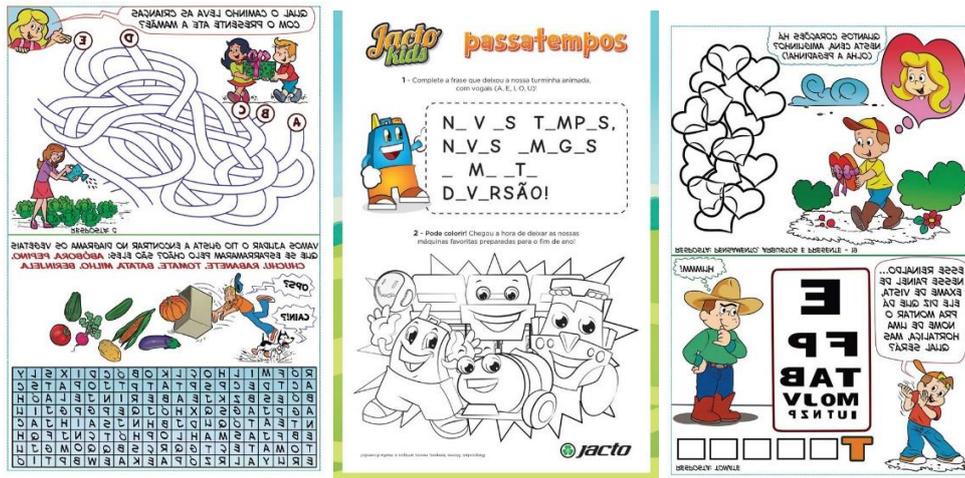
Assim, as representações sociais funcionam como formas de perceber e interpretar o mundo e ganham força pela relação dos indivíduos com os acontecimentos à sua volta. E, aqui, a comunicação social e o jornalismo, bem como outros agentes presentes na sociedade, atuam para que, assim, ocorra a transformação do cotidiano.

4 O agro e suas representações sociais nas páginas de *A granja kids*

As HQs por também serem uma forma de expressão, despertam emoções, formam opiniões e geram conhecimento sobre o contexto no qual estão inseridas. Para compreender como os quadrinhos de *A Granja Kids* podem influenciar na representação social do agro, começamos por analisar como são constituídas. Avaliamos aqui os elementos que estão presentes nas revistinhas desde a primeira edição, posta a circular em abril de 2013, até a edição número 97, de abril de 2021. Ao longo dos anos, *A Granja Kids* foi publicada mensalmente de forma impressa e também disponibilizada no site <https://edcentaurus.com.br/agranjakids>, onde é possível encontrar todas as edições. As revistas impressas dispõem de espaços para anunciantes, principalmente na contracapa, mas essas publicidades não constam nas edições digitalizadas. *A Granja Kids* tem como estrutura: capa, duas ou mais histórias em quadrinhos curtas e páginas de passatempo.

Figura 3: A composição das revistinhas

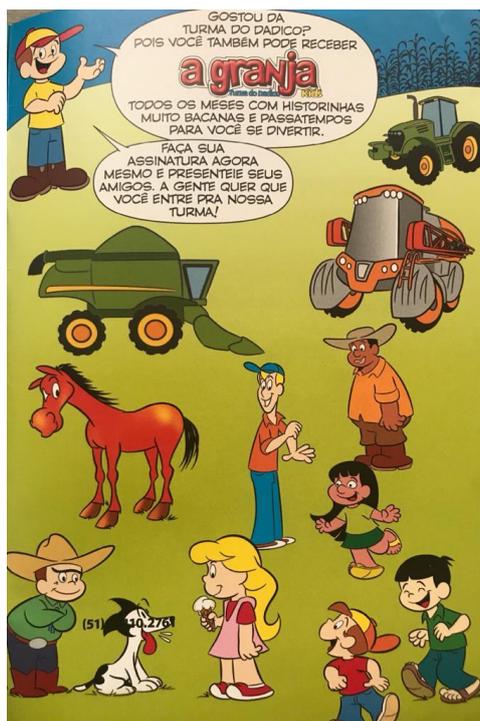




Fonte: Portal da Revista

Para nos auxiliar no processo reflexivo, lançamos mãos da teoria desenvolvida por Laurence Bardin (2009) que, ao discorrer sobre a Análise de Conteúdo (AC), mostra que “a análise de conteúdo enquanto método torna-se um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2009, p. 49). Para a autora, a Análise de Conteúdo “dá ao leitor alguns exemplos representativos daquilo que se pode pôr em prática no campo da Psicologia (principalmente em psicologia social) e da Sociologia [...]. Isto porque a análise de conteúdo se faz pela prática” (BARDIN, 2009, p. 51). A autora esclarece ainda que esse método permite expor, para a análise, os modelos, as imagens, e os estereótipos que circulam na cultura de massa. Ao pensarmos sobre os estereótipos, por exemplo, olhamos para algumas das personagens de *A Granja Kids*.

Figura 4: as personagens



Fonte: Portal da Revista

Reinado é descrito pela revistinha como o *agrobóy*, que se acha o máximo por ser filho de pais ricos. A descrição é reforçada pela imagem produzida nos traços. Reinaldo usa chapéu com abas largas e pontudas, camisa manga longa, calça, cinto com fivela grande e botas, remetendo ao estereótipo do grande produtor rural. Sua imagem contrapõe-se a de Dadico, seu rival, um garoto esperto, que mora em uma fazenda, para o qual o estereótipo poderia ser de uma criança com camiseta xadrez, chapéu de palha, remetendo ao personagem Chico Bento, da turma da Mônica, por exemplo, mas não o é. Dadico é apresentado com camiseta, calça, botas e boné, o que o aproxima dos meninos que vivem na cidade. Nana é uma menina de origem indígena, que conhece muito bem a natureza. Seus cabelos longos, pretos, a cor de sua pele remete ao estereótipo dos índios. A presença de Nana nos quadrinhos traz à tona o reforço a uma convivência próxima e harmônica entre indígenas e produtores rurais. Há também o japonês Sakaki, produtor de frutas e hortaliças. As culturas com as quais mantém relação e seus traços físicos remetem à relação do campo com os imigrantes ao longo da história do Brasil. Já Belinha é apresentada como uma menina que ajuda nas contas da fazenda. A personagem toca em uma questão importante para o setor agropecuário, a presença feminina nas atividades da propriedade rural.

Além das personagens, também é possível perceber a desconstrução de estereótipos ao apresentar nos quadrinhos a presença da tecnologia nas brincadeiras das crianças que moram nas propriedades rurais e também através de maquinários para plantio, colheita, monitoramento e estratégias, que afastam as propriedades rurais do espaço do atraso, da distância da tecnologia, que estaria apenas na cidade.

Figura 5: a tecnologia



Fonte: Portal da Revista

As questões ambientais também são temáticas constantes nas edições de *A Granja Kids*. Nas tirinhas, observa-se a abordagem de temáticas como a diversidade cultural e étnica, as energias renováveis, os bons tratos com os animais, a importância das espécies, a preservação dos rios e das florestas e o desenvolvimento da integração agrosilvipastoril, entre outros.

Figura 6: algumas temáticas



Fonte: Portal da Revista

A fim de promover a aproximação das crianças e esse processo de identificação, além de divertir, o site da *A Granja Kids* disponibiliza imagens das personagens para serem impressas e utilizadas em atividades de colorir. Segundo Bauer (2002), as pesquisas sociais subestimam materiais textuais como dados. Mas, com o acesso facilitado à internet, os materiais para análises estão a apenas algumas buscas e cliques, isso mudou; e os dados em forma de textos estão sendo cada vez mais utilizados e analisados. Por consequência, observa-se uma renovação no interesse pela análise de conteúdo e suas articulações.

Segundo Bauer, é uma técnica híbrida de mediação que serve para produzir inferências de um texto focal para seu contexto social de maneira objetivada (BAUER, 2002). Essa ação vem acompanhada de procedimentos sistemáticos, métodos explícitos e replicáveis que recodificam o texto trazendo à tona novas informações:

Um *corpus* de texto oferece diferentes leituras, dependendo dos vieses que ele contém. AAC não é exceção; contudo, ela traça um meio caminho entre a leitura singular verídica e o "vale tudo", e, em última análise, uma categoria de procedimentos explícitos de análise textual para fins de pesquisa social. (BAUER, 2002, p. 191).

Através da reconstrução de uma representação, a AC revela as intenções presentes no material analisado. Fonte, público e contexto formam uma tríplice aliança capaz de trazer luz aos objetos estudados. Quando se observa a fonte, analisa-se um meio de expressão, que traz uma versão do fato a ser narrado; quando o foco está no público, o texto é um meio de apelo, uma influência nos preconceitos, opiniões, atitudes e estereótipos das pessoas; e quando se analisa o contexto, têm-se os elementos que vão além do que está sendo contado. Os textos analisados contêm registros de eventos, valores, regras e normas, entretenimento e traços do conflito e do argumento (BAUER, 2002).

Nesse sentido, verifica-se como o quadrinho posiciona os atores envolvidos na narrativa quando publica as tirinhas, pois se entende que, a partir das representações, é que outras sub-representações são renovadas, assim como outras são reforçadas.

Nas HQs da revista as representações do agro ocorrem pela construção e manutenção de três elementos bases:

ATORES: nesta categoria, estão todas as personagens diretamente envolvidas na narrativa, crianças, animais e adultos.

CENAS: aqui estão agrupados os lugares onde ocorrem as ações da narrativa, no ambiente rural.

NARRATIVAS: se encaixam assim os textos, sentidos e informações a respeito do que é o agro, sua importância, ferramentas e como ele se desenvolve.

Assim, nas páginas de *A Granja Kids*, podem-se identificar as representações do agro como um setor que produz mantendo uma relação harmônica com a natureza, que conta com tecnologia, que produz alimentos e é um espaço divertido para as crianças.

5 Considerações finais

Desde a origem da humanidade a imagem foi o meio pelo qual o homem se comunicou e registrou sua história. Nas cavernas, as primeiras imagens guardam nossas memórias e transmitem tradições.

Com o advento da escrita e a evolução dos meios de comunicação temos a impressão destas histórias, criativas, que narram histórias que educam, formam e informam a respeito do universo ali descrito. Temos gerações que cresceram, e foram alfabetizadas, lendo gibis. Um momento de leitura despreocupada, longe dos livros da escola. Hoje, mesmo com tanta tecnologia, alguns nomes como *A Granja* retomam esse movimento e buscam desde cedo participar não só da vida do produtor rural, mas também de seus filhos. Educando, formando e informando sobre o agronegócio. Ambiente que o filho do produtor está inserido, que tem a vivência, mas não encontra materiais lúdicos que gerem a identificação.

A Granja demonstra assim, uma visão pioneira e sai na frente fidelizando adultos e crianças. Assim, vemos uma nova geração que passa a consumir e a se identificar com sua própria história a partir das histórias em quadrinhos. Vivenciando nas páginas temas importantes, gerando conhecimento sobre o mundo ao seu redor, construindo sua visão de mundo.

Referências

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

- BAUER, Martin W.; GASKELL, George (editores). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis, RJ: Vozes, 7. ed., 2008.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
- BIFF, Mariely. As sucessoras. In: CORDEIRO, Andrea et al. *Mulheres do Agro: inspirações para vencer desafios dentro e fora da porteira*. Belo Horizonte: Letramento, 2019.
- DEMARTINI, Z. de B. F. Infância, Pesquisa e Relatos Orais. In: FARIA, A. L. G. de; DEMARTINI, Z. de B. F.; PRADO, P. D. (orgs.) *Por uma cultura da infância: metodologias de pesquisa com crianças*. 3ª ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2015.
- DIKSON, Dennys; CALIL, Eduardo. “Da imagem ao texto: A construção do tópico discursivo em manuscritos escolares de histórias em quadrinhos”. Revista Leitura (UFAL), eletrônica (online), Maceió, v. 47, p. 333-353, jan/jun 2011. Disponível em <https://periodicos.ufjf.br/index.php/gatilho/article/view/27003>. Acessado em 12/12/2020.
- FURLAN, Cleide. HQ e os “Syndicates norte-americanos”. In: LUYTEN, Sonia M. (org.). *Histórias em quadrinhos – leitura crítica*. São Paulo: Edições Paulinas, 1984.
- JODELET, D. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, D. (Org.). *As representações sociais*. Rio de Janeiro: UERJ, 2001. p.17-44.
- JÚNIOR, Gonçalo. *A Guerra dos Gibis: formação do mercado editorial brasileiro e a censura nos quadrinhos. 1933-64*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- MOSCOVICI, S. *A Representação Social da Psicanálise*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1978.
- MOSCOVICI, S. *Representações Sociais: Investigações em Psicologia Social*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2003.
- OLIVEIRA, Andréa. Cida Muniz, uberlandense de sucesso em SP — gerente de publicidade da editora Centaurus, que edita as revistas A Granja, A Granja Kids e AG. Revista eletrônica Agro Mulher, 2018. Disponível em <http://agromulher.com.br/entrevista-especial-de-aniversario-cida-muniz-uberlandense-de-sucesso-em-sp-gerente-de-publicidade-da-editora-centaurus-que-edita-as-revistas-a-granja-a-granja-kids-e-ag/> acessado em 14/12/2020.
- ROSA, F. *Almanaque dos quadrinhos: 120 anos de história*. São Paulo: Discovery Publicações, 2014.

Recebido em 16/12/2020.

Aceito em 15/16/2021.

