

Rafael Rodrigo dos Santos

COMPLEXO DE DIVERSÕES GUAICURUS:
análise do *design* em peças gráficas de divulgação do lazer sexual na capital mineira

Belo Horizonte
Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional/UFMG
2021

Rafael Rodrigo dos Santos

COMPLEXO DE DIVERSÕES GUAICURUS:

análise do *design* em peças gráficas de divulgação do lazer sexual na capital mineira

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da Universidade Federal de Minas Gerais para a obtenção do título de Mestre em Estudos do Lazer

Área de Concentração: Lazer, Cultura e Educação
Linha de Pesquisa: Identidade, sociabilidades e práticas de lazer
Orientador: Prof. Dr. Rafael Fortes Soares

Belo Horizonte
Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional/UFMG
2021

S237c Santos, Rafael Rodrigo dos
2021 Complexo de Diversões Guaicurus: análise do design em peças gráficas de divulgação do lazer sexual na capital mineira. [manuscrito] / Rafael Rodrigo dos Santos – 2021.
163 f.: il.

Orientador: Rafael Fortes Soares

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional.
Bibliografia: f. 157-163

1. Lazer – aspectos sociais – Teses. 2. Diversões – Teses. 3. Marketing – Teses. I. Soares, Rafael Fortes. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional. III. Título.

CDU: 379.8

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário Danilo Francisco de Souza Lage, CRB 6: nº 3132, da Biblioteca da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
 ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA, FISIOTERAPIA E TERAPIA OCUPACIONAL
 CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO INDISCIPLINAR EM ESTUDOS DO LAZER
 ATA DA 164ª DEFESA DE DISSERTAÇÃO
RAFAEL RODRIGO DOS SANTOS

Às 14h00min do dia 27 de julho de 2021 reuniu-se de forma virtual (via videoconferência pela plataforma “Zoom”), a Comissão Examinadora de dissertação, indicada pelo Colegiado do Programa para julgar, em exame final, o trabalho “Complexo de Diversões Guaicurus: análise do design em peças gráficas de divulgação do lazer sexual na capital mineira”, requisito final para a obtenção do Grau de Mestre em Estudos do Lazer. Abrindo a sessão, o Presidente da Comissão, Prof. Dr. Rafael Fortes Soares, após dar a conhecer aos presentes o teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra para o candidato, para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, com a respectiva defesa do candidato. Logo após, a Comissão se reuniu, sem a presença do candidato e do público, para julgamento e expedição do resultado final. Foram atribuídas as seguintes indicações:

Membros da Banca Examinadora	Aprovado	Reprovado
Prof. Dr. Rafael Fortes Soares (Orientador)	X	
Profa. Dra. Renata Gontijo Sant Anna Silva Martins (UEMG)	X	
Prof. Dr. Jose Alfredo Oliveira Debortoli (UFMG)	X	

Após as indicações o candidato foi considerado: Aprovado

O resultado final foi comunicado publicamente, para o candidato pelo Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar o Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora.

Belo Horizonte, 27 de julho de 2021.

Prof. Dr. Rafael Fortes Soares

Profa. Dra. Renata Gontijo Sant Anna Silva Martins

Profa. Dra. Jose Alfredo Oliveira Debortoli



Documento assinado eletronicamente por **Jose Alfredo Oliveira Debortoli, Professor do Magistério Superior**, em 27/07/2021, às 20:05, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **RAFAEL FORTES SOARES, Usuário Externo**, em 29/07/2021, às 13:14, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

16/08/2021

SEI/UFMG - 0859826 - Ata de defesa de Dissertação/Tese



Documento assinado eletronicamente por **Renata Gontijo Sant Anna Silva Martins, Usuário Externo**, em 13/08/2021, às 11:22, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0859826** e o código CRC **4E29A60B**.

Referência: Processo nº 23072.233021/2021-02

SEI nº 0859826

AGRADECIMENTOS

A Deus, por permitir experienciar a vida da melhor forma, junto ao meu Anjo da Guarda e meus Guias Espirituais, que nunca me abandonam.

A minha tríade da vida: mamãe Luzia, vovó Ely e dinda Cris por me apoiarem em todos os momentos de amor, escolhas e complicações. E a Marrom (minha cadela) pela plenitude do amor.

A todos das minhas famílias Santos e Cunha por aceitarem o jeito que eu sou, por me apoiarem e me fazerem correr atrás dos meus objetivos e melhorias. Em especial aos primos Nira, Toim, Flavinha e Gordinho pelo calor afetivo que sempre existiu e me faz entender o que é o respeito.

À irmandade que a vida me deu e que amarei para sempre, Ju (em lembrança), Karen, Luiza, Marla e Pedro, por tudo que passamos ao longo de bons e maus momentos.

Um bom profissional precisa se inspirar em grandes referências, em pessoas que façam a diferença. Agradeço o meu orientador Rafael Fortes, dos professores e amigos Renata Gontijo, José Alfredo Debortoli e Elisângela Chaves por me darem a mão, pelo apoio, confiança, amizade, compreensão e parceria na realização do trabalho e da construção profissional.

Aos demais professores do PPGIEL com os quais convivi presencialmente até o ponto que a pandemia de COVID-19 permitiu e por considerações que contribuíram para minha formação, além das companhias nos momentos de lazer. Em especial ao Dan por ser amigo de fé e me acompanhar nas três tentativas até chegar à vitória.

À UFMG por ser uma grande instituição de ensino e me ceder grandes oportunidades, à CAPES pelo auxílio concedido e investimento em pessoas.

Aos grupos de pesquisas NAPRÁTICA e NEPGRES que me ajudaram a abrir a cabeça e olhar o próximo com mais generosidade, além de muita leitura fora da caixinha.

A todos os colegas e amigos que cederam os braços (principalmente os da Bahia) para que eu não me sentisse sozinho e nem fora do lugar. Em especial aqueles que de alguma forma separaram um momento para me ajudar e por dividirem momentos lúdicos.

À APROSMIG e AARG pela disponibilidade e o atencioso atendimento, além de facilitar o acesso aos estabelecimentos de sexo na região Guaicurus. Aos profissionais do sexo, pois sem eles não teria pesquisa. À negritude pela luta diária e por não desistir nunca; ao ensino público, gratuito e de qualidade.

Queria viver do ócio para virar um vagabundo profissional, mas a escolha mais interessante que tive foi estudar o lazer para tentar me tornar um perito profano.

Rafael Rodrigo dos Santos

RESUMO

A dissertação *Complexo de Diversões Guaicurus – análise do design em peças gráficas de divulgação do lazer sexual na capital mineira* tem como objetivo identificar indícios de atrações visuais em peças gráficas na promoção do lazer sexual, no recorte definido entre setembro de 2019 e janeiro de 2020. Buscamos compreender como o uso do *design* é presente na divulgação do lazer sexual, disponível no Complexo de Diversões Guaicurus, localizado na região central de Belo Horizonte, capital de Minas Gerais. A comunicação visual é um tema vasto, que compreende todas as artes e expressões gráficas, de imagens estáticas até as em movimento, formas abstratas às formas reais, desde problemas de percepções visuais que relaciona com fenômenos emocionais diferentes percepções visuais, relações entre os elementos compositivos (linhas, pontos, cores) que contribuem e facilitam a leitura visual. Esclarecemos que a comunicação visual deve ter aspectos do *design*, que são capazes de gerar a objetividade e não haja confusão visual. Seguindo a revisão literária, detectamos que é inter/multi/transdisciplinar a corporatura de uma mensagem visual. Entretanto, nas análises, identificamos que a diversidade de representações visuais encontradas em campo é tônica do Complexo de Diversões Guaicurus, carregadas por símbolos, vestígios, indícios, narrativas, exposições e tudo mais que gera conteúdo visual – o que contribui para falar sobre outros tempos da região e compõem a exibição de diversas formas de apropriação e recordação da zona boêmia da capital mineira. Compreendemos que o desenvolvimento estratégico e cognitivo de peças gráficas é capaz de interferir na realidade.

Palavras-chave: *Design*. Comunicação Visual. Lazer Sexual.

ABSTRACT

The dissertation “*Guaicurus Entertainment Complex – design analysis of graphic material intended of sexual leisure in the capital of Minas Gerais*” aims to identify evidence of visually appealing in graphic material the promotion of sexual leisure, on the time between September 2019 and January 2020. We aim to understand how the use of design is present in the dissemination of sexual leisure, available at the Guaicurus Entertainment Complex, located in the central region of Belo Horizonte, capital of Minas Gerais. The visual communication is a vast topic, encompassing all graphic arts and expressions, from problems of visual perceptions that relate different visual perceptions to emotional phenomena, relationships between compositional elements (lines, dots, colors) that contribute and facilitate visual reading. We clarify that visual communication must have design aspects that are able to generate objectivity and there is no visual confusion. Following the literary review, we detected that it is inter/multi/transdiscipline the corporature of a visual message, however in the analyzes we identified that the diversity of visual representations found in the field is tonic in the Guaicurus Amusement Complex, carried by symbols, traces, clues, narratives , exhibitions and everything else that generates visual content – which contributes to talk about other times in the region and makes up the exhibition of various forms of appropriation and remembrance of the bohemian area of the capital of Minas Gerais. We understand that the strategic and cognitive development of graphic pieces is capable of interfering with reality.

Keywords: Design. Visual Communication. Sexual leisure.

LISTA DE SIGLAS

AARG - Associação dos Amigos da Rua Guaicurus

APROSMIG - Associação das Prostitutas de Minas Gerais

BH - Belo Horizonte

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

MG - Minas Gerais

NAPRÁTICA - Núcleo de Estudos sobre Aprendizagem na Prática Social

NEPGRES - Núcleo de Estudos e Pesquisas em Gênero, Raça/Etnia e Sexualidade

PBH - Prefeitura de Belo Horizonte

PPGIEL - Programa Interdisciplinar em Estudos do Lazer

RMBH - Região Metropolitana de Belo Horizonte

UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Planta Geral da Cidade de Belo Horizonte	25
Figura 2 - Planta Administrativa de Belo Horizonte	27
Figura 3 - Planta Hipercentro de Belo Horizonte	28
Figura 4 - Hotel Vitória	32
Figura 5- Faixa inauguração	32
Figura 6 - Tabela de preços (diária) - Magnífico Hotel	34
Figura 7 - Mapa Complexo de Diversões Guaicurus	37
Figura 8 - Registro Rua Guaicurus	38
Figura 9 - Entrada hotel de sexo	39
Figura 10 - Interior hotel de sexo	39
Figura 11 - Quarto hotel de sexo	40
Figura 12 - Quarto moradora residente	40
Figura 13 - Bar hotel de sexo	41
Figura 14 - Cabines Bar – Porta 07	49
Figura 15 - Museu do Sexo das Putas	53
Figura 16 - Hotel Privê	59
Figura 17 - Hotel Privê (parte 1)	60
Figura 18 - Hotel Privê (parte 2)	61
Figura 19 - Cartaz de filme – “Garganta profunda”	63
Figura 20 - Cartaz promocional – “Cine Caribe”	64
Figura 21 - Banner digital – Hotel Vitória	65
Figura 22 - Classificados - <i>Relax</i>	67
Figura 23 - Telefone público (Orelhão)	68
Figura 24 - Santa da Luz Vermelha	69
Figura 25 - Namoradeiras	70
Figura 26 - Hotel Mirage	74
Figura 27 - Noite do Baby Doll	76
Figura 28 - Cabines Bar – Porta 06	81
Figura 29 - Quadro de peças gráficas	86
Figura 30 - Novo Hotel Scoth Bar	88
Figura 31 - Novo Hotel Scoth Bar – interferência da luz	89
Figura 32 -Play Prazeres Sex Shop	91

Figura 33 - Foto da fachada do hotel	92
Figura 34 - Cabines Bar – Dentro da Cabine.....	94
Figura 35 - Cabines Bar – Porta 11 Brasileirinhas	95
Figura 36 - Semana Black Friday	98
Figura 37 - Hotel Novo – Cartão de Visitas	101
Figura 38 - Sob nova direção - Só mulheres.....	103
Figura 39 - Cabines Bar – Porta 09.....	105
Figura 40 - Cabines Bar – Porta 09 - Pontilhismo.....	106
Figura 41 - Cabines Bar – Porta 09 Traçado	108
Figura 42 - Cabines Bar – Porta 09 Forma	111
Figura 43 - Hotel Esmeralda	113
Figura 44 - Hotel Mirage -Banner Horizontal	116
Figura 45 - Hotel Asteka – Naipes de baralho	118
Figura 46 - Hotel Asteka - Dados Eróticos	124
Figura 47 - Hotel Requite	127
Figura 48 - Hotel Estalo	129
Figura 49 - Novo Hotel Scoth Bar – baby doll	133
Figura 50 - Novo Hotel - Bar	136
Figura 51 - Novo Hotel - Cartão.....	139
Figura 52 - Pensão Mineira	142
Figura 53 - Hotel Monalisa	145
Figura 54 - Hotel Veredas – horizontal	149
Figura 55 - Hotel Veredas - vertical.....	149

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Signos Hotel Privê (parte 1)	60
Quadro 2 - Signos Hotel Privê (parte 2)	62
Quadro 3 – Percepção Gestalt	78

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
1 COMPLEXO DE DIVERSÃO GUAICURUS: MEMÓRIA SOCIAL E LAZER SEXUAL	23
1.1 Belo Horizonte: da construção à organização do espaço da cidade	24
1.2 Complexo de Diversões Guaicurus: lazer sexual na capital mineira	29
1.2.1 Alcinha da zona boêmia.....	31
1.2.2 Funcionamento dos hotéis de sexo	33
1.2.3 Locais para fechar negócios	36
1.3 Profissionais do sexo no território urbano.....	41
1.3.1 Trabalhadoras do sexo: cis/cisgênero, trans/transgênero e travestis	44
1.3.2 Estigma social da profissão	52
2 DESIGN COMO COMUNICAÇÃO VISUAL.....	55
2.1 <i>Design</i> e signos.....	56
2.2 A peça gráfica comercial no contexto do <i>design</i>	63
2.3 Comunicação visual no Complexo de Diversões Guaicurus.....	66
2.4 Percepção e emoção no <i>design</i>	73
3 ELEMENTOS VISUAIS FUNDAMENTAIS DA COMUNICAÇÃO E DO DESIGN	83
3.1 Cores.....	87
3.2 Tipografia	97
3.3 Pontos, Linhas e Forma	104
3.4 Composição	112
4 ICONOGRAFIA, MANIPULAÇÃO E O USO DAS IMAGENS	121
4.1 A imagem da mulher	122
4.2 Uso da imagem	132
4.3 Manipulação pela imagem e estereótipos.....	140

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	154
REFERÊNCIAS	157

1 INTRODUÇÃO

O lazer representa grande parcela do mercado comercial e de serviços, tanto no turismo quanto no entretenimento. É associado ao não trabalho, tempo livre e descanso e, por isso, todas as práticas realizadas ao longo desses momentos, inclusive o sexo. Nesse sentido, as práticas sexuais podem criar poderosos momentos para desejos, imaginações, bem-estar e prazer. Elas dão aporte para um tipo de vivência no qual as fruições e interações são comuns em sociedade.

Investigadas as muitas variáveis que formam a definição do termo, se pretende relacionar lazer e comunicação como dimensões da cultura. A presença dos meios de comunicação no ambiente físico e digital pode combinar com o processo (fruição) destes como lazer. Ao assistir uma telenovela com o propósito de relaxar e se divertir, por exemplo, uma pessoa pode estabelecer contato "por meio de processos que incorporam valores, saberes, motivações e desejos de cada um dos sujeitos, atribuindo sentidos e significados às diferentes experiências" (VIANA; FORTES, 2011, p. 10).

O enfoque é o lazer oriundo de interações e serviços sexuais que ocorrem nesses lugares (filmes pornográficos, sexo pago, produtos eróticos), entendendo lazer sexual como uma das possibilidades de interação e práticas sexuais fora do âmbito profissional e sem considerar o turismo sexual (o qual se relaciona à prostituição forçada advinda do tráfico de mulheres, crianças e adolescentes). Tomou-se como base a produção gráfica que circula na região da Rua Guaicurus, no hipercentro de Belo Horizonte/MG.

A abordagem do lazer nesta pesquisa será de acordo com Silva (2011, p. 33) que compreende que *"o lazer sexual pode ser definido como as possibilidades de interações e práticas sexuais, fora do âmbito profissional"*, promovidas por indivíduos que procuram diversão e satisfação sexual, pois para o estabelecimento de temáticas sexuais se obtém lucro comercial e para profissionais do sexo é considerado trabalho. Há que se considerar também, além de lazer sexual, sinônimos como lazer de prazer imediato, entretenimento sexual, diversão sexual, entretenimento do prazer, divertimento sexual, entre outros similares.

A Rua Guaicurus, que desde a fundação da cidade de Belo Horizonte em Minas Gerais, ficou conhecida por ser a zona boêmia, é ponto de encontro de diversas camadas sociais, e concentra as atividades de prostituição que influenciaram a história da cidade (ANDRADE; TEIXEIRA, 2004). Devido à grande concentração de atividades sexuais e do alto fluxo de circulação de pessoas em horário comercial ao longo da semana, a zona localizada atualmente entre a Rodoviária e a Estação Ferroviária recebeu múltiplos nomes para identificação. Contudo, a Rua Guaicurus ganhou destaque por ser pioneira no comércio do corpo na cidade e ser cenário do famoso romance *Hilda Furacão* de Roberto Drummond.

Atualmente, a região é conhecida como Complexo de Diversões Guaicurus¹ em Belo Horizonte e é composta por estabelecimentos especializados em atividades sexuais, como: hotéis de sexo, cabines e cines eróticos e *sex shops*. A zona de meretrício da capital mineira, delimitada na região central, é composta pela Rua Vinte e Um de Abril, Avenida Santos Dumont, Avenida Paraná, Avenida Oiapoque, Rua Curitiba, Rua Guaicurus, Rua Rio de Janeiro, Rua Caetés e Rua São Paulo.

A construção cultural que permeia a criação de conteúdo gráfico voltado para o lazer sexual está cercada por fatores morais, políticos e sociais que contribuem para a objetificação dos corpos. Pensar o divertimento sexual como tema de trabalho acadêmico requer cuidado, já que ainda é um tabu diante do moralismo social que prega a repressão sexual como regra.

Entender o sexo, nesse contexto moral, é algo ampliado na produção de conteúdo acadêmico que aborda as interações entre sociedade e sexualidade, contraponto das produções relacionadas às que associam sexualidade e lazer. Ainda que em menor quantidade, estão surgindo estudos com enfoque no lazer, dos quais podemos destacar a dissertação de Tibério Cesar França, *Sex Entertainment: o sexo como diversão na internet*, defendida em 2015 no Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer e o livro que contribuiu para a investigação desta pesquisa, no sentido de melhorar o entendimento da atuação em campo e seus atores, *Lazer e Minorias Sociais* de Victor de Andrade Melo, publicada em 2003.

As imagens sexuais produzidas – objeto de estudo desta dissertação – exercem forte atrativo na cultura. Entretanto, a forma como essas imagens são pensadas, devido à construção cultural do sexo enquanto lazer, pode deixar como herança a estigmatização do papel do sexo na sociedade.

Quando observamos as imagens no contexto sexual, verificamos que elas podem comunicar, em alguns casos, a ideia de sensualidade enquanto produto a ser consumido, trazendo a ideia do corpo como objeto. Essa objetificação de corpos passa a sugerir padrões como o corpo *perfeito*, por exemplo, e a reforçá-los através da utilização de elementos, cores e símbolos cujo objetivo é melhorar a manipulação visual dos receptores das peças gráficas criadas.

Sobretudo indagamos: existem indícios que refletem o lazer sexual nas peças gráficas? Os símbolos exercem funções psicológicas nas percepções da comunicação visual? Existem relações entre os elementos compositivos das peças gráficas? Qual a contribuição das informações explícitas para formação da imagem? Quais são os elementos iconográficos que

¹ Um dos nomes dados a região e que foi escolhido para compor o título desta dissertação.

são representados na comunicação visual para esse tipo de lazer? O corpo da mulher apresentado na peça gráfica possui algum tipo de vínculo implícito na transmissão da mensagem?

O comércio de lazer sexual recorre à indústria de comunicação e marketing para desenvolver e realizar ações de divulgações que acontecem, também, por meio da veiculação de peças gráficas, cujo objetivo é atrair o público. Otimizar o *design*² e essa comunicação voltada ao lazer sexual não é um processo simples, uma vez que a comunicação visual é praticamente tudo o que enxergamos. Segundo Munari (2006, p. 65) as imagens “têm valor diferente segundo o contexto em que estão inseridas”: são capazes de transmitir de forma “casual ou intencional”.

O interesse para o estudo de imagens pornográficas surgiu a partir da construção pessoal e profissional do autor dessa dissertação, que residiu e transita pela região do hipercentro da capital mineira. Ao considerar a expressão popular que diz “*uma imagem vale mais que mil palavras*”, é ímpeto suficiente para torná-las não só objeto de estudo, mas também objeto de trabalho, uma vez que o autor possui formação em *Design Gráfico*³. Essa é uma vantagem: por ter conhecimento de expressivos significados das imagens — desde apreciações de cores e formas até o entendimento das manifestações visuais implícitas e explícitas, passando a ter maior entendimento sobre o poder da imagem na comunicação.

Uma imagem, quando bem elaborada e aplicada, permite que um diálogo seja estabelecido e compreendido de diversas maneiras. Os conjuntos de elementos, símbolos e ícones que formam uma imagem são capazes de seduzir a ponto de a imagem ser lembrada por diversos momentos e, até, de despertar sentimentos. A imagem transmite a mensagem de forma ágil, direta e objetiva e, talvez por isso, existem inúmeras publicações encontradas no âmbito acadêmico – principalmente nas áreas da comunicação, *design* e artes – sobre as muitas possibilidades que uma imagem traz, a imagem, enquanto ferramenta dominante da comunicação contemporânea.

A pesquisa em questão, *Complexo de Diversões Guaicurus - análise de peças gráficas para divulgação do sexo*, propõe compreender, portanto, a interpretação visual de peças gráficas impressas e expostas, direcionadas ao público adulto, homens, frequentadores da zona boêmia da cidade de Belo Horizonte. Pretende, também, observar como se configuram as ações

² “*Design (to design)* do latim “*designare*” - “de” e “*signum*” (marca, sinal) significa desenvolver conceber.” (BOMFIM, 1995, p. 3)

³ Rafael Rodrigo dos Santos concluiu em 2008 o curso superior em *Design Gráfico* pela Escola de *Design* da Universidade do Estado de Minas Gerais/UEMG.

de comunicação, construção dos elementos gráficos nos materiais impressos e como são feitas as divulgações de lazer sexual no recorte definido entre setembro de 2019 a janeiro de 2020.

Durante o período recorte da pesquisa de setembro de 2019 a janeiro de 2020, foram realizadas 10 (dez) visitas a campo para observar e fazer registros fotográficos das peças gráficas existentes no Complexo de Diversões Guaicurus da capital mineira. Encontramos e fotografamos um total de 27 (vinte e sete) peças gráficas de divulgação do sexo pago e seus equipamentos de lazer.

Após os registros fotográficos dos materiais gráficos destinados à divulgação do prazer nos estabelecimentos sexuais, optamos por organizar e classificar de acordo com a especificação de uso de cada peça gráfica (*banners*, cartazes, fachadas, panfletos, entre outros). Em seguida, apresentamos durante o conteúdo desta dissertação, a fim de compreender a análise das peças gráficas por meio do uso de elementos de *design* utilizados em cada registro escolhido.

O que se propõe, nesta pesquisa, é demonstrar essa relação mais especificamente entre o lazer sexual e as peças gráficas impressas utilizadas para sua promoção. Considerando, portanto, a relação entre comunicação e lazer sexual, serão analisadas as peças gráficas impressas (cartão de visita, cartaz, panfleto, *banner*⁴) produzidas para estabelecimentos com temática sexual (hotéis, casas de massagem, bares, termas e assemelhados) regularmente associados ao Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de BH e Região Metropolitana (SINDHORB). Não foram considerados estabelecimentos que estão fora da região do hipercentro⁵ - *centro tradicional* - da capital mineira e que não fossem cadastrados na Associação dos Amigos da Rua Guaicurus (AARG).

É, também, objetivo desta pesquisa, apresentar um breve levantamento do contexto sociocultural, político e histórico da região central de Belo Horizonte, onde estão localizadas a Rodoviária e a Estação Ferroviária - importantes pontos de partida e chegada na capital mineira - e onde, estrategicamente, encontram-se o início e o fim da Rua Guaicurus.

⁴ Peça gráfica em forma de bandeira.

⁵ Área definida como objeto de zoneamento pela Lei de Parcelamento, Ocupação e Uso do Solo Urbano (BELO HORIZONTE, 1996): § 1º - Hipercentro é a área compreendida pelo perímetro iniciado na confluência das avenidas do Contorno e Bias Fortes, seguindo por esta, incluída a Praça Raul Soares, até a Avenida Álvares Cabral, por esta até a Rua dos Timbiras, por esta até a Avenida Afonso Pena, por esta até a Rua da Bahia, por esta até a Avenida Assis Chateaubriand, por esta até a Rua Sapucaí, por esta até a Avenida do Contorno, pela qual se virar à esquerda, seguindo até o Viaduto da Floresta, por este até a Avenida do Contorno, por esta, em sentido anti-horário, até a Avenida Bias Fortes e por esta até o ponto de origem. § 2º - Entende-se por área central a delimitada pela Avenida do Contorno (acrescidos do Parque Municipal, parte dos quarteirões ao longo do Ribeirão Arrudas, dois quarteirões da área hospitalar).

O *layout*⁶ de uma peça gráfica, é composto por formato, margens, textos, figuras, fotografias, cores, entre outras coisas que, como em todo processo de criação no design, deve ser bem fundamentado pelo conteúdo do trabalho e pela perspectiva criativa de acordo com o esquema estético geral da peça. Juntos, esses elementos afetam como o conteúdo é entendido pelo receptor da peça gráfica. Para compreender melhor como a comunicação acontece e otimizá-la, conta-se com diversas áreas do conhecimento – como a Comunicação, a Semiologia, Antropologia e Psicologia – que investigam o que se observa na vida prática e destacam os discursos que melhor funcionam de acordo com critérios específicos, tais como *stakeholders*⁷ (público estratégico), meio de comunicação e objetivo da campanha publicitária.

A região do hipercentro da cidade de Belo Horizonte, localizada na região centro-sul, é um lugar multiespacial residencial, comercial, turística e contém algumas parcelas administrativas da cidade⁸, o que torna a região com alto índice de circulação pela população mineira e turistas. Esse fato se consiste por ser local de partidas e chegadas (municipais, intermunicipais e interestaduais) através da Estação Ferroviária e o Terminal Rodoviário. A região conta também com acessos a pontos de paradas e terminais de transportes públicos⁹ e privados¹⁰ que garantem acessos a diversos bairros e a regiões metropolitanas.

Ainda sobre o deslocamento, na área central da cidade estão concentrados alguns serviços públicos indispensáveis para a população, como: Detran, Delegacias de Polícias, BH Resolve, Procon BH, Previdência Social, Unidade de Atendimento Integrado (UAI), Casa dos Direitos Humanos, Prefeitura Municipal de BH, entre outros.

O Parque Municipal, praças, museus, centros de referências, teatros, cinemas e *shoppings* também compõem a região como alguns equipamentos de lazer. E o lugar também é espaço de manifestações públicas, políticas, entretenimentos populares, *shows*, festivais e ações culturais das mais diversas atuações¹¹. Todos estes pontos citados acima, confirmam a grande importância do hipercentro da cidade para os moradores e visitantes de Belo Horizonte.

Partindo da premissa de que o lazer na cidade se efetiva a partir da especificidade dos equipamentos e serviços, foi feito um levantamento dos equipamentos de temáticas sexual na

⁶ *Layout* é uma palavra inglesa, muitas vezes usada na forma portuguesa "*leiaute*", que significa plano, arranjo, esquema, *design*, projeto (BOMFIM, 1995).

⁷ Segundo Grunig e Hunt (1984), citados por (MOTA; MOTA, M.; SILVA; TUZZO, 2016, p. 3) "*Stakeholders* são pessoas que estão vinculadas a uma organização porque ambas exercem consequências uma sobre outra".

⁸ Como descrito anteriormente no subcapítulo 1.1 Belo Horizonte: da construção à organização do espaço da cidade.

⁹ Ônibus Municipais, Estação Central - Metrô, MOVE Municipal, MOVE Metropolitano.

¹⁰ Pontos de transportes particulares do setor industrial, exemplo: FIAT, VALE, GERDAU.

¹¹ Todos os domingos acontece na Avenida Afonso Pena a Feira Hippie (feira de artes, de artesanato e variedades. No carnaval vários blocos tomam conta das ruas da cidade e muitas outras atividades atemporais.

região do hipercentro da capital mineira e, a partir daí, foram elencados os estabelecimentos que interagem com a temática sexual.

Os estabelecimentos foram separados em duas categorias: 1) hotéis que são específicos para sexo como: casas de *swing* (troca de casais), hotéis, motéis, casas de massagem e pensões; 2) pontos de apoio que são *sexshops*, cabines *privê* (eróticas), *strip-tease*, saunas e *scotchbar*. Tal olhar facilitaria a compreensão de como o lazer sexual torna-se uma opção de nicho para criação de propaganda e publicidade.

Outro aspecto importante quando se trabalha com comunicação é a forma como o material gráfico é veiculado. Apesar de, atualmente, a tendência da estratégia de comunicação para divulgação seja a de migrar para as iniciativas digitais - por meio de anúncios nas redes sociais e plataformas de vídeos -, existem os materiais cuja circulação se dá fisicamente em paredes, muros, telefones públicos, lixeiras e janelas. Estes permitem uma dinâmica visual diferente em diversos pontos de uma grande metrópole - ainda que alguns locais sejam invisíveis, marginalizados ou simplesmente esquecidos. Além disso, a divulgação nas ruas permite que as pessoas se deparem com esse tipo de anúncio a todo momento.

Destacamos que essa não é uma pesquisa em *marketing*, mas sim que gira em torno das estratégias contidas nos produtos de comunicação e *design*, pela perspectiva da Semiótica, *Gestalt*, *Design* Emocional, Alfabetismo Visual. Essa teoria permite olhar para os elementos visuais de maneira singular, pensando no serviço a ser oferecido (lazer sexual). Com o objetivo de constatar a estratégia comunicativa das peças gráficas, potenciais métodos foram revisados sob o enfoque de discussões sobre *design* e os processos de comunicação nos estabelecimentos e espaços urbanos. Portanto, é na análise das técnicas e elementos visuais mais relevantes para a pesquisa que estarão concentrados os maiores esforços para compreender a composição dos elementos visuais básicos.

Será abordada especificamente a metodologia utilizada para investigar os registros fotográficos catalogados, dando ênfase à ferramenta principal para análise das peças gráficas. A presente pesquisa estrutura-se em quatro capítulos, que serão brevemente tratados a seguir. Todos eles contêm descrição e análise de peças gráficas do *corpus*.

O primeiro capítulo traça um panorama da perspectiva sociocultural, política e histórica da região central de Belo Horizonte. Será contextualizado o Complexo de Diversões Guaicurus, apresentando as referências históricas da região. Embasaremos a concepção que enxerga o trabalho sexual como atividade de lazer e as referências que discutem o lazer sexual, além de problematizar trabalhadores do sexo que oferecem serviços na região e quem são os consumidores.

O segundo capítulo descreve a fundamentação teórica desta dissertação, a qual se subdivide em duas partes. A primeira suscita a discussão em torno do *design* e da comunicação visual. Apresenta-se, em sequência, as análises, ratificando os conceitos da *Gestalt*, do *Design Emocional* e os critérios de análise.

No terceiro capítulo é abordado especificamente elementos visuais de composição, pontos que determinam o esqueleto estrutural da peça gráfica, conhecidos como elementos do *design*. Será apresentada a influência das cores, o uso da tipografia e a composição na percepção da imagem gráfica. Esses pontos contribuem para o entendimento da análise das peças gráficas fotografadas, destacando a importância da significação dos elementos visuais.

Por fim, no quarto capítulo, aborda os estudos sobre o *design* e aponta as teorias que permitirão as leituras sobre os potenciais sócio das mensagens, opções que serão adotadas como método. No decorrer dos capítulos é feita uma reflexão que irá contribuir para compreender a importância da mídia física para a história social e para o desenvolvimento do *design* no Brasil. Além disso, são destacadas algumas formas de influência do ambiente histórico sobre o desenvolvimento do *design*.

2 COMPLEXO DE DIVERSÃO GUAICURUS: MEMÓRIA SOCIAL E LAZER SEXUAL

Belo Horizonte foi construída entre 1894 e 1897 para ser a nova capital de Minas Gerais, substituindo uma Ouro Preto carregada de valores monárquicos e ligada ao passado (JULIÃO, 1992). A cidade foi uma construção moderna em Minas Gerais e seu planejamento seguiu referências inspiradas em Paris e Washington. Diferente da antiga capital, a nova era idealizada com espaços públicos, ruas longas e largas, era preocupada em facilitar a circulação de pessoas e mercadorias.

Façamos, então, um levantamento do contexto sociocultural, político e histórico da região central de Belo Horizonte, onde estão localizadas a Rodoviária e a Estação Ferroviária - importantes pontos de partida e chegada na capital mineira - e onde se encontram o início e o fim da Rua Guaicurus – primeira concentração de hotéis de sexo na cidade.

Conhecida historicamente desde os primeiros anos de Belo Horizonte como *zona boêmia*, com concentração primária na Rua Guaicurus, essa região é o reduto de encontro de um público notoriamente formado por homens, oriundos de diversas camadas sociais. Em resposta ao perfil de seus frequentadores, vários estabelecimentos onde a prostituição pode ser exercida¹² foram abertos para atender a demanda de homens que iam se divertir, e onde, ainda hoje, observa-se, uma concentração maior de estabelecimentos voltados para o divertimento sexual, abarcando diferentes quarteirões no hipercentro da cidade. O Complexo de Diversão Guaicurus influenciou a construção da memória e do imaginário da população belo-horizontina e foi eternizado em diversos títulos literários¹³.

Neste capítulo, perpasso brevemente pela construção a organização do espaço da cidade, suas divisões administrativas e subárea do recorte a ser estudado; melhor compreensão do Complexo de Diversões Guaicurus como espaço de lazer da cidade de Belo Horizonte. Serão

¹² De acordo com o Código Penal (Decreto-Lei nº 2.848, de 1940) no Brasil, a prostituição não é crime, tampouco configura uma violação às leis do país manter um estabelecimento para prostitutas exercerem sua profissão, desde que elas não sejam forçadas ou estejam em situação de vulnerabilidade. O delito acontece quando a prostituição se torna uma via para a exploração sexual. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L12015.htm#art2> Acesso em 24/03/2020.

¹³ Dentre os títulos, destacamos o romance *Hilda Furacão* de Roberto Drummond, publicado em 1991. A obra foi adaptada para televisão, por Gloria Perez e os 32 (trinta e dois) capítulos produzidos por Wolf Maya foram exibidos como minissérie pela Rede Globo, em 1998. A minissérie retrata a história de uma moça filha de uma tradicional família de classe média, que frequentava as altas rodas belo-horizontinas e que escandalizou a sociedade mineira ao largar o noivo em pleno altar. Após abandonar o casamento e a família, Hilda interpretada pela atriz Ana Paula Arósio, troca sua vida de luxo para se transformar em meretriz e se torna moradora do Maravilhoso Hotel - localizado na Rua Guaicurus, representando o cotidiano boêmio da cidade. Ficou conhecida em seu meio como Hilda Furacão, a mais popular prostituta da zona boêmia da capital mineira. Com temperamento explosivo, Hilda Furacão desafiava as regras da moral e dos bons costumes da época. A história do romance proibido entre ela e o personagem Frei Malthus, interpretado pelo ator Rodrigo Santoro, tem Belo Horizonte como o principal cenário entre os anos de 1950 e 1964.

identificadas neste capítulo, também, as profissionais do sexo, assim como os frequentadores dos estabelecimentos destinados a prática de lazer sexual.

2.1 Belo Horizonte: da construção à organização do espaço da cidade

A compreensão do espaço urbano com seus aspectos físicos e espaciais é fundamental para se entender a produção do espaço de uma cidade, relativo aos processos sociais, políticos e econômicos que estruturam a sociedade. A formação do espaço urbano, além dos aspectos físicos e espaciais, tem a contribuição de representações e imagens, mensagens e signos¹⁴ que ajudam a identificar a realidade urbana ao longo da sua história (PEDERSOLI, 1992).

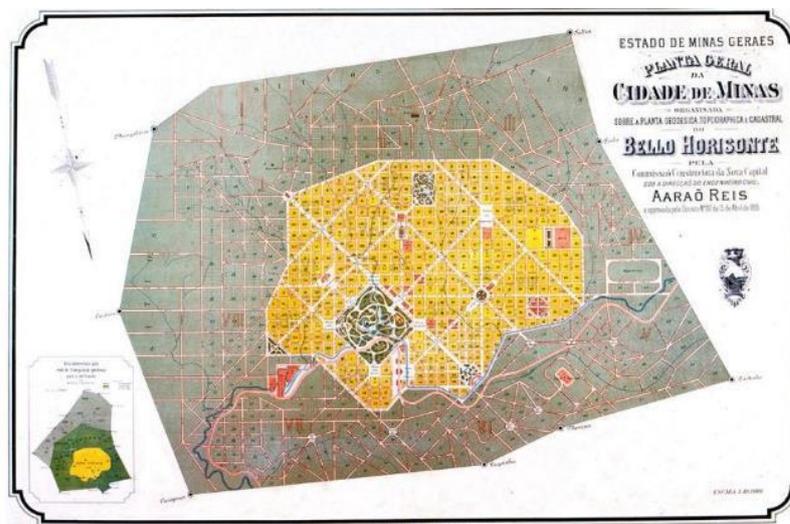
Para a transferência da antiga capital de Minas Gerais, Ouro Preto, foi feita uma busca por uma região para ser sede administrativa fortalecida e que pudesse integrar um novo projeto político-econômico e áreas geoeconômicas (consideradas autônomas e dispersas na época). Era idealizada uma localização adequada para uma unidade política não independente, que pudesse conter as distintas regiões do estado (SINGER, 1968).

O pequeno arraial que foi totalmente demolido para implantação das novas edificações era chamado de Curral Del Rei. Projetada por engenheiros, técnicos e arquitetos, a nova capital foi construída no final do século XIX (ARREGUY; RIBEIRO, 2008). O local que foi destinado para a edificação do novo município mineiro, recebeu o primeiro nome de Cidade de Minas. Em seguida essa cidade se tornou a nova capital mineira ao ser inaugurada em 12 de dezembro de 1897 e após quatro anos a cidade recebeu o nome de Belo Horizonte¹⁵. Da nova capital, que foi planejada sob o apoio dos valores da jovem República e ideias de modernidade, era esperada uma metrópole dinâmica, articulada, contemporânea e capaz de estabelecer a *ordem e progresso*.

¹⁴ “Signo é tudo aquilo que representa algo de forma a criar um efeito qualquer.” (ROMANINI, 2008, p. 1).

¹⁵ “Em 12 de Dezembro de 1897, inaugura-se a capital do estado de Minas Gerais com o nome de Cidade de Minas, que iria se chamar Belo Horizonte em 1901.” (SINGER, 1968, p. 221)

Figura 1 - Planta Geral da Cidade de Belo Horizonte



Fonte: Planta Geral da Cidade de Minas, organizada pela Comissão Construtora da Nova Capital, 1895. Disponível em: <https://www.cmbh.mg.gov.br/camara/memoria/alteracoes-mapas>. Acessado em: 23/07/2020.

Diferente de Ouro Preto que era uma cidade colonial, a nova cidade foi planejada sob os princípios de salubridade, fluidez e beleza. O projeto da cidade prévia colocou em prática a realização de leilões dos terrenos, com valores elevados para aquisição. Este fato definiu os critérios de seleção dos moradores através da renda¹⁶, o que marca até hoje os espaços urbanos de BH (figura 1).

A expansão urbana extrapolou as expectativas de seus idealizadores. O plano original do projeto, realizado por Aarão Reis¹⁷, priorizava a organização espacial da cidade. No planejamento feito por ele, a urbanização de Belo Horizonte seria concentrada apenas na área limitada à Avenida 17 de Dezembro, hoje chamada de Avenida do Contorno. Ela era responsável por demarcar a região central da cidade, sendo o delimitador de segregação social (GOMES; LIMA, 1999). Sendo assim, a estrutura política e social da cidade teve três divisões geográficas: a Zona Urbana, que foi o núcleo central da cidade, onde era localizada a área de comércio; a Zona Suburbana, destinada à população pobre; e a Zona Rural, onde ficava o cinturão verde (sítios, chácaras, áreas agrícolas) da cidade.

¹⁶ “Em meados de 1897, meio ano antes da inauguração da cidade, apenas 210 lotes urbanos, menos de 10% do total à venda, tinham encontrado adquirentes. Ao que parece, havia nesta altura ainda muito ceticismo quanto ao êxito do empreendimento. Quando se inaugurou a cidade, ela continha apenas 500 casas, das quais 200 de servidores do Estado.” (SINGER, 1968, p. 220)

¹⁷ “O então engenheiro politécnico Aarão Reis (1853-1936), que inicia sua participação na construção de Belo Horizonte com a organização de uma comissão para a escolha da localidade onde deveria ser construída a nova capital, tinha em Belo Horizonte sua primeira (e única, pelo que se sabe) experiência urbanística. Positivista convicto, buscou nos avanços da ciência e da técnica de seu tempo a baliza para a realização de seu trabalho, inclusive o conhecimento de experiências estrangeiras, como Washington (Estados Unidos), Paris (França) e La Plata (Argentina).” (GOMES; LIMA, 1999, p. 121 e 122)

Enquanto a Zona Urbana englobava o centro administrativo (político, econômico e financeiro) e o centro comercial, na Zona Suburbana estariam localizadas as moradias dos operários, materializando então a divisão social do trabalho. Devido à chegada de pessoas na cidade (comerciantes, engenheiros, operários), à falta de moradia e ao alto valor cobrado nos lotes na área urbana, impedindo acesso a classes populares, essa população ocupava espaços próximos à área urbana, a suburbana e a Zona Rural, onde estava a classe responsável pelo abastecimento agrícola da cidade¹⁸.

A Comissão Construtora da Nova Capital, autorizou a construção de moradias provisórias, que acabou contribuindo para o surgimento de favelas, que eram espaços destinados a moradia de operários que não tinham condições de custear lotes nas zonas delimitadas na cidade¹⁹. Essas favelas se tornaram o símbolo da resistência aos republicanos e separatistas da cidade. A construção gerou o aumento na ocupação fora das limitações da Avenida do Contorno (MONTEIRO, 1900).

Nos anos de 1920 a cidade era bem organizada e apresentava suas regiões, com construções além de suas zonas, por sessões, que classificavam e identificavam ainda mais suas regiões, como exemplo as áreas populares. Contudo, é possível compreender a divisão social da cidade em duas partes: ao norte estavam os mais pobres, onde é localizada a Estação Ferroviária, próximo áreas rurais; ao sul a burguesia, onde ficavam os centros administrativos, área nobre da cidade; e a parte central, onde estava localizado a Praça do Mercado, que era o centro popular da época.

Na planta original da cidade, a Rua Guaicurus inicia na Praça da Estação Central (na época, região do Bairro Lagoinha²⁰) e vai até a Praça do Mercado Municipal (atual Terminal Rodoviário Governador Israel Pinheiro).

A região central da cidade de Belo Horizonte, desde 1897, constitui-se como importante polo industrial e comercial. Seu rápido processo de transição da região central para outros bairros aconteceu devido aos problemas que dificultavam a ampliação de diversos estabelecimentos e pontos comerciais, além da divisão social. O que vamos ver é que, mesmo com a reorganização geopolítica da cidade, o local de baixo meretrício permaneceu na região e

¹⁸ “[...] as ex-colônias agrícolas propostas para a zona de sítios passaram a ser anexadas à cidade e os seus terrenos subdivididos em lotes por companhias de desenvolvimento.” (GOMES; LIMA, 1999, p. 122)

¹⁹ “Favela de Canudos e a Favela de Belo Horizonte estabelecem então a verdadeira trama, as ligações ocultas para além da estratégia da ordem.” (ANTÔNIO DE PAULA, 1997, p. 57)

²⁰ “Mais precisamente, na década de 1950, surge a Lagoinha como espaço emblemático da boemia na cidade, a “Lapa mineira” e a Praça Vaz de Melo - ou Praça da Lagoinha, ou Praça do Bedeco - se consolida como lócus da vida boêmia, segundo afirmam os documentos consultados. Nessa época, a Lagoinha despontou como zona boêmia em substituição ao chamado “quadrilátero da zona” – ruas Guaicurus, Caetés, Curitiba e Avenida Oiapoque.” (FREIRE, 2009, p. 52)

se destacou como uma das maiores e mais tradicionais zonas de prostituição do Brasil (GÓES, 2017).

Com mais de 331km², a capital mineira se tornou rapidamente uma das mais importantes cidades do Brasil. O que antes foi projetada por Aarão Reis e implementada para abrigar 250 mil pessoas (BARRETO A. , Resumo Histórico de Belo Horizonte (1701 a 1947)., 1950), conta atualmente com 2.512.070 habitantes, e ocupa o 6º lugar na lista de municípios mais populosos do país (IBGE, 2020).

Dos 34 municípios da região metropolitana²¹, Belo Horizonte está no centro e é administrativamente dividida em: Regional Barreiro, Centro-sul, Leste, Nordeste, Noroeste, Norte, Oeste, Pampulha e Regional Venda Nova. O hipercentro da cidade, recorte local desta pesquisa, pertence a regional Centro-sul, não se trata de uma pequena dimensão, segundo a lei municipal nº 10.231 (DOM, 2011). A seguir, apresentamos a demarcação do hipercentro de Belo Horizonte (figura 2).

Figura 2 - Planta Administrativa de Belo Horizonte

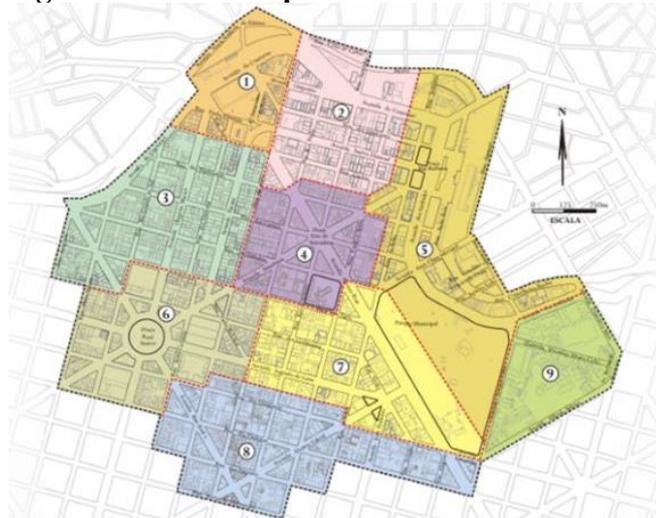


Fonte: Prefeitura de Belo Horizonte

²¹ “Entre 1989 e 2002, a Constituição Estadual de Minas Gerais foi incorporando outros membros à RMBH, que, atualmente, conta com a participação de 34 municípios. Além desses, tem-se o Colar Metropolitano, composto por 16 municípios do entorno da RMBH.” Agência RMBH – Agência de Desenvolvimento da Região Metropolitana de Belo Horizonte. Disponível em: <<http://agenciarmbh.mg.gov.br/municipios-rmbh-e-colar/>> Acesso em: 21/07/2020.

A figura 3 mostra todas as regiões administrativas da cidade, junto a Centro-sul, dando destaque ao Hipercentro de Belo Horizonte. A seguir, a figura 3 compreende os quarteirões correspondentes ao Hipercentro, desenvolvido pela Secretaria Municipal de Políticas Urbanas e seus colaboradores (DOM, 2011).

Figura 3 - Planta Hipercentro de Belo Horizonte



Fonte: Plano de Reabilitação do Hipercentro de BH

Essa área engloba muitos conjuntos urbanos, comerciais e residenciais, imóveis tombados de interesse cultural, alta circulação viária para diversas localidades, acessibilidade e mobilidades urbanas, além de pontos turísticos e seus espaços públicos.

De acordo com o Plano de Reabilitação do Hipercentro de BH (2007), o mapa mostra a delimitação da região e subdivisão de áreas do Hipercentro, que são: 1) Rodoviária e quarteirões adjacentes; 2) Guaicurus, Santos Dumont e Caetés; 3) Paraná, Olegário Maciel, Rio Grande do Sul e adjacências; 4) Praça Sete de Setembro e adjacências; 5) Praça Rui Barbosa, Boulevard Arrudas e quarteirões adjacentes; 6) Praça Raul Soares, Mercados e Adjacências; 7) Avenidas Afonso Pena, Augusto de Lima e adjacências; 8) Funcionários/Lourdes; 9) Área Hospitalar. Consideraremos uma análise mais profunda com as subáreas de números 1, 2 e 3, por serem os pontos que compõem a região pesquisada neste estudo e que tem as principais características:

1. Rodoviária e quarteirões adjacentes: área sob a influência direta do terminal rodoviário com a presença de hotéis, serviços e comércio popular orientados para o público que chega à cidade de ônibus e usuários do sistema de transportes coletivo que circulam pela região. É também a entrada para o Hipercentro para aqueles que desembarcam na estação de metrô ou chegam à área a pé vindo dos bairros Lagoinha, Bonfim e adjacências. Os quarteirões do entorno encontram-se entre os mais deteriorados do Hipercentro, apresentando imóveis em péssimo estado de conservação, usos decadentes e presença de população de rua, principalmente nos baixios dos viadutos que também se encontram muito degradados.

2. Guaicurus, Santos Dumont e Caetés: área tradicionalmente associada ao comércio, à diversão e à boemia de caráter popular, goza de reputação negativa segundo o senso comum, como área insegura pela presença de atividades marginais e ligadas à contravenção (casas de prostituição, jogo do bicho e caça níqueis). Do ponto de vista econômico, sofreu com a saída do comércio atacadista da Rua dos Guaicurus na década de setenta e mais recentemente com a decadência do comércio de roupas e armarinhos da Caetés e Santos Dumont e fechamento de hotéis por toda a região. Com a retirada dos camelôs das ruas e criação dos shoppings populares a região vem mostrando sinais de recuperação econômica e ambiental, associada também às obras de reabilitação de logradouros públicos como o terminal da Rua Oiapoque, a Rua dos Caetés, a Praça Rui Barbosa e o Boulevard Arrudas.

3. Paraná, Olegário Maciel, Rio Grande do Sul e adjacências: área também caracterizada pela presença do comércio popular, especializado em ferragens, autopeças, artigos eletrônicos e outras mercadorias para públicos específicos além do uso residencial que é também tradicional na região. Faz a ligação entre as regiões da Praça Raul Soares e da Rodoviária, caracterizada por intenso fluxo de pedestres usuários de coletivos. Nas Avenidas Paraná e Olegário Maciel concentra-se um importante conjunto arquitetônico de estilo Protomoderno com elementos de inspiração Art-Déco que merece ser protegido. (PBH, 2007, p. 14)

Conhecida popularmente de forma poética como *Baixo Centro*, essas três subáreas em conjunto, formam os espaços urbanos que abrigam dia/noite diversos grupos sociais da cidade, por apresentarem características semelhantes de comércio popular, hotéis, praças, cinema, museu, além de proteção do patrimônio de interesse cultural. É importante, também, reconhecer essa localização estratégica composta pelo Terminal Rodoviário, Estação Ferroviária e diversos pontos de embarque/desembarque urbanos como equipamento de transporte (ônibus, metrô) para área e de uso coletivo para a população em geral.

2.2 Complexo de Diversões Guaicurus: lazer sexual na capital mineira

A Rua Guaicurus, inicialmente, foi setor industrial da cidade que abrigava o comércio atacadista, serviços de hospedaria e era ponto de encontro dos boêmios. Ao longo do tempo a Guaicurus teve diversas ressignificações de seu uso, devido aos problemas de infraestrutura, como os constantes alagamentos ocasionados pelo Rio Arrudas, localizado na região, e a expansão da cidade. As mudanças do movimento industrial e comercial para outros cantos da cidade, influenciou no processo de desvalorização da Rua Guaicurus e se tornou uma área voltada para a zona de prostituição (OLIVEIRA M. Q., 2008). Contudo, hoje, na memória da cidade a região é um local voltado ao comércio popular, frequentada pelas camadas mais populares e algumas de suas edificações relacionadas ao serviço sexual.

Quando surgem relatos sobre a Belo Horizonte do início do século passado, há sempre a indicação de um polo boêmio no centro da cidade. E o coração desse reduto bêbado, musical e promíscuo foi a rua Guaicurus. Ali, se reuniam em cabarés e bares homens de todas as idades e classes sociais: dos mais pobres aos intelectuais ricos. Hoje, esse símbolo histórico ainda resiste, mas o cenário é outro. A Guaicurus do século XXI é ponto de prostituição e viveu ao longo dos últimos cem anos um processo de constante degradação. (CARDOSO; SILVA, 2016, p. 4)

Os primeiros anos da cidade são marcados pela presença quase exclusiva de serviços sexuais feitos por mulheres, praticada nos cabarés localizados nas partes baixas do centro da cidade. Esta divisão é bem demarcada por moradores e trabalhadores da cidade quando pensam que o divisor é a Avenida Afonso Pena. A parte superior a avenida é um caminho em direção à zona centro sul e a parte inferior, o *baixo centro*, é onde está localizado, hoje, os shoppings populares. Antigamente, além do comércio atacadista e varejista, funcionava também, como centro cultural farrista destinado ao público local e turistas²², por se localizar no corredor que dá acesso ao Terminal Ferroviário, Rodoviário e outros estabelecimentos comerciais (OLIVEIRA M. Q., 2008).

O serviço sexual em Belo Horizonte, entre os anos de 1897-1930 era abrigado nos cabarés, casas administradas principalmente por cafetinas. Os cabarés eram estabelecimentos comerciais onde geralmente aconteciam apresentações artísticas (música, dança e variedades). Estes locais, eram pontos de encontro de homens da elite da cidade, onde era permitido beber, dançar e consumir refeições. “Essas atividades artísticas e de entretenimento davam aos cabarés uma dimensão pública em que a prostituição ficava subentendida” (ANDRADE; TEIXEIRA, 2004, p. 141).

Apesar da alta concentração do serviço sexual no *Baixo Centro* da capital mineira desde o surgimento da cidade, o sexo pago era condenado, mas tolerado. Prática que não é considerada crime, desde os anos anteriores aos de hoje, “mas um comportamento que precisava ser objeto de controle e regulamentação pelas autoridades policiais e médicas” (ANDRADE; TEIXEIRA, 2004, p. 140).

Com o desaparecimento dos cabarés, surgem os *Hotéis de Batalha* (hotéis de sexo). Estes estabelecimentos eram compostos por diversos quartos, que eram alugados e destinados ao serviço sexual, fator importante para a popularização dessas práticas na região, direcionando o atendimento principalmente às camadas médias e populares da sociedade (GÓES, 2017).

Dessa forma, com o intuito de evitar a disseminação de trabalhos sexuais pelas ruas da cidade e a exposição de famílias de bem, aumentou-se a repressão do Estado (auxiliada pela polícia e vigilância sanitária) com o atravessamento histórico perpassando por momentos conturbado, como a ditadura militar (ANDRADE; TEIXEIRA, 2004).

A Guaicurus resistiu. Mesmo com o estereótipo social de sociedade provinciana que carregava o povo belo-horizontino, a cidade moderna proposta por Aarão Reis concentrou seus desejos idealizados apenas no projeto da cidade. A região até a década de 1980 exerceu grande

²² “Neste bairro, perto da estação do trem de ferro, instalaram-se as mulheres de isca. Não haviam sido convocadas por Aarão Reis, mas se instalaram.” (ANDRADE; TEIXEIRA, 2004, p. 143)

fascínio sobre a elite composta por homens héteros, mesmo com a transição dos cabarés para os atuais hotéis (GÓES, 2017).

2.2.1 Alcinha da zona boêmia

As antigas dinâmicas pretendidas para a cidade, ditando ordenamentos e comportamentos sociais, ajudaram a compreender o movimento da capital. Seus espaços de sociabilidade e a educação conduzida privando prazeres, desejos e pulsões não foram suficientes para condenar as práticas de embriaguez, prostituição e os divertimentos da população por parte do poder do Estado. As tentativas provincianas de coibir parte do repertório da vadiagem não foram suficientes para os afastamentos do que era considerado imoral (MORENO; VAGO, 2011).

A *zona boêmia*, que é conhecida culturalmente como reduto de prostíbulos na capital, também é chamada popularmente por *sobe e desce*, *complexo de diversões*, ou simplesmente *guaicurus*. As ruas da região são constituídas por edificações antigas que geralmente tem na base térrea comércio atacadista e varejista, lanchonetes, botecos *copo sujo*²³, estacionamentos e acesso a estabelecimentos de lazer sexual.

Percebemos que durante a investigação da pesquisa não foram encontrados registros da presença de peças gráficas no contexto histórico da Guaicurus e de seus estabelecimentos de temática sexual até os anos 2000. Entretanto, pode-se notar, em conversa não-registrada com o advogado da Associação dos Amigos da Rua Guaicurus (AARG), que a comunicação feita por esses locais e sujeitos foram de forma velada em anteriores mecanismos de comunicação como a parte *relax* da sessão de classificados em periódicos jornalísticos impressos, em cabines telefônicas e orelhões com adesivos, panfletos e cartões contendo contatos de trabalhadoras do sexo, além de filipetas distribuídas pelas ruas da região²⁴. Sendo assim, a presença de peças gráficas apresentadas pelos hotéis de sexo não fora datada - todavia, o que antes era escondido, hoje é facilmente visto e notado pelas pessoas que transitam na região.

Antes de abordarmos o funcionamento dos hotéis de sexo, é interessante evidenciar o nome Complexo de Diversos Guaicurus. Para este feito analisaremos uma faixa encontrada no local (figuras 4 e 5).

²³ Bar simples, estabelecimento comercial onde se vendem bebidas em geral, porções e lanches.

²⁴ Pontos serão descritos no capítulo 2 **Design como comunicação visual**.

Figura 4 - Hotel Vitória

Figura 5- Faixa inauguração²⁵



Fontes: Arquivos Pessoais, 01/2020.

Esses registros fotográficos (figura 4 e 5) conseguem ilustrar a interferência da comunicação na fachada do prédio e assumem de forma descarada o lazer sexual como uma opção de serviço sexual na região do Complexo de Diversões Guaicurus, próximo ao Terminal Rodoviário de Belo Horizonte. Esses registros que consideramos peça gráfica de caráter informativo, serão capazes de abordar o título desta dissertação e reconhecimento da região. Está exposta na fachada do *Hotel Vitória*, localizado na Rua Curitiba, nº 224, mas não é intuito desta pesquisa fazer análise das edificações urbanas - por este motivo, a leitura do estilo arquitetônico é descartável.

A peça a ser analisada é uma faixa pintada à mão. Estas geralmente são feitas por um letrista (profissional que desenha e/ou pinta letras, números em faixas ou tábuas para estabelecimentos), em tecido (TNT)²⁶, de altura fixa de 70cm e comprimento horizontal grande (não foi possível medir e identificar o tamanho), acabamento em bastão de madeira nas laterais para deixar a peça gráfica reta e dar resistência ao material. Sobre as informações descritas, temos em cor preta o texto “EM BREVE” na parte superior branca do tecido, ao centro escrito em cor vermelha “INAUGURAÇÃO DE MAIS UM HOTEL” tendo a cor amarela no retângulo

²⁵ Futuro estabelecimento comercial com oferecimento de serviço sexual.

²⁶ Materiais, aplicações e produção gráfica não serão discutidas nesta dissertação, apenas como citadas.

central como plano de fundo e dando fechamento informativo da peça gráfica identificamos o texto “DO COMPLEXO GUAICURUS” na parte inferior branca da faixa na escrito cor preta.

Apelidado popularmente pelos *belorizontinos*, o Complexo da Lagoinha é um conjunto de vias, avenidas, ruas, passarelas e túneis. Em uma região que faz limite do centro da capital mineira e alguns bairros adjacentes (como Lagoinha, Floresta, Bonfim) a área é composta por córrego subterrâneo e rio a céu aberto (Ribeirão Arrudas), além de trilhos férreos, viadutos e trincheiras. Um grande complexo de se entender e que leva a diversos pontos da cidade, assim como aos mais de 25 (vinte e cinco) hotéis que oferecem serviço sexual na tradicional região de reduto da boêmia da capital mineira, o que chamamos de Complexo de Diversões Guaicurus.

2.2.2 Funcionamento dos hotéis de sexo

O funcionamento é o mesmo até hoje, contudo a cafetina sede lugar ao gerente e não existe mais vínculo entre as profissionais do sexo e os superiores durante a prestação de serviços sexuais. É cobrado uma diária pelo uso do quarto – onde elas realizam o serviço com o cliente. A trabalhadora sexual tem autonomia para definir o horário de atendimento, se quer trabalhar em outros hotéis de sexo ou até mesmo optar por estabelecer um horário e local fixo. Góes (2017), considera que mesmo com a autonomia de trabalho das profissionais do sexo, gera invisibilidade. Juliana Góes destaca que:

Em relação à legislação, a prostituição continua sendo uma atividade legal. Além disso, em 2002, a Classificação Brasileira de Ocupação – CBO, do Ministério do Trabalho e Emprego, passou a reconhecer as profissionais do sexo. Porém, o código penal não diferencia a prostituição e a exploração sexual (normalmente associada ao tráfico de pessoas e à exploração infantil), o que faz as atividades ao redor da venda de serviços sexuais serem crimes (lenocínio), conformando a promoção de uma cidadania limitada às profissionais do sexo. Há vários relatos, por exemplo, de mulheres que procuraram a Delegacia Especializada de Atendimento à Mulher de Belo Horizonte, vítimas da violência de algum cliente, e tiveram seu atendimento negado por estarem se prostituindo durante o ocorrido. Caso tenham algum problema com a gerência dos hotéis, elas também não conseguem acessar o sistema de justiça. Além disso, a profissão não é regulamentada, de forma que as trabalhadoras do sexo não possuem direitos trabalhistas completos. (GÓES, 2017, p. 67)

A grande maioria dos hotéis de sexo funcionam em dois turnos: de segunda-feira a sábado, sendo o primeiro período das 08h00min às 16h00min horas, considerado diurno; e o segundo turno das 16h00min às 23h00min horas sendo o período noturno. Os valores cobrados para os aluguéis dos quartos, para que seja realizado o atendimento sexual, variam entre R\$ 30,00 e R\$150,00, e cada hotel de sexo tem sua política de funcionamento e sua tabela

tarifaria²⁷. A figura 6 é um registro fotográfico da tabela informativa de preços encontrado no mural localizado na recepção do *Magnífico Hotel*.

Figura 6 - Tabela de preços (diária) - Magnífico Hotel

DIÁRIAS	
DE SEGUNDA A SÁBADO	
DIURNA - R\$ 90,00	(de 8 as 16 hs)
BICO DIURNO - R\$ 70,00	
NOTURNA - R\$ 80,00	(de 16 as 23 hs)
BICO NOTURNO - R\$ 60,00	
DOMINGOS E FERIADOS	
DIURNA ÚNICA - R\$ 100,00	
PAGANDO A DIÁRIA ATÉ AS 19:00 HORAS - R\$140,00	
APÓS AS 19:00 HORAS R\$ 150,00	

Fonte: Arquivo Pessoal, 09/2019.

Como podemos observar na figura 6, além do que foi descrito, existem as opções de bico diurno e noturno na tabela de preços - os mesmos referem a uma jornada extra de permanência no estabelecimento contratado pela trabalhadora sexual. Aos domingos e feriados o funcionamento do hotel é no período diurno das 08:00 às 16:00, o horário noturno de 13:00 até as 19:00. Aquelas que optam por prorrogar o período é cobrado um acréscimo e para o período noturno é R\$150,00, a permanência para trabalho pode ser estendida até as 07:00 do dia seguinte. Os quartos alugados têm tarifação única e a permanência é negociada entre a trabalhadora do sexo e a gerência do hotel.

Consideramos importante salientar que alguns estabelecimentos de sexo no Complexo de Diversões Guaicurus localizado no hipercentro da capital mineira, operam como moradia

²⁷ De acordo com Associação dos Amigos da Rua Guaicurus (AARG), cada hotel possui uma tabela fixada na recepção destinado as informações do estabelecimento para as profissionais do sexo. Esse informe contém os valores cobrados referente ao aluguel do quarto, horário de funcionamento, o que é – ou não – permitido, o que está disponível para uso (como roupa de cama, toalhas, papel higiênico, entre outros). Kits de sexo seguro (com camisinhas, preservativos, gel lubrificantes) e informativos sobre IST/HIV são disponibilizados pela Associação das Prostitutas de Minas Gerais (APROSMIG).

para as trabalhadoras sexuais. Durante a pesquisa feita em campo entre os meses de setembro de 2019 e janeiro de 2020 não conseguimos estabelecer contato para melhor esclarecer as informações sobre os valores cobrados para permanência mensal ou diária, nem quais os hotéis oferecem esse tipo de serviço e/ou possibilidade de cobrança mensal²⁸.

Dessa forma, a relação cliente e trabalhadora sexual, também, se torna racional e impessoal. Afinal, neste novo modelo de negócio em muitos estabelecimentos não existem espaços de socialização (pista de dança, bar) e o que antes poderia render noite a fora, agora existe tempo de duração do programa (ANDRADE; TEIXEIRA, 2004). Sendo assim, a profissional do sexo não tem vínculo empregatício com o local de trabalho, apenas alugam os quartos por período. Já a promoção da prostituição²⁹ não é estabelecida e a atividade comercial realizada pelos (as) proprietários (as)³⁰ dos hotéis é de aluguel de quartos³¹ (GÓES, 2017). Em conversa não-registrada com a presidente da APROSMIG, ela afirma que, aproximadamente, duas mil mulheres passam pelos quartos da Guaicurus diariamente: “Em um dia de trabalho produtivo, elas chegam a fazer 50 programas, mas, atualmente, muitas dizem fazer apenas a metade”.

Os frequentadores da zona boêmia da capital mineira, são homens de classe social vulnerável (desempregados, estudantes, trabalhadores, aposentados), de idades variadas, moradores do subúrbio e região metropolitana de Belo Horizonte³² (LARA, 2014). Entretanto, Edson Cruz, da AARG, em conversa não-registrada em uma das visitas feitas na região, destaca que o principal cliente da Guaicurus é o trabalhador da construção civil, da indústria automobilística, da siderurgia, da mineração: “É o peão. Se ele está em crise, os corredores da Guaicurus também estão em crise. Com isso, as mulheres daqui também estão em crise”.

Neste contexto, é que se consegue estabelecer a ideia de que os hotéis de sexo são os territórios onde são encontradas as promoções e manifestações de serviços sexuais como

²⁸ Durante uma das visitas realizadas no Complexo de Diversões Guaicurus, obtivemos essa informação durante conversa sigilosa com uma das profissionais do sexo (consideramos que esse tipo de serviço seja confidencial). Todavia, durante a escrita desta dissertação, obtivemos as informações de que trabalhadoras sexuais ficaram sem moradia “desde o estouro da pandemia de coronavírus em Belo Horizonte”. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2020/03/20/interna_gerais,1130945/coronavirus-pandemia-deixa-prostitutas-de-bh-sem-renda-e-moradia.shtml> Acesso em: 25/03/2020.

²⁹ Promoção de prostituição se configura em lenocínio que é “*Nomen iuris* de crime contra os costumes, compreendendo a mediação para servir à lascívia de outrem, favorecimento da prostituição e rufianismo. De acordo com a sua maneira de execução, distingue-se em gratuito (o agente não visa ao lucro) e lucrativo (o agente o pratica com interesse material).” Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/topicos/289840/lenocinio>> Acesso em: 07/08/2020.

³⁰ Há mais de uma mulher proprietária em mais de dois estabelecimentos.

³¹ Informação concedida a partir da conversa sigilosa feita com gerente de um dos hotéis.

³² Cidades da região metropolitana Betim, Caeté, Contagem, Ibirité, Lagoa Santa, Nova Lima, Pedro Leopoldo, Raposos, Ribeirão das Neves, Rio Acima, Sabará, Santa Luzia e Vespasiano.

práticas de lazer. Considerado um produto da indústria cultural e comercial baseada no consumo, o lazer de prazer imediato vem sofrendo intensas modificações. Expondo o objeto do desejo, a indústria cultural apenas excita o prazer, apresentando a satisfação como uma promessa rompida.

Estes hotéis, dispõe de alvará de abertura e funcionamento, como estabelecimentos de alta rotatividade. Geralmente são associados ao Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de BH e Região Metropolitana (SINDHORB). A partir da consolidação do Complexo de Diversões Guaicurus na região central da capital mineira, foi criada a Associação dos Amigos da Rua Guaicurus (AARG), registrada como atividade de associações de defesa de direitos sociais nº: 94.30-8-00 no ano de 2006. Segundo Edson Cruz, diretor da AARG:

A finalidade que a associação trouxe para a região é da grande preocupação com o caso da Prefeitura com o sistema de revitalização local. [...] A associação começou com os comerciantes e os hotéis da zona boêmia, porquê nesses hotéis existia uma cobrança muito grande. Cobrança da própria Prefeitura Municipal, cobrança do Corpo de Bombeiros, cobrança da Polícia Militar com o sistema do CONCEP de segurança local, então nós achamos convenientes criarmos uma associação para que nós tenhamos um diálogo mais aberto e mais tranquilo. (BUENO; MOREIRA, 2012)

2.2.3 Locais para fechar negócios

Em uma das visitas feitas à sede da APROSMIG, nos deparamos com algumas profissionais do sexo conversando e nos chamou atenção ao encerramento do diálogo em que uma delas expressou “Bora meninas, hora de fechar negócio!”. Fomos esclarecidos por uma outra mulher que estava no local que esta frase é conhecida entre quem realiza os serviços sexuais e significa: ir ao trabalho, conquistar clientes, fazer programa, ir à luta ou simplesmente fechar um negócio.

Procuramos esses locais e foram encontrados o total de 38 (trinta e oito) estabelecimentos de temáticas sexuais: são 28 (vinte oito) hotéis de sexo, sendo 3 (três) encontrados totalmente fechados (sem atividades) e 1 (um) estava em reforma prestes a inaugurar³³; localizamos 2 (dois) cinemas dedicados à exibição de filmes pornográficos; visitamos, também 1 (um) local com cabines eróticas; e por fim, foram encontrados 3 (três) lojas de artigos e produtos eróticos.

Sendo assim, foram analisadas nesta pesquisa apenas peças gráficas de estabelecimentos devidamente associadas ao AARG. O mapa abaixo (figura 7) permite a melhor visualização do recorte e nele estão demarcadas as localizações dos espaços de lazer sexual encontrados no Complexo de Diversões Guaicurus na região do centro da cidade Belo Horizonte.

³³ Durante o processo de escrita da dissertação ocorreu a inauguração do estabelecimento e recebeu o nome de Hotel Vitória.

Figura 7 - Mapa Complexo de Diversões Guaicurus



Fonte: Arquivo Pessoal, 03/2020.

A seguir, faremos uma análise geral dos hotéis de sexo³⁴, utilizando alguns registros fotográficos encontrados na *internet* para melhor figurar esses locais do Complexo de Diversões Guaicurus, localizado no hipercentro da capital mineira.

Figura 8 - Registro Rua Guaicurus



Fonte: Google Maps. Acesso em: 07/08/2020.

Este é um dos pontos da Rua Guaicurus em que autor foi diversas vezes durante a visita em campo. Ao chegar ao logradouro de número 624, deparou com prédio de velha pintura nas cores vermelho e amarelo, coberto por poeira e registros de arte de rua. Percebemos na figura 8 uma lanchonete à esquerda; em seguida a entrada da Pensão Mineira (hotel de sexo) e ao lado um estacionamento automotivo - na sua parte interior (no fundo) é localizado AARG e a APROSMIG³⁵.

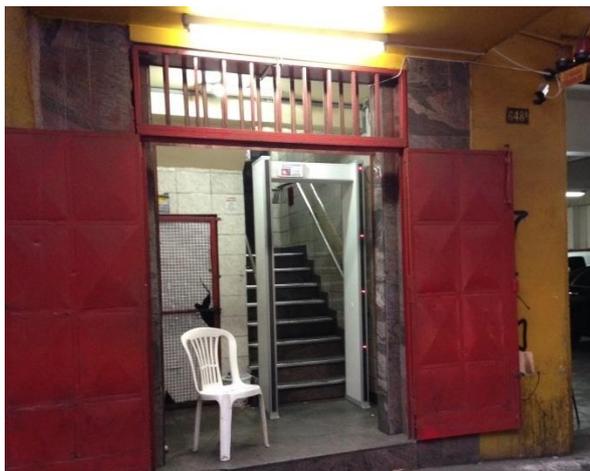
Na parte superior desses edifícios, muitos tombados pelo patrimônio público da cidade, são encontrados alguns os hotéis de sexo. Com entradas simples, muitas vezes com várias escadas, o movimentado *sobe e desce*³⁶ de clientes dá acesso aos hotéis de sexo, espaços de lazer sexual.

³⁴ Não é o intuito desta pesquisa fazer uma análise ampla e detalhada dos locais.

³⁵ O diretor da Associação dos Amigos da Guaicurus (AARG), que é proprietário do estacionamento e da Pensão Mineira, cedeu espaço como ponto cede temporário da Associação das Prostitutas de Minas Gerais (APROSMIG)

³⁶ “Aos que desconhecem a expressão, ela vem de uma característica comum da rede hoteleira da rua: as longas e gastas escadarias, nas quais homens enfileirados sobem e descem o dia inteiro, de segunda a segunda, à procura de sexo.” (SUAREZ, 2018)

Figura 9 - Entrada hotel de sexo



Fonte: Uol, entrada Hotel Montanhês, foto: Warley Dias.

A porta de entrada (figura 9), na maioria dos hotéis de sexo do Complexo de Diversões Guaicurus, tem a presença das cores vermelho e amarelo em suas portas/paredes, ao entrar já notamos a presença de uma porta com detector de metais, câmera de segurança e outra passagem, mesmo que menor, que também permite acesso. A iluminação é feita por lâmpadas amarelas, muitas vezes sobreposta a acetato vermelho e em alguns estabelecimentos fazem o uso de luz *neon*, globo de luz ou efeitos similares. Esses efeitos funcionam como forma de atração decorativa e se assemelham a ambientes festivos (como espaços de dança). Músicas ambientes, ou altas, vindo de quartos particulares das profissionais, ou até mesmo do próprio corredor do estabelecimento, tornam o ambiente descontraído.

Os longos corredores induzem o visitante a percorrer o lugar e descobrir seus múltiplos quartos, de diferentes tamanhos. As trabalhadoras ora se posicionam na porta dos quartos, ora dentro, sentadas, deitadas, dançando dentro dos quartos, com roupas ousadas, lingerie, seminuas ou completamente despidas tentando atrair seus clientes (figura 10).

Figura 10 - Interior hotel de sexo



Fonte: O Beltrano, corredor Magnífico Hotel, foto: Flavio Tavares.

Achamos curioso o fato que todos os hotéis de sexo, sem exceção, têm uma imagem de São Jorge em papel, quadro ou estátua, seja na entrada ou dentro do estabelecimento. Em conversa sigilosa com um profissional do sexo, fomos informados que figura serve para proteção dos lugares do gênero.

Em alguns hotéis, foi possível notar a presença de TVs exibindo filmes pornográficos, como se os corredores funcionassem também como salas de espera ou parte da estratégia de comunicação visual. Nos longos corredores cheios de portas, a ventilação é mecânica (ventiladores, exaustores, ar condicionado) e são usados incensos para aromatizar o ambiente.

Figura 11 - Quarto hotel de sexo



Fonte: Uol, quarto Hotel Mirage, foto: Tatiane Kely.

As figuras 11 e 12 ilustram um dos quartos, que no geral são considerados simples, composto por pia (para higienização), cama (geralmente) feita com materiais de construção em sua base, colchão com revestimento e geralmente possuem falsas janelas (ou não) e/ou basculantes que permitem a passagem de ar.

Figura 12 - Quarto moradora residente



Fonte: O Beltrano, quarto do Magnífico Hotel, foto: Flavio Tavares.

As profissionais residentes podem incrementar seus quartos com mais conforto, uma decoração diferenciada, ventiladores e montam um aparato físico para servir de vitrine de oferecimento e uso adicional de alguns equipamentos sexuais na hora da relação, como: vibradores, algemas, lubrificantes, cintas penianas, plugs anais e réplicas penianas de diversos tamanhos, formas e cores.

Figura 13 - Bar hotel de sexo



Fonte: O Beltrano, bar do Hotel Stylus, foto: Flavio Tavares.

Alguns hotéis de sexo possuem um espaço dedicado a socialização dos clientes e trabalhadoras de sexo, com bares, pistas de danças e músicas, fazendo um resgate aos cabarés de outrora. Essas áreas não são limitadas ao uso apenas dos frequentadores e trabalhadores do hotel, é aberto ao público de faixa etária igual ou superior a 18 anos de idade, para consumo de bebidas, comidas, música e comemorações em geral. Em conversa sigilosa com o administrador responsável pelo *Hotel Stylus*³⁷, notamos que esses espaços adjacentes são gerenciados por pessoas/grupos terceirizados não vinculados ao local, fazem cobrança de entrada em dias de shows e cobrança de produtos consumidos por ficha. Os que não têm essa opção de entretenimento à parte dispõem de um local dedicado a um bar com vendas de bebidas, alcoólicas e produtos alimentares para as trabalhadoras e clientes. É permitido fumar dentro dos estabelecimentos, mesmo os que não apresentam espaço de socialização, só com os seus corredores.

2.3 Profissionais do sexo no território urbano

De acordo com Medeiros e Barbosa (2011), a sociedade carregada de ideias morais e tabus fundamentados em princípios religiosos e, sobretudo, machistas, insiste em classificar as mulheres em duas categorias: santas ou pecadoras, com o intuito de reforçar a separação entre

³⁷ Informação obtida a partir da pesquisa em campo.

mulheres de bem e mulheres para a diversão. Essas concepções estão ligadas intimamente ao lugar onde as mulheres transnoitam: *espaço público e privado*³⁸.

Segundo Hobsbawn (1995), grande parte da sociedade partilhava de alguns padrões básicos (construção de família nuclear, patriarcado, adultério), mesmo diante das diferenças culturais, até a segunda metade do século XX. No entanto, ele considera que na segunda metade do século XX, os padrões semelhantes na humanidade, apesar de resistentes, se transformaram e modificaram.

A cultura jovem tornou-se a matriz da revolução cultural no sentido mais amplo de uma revolução nos modos e costumes, nos meios de gozar o lazer e nas artes comerciais, que formavam cada vez mais a atmosfera respirada por homens e mulheres urbanos. Duas de suas características são, portanto, relevantes. Foi ao mesmo tempo informal e antinômica, sobretudo em questões de conduta pessoal. Todo mundo tinha de “estar na sua”, com o mínimo de restrição externa, embora na prática a pressão dos pares e a moda impusessem tanta uniformidade quanto antes, pelo menos dentro dos grupos de pares e subculturas. (HOBSBAWM, 1995, p. 257)

Do ponto de vista do historiador, a igualdade entre os sexos e as gerações se tornaram vigentes na sociedade, os padrões sociais que regulavam as relações humanas se modificaram e conseguimos compreender que a *revolução cultural* é um fenômeno que acelerou a transformação da moral, de costumes, hábitos e conhecimentos.

A mulher, que antigamente vivia para os afazeres domésticos e se dedicava à família no *espaço privado*, passou a ir para as ruas e a conviver em sociedade, no *espaço público*, exercendo atividades, funções e comportamentos que antes eram realizados por homens. Em meados de 1960, os movimentos feministas permitiram o direito à participação da vida pública e a igualdade social. “A partir desse período, as mulheres passam a ser pensadas pelas suas individualidades e concepções culturais coletivas” (MEDEIROS; BARBOSA, 2011, p. 113 e 114).

Entre os percursos que possibilitaram as participações das mulheres no espaço público, umas das formas degradantes para inserções sociais estão os serviços sexuais. Eles são reconhecidos como um dos mais memoráveis produtos de comércio da humanidade. Existem relatos que a prostituição existe desde a Grécia Antiga e essa atividade profissional, ao longo da história, sempre sofreu preconceitos e foi colocada à margem da sociedade (SHREINER, et al., 2004). “A prostituição constitui-se como uma prática milenar que tradicionalmente tem subvertido o exercício ‘controlado’ da sexualidade via instituições sociais” (GUIMARAES; MERCHAN-HAMANN, 2005, p. 525). As instituições sociais³⁹, que podemos identificar como

³⁸ O fundamento conceitual de público e privado é relacionado ao pensamento de Arendt (2010) em que distingue a casa (*oikos*) e a cidade (*polis*), dois diferentes espaços na Grécia Antiga.

³⁹ Família, Religião, Educação, Lazer, Economia, Segurança, Lei, Estado, etc.

interações entre indivíduos como forma de suprir as necessidades da sociedade, contrapõem ao estigma ligado a prostituição que há milênios é ligada ao imoral e a promiscuidade, reduzindo as pessoas envolvidas como humanas (GUIMARAES; MERCHAN-HAMANN, 2005).

A prostituição nunca foi vista com bons olhos pela sociedade brasileira. Contudo, no final do século XIX e início do XX, ambas a prática e a exploração da prostituição eram consideradas males necessários. Existia uma certa tolerância, devido à constante presença dos homens nos cabarés, onde a sexualidade dos homens era entendida como uma necessidade de saciar o desejo natural (GÓES, 2017). Por outro lado, o discurso social era ponto fundante da existência do serviço sexual devido às desigualdades sociais, desemprego e pobreza; além “da perda de referências morais tradicionais que a cidade, com seu anonimato e heterogeneidade, produzia” (ANDRADE; TEIXEIRA, 2004, p. 139). Devido aos descontroles morais produzidos nos estabelecimentos de sexo (cabarés), uma região da cidade de Belo Horizonte foi simbolizada por ser lugar de vício e perdição. Para Andrade e Teixeira:

A prostituição era vista como fato natural e social. Natural por dar vazão aos instintos sexuais e “estar ligada ao organismo humano que, desde o pecado original, tem como aspecto prevalente a carne”, e social porque “é produzida pela aglomeração humana, pelo funcionamento da sociedade”. Essas seriam as duas fontes da tão propalada ideia da prostituição como um mal necessário, que, durante esse período, orientou as ações de controle da prostituição pela sociedade e os poderes públicos. (ANDRADE; TEIXEIRA, 2004)

Como observa Melo (2003), não há dúvidas de que um estudo sobre sexualidade "requer certo cuidado, sobretudo com as abordagens do senso comum que normalmente permeiam o debate". Problemas como a discriminação social e cultural servem como estímulo e justificativa para a pesquisa sobre a objetificação do corpo em diversos campos. "A estigmatização da prostituição é algo notório em nossas sociedades." Ainda segundo Melo:

[...] no caso específico da prostituição, é de suma importância para os estudiosos do lazer, uma vez que cria uma situação que supostamente poderia eliminar uma barreira para a fruição do lazer. Mas isso significa uma forma de preservação forçada da identidade, o que não deixa de representar outra barreira, já que restringe a participação da prostituta em sua totalidade de papéis, seja de mãe, mulher e/ou profissional. (MELO, 2003, p. 168)

A condição sociocultural, nos permite perceber que a prostituição indica múltiplas ações preconceituosas e discriminatórias, capazes de inferiorizar a pessoa como ser humano. Como vimos anteriormente, uma sociedade como a brasileira expressa o sentimento de que o trabalho sexual está localizado em um espaço marginalizado, onde é permitido a realização dos desejos sexuais e o deleite das necessidades biológicas dos homens (GUIMARAES; MERCHAN-HAMANN, 2005).

2.3.1 Trabalhadoras do sexo: cis/cisgênero, trans/transgênero e travestis

As regiões que aglomeravam as atividades sexuais e divertimento eram conhecidas como *zonas*. Em Belo Horizonte, o começo das atividades de sexo profissional teve dois momentos importantes na história do trabalho sexual brasileiro⁴⁰: a vinda de mulheres estrangeiras e a perseguição a mulher trabalhadora do sexo. O embranquecimento dos bordéis no Brasil se deu pela chegada de mulheres europeias, fossem francesas, polonesas e outras nacionalidades. Vieram seduzidas pelo potencial do comércio sexual brasileiro: a atividade não era ilegal e, além disso, era tolerada. Essas mulheres se tornaram as grandes atrações artísticas dos estabelecimentos (ANDRADE; TEIXEIRA, 2004).

Antes de falarmos sobre as trabalhadoras do sexo, destacamos dois pontos que ilustram o surgimento da profissional do sexo no Brasil e a posição que a mulher negra ocupava após abolição da escravatura em 1888 (Senado, 2008), considerando o período próximo a idealização da capital mineira, fundada em 1897. Prechet (2020) pontua que a dinâmica da prostituição no final do século XIX era escravizada, devido à presença de mulheres "brasileiras" negras e pardas "caídas na prostituição":

Se por um lado as prostitutas estrangeiras, mesmo que mal faladas por certos sujeitos da sociedade que não concordavam com a prostituição, tinham liberdade e o direito ao comércio de seu corpo colocados como um problema social, as prostitutas negras, além de serem atacadas por conta da prática do meretrício, precisavam ainda lidar com a vigência da escravidão, o racismo científico e com a ideia de que seus corpos representavam uma ameaça sanitária devido à crença de que negros eram desprovidos de qualquer senso moral e que por isso prejudicavam o desenvolvimento nacional. (PRECHET, 2020, p. 68 e 69)

Segundo Oliveira (2008), a origem da prostituição ocorreu nos trabalhos escravos e atividades domésticas, atrelada à luta pela emancipação da mulher e inserção do trabalho. O florescimento da prostituição ocorreu após a revolução industrial, através da formação de aglomerações urbanas e redutos de pobreza. No Brasil, durante o século XIX, a maioria das prostitutas eram escravas negras:

Tal como acontecia com as meninas conchavadas em Buenos Aires, para as escravas no Rio de Janeiro a prostituição se misturava a uma variedade de serviços domésticos. (...) Mesmo depois da abolição da escravidão, nos primeiros anos do regime republicano, ainda se podiam encontrar, nas mesmas ruas do centro do Rio, jovens baianas e afrodescendentes às janelas e portas de suas casas. Mas a essa altura essas janelas eram cada vez mais disputadas com as prostitutas brancas e estrangeiras, que passavam a ser vistas como vítimas e escravas de outros senhores irresponsáveis, os proxenetas. (PEREIRA, 2005; *apud*, OLIVEIRA, 2008, p. 15)

⁴⁰ Durante o período recorte definido para esta pesquisa, não foram encontrados estabelecimentos que tivessem a presença do homem como profissional do sexo, no qual pudesse oferecer serviço nos hotéis de sexo.

Góes (2017) considera que outro perfil, diferente das mulheres europeias, era contracenado com as mulheres negras, que tinham *status* de objeto nas cidades brasileiras, devido à exploração sexual sofrida durante e no período após o escravismo. Para ela:

[...] a prostituição – enquanto trabalho escolhido – não existia, e sim a exploração sexual, que costumava vir junto com a exploração do serviço doméstico. A mulher negra era frequentemente assediada e estuprada pelo homem branco, que a via como alguém que deveria servi-lo tanto limpando a casa quanto “acalmado” os seus impulsos sexuais. Além disso, era comum que estes fossem donos de prostíbulos, nos quais usavam as mulheres negras como forma de arrecadação de dinheiro (o tráfico de tais mulheres para o comércio sexual também era normal neste período). Mesmo após a abolição, às mulheres negras continuaram sendo impostos os serviços que elas faziam quando escravizadas, sendo que elas representam hoje a maior parte das profissionais do sexo do Brasil. (GÓES, 2017, p. 64)

O início do trabalho sexual no Brasil, teve maior representatividade no Rio de Janeiro e, em pouco tempo, mulheres de diversas localidades do país ingressaram neste ramo para fins profissionais e de sobrevivência (OLIVEIRA M. Q., 2008). Segundo Prechet:

[...] os negros eram inaptos ao trabalho e por isso degenerados moralmente, que eles carregavam em si a inferioridade, a imoralidade, a incapacidade intelectual, bem como a impossibilidade de civilizar-se. Essas teorias tiveram como expoente a eugenia, que consistia em impedir que as raças classificadas enquanto inferiores se reproduzissem (SCHWARCZ, 1993: p.58). Por isso a relação sexual, principalmente entre mulheres negras e homens brancos, era considerada tão perigosa e se fazia, portanto, necessário e urgente impedir a prostituição de escravizadas para que assim tais relações fossem evitadas. Essas afirmações contribuíram para que tanto médicos quanto policiais vissem na prostituição de mulheres negras a fonte de todos os vícios que se precisava combater, porque as enxergando enquanto imorais e com uma sexualidade exacerbada (ABREU, 2004), colocavam-nas como alvo principal de suas ações para acabar com o meretrício. (PRECHET, 2020, p. 69)

Segundo os pressupostos vinculados aos ideais higienistas, no contexto das expectativas da construção da cidade, como o caso da região da Guaicurus em Belo Horizonte, as prostitutas foram consideradas como ameaças para as construções morais da *boa família* e responsabilizadas pela disseminação de doenças sexualmente transmissíveis. Considerando a contribuição teórica de Guimarães e Marchán-hamann (2005) o modo de representação da mulher trabalhadora sexual atribui características transgressoras:

Não obstante, o reflexo resultante da conjugação desses fatos históricos trouxe a consolidação de um senso comum em que a prostituta passou a ser representada como sendo uma mulher desprovida de alguns traços mais distintivos do gênero feminino. É como se nela estivesse incorporada uma anomalia no sistema de gênero: a mulher que possui uma maneira peculiar de exercer a sua sexualidade, ou seja, o faz de forma pública é desprovida de laços afetivos e, pelo fato de experimentar o sabor da transgressão sexual, não é merecedora da vivência conjugal, familiar e, sobretudo, da maternidade. (GUIMARAES; MERCHAN-HAMANN, 2005, p. 530)

A partir deste breve contexto histórico, percebemos que a identidade social da mulher foi responsabilizada pela construção de estigma e respostas sociais de discriminação e preconceitos em relação ao exercício do trabalho sexual (GUIMARAES; MERCHAN-

HAMANN, 2005). Mesmo com tanta desvalorização, a imagem da mulher prostituta está presente no imaginário da sociedade, e se manifesta nas mais variadas representações artísticas (novelas, romances, teatros, pinturas etc.) e em peças gráficas com o intuito de ilustrar e/ou transmitir mensagens visuais.

Culturalmente, as normas heteronormativas⁴¹, junto às distinções impostas pelas instituições sociais, abrangem diversas categorias existentes no cotidiano de um ser, a identificação de gêneros distintos e definidos em uma relação entre seus pares. Os argumentos biológicos, políticos e religiosos são usados para determinar padrões a serem seguidos por toda sociedade. As principais vítimas da ideologia heteronormativa são as mulheres heterossexuais cis e a comunidade LGBTQI+. A norma heterossexual tem a definição habitual e diluída em sociedade (SILVA; OLIVEIRA, 2016).

Entendemos que as condições de normalidade da heteronormatividade precisam ser problematizadas no entorno das questões sociais, culturais, políticas e de lutas. No entanto, acreditamos que no âmbito das perspectivas da prostituição, as teorias e significações são suficientemente compreendidas com o envolvimento de gênero⁴² e de sexualidade⁴³ (PETRY; MEYER, 2011). Sendo assim, Meyer e Petry (2011) consideram que o gênero enquanto organizador da cultura em articulação com a sexualidade, atravessa a heteronormatividade da sociedade, fazendo com que os corpos de homens e mulheres possam se apresentar de diferentes formas e contribui para que as relações interpessoais possam se constituir.

Andrade e Teixeira (2004) ressaltam que na Rua Guaicurus, onde estão abrigados estabelecimentos sexuais há mais de um século, não há registros da existência de casas ou até mesmo pontos de prostituição masculina até os anos de 1960. Entretanto, há registro do personagem *Cintura Fina*, que foi um frequentador da zona boêmia da cidade no ano de 1953. Conhecido pela sua valentia e habilidades com o uso da navalha, foi figura conhecida em Belo Horizonte por se envolver em ações criminosas e brigas com os frequentadores da zona⁴⁴. Os

⁴¹ “A heteronormatividade visa regular e normatizar modos de ser e de viver os desejos corporais e a sexualidade. De acordo com o que está socialmente estabelecido para as pessoas, numa perspectiva biológica e determinista, há duas – e apenas duas – possibilidades de locação das pessoas quanto à anatomia sexual humana, ou seja, feminino/fêmea ou masculino/macho.” (PETRY; MEYER, 2011, p. 195)

⁴² “remete a todas as formas de construção social, cultural e linguísticas implicadas com processos que diferenciam mulheres de homens, incluindo aqueles processos que produzem seus corpos, distinguindo-os e nomeando-os como corpos dotados de sexo, gênero e sexualidade.” (PETRY; MEYER, 2011, p. 195)

⁴³ “O processo de redefinição e ressignificação das práticas e comportamentos abertos pela transformação da sexualidade em uma qualidade do eu abriu caminho à diversidade sexual crescente e promoveu o pluralismo, a partir de meados do século 20. Práticas antes consideradas perversões são ressignificadas e realocalizadas, como uma preferência entre outras, enquanto expressões da sexualidade.” (RODRIGUES, 2009, p. 69)

⁴⁴ Em entrevista *Cintura Fina* aponta que “A defesa natural começou derivada do ambiente que eu vivia. Mas eles me encaravam mais por ignorância, porque aqui eu fui o primeiro pederástico da zona (...) eu procurava me defender da melhor maneira possível.” (MEDEIRO, 2001, APUD, Andrade; Teixeira, 2004, p. 147)

trejeitos efeminados de *Cintura Fina*, que também foi retratado na minissérie *Hilda Furacão*, não configuram envolvimento nos serviços sexuais.

Nos anos de 1970 já se tem o aparecimento das primeiras travestis⁴⁵ e transexuais⁴⁶ no comércio do sexo em Belo Horizonte, quando a prostituição de rua é intensificada na região e nas proximidades. Os programas aconteciam em hotéis (pousadas) de alta rotatividade ou nos carros dos clientes, porque muitos dos motéis não aceitavam a presença das travestis, por carregarem o estigma de violentas e causadoras da desordem (ANDRADE; TEIXEIRA, 2004).

A pesquisa realizada por Góes (2017) com 304 profissionais do sexo da região da Guaicurus durante o ano de 2016 identificou que 66,45% das mulheres se declaram negras (pretas ou pardas); mais de 50% das entrevistadas tinham entre 18 e 30 anos de idade; das que responderam à pesquisa a respeito da identidade de gênero 2,96% se consideram travestis, 1,64% transgênero (mulher ou homem) e 90,13% mulheres (cisgênero); a pesquisa ainda apontou que 41,12% das entrevistadas têm escolaridade concluída no ensino médio; e mais de 28% não moram na Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH), são de outras cidades.

Durante a pesquisa em campo no Complexo de Diversões Guaicurus na capital mineira, foram identificados hotéis exclusivos de mulheres (cis, trans e/ou travestis). A presença da identidade masculina enquanto profissional do sexo, entretanto, é inexistente na condição de homens *fazendo programa* nos estabelecimentos visitados.

Segundo Freitas (1985), fazer programa é compreendido pela negociação do sexo enquanto atividade profissional - como o tempo a realizado, o valor cobrado e o tipo de serviço a ser feito – controle da interação com o cliente, a prática sexual, entre outros. Contudo, o serviço sexual não é a venda do corpo da mulher: é “uma mulher que aluga seu corpo para jogos sexuais sem amor” (BRAGA, 1982, p. 62). Afinal, quando se vende o corpo este passa pertencer

⁴⁵ As travestis, diferentemente, são pessoas que “[...] que vivenciam papéis de gênero feminino, mas não se reconhecem como homens ou como mulheres, mas como membros de um terceiro gênero ou de um não-gênero”. JESUS, Jaqueline Gomes de. Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos. Brasília: [s.n.], 2012. Disponível em: <<http://www.diversidadessexual.com.br/wp-content/uploads/2013/04/G%C3%8ANERO-CONCEITOS-E-TERMOS.pdf>> Acesso em: 08/08/2020.

⁴⁶ “Transgênero (que, às vezes, é abreviado para “trans”) é um termo genérico utilizado para descrever uma ampla gama de identidades – incluindo pessoas transexuais, travestis, pessoas que se identificam como terceiro gênero ou outros termos não binários, e outros, cujas aparências e características são percebidas como atípicas do gênero. Mulheres trans identificam-se como mulheres, mas foram, ao nascer, classificadas como sendo do sexo masculino. Homens trans sentem-se como homens, mas foram definidos como possuindo o sexo feminino quando nasceram. Algumas pessoas trans passam por cirurgias ou tomam hormônios para colocar seu corpo em harmonia com sua identidade de gênero, outras não. Pessoas trans podem ter qualquer orientação sexual, incluindo heterossexual, homossexual, bissexual e assexual.” Páginas Trans - Projeto Transformação. Nações Unidas no Brasil, 2018. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2019/01/WEB-P%C3%A1ginas-Trans-FINAL.pdf>> Acesso em: 15/08/2020.

a quem o comprou. A atividade profissional consiste em alugar os serviços sexuais por um tempo breve até que se tenha a satisfação de cada cliente (SZTERENFELD, 1994).

Observamos que os valores cobrados por profissionais do sexo por seus serviços nos hotéis que compõem o Complexo de Diversões Guaicurus em BH/MG tendem a ser maiores no período diurno (no que diz respeito ao número de atendimentos), com duração curta entre 5 (cinco) à 10 (dez) minutos e os preços variam entre R\$ 15,00 e R\$ 80,00 (US\$ 3,00 e US\$ 15,00). Em uma das visitas realizadas a campo entre os meses de setembro/2019 e janeiro/2020, tivemos uma conversa sigilosa com uma mulher cis branca, trabalhadora sexual, da região supracitada, e a mesma nos revelou que os seus ganhos mensais chegavam a R\$ 2,800,00 por mês (aproximadamente US\$ 530,00). Além disso, essa profissional concluiu que ganhava muito mais sendo “puta” do que atuando como técnica em enfermagem, sua formação profissional.

Outras variantes são apontadas no estudo feito por GÓES (2017) para melhor identificar o perfil das trabalhadoras sexuais, como o fato de muitas serem mães (60,53%), solteiras (84,78%) e mães solteiras (51,31%). 49,16% veem a atividade sexual como trabalho como qualquer outro. A pesquisa aponta ainda aquelas que alugam quartos nos hotéis do sexo no Complexo de Diversões Guaicurus, sendo de outro estado, município ou até mesmo sendo de Belo Horizonte. Fazem também o uso de nomes falsos, para que seus familiares não descubram sua ocupação e para que diminuam a chance de serem reconhecidas socialmente. O fato de os hotéis de sexo funcionarem no período diurno e vespertino possibilita às mulheres dizerem às suas famílias e seus conhecidos que exercem outra profissão⁴⁷, já que podem atender seus clientes no período das 8h às 18h, de segunda a sábado (BARRETO L. C., 2008).

Acerca das análises objetivas desta dissertação, consideramos importante destacar que dentro do período estabelecido para catalogação e registro de peças gráficas, de setembro/2019 à janeiro/2020, encontramos apenas uma representação da mulher negra em aparatos físicos com o propósito de comunicação visual. Apesar de não representar a promoção do trabalho sexual realizados por mulheres, a peça pode despertar desejos dos receptores que a veem e, indiretamente, pode levar ao consumo do lazer sexual, não só em estabelecimentos que não possuam a presença de uma profissional do sexo, mas por estar concentrado na região onde há a procura por hotéis de sexo.

⁴⁷ “A “vida dupla” é uma estratégia das mulheres para fugirem da *putafobia*. Esta ideologia dissemina a ideia de que as mulheres que vendem serviços sexuais devem ser punidas, castigadas e reprimidas e, para evitarem estas violências, é que as mulheres escondem a sua profissão.” (GÓES, 2017, p. 74)

Figura 14 - Cabines Bar – Porta 07



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

Trata-se de uma plotagem em uma das portas do estabelecimento *Cabines Bar*⁴⁸, localizado na Rua São Paulo, nº 151 do Complexo de Diversões Guaicurus da cidade de Belo Horizonte.

Ao analisar a imagem (figura 14) feita a partir da computação gráfica⁴⁹, considerando o que é visto, notamos na parte superior a presença de um retângulo em cor preto que contém

⁴⁸ Local destinado a transmissão de vídeos pornôis em cabines individuais. A descrição detalhada do local é contemplada no capítulo 3 *Elementos visuais fundamentais da comunicação e do design* desta dissertação.

⁴⁹ Arte feita a partir do uso de computador. (MUNARI, 2006)

escrito em fonte em letras de forma com bordas brancas de espessura fina e preenchimento em cores o título *Video Sex*. A palavra escrita em linhas retas “*Video*” tem a estrutura inicial maior e apresenta redução ao final, é preenchida em cor verde petróleo (verde azulado) e possui baixa saturação (por ser uma cor mais sóbria), por outro lado, a palavra “*Sex*” tem seu preenchimento pelas sequências de cores vermelho e amarelo (consideradas o efeito *degradê*) e de mediana saturação (devido a mistura de cores expansivas). O plano de fundo (que diz respeito ao que é visível atrás do foco principal da peça gráfica) é identificado na cor azul atrás da representação da imagem da mulher preta.

Também faz parte da plotagem os números brancos “07” (correspondendo ao número da porta do *Cabines Bar*) por cima de um desenho/forma que não conseguimos identificar, mas transmite sessão de movimento na arte gráfica, em tom mais claro (que o plano de fundo) da cor azul. Na parte inferior, próximo ao chão do estabelecimento, é visível na peça gráfica o retângulo preto com a referência da marca da produtora pornô *Sexxy Porn*⁵⁰.

Por fim, e não por ordem de visibilidade da imagem, temos a representação do corpo da mulher, de costas, vestida por um conjunto de biquíni na cor branca e com um dos seus seios à mostra. A mulher negra de cabelos lisos longos tem o seu rosto visível com um sorriso e revela sua tatuagem no braço esquerdo.

Por encontrarmos apenas esta peça gráfica na região do Complexo de Diversões Guaicurus da capital mineira, por ser exposta na parte de dentro de um estabelecimento sexual em meio a diversas representações de mulheres branca, consideramos que a imagem da mulher negra, mesmo que modelo/atriz de produções de gênero pornô, assim como profissionais de sexo, é representada em minoria nos estabelecimentos de temáticas sexuais do baixo centro de Belo Horizonte ou nulos no espaço público.

O corpo negro, que há décadas é representado na comunicação visual em posição de inferioridade social – como em telenovelas sendo escravo, empregado e até mesmo em comerciais de produtos de limpeza direcionadas a serviços domésticos (mesmo que atualmente a representação negra tenha tido mais espaço na mídia), ainda é encontrado na publicidade exercendo o papel do negro invisibilizado (WINCH; ESCOBAR, 2012).

Por não serem nem brancas, nem homens, as mulheres negras ocupam uma posição muito difícil na sociedade supracista branca. Nós representamos uma espécie de carência dupla, uma dupla alteridade, já que somos a antítese de ambos, branquitude e masculinidade. Nesse esquema, a mulher negra só pode ser o outro, e nunca si mesma. (...) Mulheres brancas tem um oscilante status, enquanto si mesmas e enquanto o “outro” do homem branco, pois são brancas, mas não homens; homens

⁵⁰ Não encontramos registros da marca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial, mas consideramos como identidade da empresa por ser reconhecida no mercado internacional de vídeos pornográficos com representação no Brasil. Disponível em: <https://sexxy.porn/> Acesso em: 13/08/2020.

negros exercem a função de oponentes dos homens brancos, por serem possíveis competidores na conquista das mulheres brancas, pois são homens, mas não brancos; mulheres negras, entretanto, não são nem brancas, nem homens, e exercem a função de o “outro” do outro. (RIBEIRO, 2016, p. 103)

Ribeiro (2016) percebe que a categorização da mulher é cambiante, as mulheres brancas podem ser vistas em alguns momentos e as mulheres negras são por vezes invisíveis e não são reconhecidas no *status* de mulher negra. Foi possível perceber tal afirmativa pelo corredor do estabelecimento *Cabines Bar* ao ser observada apenas uma porta com a imagem da mulher negra em meio a outras plotagens com a representação de mulheres brancas. Além disso, constatamos durante a visita a campo que mulheres cis brancas cobram valores superiores às mulheres pretas, trans e travestis no Complexo de Diversões Guaicurus. “A beleza é uma categoria branca, ou seja, pela lógica racista ela só é atribuída às mulheres brancas ou claras” (GÓES, 2017, p. 70). Mesmo ocupando espaços nos estabelecimentos de sexo da região, as mulheres negras ainda são vistas como escravas do prazer (sexuais), de mão de obra barata e carregam os estereótipos de pessoas “exóticas”, segundo a lógica racista.

A interseccionalidade é uma conceituação do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação. Ela trata especificamente da forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam as posições relativas de mulheres, raças, etnias, classes e outras. (RIBEIRO, 2016, p. 101)

Ao pensarmos em múltiplos sistemas opressores percebemos que não se devem ser articuladas de forma isoladas as questões de raça, gênero e classe (RIBEIRO, 2016). Como, por exemplo, as trans e travestis, que estão alocadas na atração fetichistas e mesmo assim isto não ser suficiente para alcançar maiores ganhos pela clientela quanto as mulheres cisgênero. Importante ressaltar que questões de violência e de gênero não serão tratadas neste estudo por não ser considerado oriundo ao serviço sexual, mas reconhecemos que a prática e estes locais refletem as violências de gênero e raça. Em acordo com a ideia de Góes:

é um espaço de resistência para as mulheres que seriam condenadas a salários baixíssimos devido à intersecção das opressões. Esse tem sido, inclusive, o principal motivo pelo qual estas mulheres procuram a atividade. (GÓES, 2017, p. 71)

Contudo, destacamos que durante a pesquisa notamos a presença de trabalhadoras sexuais de variadas idades, desde jovens com idade de 18 anos até as que ainda estão ativas no trabalho chegando a atingir seus 60 anos⁵¹. Alguns estabelecimentos são chamados (apelidados) como *Sacolão*, *Pastelão*, *Atacadão*, *Esquinão*, referindo-se ao baixo valor cobrado pelo serviço sexual feito por profissionais de idades superiores a 40 anos, sendo as presenças de mulheres

⁵¹ Durante a pesquisa em campo conversamos com algumas profissionais que revelaram a sua idade.

mais experientes uma realidade no Complexo de Diversões Guaicurus na capital mineira. Durante toda a dissertação, tentamos chamar as mulheres que praticam o serviço sexual de trabalhadoras sexuais e profissionais do sexo, porém, alertamos que:

[...] é no bojo do surgimento dos movimentos sociais de defesa dos direitos de prostitutas e da proposição de ressignificação da prostituição como ‘um trabalho como outro qualquer’, a partir de meados da década de 1970, que emerge o termo ‘trabalhadores do sexo’ ou ‘profissionais do sexo’. (ROBERTS, 1998, p. 56)

2.3.2 Estigma social da profissão

A partir dos anos de 1990, no Brasil, surgem as políticas públicas voltadas às profissionais do sexo. Essas organizações são integradas por trabalhadoras sexuais com intuito de defender direitos, incorporar novos elementos às políticas públicas, pautas, perspectivas e sujeitos no discurso sobre o reconhecimento do trabalho sexual e os direitos das pessoas que exerciam a atividade (RODRIGUES, 2009).

Em Belo Horizonte, o tema ganha visibilidade após algumas tentativas de construção de consolidação de um grupo de profissionais do sexo, desde 1994 (BARRETO L. C., 2008). Em 2009, surge a Associação de Prostitutas de Minas Gerais (APROSMIG): "com o objetivo de ser composta por profissionais do sexo e defender os interesses destas enquanto categoria" (GÓES, 2017, p. 78). Em sua sede, além de fazer a distribuição de kits de sexo (com preservativos e lubrificantes) para as associadas cadastradas na APROSMIG, o órgão realiza algumas atividades de mobilização nos hotéis de sexo para as trabalhadoras, além de encontros, reuniões, atendimentos médicos, psicológicos e pesquisas com aporte de instituições educacionais e eventos culturais.

A APROSMIG, atualmente possui mais de 3,5 mil associadas. Às trabalhadoras do sexo é solicitada a contribuição de R\$ 15,00 para a manutenção da associação, porém muitas não fazem essa contribuição. Dos últimos acontecimentos, a APROSMIG organizou o 7º Encontro Nacional e I Congresso Brasileiro de Prostitutas em dezembro de 2019, evento este no qual o autor dessa dissertação participou como ouvinte. Foi informado que estavam em processo de idealização e coordenação do *Museu do Sexo das Putas*⁵², que já possui o imóvel sede tombado pelo Patrimônio Histórico da capital mineira (figura 15), conta com ajuda financeira para reforma desde 2019 e tem a proposta de se tornar um espaço físico como parte do plano de

⁵²Disponível em: <<https://www.itatiaia.com.br/noticia/associacao-pede-ajuda-para-reformar-casarao-q>> Acesso em: 12/08/2020.

reabilitação do centro da cidade de Belo Horizonte. O intuito é de abrir a memória da zona boêmia da capital e dar visibilidade as trabalhadoras do sexo e suas histórias⁵³.

Figura 15 - Museu do Sexo das Putas



Fonte: Alessandro Borsagli. Disponível em: <<https://www.instagram.com/sobe.desce/>> Acesso em: 12/08/2020.

Atentos à comunicação visual voltada ao lazer sexual percebemos, durante as visitas ao Complexo de Diversões Guaicurus – ocasião em que os registros fotográficos de peças gráficas foram realizados para este projeto de pesquisa –, que são enormes as diferenças biológicas entre transeuntes (homens e mulheres negros, brancos, jovens, idosos) e que há predominância das trabalhadoras do sexo dentro dos estabelecimentos de temáticas sexuais.

Pode-se afirmar que a desigualdade de gêneros não pode ser formulada por si só, ela existe em uma sociedade em que existem dominados e dominantes. Assim, a ideia de que cabe à mulher servir o homem está diretamente ligada com a atividade material da humanidade. Isto é, a opressão de gênero se dá pela apropriação das diferenças naturais e biológicas existentes entre homens e mulheres para a submissão e exploração das mesmas. (TABUCHI; ROMFELD, 2013, p. 8)

Ainda em relação à desigualdade de gênero em peças gráficas, dentre as imagens que determinam a dimensão simbólica nos materiais gráficos em zonas urbanas, a imagem da mulher se encontra em destaque (SILVA S. A., 2008). Algumas vezes as peças trazem o corpo semi ou completamente nu, transmitem sexualidade e carregam erotismo evidente. A imagem do homem, que é ausente nas peças gráficas do Complexo de Diversões Guaicurus (e quando são representadas em materiais gráficos, como na Pornochanchada, são minoria), configura em sua maior parte das representações como vítima da sensualidade feminina. Silva (2008) ainda

⁵³ “Um casarão da década de 1920 abandonado há mais de 30 anos na região central de Belo Horizonte, onde está instalada a principal zona de prostituição da capital mineira, vai abrigar o Museu do Sexo das Putas, que tem a intenção de contar a história do local e da prostituição na cidade.” Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2019/07/14/bh-tera-museu-do-sexo-das-putas-para-abrigar-memoria-de-sua-zona-boemia.htm?cmpid=copiaecola> Acesso em 12/08/2020.

explica que, na história da pintura, a mulher se tornou um objeto de visão como consequência das próprias relações sociais e que permanecem sendo utilizadas em cartazes cinematográficos como elemento principal de divulgação:

Através dos cartazes cinematográficos, podemos notar que algumas dessas convenções foram transcritas para a publicidade, tal como a nudez que é dirigida ao espectador através da forma de se posicionar o corpo ou o olhar da mulher retratada, oferecendo ao espectador, que se supõe, seja um homem, a sua feminilidade. (SILVA S. A., 2008, p. 8)

Em concordância com Silva (2008), encontra-se na literatura, que essa objetificação é nítida “em propagandas que só focam no atributo sexual ou físico, sem outro tipo de apelo emocional” (LOURENÇO; ARTEMENKO; BRAGAGLIA, 2014, p. 5). Essa objetificação do corpo é apontada, desde o início dos anos 1970, como uma consequência de todo o processo histórico vivido pelas mulheres. Outro ponto a ser considerado são os corpos retratados e suas questões físicas – a avaliação subjetiva da aparência do outro, o padrão estético e seus efeitos na sociedade, a cultura do assédio, objetificação do corpo e o que gera impacto na escolha e adesão do serviço sexual. Chama nossa atenção, portanto, o estigma social no universo da sexualidade, a grande aceitabilidade social da heterossexualidade (considerada normal e desejável pela sociedade), e marcadores como raça, classe social e a opressão de gênero considerados mecanismos de atração.

Ao longo desta pesquisa, percebemos nas análises dos registros coletados a existência do sexismo biológico⁵⁴ que marca a inferioridade da mulher no Complexo de Diversões Guaicurus, isto é, torna-se vista nas peças gráficas coletadas entre os meses de setembro de 2019 e janeiro de 2020, a representação da mulher apenas de forma biológica ou sua sexualidade. Entretanto, não tratando apenas o corpo como objeto, analisar representações permite perceber que mesmo adotando uma proposta de associar a mulher a uma perspectiva sexual mais ativa, é possível notar, também, a reprodução de estereótipos ligados ao corpo da mulher como forma de atração e estímulos em homens heterossexual. No próximo capítulo será compreendido o *design* como comunicação e suas possíveis percepções visuais.

⁵⁴ “Não há uma epistemologia determinada sobre este termo, utilizo – o em referência aos estudos de evolução biológica do século XIX que aplicou o conceito de racismo biológico marcando a relação de superioridade e inferioridade entre colonizadores e conquistados, mais precisamente na América, que legitimou as relações de dominação europeia, ao atribuir aos negros uma “inferioridade natural” devido à cor e tamanho do cérebro. O sexismo biológico também pretende marcar uma “inferioridade natural” da mulher.” (RIBEIRO, 2013, p. 507)

3 DESIGN COMO COMUNICAÇÃO VISUAL

“DESDE OS HIERÓGLIFOS EGÍPCIOS nas paredes das pirâmides até os dias atuais, a imagem bidimensional sempre teve um relevante papel nas sociedades que a produziram” (MENDES, 2019, p. 15). Desde meados do século XX, a partir do aperfeiçoamento de técnicas para produção de imagens bidimensionais, sejam pelas formas manuais ou digitais, facilitou a inserção massiva da imagem nos meios de comunicação e o seu papel social, “na medida em que ela se consolidou como uma mediadora privilegiada do universo simbólico dessa mesma sociedade” (MENDES, 2019, p. 15).

Portanto, consideramos relevante a compreensão do desenvolvimento estratégico e cognitivo que são capazes de interferir na realidade. Pretendemos reconhecer o valor cultural da imagem e a influência da veiculação de produtos visuais bidimensionais (materiais impressos disponíveis em espaços físicos). Assim como Mendes (2019, p. 16), a imagem bidimensional será entendida como “uma representação imperfeita da realidade, portadora de discursos e, como tal, possuidora de uma linguagem própria, exigindo o aprendizado de um ou mais códigos para sua melhor compreensão”.

Quando se fala em projetos de comunicação visual o *design*, ao se integrar com outras formas de comunicação visual, é capaz de abarcar possibilidades, vislumbrando atingir o que o público deseja, precisa e espera a partir de conceitos, símbolos e códigos que levam a uma percepção e atinge o emocional. Panizza (2004, p. 17) observa que: “a vida em sociedade é cada vez mais autoexplicativa, extremamente sintética e por que não, globalizada, a comunicação é cada vez mais visual”. Sendo assim, compreendemos que a linguagem visual é capaz de significar a mesma coisa em diversas línguas e transmitir a mesma mensagem em uma mesma língua.

Para compor o processo de comunicação são necessários para três elementos-chave: o emissor, o receptor e a mensagem. Enquanto o emissor codifica a mensagem a ser transmitida, apontando sinais a serem compreendidos pelo receptor de acordo com seu próprio repertório, o receptor decodifica os sinais apresentados pelo emissor e a comunicação é realizada. Tão dinâmica quanto a sociedade que a utiliza, a comunicação visual, utilizada como veículo de informação, contribui para que a transmissão da mensagem se concretize, seja ela feita através de pintura, escultura, fotografia, *design*, escrita, gestual e muito mais, tudo se tornando, enfim, linguagem visual (PANIZZA, 2004).

Neste capítulo, compreendemos as relações entre *design* e os signos, com intuito de esclarecer a contribuição das imagens na construção do universo de sentido como signo que são

captados por nós pela experiência estética⁵⁵. E em outro momento, percebemos o *design* e a emoção⁵⁶ como estratégia multidisciplinar visando compreender como são promovidas as sensações e emoções utilizando recursos da percepção visual para interpretação de desejos e necessidades.

3.1 *Design* e signos

A sociedade atual que valoriza a imagem é alvo dos meios de comunicação visuais capazes de criar cenários, induzir gostos, interferir nas preferências e interpretações do indivíduo, sem muitas vezes um cauteloso direcionamento. Diferente da alfabetização verbal e escrita, a alfabetização visual possibilita o domínio e capacidade profissional de enxergar e entender significados que são codificados em imagens. De acordo com Panizza:

A comunicação visual, quando não é o único meio de transmissão de uma informação, serve como um reforço da mensagem, mas para decodificar uma mensagem baseada na sintaxe visual são necessários mais que uma simples visualização; é preciso exame, percepção, reconhecimento, compreensão e tantos outros processos mentais. Pode-se dizer que, como processo, a sintaxe visual pode ser bastante complexa, demandando um grau de alfabetismo visual por parte não só do transmissor, mas também do receptor. Assim, o alfabetismo visual é uma capacidade que deve ser desenvolvida e aperfeiçoada para que se possa “ler” e “escrever” mensagens claras, seja qual for a origem delas ou daquele que as lê. (PANIZZA, 2004, p. 27)

Segundo Dondis (2003, p. 236): "visualizar é ser capaz de formar imagens mentais", fato que possibilita o indivíduo não apenas perceber características visuais em alguma situação, como ver um cartaz de um filme, mas também de criar imagens de algo desconhecido. No alfabetismo visual, a cultura é obtida por meio da educação e adquirida por repertórios. A linguagem visual em alguns momentos não é compreendida, quando o objetivo é comunicar produtos/serviços por profissionais que não possuem conexão direta com o alfabetismo visual a falha na transmissão da mensagem pode interferir nos resultados de peças gráficas.

O processo criativo para construção de imagens cognitivas, algumas vezes, contribui para o encontro de soluções práticas quando conceitos são atribuídos. Sendo assim, Dondis (2003, p. 236) ressalta que: "a visão é natural; criar e compreender mensagens visuais é natural até certo ponto, mas a eficácia, em ambos os níveis, só pode ser alcançada através do estudo". A evolução da linguagem tem sua gênese nas imagens, avança para desenhos, pictogramas e

⁵⁵ “Tal experiência com as imagens é geralmente estética, pois envolve transformação, reflexividade, estranhamento e inquietação diante da diferença e da alteridade abrigadas em distintos regimes visuais e nas sensações que nos afetam.” (MENDES, 2019, p. 8)

⁵⁶ O pensamento do design e a emoção tem o objetivo de desenvolver um projeto “que promova a heterogeneidade humana e o exercício de uma identidade individual que manifesta e atualizada, articule o ser com a cultura material, de modo mais sensível e prazeroso”. (NIEMEYER, 2008, p. 62)

unidades fonéticas até a construção do alfabeto capaz de consagrar a "matemática do significado" (DONDIS, 2003, p. 236).

Desde o surgimento da imagem, os elementos comunicativos estão presentes, estabelecendo uma ação de diálogo entre o produto e o seu destinatário. Na prática, a leitura e interpretação de imagens faz parte de uma alfabetização visual, de um exercício do aprender a olhar o que pode ser comunicado e transmitido como mensagem.

As imagens bidimensionais (a fotografia, pintura, desenho) podem ser consideradas como signos que carregam códigos que podem ser decodificados, mas isto não significa que ao decifrar essas imagens seja necessário analisar utilizando um vocabulário complicado (desconhecido e/ou muitas vezes obscuro) para dizer o que pretendido⁵⁷. Dessa forma, assim como proposto por Mendes (2019, p. 19): “isso significa dizer que partimos do pressuposto kantiano de que o mundo externo ao sujeito não pode ser acessado diretamente, senão por meio de representações imperfeitas desse mundo, chamadas de signos pelas Teorias da Linguagem”⁵⁸.

Apesar da linguagem não possuir uma grade semântica, isto é, não se dedica apenas ao significado e a interpretação das imagens, ela fornece um sistema de classificação não limitado as pessoas que a utilizam. Sendo assim, o receptor da imagem, ao perceber que a linguagem recebida não corresponde a sua experiência empírica, é capaz de adaptar, rever e caracterizar o sistema de classificação. De acordo com Mendes:

a cultura proporciona ao indivíduo, por meio da linguagem, sistemas de classificação através dos quais ele irá compreender sua experiência empírica e dar continuidade ao seu projeto reflexivo. Assim, a linguagem não só descreve e “traduz” as experiências que o sujeito tem da realidade – incluindo as subjetivas (fantasias e lembranças) –, como também “forma” a realidade. (MENDES, 2019, p. 19).

Como “a etimologia da palavra *design*, revela proximidade entre *design* e a teoria dos signos” (ROMANINI, 2008, p. 1), nesta pesquisa o *design* é apresentado como a comunicação que nasce a partir do signo, o fio condutor de mensagem, (NIEMEYER, 2003). Pelo ponto de vista do estudo dos signos, o *design* é apresentado como a arte ou o trabalho de “escolher e

⁵⁷ “Entende que alcançar uma objetividade “total”, plena, acerca de qualquer fenômeno, portanto, de qualquer imagem, é impossível exatamente porque não é possível o acesso direto ao real, à coisa em si kantiana.” (MENDES, 2019, p. 19)

⁵⁸ As teorias da linguagem que se alinham às semióticas de base *peirceana* indicam que "a percepção do mundo se dá por meio da tradução e interpretação de sensações produzidas pelos fenômenos externos a um sujeito. [...] Resumidamente, essa abordagem da realidade pressupõe que a experiência empírica de um ser humano é sempre filtrada, em alguma medida, por seus esquemas perceptivos. Essa forma de pensar o mundo considera que esses esquemas perceptivos são estabelecidos a partir da socialização do sujeito e “corrigidos” por ele próprio ao longo de sua vida, se ele julgar pertinente (tal como os valores que vão orientar suas interpretações). Quanto mais ajustes ele fizer em seus esquemas, mais singular será sua interpretação dos estímulos que são emitidos pelo mundo fora dele”. (SANTAELLA, 2000; apud, MENDES, 2019, p. 19 e 20)

arranjar as qualidades e relações que comporão as diferentes partes de alguma coisa, integrando-as num sistema coeso de forma a produzir propriedades gerais que atendem a determinados propósitos de ordem prática” (ROMANINI, 2008, p. 1).

Neste contexto, o *designer* coordena processos e constrói conceitos a partir de signos capazes de representar o objeto, e onde “o efeito produzido é seu interpretante” (ROMANINI, 2008, p. 1). É ele o agente capaz não só de coletar informações, gerenciar ideias e organizar o trabalho, mas também de indicar como a coisa se parecerá, como irá funcionar e/ou como poderá ser usada por seu destinatário final.

Sob o olhar da Semiótica, o *designer* cria os objetos que se transformam em signos, de acordo com a interpretação que faz o seu usuário. Pelas palavras de Romanini, “existe sempre uma relação indecomponível entre signo, objeto e interpretante. Não existe signo sem que haja também a presença dos outros dois elementos.” (ROMANINI, 2008, p. 2), num processo em que novos signos são criados a partir da síntese e desenvolvimento de outros signos⁵⁹.

Nos estabelecimentos voltados para o divertimento sexual do Complexo de Diversões Guaicurus, a comunicação entre trabalhadora do sexo e cliente se dá de forma direta ou através da produção de peças gráficas que oferecem os serviços do estabelecimento. As peças gráficas, no contexto da comunicação sensorial, passam a ser o envolvimento primário entre os produtos e os clientes, uma vez que são capazes de oferecer um cardápio de sensações e emoções que são buscadas pelos clientes (ROMANINI, 2008).

Romanini (2008) observa que quando o *design* é pensado estrategicamente e a ação dos signos é intelectualmente controlada, as formas são capazes de habitar as mentes como perspectiva genuína à espera da concretização espaço-temporal. Por isso, nas peças voltadas para o lazer sexual, são possíveis proposições, mensagens e uma trama de significados capazes de criar uma esfera de conexão entre o estabelecimento e os receptores, despertando interesse pelo consumo e uma possível fidelização ao produto/serviço oferecido: o sexo.

Segundo Mendes (2019), além dos aspectos formais (linhas, cores, composição) e as relações entorno do contexto histórico da imagem produzida e inserida, a análise de uma imagem deve ter diálogo com a História da Arte e da Cultura. A seguir apresentamos uma visão de caráter analítico, com grau de subjetividade “objetivo” consistente na interpretação, na qual:

são consideradas as qualidades formais dos signos, o contexto histórico na qual estão situados e quais as representações mais estáveis associadas aos elementos constitutivos da imagem, verificando se nesse novo contexto, os sentidos tradicionais permanecem ou não (MENDES, 2019, p. 21).

⁵⁹ Para Romanini (2008), este processo recebe o nome de Semiose.

Durante o período de catalogação dos registros fotográficos realizados entre os meses de setembro de 2019 e janeiro de 2020, encontramos a fachada⁶⁰ do *Hotel Privê*, localizado na Rua São Paulo, nº 187 no Complexo de Diversões Guaicurus, na região central da cidade de Belo Horizonte/MG (figuras 16, 17 e 18). A peça gráfica que será analisada é conhecida na área da produção gráfica⁶¹ como adesivo para fachada externa e foi confeccionada em um termoplástico de alto desempenho (vinil), em alumínio que possibilita a resistência contra intempéries (como choques, variações de temperaturas e a deterioração da peça).

O percurso “objetivo” (de caráter analítico) proposto por Mendes (2019), é indicado ao selecionar os elementos (signos) mais importantes na composição (peça gráfica) para compreensão do sentido da imagem (figura 16).

Figura 16 - Hotel Privê



Fonte: Arquivo Pessoal, 10/2019.

Selecionamos na figura 16 – *Hotel Privê* seis elementos/signos, sendo cinco fotografias e o nome do estabelecimento comercial. A seguir analisaremos com mais atenção cada um dos elementos, utilizando um quadro descritivo/qualitativo e sugestivo para ajudar na compreensão e garantir que a sistematização dos dados alcançados seja completa.

Para isso como a peça gráfica é extensa em seu comprimento, portanto, dividiremos em duas figuras (17 e 18) para facilitar a visualização dos elementos/signos. Começaremos da esquerda para direita com a imagem 1 e 2, o texto definido com 3 e a imagem 4. Em seguida estão marcadas as imagens como 5 e 6.

⁶⁰ A fachada se refere a porta de entrada de um estabelecimento comercial.

⁶¹ Conjunto de operações envolvidas na materialização de qualquer projeto gráfico.

Estabelecemos para a decomposição e qualificação das imagens os seguintes pontos: tipo de registro, cor, tipo de enquadramento, pessoas, estilo de roupa/figurino, se tem a presença de outros elementos e o contexto (quadros 1 e 2). Depois procuramos perceber o que as qualidades identificadas podem sugerir, “esse momento será marcado por um certo teor de subjetividade”, mas na etapa de interpretação teremos a confirmação “a depender da repetição dessas impressões por meio da percepção das redundâncias ou a partir de confirmações extraídas dos dados do contexto” (MENDES, 2019, p. 31 e 32).

Figura 17 - Hotel Privê (parte 1)



Fonte: Arquivo Pessoal, 10/2019.

Quadro 1 - Signos Hotel Privê (parte 1)

Signo selecionado	1
Decomposição	Fotografia em preto e branco; enquadramento em plano geral (por aparecer os corpos por inteiro); tem a presença de pessoas (homens vestidos com um tipo de terno e uma mulher com traje de carnaval); existe a presença de outros elementos (enfeites decorativos).
Qualificação	A captura da imagem mostra pessoas sorridentes dançando na rua.
O que os elementos e suas qualidades sugerem	Desfile de carnaval.
Signo selecionado	2
Decomposição	Fotografia em preto e branco; enquadramento em plano médio (enquadramento feito da cabeça até a cintura); tem a presença de pessoas (dois homens jovens usando boné, um usando

	chapéu e uma mulher ao centro usando uma roupa que deixa os ombros e a barriga a mostra).
Qualificação	A imagem apresenta duas pessoas sorridentes, sendo que a mulher está com os olhos fechados e parece ser ao ar livre.
O que os elementos e suas qualidades sugerem	Um tipo de evento festivo.
Signo selecionado	3
Decomposição	Dez letras do alfabeto romano, formação de duas palavras.
Qualificação	Letras em caixa alta, com serifas e na cor branca.
O que os elementos e suas qualidades sugerem	O nome do estabelecimento em destaque
Elemento selecionado	4
Decomposição	Fotografia em preto e branco; enquadramento em plano conjunto (enquadramento a câmera revela uma parte significativa do cenário); tem a presença de várias pessoas (homens e mulher usando roupas claras); existe a presença de alguns elementos (serpentina, chapéu e boina).
Qualificação	A imagem tem a presença de pessoas se divertindo, que parecem dançar e cantar.
O que os elementos e suas qualidades sugerem	Confraternização, baile, carnaval.

Fonte: Feito pelo Autor, 12/2020.

Figura 18 - Hotel Privê (parte 2)



Fonte: Arquivo Pessoal, 10/2019.

Quadro 2 - Signos Hotel Privê (parte 2)

Signo selecionado	5
Decomposição	Apesar da interferência da placa eletrônica do <i>sex shop</i> , percebemos que é uma fotografia em preto e branco, com pessoas vestidas e fantasiadas; tem a presença de alguns instrumentos musicais.
Qualificação	Homens usando camisas listradas, com instrumento na mão e um deles com chapéu de sambista. Existe uma pessoa sorridente com elementos semelhantes a cantora Carmem Miranda (roupa, colares, brincos e turbante).
O que os elementos e suas qualidades sugerem	Baile de carnaval.
Elemento selecionado	6
Decomposição	Fotografia em preto e branco; enquadramento em plano geral; tem a presença de seis pessoas usando roupas de épocas; existe a presença de elementos como: sombrinha, chapéus, peruca e joias.
Qualificação	O registro fotográfico parece ser uma festa, pois esses vestidos estruturados (<i>crinolina</i>) são semelhantes aos vestidos de época usados no século XVIII.
O que os elementos e suas qualidades sugerem	Festa, baile, carnaval.

Fonte: Feito pelo Autor, 12/2020.

Ao absorver o entendimento dos aspectos descritivos e qualitativos dos signos principais contidos em uma peça gráfica, é possível perceber do que se trata a representação das imagens. Nas análises feitas podemos perceber a presença de corpos de homens, mulheres, brancos e negras, adultos jovens de origem tipicamente brasileira. No que se refere aos elementos secundários percebemos que as pessoas se encontram em cenários diferentes, alguns abertos e outros fechados. Além disso, presentes em quase todas as imagens, os figurinos remetem ao carnaval como principal festividade, aliado a sorrisos, cenas de danças e fantasias que eram muito comuns em anteriores bailes de carnaval (festas, bloquinhos, folia) da capital mineira.

Mendes (2019, p. 27) mostra que: “cada um dos elementos/signos analisados só adquire valor e sentido quando considerado em relação a outros elementos (dentro e fora da imagem) com os quais está diretamente (ou indiretamente) associado”. Consideramos que a representação de antigos registros fotográficos – a imagem preto e branco contribui como referência a imagens antigas – de encontros prazenteiros pode fazer resgate e referência a memória histórica da região da Guaicurus, que desde muito tempo é ponto de boemia e de encontros festivos na cidade Belo Horizonte em Minas Gerais.

3.2 A peça gráfica comercial no contexto do *design*

A partir da fotografia⁶² (século XIX), nasceu o cartaz moderno⁶³ (década de 1970), com o objetivo de promover e despertar o desejo pelo consumo de mercadorias e necessidades privadas (figura 19).

Figura 19 - Cartaz de filme – “Garganta profunda”



Fonte: Deep Throat, foto: Wikipédia⁶⁴

Os filmes considerados pornográficos eram transmitidos em bordéis na época do "cinema mudo" entre 1894 e 1929. Nos anos de 1970 o filme pornô deixou "de ser um produto

⁶² “A técnica fotográfica, desenvolvida por Niépce e Daguerre, viria a influenciar os diversos meios de informação, dando origem à reportagem fotográfica no jornalismo, bem como a publicidade, o desenho de livros, o teatro e todas as artes em geral.” (RATO, 2010, p. 2).

⁶³ “Existe uma grande diferença de contexto entre o cartaz político (de manifesto ou de propaganda ideológica) e o cartaz comercial (produzido sob a demanda do mercado, entendido como publicitário). Este é “fruto da economia capitalista, com sua necessidade de induzir as pessoas a gastar mais em bens não essenciais e espetáculos” (SONTAG, 2010, p. 216). Já o cartaz político (ou de propaganda ideológica), tem por objetivo a educação universal e a mobilização das multidões, uma vez que “decora ideias compartilhadas e estimula simpatias morais” (Idem, p. 249).” (SILVA, 2017, p. 36).

⁶⁴ Cartaz do filme norte-americano *Deep Throat* (tradução no Brasil: Garganta Profunda) de 1972. Escrito e dirigido por Gerard Damiano, estrelado pela atriz Linda Lovelace, o filme foi considerado o primeiro do gênero pornográfico. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Deep_Throat> Acesso em: 22/04/2021.

do submundo criminal" e ganhou espaço de exibição própria com a cobrança de bilheteria, conhecidas como salas pornô ou salas especiais (MACHADO, 2016).

Durante a pesquisa feita entre setembro de 2019 e janeiro de 2020 encontramos no Complexo de Diversões Guaicurus, o *Cine Caribe*, localizado na Rua Guaicurus nº 673 - Centro, Belo Horizonte. Considerado como clube privado de exibição de filmes, a peça gráfica é encontrada na entrada do estabelecimento, sobre um suporte com acabamento em tecido sintético de veludo vermelho semelhante a murais expositivos. A técnica manual, que ainda é confeccionada por cartazistas⁶⁵ para a produção do cartaz promocionais e informativo, foi feita em papel cartão liso de superfície brilhante na cor amarela, escritos a mão com uso de canetas pinceis nas cores preta, vermelha e azul. O texto escrito em caixa alta (letras maiúsculas) posicionados sem alinhamento na posição vertical, utiliza de linguagem verbal popular capaz de chamar a atenção dos que transitam pelo espaço público (figura 20).

Figura 20 - Cartaz promocional – “Cine Caribe”



Fonte: Arquivo Pessoal, 10/2019.

⁶⁵ Cartazista é o profissional responsável por atuar na confecção de anúncios internos e externos de comunicação visual.

Assim, a peça gráfica ganhou autonomia, mobilizou e deu voz aos sujeitos como forma de expressão das artes visuais, de maneira criativa e de comunicação imediata, tornando-o ainda mais eficaz ao uso no espaço público (RATO, 2010).

Com o passar do tempo e a utilização massiva da internet e meios digitais, a construção visual de peças gráficas impressas sofreu mudanças radicais. A pouco mais de duas décadas, a internet se tornou parte de nossas vidas e já é essencial para nossas relações, trabalho e lazer. Possibilitou o desenvolvimento de novas fronteiras, novos experimentos, avanços e aprimoramento de antigas técnicas, além de novos processos (MOURA, 2014).

A seguir é apresentado o cartaz digital do *Hotel Vitória*, que durante a pesquisa de campo realizada para a coleta de registros fotográficos para esta dissertação estava em reforma. Percebemos que este cartaz supracitado é como o cartaz promocional do *Cine Caribe* (figura 20), que tem o propósito de provocar o desejo de quem vê, mas no ambiente virtual e utilizando o recurso imagético como apelo sexual (figura 21). Acrescentamos que não é objetivo desse estudo analisar peças gráficas expostas em ambientes digitais, apenas as encontradas em ambientes físicos na região do Complexo de Diversões Guaicurus localizado na capital mineira.

Figura 21 - Banner digital – Hotel Vitória⁶⁶



Fonte: Hotel Vitória. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B8PDcrXpMD5/>> Acesso em: 22/04/2020.

⁶⁶ Peça gráfica digital publicada no perfil do aplicativo Instagram para divulgação da inauguração do Hotel Vitória. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B8PDcrXpMD5/> Acesso em: 22/04/2020.

Uma coisa, entretanto: qualquer tipo de comunicação visual para Munari (2006) é um:

[...] tema muito vasto, que vai desde o desenho até a fotografia, as artes plásticas, o cinema; desde as formas abstratas até as reais, de imagens estáticas a imagens em movimento, de imagens simples a imagens complexas, desde problemas de percepção visual que concerne ao lado psicológico do tema, como relações entre figura e fundo, mimetismo, moiré, ilusões óticas, movimento aparente, imagens e ambiente, permanência retiniana e imagens póstumas. Tema que compreende todas as artes gráficas, todas as expressões gráficas, desde a forma dos caracteres até a paginação de um cotidiano, desde os limites da legibilidade das palavras a todos os meios que facilitam a leitura de um texto.

Todos estes aspectos da comunicação visual têm, no entanto, uma coisa em comum (...): a objetividade. Se a imagem usada para certa mensagem não é objetiva, tem muito menos possibilidades de comunicação visual: é necessário que a imagem usada seja legível para todos e por todos da mesma maneira; caso contrário não há comunicação visual, aliás não há nem mesmo comunicação: há confusão visual. (MUNARI, 2006, p. 8)

Dessa forma, não apenas o que é possível enxergar na peça gráfica, mas tudo o que a compõe – como paredes, espaços urbanos, os suportes analógicos e digitais – e que contribuem para o conjunto de elementos capazes de transformar as intenções da comunicação visual em mensagem visual entendível para o receptor.

3.3 Comunicação visual no Complexo de Diversões Guaicurus

Não foram encontrados registros sobre a comunicação visual de cabarés e hotéis nos primeiros anos da capital mineira, mas existem relatos de que apresentações artísticas eram divulgadas nas portas dos estabelecimentos do baixo-centro da capital, ponto de encontro entre boêmios no período noturno.

As primeiras aparições nas folhas de jornais impressos, entre escândalos e gloriosos anúncios de divertimentos, se deram nas décadas de 1990, quando se abriu espaço na seção de classificados e uma das divisões era intitulada *Relax*, destinada a divulgação de acompanhantes e serviços sexuais. Ainda hoje encontramos anúncios de serviços sexuais de homens e mulheres no caderno de classificados de jornais de grande circulação da capital mineira. Devido à pandemia de Covid-19 não foi possível ter acesso a acervos históricos, bibliotecas e alguns locais presenciais para coletar dados e imagens para melhor ilustrar alguns pontos dessa pesquisa por causa do isolamento social. No entanto, encontramos um arquivo digital para figurar a seção de classificados *Relax* (figura 22).

Figura 22 - Classificados - *Relax*

RELAX

MAGAGENS RELAXANTES

MASSAGEM (31) 2515-3815
Terapia do prazer. Seu prazer nas minhas mãos. **SENTIVA, EXOTERICA** . ☎ 2515-3815

ACOMPANHANTES EXECUTIVO

HENRIQUE (31)98308-7824
Tenha Prazer Relaxe, Curta Deliciosa Massagem Relaxante Tântrica Com Toques Sensuais e Liberal. Local Discreto, Alto Nível

SEX SHOP

DISTRIBUIDOR SEX SHOP \$ MELHOR PREÇO \$
(31)3582-0559
Atacado e Varejo atendemos lojistas, sacoleiras. Tudo em até 6x sem juros. Desconto à vista. Rua Mato Grosso, 302 Barro Preto. www.sexshopatacado.com.br
☎(31) 3582-0559

Acompanhantes de BH
PROIBIDO PARA MENORES DE 18 ANOS
acesse: garotabh.com.br

SUPER Classificados
O maior de Minas
Anuncie.
31 2101-3880

Fonte: Recorte jornal Super Notícias, edição de 27/05/2018. Disponível em: <<https://issuu.com/otempo/docs/binder1-super/19>> Acesso em: 22/04/2020.

Nesta mesma década de 1990, os telefones públicos projetados para comunicação sonora e verbal, mais conhecidos como *orelhões*, muito presente nos centros urbanos, serviam como suporte na parte interna, onde eram colocadas propagandas de trabalhadores sexuais, políticas, serviços espirituais e de vendas imobiliárias. Assim como, na figura 22⁶⁷, optamos por ilustrar com um suporte telefônico da cidade do Rio de Janeiro, por considerarmos que em Belo Horizonte este fenômeno é semelhante e também pode ser verificado nos dias atuais (figura 23).

⁶⁷ Respeitamos o protocolo de isolamento (lockdown), na qual impede o deslocamento de pessoas na cidade.

Figura 23 - Telefone público (Orelhão)



Fonte: Folhapress, foto: Daniel Marengo. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2014/08/11/mp-cobra-da-oi-retirada-de-anuncios-de-mulheres-nuas-em-orelhoes-do-rio.htm>> Acesso em: 22/04/2020.

Interessante apontar que a região do Complexo de Diversões da Guaicurus vem sendo utilizada por diversos artistas para externar a sua obra e a história do local, como é o caso do grafite intitulado *Santa da Luz Vermelha* (figura 24) e as *Namoradeiras do Hotel Magnífico* (figura 25).

Em meio a diversas artes de rua na Rua Guaicurus foi retratada o Dona Nice no Complexo de Diversões. De acordo com a matéria publicada no *site* de jornalismo independente *Jornal O Beltrano*⁶⁸, a personalidade local é conhecida como a *mãe da zona*, uma ex-trabalhadora sexual que hoje comanda a cozinha de um restaurante que tem funcionamento no *Hotel Stylus* (Rua São Paulo, nº 190, centro - Belo Horizonte/MG) e que tem como público frequentador as profissionais do sexo, empregados e comerciantes locais, além de alguns clientes dos hotéis de sexo, pois poucos sabem que o restaurante é de livre acesso. O grafite, que foi feito por um manauara durante a participação do projeto *Museu do Sexo* no ano de 2016, demonstra uma mulher negra coberta por um véu. A arte foi intitulada como *Santa da Luz Vermelha*⁶⁹.

⁶⁸ Reportagem jornalística 'Guaicurus: de dentro pra fora' escrito por Joana Suarez publicada no *Jornal O Beltrano* em 14/03/2018. Disponível em: <https://www.obeltrano.com.br/portfolio/guaicurus-de-dentro-pra-fora/> Acesso em: 24/04/2021.

⁶⁹ O Distrito da Luz Vermelha (*De Wallen*) é um famoso bairro de Amsterdã, onde está localizado a famosa zona de prostituição legalizada nos Países Baixos (Holanda). *Luz Vermelha* se tornou uma expressão popular para definir uma casa de *strip-tease* ou prostituição. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-e-o-distrito-da-luz-vermelha-em-amsterda/>> Acesso em: 22/04/2020.

Figura 24 - Santa da Luz Vermelha



Fonte: O Beltrano, foto: Flávio Tavares

O profissional, ao criar uma comunicação visual, "soma a seu caráter funcional, que revela as necessidades de seus usuários e da época em que é produzido, o resultado das concepções e dos valores sobre a cultura e a sociedade de quem o produz - o *designer*" (MIRANDA, 2002, p. 199). O *design* enquanto atividade tem na sua formação o caráter social atendendo com eficiência a atividade intrínseca ligada ao homem, como pode ser visto na cultura popular.

A união de atividades manuais, industriais, somadas aos projetos de *design* são capazes de contribuir "tendo em vista a recente valorização de trabalhos que enfatizam o aspecto social da produção e um potencial mercadológico de vendas" (MIRANDA, 2002, p. 200). O contato entre o artesanato e o *design* permite uma inserção social. Essa união faz com que o *design* seja capaz de adequar produtos artesanais, como observaremos na figura a seguir, na qual a lembrança artesanal foi retirada de sua origem (decoração de ambientes) e reinserida em um contexto urbano sobre um suporte de comunicação visual. Essa adaptação identificamos ser uma contribuição do *design* social que, em meio contemporâneo, une artesãos e *designers* com o objetivo de transformar a significação de mensagens transmitidas em peças visuais promovendo a inserção social.

Além desses suportes em meio à cidade, na região do Complexo de Diversões Guaicurus identificamos a presença, atualmente, da arte de rua retratando algumas mulheres marcantes na história da Guaicurus em grafites, lambe-lambes e colagens. Flávio Dornas, herdeiro do *Hotel*

Magnífico, um dos maiores e mais tradicionais da Rua Guaicurus, é o criador do projeto *Movimento Distrito Guaicurus* com o intuito de preservar e valorizar a tradicional zona boêmia da capital mineira. Segundo ele:

Para que este Projeto se concretize pressupõe-se uma composição entre o poder público, a iniciativa privada, a comunidade acadêmica e a sociedade civil, estabelecendo uma sinergia que beneficie a todos os envolvidos e mude para melhor o quadro atual da Rua Guaicurus e seu entorno. (SUAREZ, 2018)

A seguir o registro feito da fachada do edifício do *Hotel Magnífico*, para ilustrar a interferência visual marcante na Rua Guaicurus.

Figura 25 - Namoradeiras



Fonte: O Beltrano, Foto: Flavio Tavares

Em 2018, as janelas do Hotel Magnífico foram decoradas com lonas estampadas com imagens fazendo referências às namoradeiras – esculturas populares de Minas Gerais, geralmente colocadas nas janelas de residências das casas do interior – e personagens do romance *Hilda Furacão*, prostituta fantasiada pelo escritor Roberto Drummond. Para compor as janelas foram adicionados tecidos populares, chita/chitão, com estampas de variadas cores e desenhos de flores, culturalmente chamado “pano do povo”⁷⁰. Compreendemos que o tecido

⁷⁰ “Outrora conhecido como “pano de povo” ou popular, o pano dos escravos passou pela literatura, artes cênicas (cinema, novela e teatro), artes plásticas, vestiu movimentos culturais como o tropicalismo, se tornou diferencial

estampado matizado que sofre interferências de fabricação e produção é considerado peça gráfica por conseguir se comunicar visualmente a partir de seus adornos.

A chita, também conhecida como chitão, tem sido confeccionada desde o século XVIII, seu processo de produção manufatureira era realizado por escravizados, indígenas e mestiços e a comercialização do tecido, em Minas Gerais, foi marcada em vestimentas como atos de "protestos e rebeldias contra as arbitrariedades da metrópole" (MELLÃO, 2005, apud, ROCHA; QUEIROZ, 2008, p. 2).

A estamparia ajuda o *design* de moda a se diferenciar. As possibilidades de tonalidades de cores, colorações das chitas, assim como o uso de formas, contribuiu para construção de padrões existentes na natureza tornando harmônicos a peça estampada. As chitas expostas nas janelas do Hotel Magnífico – não apenas seus tecidos, também são representadas como cortinas, por detrás das mulheres pintadas – têm equilíbrio entre excitação com o uso de cores quentes (amarelo e vermelho) e a calma com as cores frias (lilás e verde)⁷¹. Essa harmonia oposta entre cores e formas florais são equilíbrio atrelados à totalidade da estampa que contribuiu para o conforto visual e de bem-estar (ROCHA; QUEIROZ, 2008).

Ao fazermos um resgate na memória cultural podemos perceber que desde os anos de 1970 a chita colorida esteve presente no *Tropicalismo*, nas novelas e séries, no vestuário, principalmente feminino, sendo consagrado como o “tecido da mulher brasileira” (ROCHA; QUEIROZ, 2008, p. 8). Importante destacarmos que a moda chita foi imitada por milhares de mulheres⁷² após a transmissão da telenovela *Gabriela* em 1975 pela Rede Globo⁷³ – baseada no romance de Jorge Amado – que contou a história de uma nordestina, interpretada por Sônia Braga. A personagem que fugiu do sertão baiano era alegre, espontânea e seduzia os homens sem intenção, com comportamento ora ingênuo, ora sensual. Com seus vestidos de chita extremamente curtos, a linda atendente de bar lançou moda, transformando-a e aproximando a realidade popular dos espectadores da época (ROCHA; QUEIROZ, 2008).

Vale a pena lembrar que essa novela foi uma das primeiras novelas brasileiras a retratar um prostíbulo, conhecido como *Bataclan*, um espaço luxuoso na cidade de Ilhéus (BA), conhecido por ser ambiente alegre e festivo, frequentado pelos homens da cidade e comandado

alternativo nos costumes contemporâneos na moda de vestir e de decorar, e hoje pode ser encontrado tanto vestindo e colorindo as festas populares do mais remoto interior brasileiro bem como os ambientes considerados mais modernos e sofisticados.” (ROCHA; QUEIROZ, 2008, p. 2)

⁷¹ A abordagem sobre a teoria da cor será realizada no capítulo 4.

⁷² “[...] o vestidinho de chita já era considerado indispensável para a mulher brasileira: básico, simples, fresquinho, ideal para o verão que aquece dois terços deste país durante três terços do ano”. (MELLÃO, 2005, apud ROCHA; QUEIROZ, 2008, p. 9).

⁷³ Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Gabriela_\(1975\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Gabriela_(1975)) Acesso em: 01/10/2020.

pela personagem *Maria Machado*, que na reeleitura feita em 2012⁷⁴, a cafetina, dona do estabelecimento, foi interpretada pela cantora Ivete Sangalo. Essa obra se assemelha ao passado da Rua Guaicurus, enquanto a logística de funcionamento dos cabarés da zona boêmia, que antes eram administrados por cafetinas, como apresentamos no primeiro capítulo deste estudo.

O “pano do povo”, assim como as namoradeiras, mesmo que desconhecido na atualidade por alguns, ainda está presente nas decorações dos ambientes, na história, no imaginário e na cultura. Permanece decorando a edificação na rua até o presente momento. Interessante comentar que algumas peças não estão mais presentes, como demonstramos na foto, mas mesmo sem a presença de alguns personagens, as peças são pontos de atração de olhares daqueles que transitam pela região.

A análise da figura 25 confirma que a interação entre artesanato e *design* permite uma inserção social. De certa forma essa junção de namoradeiras e chitas, que antes estavam presentes nas antigas casas como cortinas floridas e enfeites nas janelas, hoje estão presentes em uso no *design* de moda e de ambientes, além de festas populares, sendo consideradas peças gráficas.

Estas intervenções artísticas nos espaços urbanos, bem como as demais peças gráficas e artísticas que podem ser encontradas no Complexo de Diversões Guaicurus, são produzidas por pessoas com diferentes formações e atuações profissionais.

Todavia, neste estudo, identificamos que múltiplos profissionais são capazes de realizar a construção da comunicação visual. Destacamos que os *designers* (oriundos dos cursos de *design* gráfico) e os diretores de arte (publicidade e propaganda) possuem habilitações e repertórios amplos para desenvolver o trabalho de comunicação visual. Porém, não podemos descartar a existência de atores sem qualificação superior como os serigrafistas, impressores gráficos, digitadores, trabalhadores de serviços gráficos e quaisquer que sejam os profissionais sem arcabouços teóricos, não qualificados por ensino superior, e que também são apresentados neste estudo como *micreiros*⁷⁵. Esses atores, que geralmente exercem a função em gráficas rápidas, operam softwares de produtividade, sem conhecimentos da cultura projetual e recursos técnicos/artísticos para construção de mensagens e sem conhecimento de usos de imagens. Sobre a expressão cultura projetual, Villas-Boas (2009) refere ser:

[...] uma série de princípios que devem ser apreendidos pelo estudante visando uma futura atividade projetual criativa, crítica e inovadora e que, por seus procedimentos no processo de projeção, justifiquem a existência do design como campo próprio, atividade profissional específica e objeto de um curso de nível superior. A cultura

⁷⁴ Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Gabriela_\(2012\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Gabriela_(2012)) Acesso em: 01/10/2020.

⁷⁵ Segundo o Dicionário Aurélio significa “usuário de microcomputadores experiente ou aficionado, autodidata e perito em detalhes técnicos”.

projetual se desdobra na consciência de determinados princípios projetuais historicamente determinados (e no posicionamento do designer perante eles, ao gerar suas alternativas de solução), na adoção de dados procedimentos metodológicos, na consolidação de um repertório visual recorrentemente consultado para nortear as soluções de projeto e na capacidade de identificar referências, influências e implicações das soluções do projeto em andamento. A cultura projetual – da qual faz parte a cultura visual, cuja formação ou consolidação se espera ser conduzida ou oferecida ao estudante pelos cursos de graduação – distingue o profissional de design do dileitante, do amador ou do micreiro, por exemplo. Qualquer pessoa pode organizar elementos visuais numa superfície bidimensional, e, possivelmente, parte significativa delas pode alcançar um resultado minimamente razoável – justamente porque lida a todo instante com os paradigmas que as regem (nos outdoors, nos jornais e nas revistas, na televisão, nos folhetos, na internet etc). No entanto, a maior parte dessas pessoas certamente não disporá de elementos que permitam a análise crítica da própria organização que criou e não terá a autonomia necessária para gerar com segurança e discernimento novas alternativas a partir daquela originalmente criada, visando à adequação à situação de projeto, ao aperfeiçoamento e/ou à inovação. A cultura projetual é uma das maiores características que distingue o profissional de design tanto dos amadores como de outros profissionais assemelhados, com os quais frequentemente mantêm uma relação de interdependência na consecução de projetos (como os publicitários, os artistas plásticos, os artefinalistas, os técnicos da computação gráfica etc). (VILLAS-BOAS, 2009, p. 2 e 3)

Demonstramos a seguir imagens e os possíveis apontamentos para se melhor pensar na importância de uma atuação profissional condicionada ao ensino superior e a mão de obra direcionada a qualificação do mercado de trabalho. Para isso será baseado na análise gráfica compreendida por Villas-Boas (2009) que define:

[...] como a prática da análise crítica de projetos de programação visual no que se refere às soluções adotadas na organização de seus elementos visuais – ou seja, no seu layout –, levando-se em conta suas variáveis históricas (ou seja, as situações de projeto – ainda que deduzidas). O escopo desta análise abarca desde o formato e as medidas da área projetual e da mancha gráfica até a própria estrutura organizacional e a relação interna entre estes elementos (enquanto correlação de forças, no sentido gestaltiano). E passa pelo exame das especificações tipográficas, das composições cromáticas, dos componentes não-textuais meramente organizatórios ou decorativos (grafismos), assim como por aqueles componentes não-textuais enunciadamente informativos (fotos, ilustrações etc.) e pelo tratamento dado a eles (técnicas de ilustração ou de tratamento de fotos, cortes aplicados, posicionamento com relação aos componentes textuais). (VILLAS-BOAS, 2009, p. 4)

Além de projetos visuais e da publicidade vernacular, feitas em muros, paredes e orelhões, e as pinturas e instalações artísticas, o Complexo de Diversões Guaicurus na capital mineira utiliza-se de peças gráficas destinados a atrair o seu *stakeholders*, para os diversos estabelecimentos que ali se encontram. Dessa forma, as análises seguintes pretendem abarcar os sentidos *gestaltianos* e possíveis influências da cultura e da sociedade como elemento de atração.

3.4 Percepção e emoção no *design*

Entre diversas disciplinas do ensino superior do curso de *Design* que buscam explicações para significados na comunicação visual, as leis *Gestalt* desenvolvem o

entendimento a partir da psicologia experimental para explicar a relação sujeito-objeto no campo da percepção. De acordo com Gomes Filho (2000, p. 27), a “teoria da *Gestalt*, extraída de uma rigorosa experimentação, vai sugerir a resposta ao porquê de umas formas agradarem mais e outras não”. A *Gestalt*, possibilita não apenas olharmos as partes da imagem de forma isolada, mas sim a relações entre as partes.

Para melhor elucidar as análises seguintes utilizaremos os níveis do *design* emocional ligada a ciência cognitiva criada por Norman (2008), nas quais são definidos três níveis existenciais no cérebro humano: a visceral, comportamental e reflexiva. Segundo Norman (2008, p. 26): "esses três componentes combinam ao mesmo tempo emoções e cognição”, no contexto das análises que fizemos neste subitem da pesquisa, a combinação da emoção e da percepção proposta por Norman, pode servir para uma possível identificação para compreender a relação do serviço sexual com os frequentadores do Complexo de Diversões Guaicurus em BH/MG.

Figura 26 - Hotel Mirage



A figura 26 é um *banner* do *Hotel Mirage* localizado na Rua São Paulo, nº 78 no Centro da cidade de Belo Horizonte em Minas Gerais. A dimensão física da peça é de 120x80cm, impressão em lona feita em cores, acabamento nas extremidades feitos com bastão de madeira e ponteiros de PVC⁷⁶, para que a peça pudesse ser exposta no ambiente o acabamento conta com cordão para que seja possível ser dependurado na parede vermelha do estabelecimento.

A *Gestalt* que possui dois tipos de percepções - forças externas e forças internas. A sua teoria nos mostra que o *banner* é constituído pela força externa, por indicar estímulo sobre a imagem que enxergamos (GOMES FILHO, 2000). A representação da imagem da mulher na peça gráfica é de uma modelo branca, cabelos lisos escuros de comprimento longo após os ombros, o corpo posado de lado está cortado, não revelando o rosto e finalizado nas coxas acima do joelho. O corpo considerado seminu devido a presença de peças íntimas (sutiã e calcinha), está curvado propondo movimento e que coloca em destaque os seios e as nádegas da modelo.

Por ocupar a maior parte da peça identificamos que a força que rege a percepção externa é a forma do corpo da mulher, atingindo o nível primitivo visceral proposto por Norman (2008), pois é capaz de ligar a identificação da aparência encontrada na sociedade quando se busca o lazer sexual. Ao subir as escadas do *Hotel Mirage* o indivíduo se depara com o *banner* e imediatamente associa a sua busca ao serviço sexual, pois “o nível visceral é pré-consciente, anterior ao pensamento” (IDEM; 2008, p. 56). O texto verbal "Lindas Garotas" "Venha Conferir" reforça o imaginário que a peça gráfica em si estimula e provoca sobre o olhar heterossexual do ponto de vista dos frequentadores locais. Neste momento, possivelmente a aparência importa e é formada a primeira impressão do local.

A predominância do plano de fundo preto, no retângulo cênico da peça, favorece a imagem e dá destaque do corpo, contribuindo para presença do mito⁷⁷, pelo sistema sígnico que retirado do contexto do *banner* sofre esvaziamento e como significante torna-se vazio. Porém, se o olhar é do receptor, que está vendo a peça e a partir do referencial que o ambiente erótico carrega, a imaginação torna-se signo. A representação corporal do *banner* investe no envolvimento imaginário do receptor, sobre o corpo apresentado, efeito de luz e sombra em seu contorno - sobre a pele – e está como elemento de prazer, de forma viva, sensual e carregada de sentidos. Podemos perceber essa sensação pela luminosidade do rosto, a luminosidade mais forte abaixo do cotovelo atrai o olhar para atributos geralmente chamativos nos corpos das

⁷⁶ Policloreto de polivinila (ou policloreto de vinil) é um tipo de plástico (material orgânico polimérico sintético).

⁷⁷ O mito será tratado como sistema mítico (sígnico) que opera como significante e que em seguida poderá construir outros novos signos na peça gráfica.

mulheres - região púbica. A partir de um olhar heterossexual, pode ser encarado como convite ao envolvimento tátil devido ao trabalho de luz e sombra exercido na imagem.

A partir do conjunto de todos os elementos na peça gráfica é possível notar a sugestão sexual, o desejo, a mulher, o esvaziamento, o descobrimento, o prazer, o lazer traduzido por parte do oferecimento do serviço do reduto erótico, identificado no título do *banner* como Hotel Mirage. Dessa forma, as decisões de consumo no lazer sexual são decididas de forma rápida, muitas vezes, sem reflexões por parte dos receptores da imagem. A comunicação visual de identificação imediata e com estéticas precisas se unem às sensações primárias que o serviço sexual pode oferecer na mente dos receptores da imagem, realizando um convite a experiência local como mensagem transmitida.

A seguir a peça gráfica (figura 27) fotografada em Belo Horizonte no dia 22 de outubro de 2019 no para-brisa (vidro frontal) de um veículo automotor estacionado na Rua Guaicurus próximo a alguns estabelecimentos de serviço sexual, não pertence a nenhum estabelecimento do Complexo de Diversões Guaicurus⁷⁸, mas por ser encontrada *in loco* com a função de divulgar a diversão sexual no território definido como recorte dessa pesquisa, ponto de interesse de estabelecimentos concorrentes de diferentes regiões.

Figura 27 - Noite do Baby Doll



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

⁷⁸ Ressaltamos que trata de um serviço oferecido de um estabelecimento localizado fora da área de concentração definida nesse estudo, porém, identificamos que a partir da concentração de locais de sexo no Complexo da Diversões Guaicurus a atração de divulgação de serviços semelhantes de outras regiões se faz efetiva no local.

A peça gráfica denominada como *flyer* (panfleto) é um tipo de impresso promocional cuja função é anunciar e promover produtos/serviços nos centros urbanos. Considerados os substitutos dos panfletos publicitários, que por sua vez são impressos em uma cor dentre as primárias (azul, vermelho e amarelo ou preto que é a junção todas elas), em folhas avulsas simples e de distribuição limitada. O *flyer* tem em o ponto de destaque: na parte superior, o título “Noite do *Baby Doll Sexy*”⁷⁹, todavia, traduz em variadas peculiaridades e nos leva a fazer outro entendimento de acordo com o contexto estabelecido. A presença do corpo da mulher em trajes íntimos na peça gráfica, pode levar a compreensão da sugestão do título da peça gráfica que traduzido corresponde a “Noite da Camisola Sensual” – o que é muito comum o uso do estrangeirismo no meio da comunicação de massa, como o caso da palavra francesa *lingerie* que está incorporado no nosso vocabulário, com o significado de roupa íntima feminina. A leitura do título pode nos levar ao entendimento de “Noite da Baby Dolly Erótica” fazendo uma referência cômica em torno da imaginação do receptor, que de segundo a alguns mitos e expressões populares é capaz de significar a “ovelha negra” (membro da sociedade de má reputação) devido ao uso da mulher branca vestida de preto e a “ovelha Dolly” (primeiro mamífero a ser clonado) leva a metáfora de membro da comunidade semelhante a outro, neste caso da mulher apresentada no *flyer*.

Pela combinação de emoções e cognição proposta por Norman (2008), a figura 27 é identificada no nível comportamental, devido a sua relação íntima com a experiência do uso de roupas sensuais que fazem referência à cama, noite, ao sexo e às relações conjugais (núpcias). A lembrança é dirigida ao prazer efetivo ao fazer uso de peças íntimas sensuais, possíveis de extrapolar a atração visual do nível visceral. Porém, Norman nos revela que o nível comportamental não justifica as primeiras cargas afetivas, pois elas não possuem uma "interpretação ou consciência" de forma contínua, mas são capazes de acionar diversos entendimentos a partir do que é visto na imagem (IDEM; 2008, p. 58).

Neste contexto a peça gráfica, ao ser vista, pode gerar prazer imediato quando se tem um contato direto no ambiente de lazer sexual e essa satisfação emocional tem potencial de ser uma atração instantânea capaz de estimular os indivíduos.

A sensação física é importante. Afinal, somos criaturas biológicas, com corpos físicos, braços e pernas. Uma parte enorme do cérebro é ocupada pelos sistemas sensoriais, continuamente investigando e interagindo com o ambiente. [...] Toque, vibração, sensação, cheiro, som, aparência visual. (NORMAN, 2008, p. 102)

⁷⁹ Expressão do inglês *baby doll* significa boneca na língua portuguesa e *sexy* se trata de algo sexualmente atraente

Ao contrário do *banner* (figura 26), o *flyer* (figura 27) encontrado no Complexo de Diversões Guaicurus é que contém princípios que regem as forças internas da *Gestalt*, pois possibilitam organizar as formas em uma ordem marcante quando a imagem é visualizada. As leis da *Gestalt* (princípios da *Gestalt*) são capazes de explicar o que é possível enxergar a mensagem visual de um determinado jeito e não de outro (GOMES FILHO, 2000).

“A partir dessas leis, foi criado o suporte sensível e racional, espécie de abc da leitura visual, que vai permitir e favorecer toda e qualquer articulação analítica e interpretativa da forma do objeto.” (GOMES FILHO, 2000, p. 27)

De acordo com Gomes Filho (2000, p. 103 e 104) as leis da *Gestalt* contribuem para a leitura visual da peça gráfica por apresentar (quadro 3):

Quadro 3 – Percepção *Gestalt*

Lei	Unidade
Significado	São elementos que configuram a forma.
Análise figura 13	Fundo escuro em cor preta e vermelho ao centro; Título "NOITE DO BABY DOLL" na cor amarela e "SEXY" na cor branca e contorno na cor roxa; blocos de textos: "SEXTA E SÁBADO A PARTIR DAS 21:00 H", "VENHA CONHECER AS MAIS BELAS GAROTAS DE BH E REGIÃO, COM STRIPERS DE 1 EM 1 HORA!", "+INFOR. (31) 99248-6750/98952-3380 Rua Varginha, 228 - Floresta - BH"; texto "Aceitamos Cartões" seguido de retângulo na cor branca, bordas arredondadas contendo as marcas "VISA e "MASTERCARD" empresas de serviços financeiros; bloco de texto "HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO DA CASA:" na cor branca e "Seg. a Sab. 13:00h às 20:00h" "20:00h às 5:00h" "Domingos de 15:00h às 00:00h" dentro de um quadro retangular com fundo transparente, bordas arredondadas com efeito neon na cor roxa/azul e brilho externo central; selo de identificação com o nome do estabelecimento "SCOTH BAR SANTIAGO", não é possível considerar este símbolo como a marca visual do local; por fim é apresentado a imagem da mulher vestida com uma camisola íntima na cor preta com a presença de detalhes de rendas bordadas em formas de flores e folhas na cor branca; por fim, sobre os seios da mulher contém dois símbolos circulares com o traço ao centro na cor branca e contorno na cor roxa.
o	Segregação
Significado	Ato de separar, perceber ou identificar as unidades.

Análise figura 13	A peça gráfica é segregada em treze unidades: plano de fundo, imagem da mulher, seis símbolos, um título e quatro blocos de texto.
Lei	Unificação
Significado	Coesão visual da forma em função do maior equilíbrio e harmonia da configuração formal do objeto.
Análise figura 13	A peça gráfica apresenta uma unificação regular (ruim) por equilíbrio simétrico e harmonia por ordem das cores, reforçada pelos fatores de diferentes estilos de fonte tipográfica, desarmonia pelo tamanho das fontes e o uso de caixa alta em maior quantidade nos blocos de textos. A peça é um pouco prejudicada pela irregularidade no alinhamento e posições dos elementos visuais.
Lei	Fechamento
Significado	Características espaciais que dão a sensação de fechamento visual dos elementos constituintes da forma.
Análise figura 13	O conjunto, que contém o bloco de texto referente ao horário de funcionamento, configura uma unidade retangular de bordas arredondadas. A forma circular com uma faixa ao meio escrito "SANTIAGO" apresenta um fechamento sem vazão a outros espaços da peça gráfica.
Lei	Continuidade
Significado	Padrão visual originado por configurações que apresentam sequencias ou fluidez de formas.
Análise figura 13	A peça gráfica apresenta uma boa continuidade no título, por ter a palavra "SEXY" pelo alinhamento próximo a imagem da mulher. O alinhamento a esquerda no final da peça no qual informa o texto de contato e o endereço. Os dois símbolos de "proibido" colocados em cima dos seios e a forma orgânica da imagem da mulher possuem boa continuidade.
Lei	Semelhança e/ou proximidade
Significado	São as leis que, sobretudo, se consubstanciam em padrões de unidades, pela sua própria e intrínseca organização e que também colaboram poderosamente para a unificação formal.
Análise figura 13	As semelhanças identificadas pelas fontes parecidas nos blocos de textos do meio da peça gráfica até a sua parte inferior. Foram identificadas proximidades no título pelo uso de diferentes fontes tipográficas e na formação do retângulo branco que contém os logos "VISA" e "MASTERCARD".

Lei	Pregnância da forma
Significado	É a lei básica de percepção visual: as forças de organização da forma tendem a se dirigir tanto quanto o permitam as condições dadas, no sentido da harmonia, da ordem e equilíbrio visual.
Análise figura 13	O flyer do <i>Scoth Bar Santiago</i> , embora prejudicada pela organização dos elementos em posições diversas, blocos de textos contendo diferentes fontes e estilos tipográficos, apresenta uma alta pregnância por apresentar informações objetivas e rapidez na leitura visual do flyer por completo.

Fonte: Feito pelo Autor, 01/2021.

Diferente dos níveis anteriores a respeito do *design* emocional, o nível reflexivo é o que permite fazer uma reflexão e interpretar a peça gráfica, sendo possível que sejam criados sentidos coerentes e com base lógica. Em outras palavras, é nesse nível que podemos aprofundar, explorar e tentar compreender os significados que são gerados na peça gráfica. O pensamento, a partir do olhar, pode ser existente em longo prazo e não se limita a sentimentos únicos (NORMAN, 2008).

O nível reflexivo relaciona com as particularidades culturais e tudo que é capaz de influenciar. Sendo assim, este nível engloba memórias afetivas ou não, para apontar significados próprios ao que é visto. Os elementos que associam ao nível reflexivo são capazes de despertar lembranças por parte dos receptores, formam símbolos de diversos significados. Norman considera que:

Nós nos tornamos apegados à coisas se elas têm uma associação pessoal significativa, se trazem à mente momentos agradáveis e confortantes. [...] Nosso apego não é realmente com a coisa, é com o relacionamento, com os significados e sentimentos que a coisa representa. (NORMAN, 2008, p. 68)

Contudo, a experiência pessoal se torna importante no processo de leitura visual. As imagens são capazes de representar particularidades individuais a partir dos sentimentos associados a satisfação do que é exibido.

Figura 28 - Cabines Bar – Porta 06



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

Na leitura visual da figura 28, alguns aspectos sobressaem de imediato como a questão da simplicidade por apresentar poucos detalhes, clareza e harmonia visual como fatores de equilíbrio, sutileza pela objetividade, delicadeza e refinamento por apresentar ajustes visuais na composição (GOMES FILHO, 2000). A peça gráfica composta pela imagem da mulher em posição inclinada, registrada em plano americano, cujo registro corta aproximadamente pela altura das coxas da modelo, feito frontal com visível eixo de simetria diagonal e o

enquadramento transparece uma ideia de interação (sensação de movimento). É provocada uma rápida instabilidade visual que é possível instigar, surpreender e chamar atenção do olhar observador da peça gráfica pelo motivo da modelo possuir um sorriso no rosto e tampar com as mãos os seios. Essa representação posada sugere a exibição do corpo de forma ousada.

A tonalidade escura da cor vermelha no plano de fundo é capaz de promover um destaque, o que também valoriza, extraordinariamente, a imagem da mulher. O equilíbrio visual é neutro, pois o desequilíbrio da pose da modelo é compensável pelos outros elementos da imagem, que são apresentados na base: o logo da produtora de filmes pornô "BUTTWORD" e a representação do título "VIDEO SEX" na parte superior. As formas orgânicas e o contraste sutis são elementos figurativos da composição e chamam atenção do observador pela presença de degradê nas formas, que transmitem ideia de movimento atrás do número "06" de identificação da porta do estabelecimento Cabines Bar, localizado no Complexo de Diversões Guaicurus, no centro da capital mineira.

A pregnância da forma na composição, diferente do *flyer* (figura 27), é média e proporciona uma leitura visual objetiva. Por outro lado, a interpretação visual da figura 28 demanda um certo tempo de apreciação, além de ser fixada em uma porta localizada em um corredor de pequena dimensão e a peça gráfica ser representada em tamanho real de acordo com as medidas da porta, fica maior o movimento feito com os olhos para contemplar toda a imagem a ser vista.

Ao considerarmos a imagem uma construção produzida a partir de um conjunto de descrições, qualificações e ações, podemos estimar que as trabalhadoras sexuais são perfiladas no imaginário social. De acordo com Dondis (2003), a imagem é um produto visual e da imaginação, porém, é preciso diferenciar a imagem do imaginário, para que seja possível ser feita a construção de significados sobre as coisas do mundo. De acordo com Charaudeau (CHARAUDEAU, 2007), o imaginário é:

resultado da atividade de representação que constrói os universos de pensamento, lugares de instituição de verdades, e essa construção se faz por meio da sedimentação de discursos narrativos e argumentativos, propondo uma descrição e uma explicação dos fenômenos do mundo e dos comportamentos humanos (...). Logo, os imaginários são engendrados pelos discursos que circulam nos grupos sociais, se organizando em sistemas de pensamento coerentes, criadores de valores, desempenhando o papel de justificação da ação social e se depositando na memória coletiva (CHARAUDEAU, 2007, p. 579)

Os aspectos visuais são considerados um dos fatores de suma importância nas peças gráficas, pelo motivo de a percepção humana ser determinada pela visão (KNEBEL; PIZZATO; SCOLARO, 2017). “Quando tratamos de uma imagem gerando emoções estamos tratando de estética, um termo frequente e superficialmente utilizado para se referir apenas ao aspecto visual

de algo, mas cuja amplitude semântica deve estar clara” (KNEBEL; PIZZATO; SCOLARO, 2017, p. 325). Sendo assim, a peça gráfica "apresenta aos sentidos (especialmente a visão) e a resposta cognitiva do quão agradável (ou não) é o processo percepção ao observar-se um objeto" (IDEM, 2017, p. 325).

Como percebemos q as emoções e a percepção do público local diante das peças gráficas possibilitam aflorar o imaginário social da trabalhadora sexual da região, pois uma das experiências do usuário está relacionada à emoção e percepção. Para além desses fatores, a atratividade de peças gráficas é formada pelos elementos visuais, que consideramos fundamentais para a construção da comunicação visual e do *design*. No próximo capítulo compreenderemos como esses elementos agregam nas peças gráficas encontradas no Complexo de Diversões Guaicurus em Belo Horizonte/Minas Gerais.

4 ELEMENTOS VISUAIS FUNDAMENTAIS DA COMUNICAÇÃO E DO *DESIGN*

Neste capítulo são apresentadas as análises gráficas direcionadas aos elementos visuais fundamentais da comunicação visual e do *design*. As peças gráficas encontradas no Complexo de Diversão Guaicurus localizado em Belo Horizonte foram registradas e catalogadas no período definido entre setembro de 2019 e janeiro de 2020. Cabe atentar que as análises são baseadas no estudo das características gráficas mais frequentemente detectadas e que são capazes de auxiliar na identificação do *design* atraente, sinais e indícios, levando em conta suas peculiaridades gráficas. A expressão “*design* atraente” será compreendida como o conjunto de elementos gráficos, técnicas e estratégias capazes de atrair e reter a atenção do receptor. Para uma melhor contextualização, iremos decompor as peças em seus elementos constitutivos para analisar os elementos gráficos que compõem o material catalogado. Portanto, esta análise parte da estética visual da imagem, da identificação de elementos ligados ao *design*, a comunicação visual e dos pontos de sedução que os serviços sexuais oferecem, em sua maioria, de forma empírica, através da observação direta das peças gráficas.

É concedida ao profissional que trabalha com construção de peças gráficas as opções de se comunicar usando elementos visuais textuais ou não textuais. Segundo Dondis (2003, p. 51), o elemento visual é a “substância básica daquilo que vemos, e seu número reduzido: o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala e o movimento”, são capazes de direcionar o olhar do receptor, contribuir para a compreensão da mensagem e formar uma unidade imagética. Os elementos não textuais são: cor, forma, linha, fotografia, ilustração e outros sinais visuais. Já os elementos textuais são: palavras, números, textos e frases. Neste estudo, optamos por analisar separadamente os elementos: cor, forma e tipografia para melhor

compreensão da visualidade na comunicação visual. Serão analisadas também as composições gráficas das peças.

As cores foram analisadas a partir de suas categorias e Dondis (2003) considera que as cores têm afinidades com as emoções. Em muitos casos, as cores são utilizadas para agregar uma identidade, autonomia a artes, enaltecer imagens e para tornar clara uma ideia, diferenciando-a das demais⁸⁰.

Já as tipografias, elementos textuais formados por caracteres ortográficos e para-ortográficos (número, pontuação etc)⁸¹, pode ser escrita em forma de títulos, blocos de texto, enunciados, contatos informativos, entre outras possibilidades na peça gráfica. Wheeler (2012) alerta que os caracteres tipográficos são carregados de sentidos e contribuem no entendimento e reforço da mensagem. A autora define que ao avaliar a tipografia deve ser considerado seu estilo da letra, tamanho da fonte, cores e legibilidade.

De acordo com Dondis (2003, p. 57), nas artes visuais “*a linha descreve uma forma*” e “*articula a complexidade da forma*”. A forma está associada também ao perímetro, a moldura, contorno, definindo o formato de apresentação de uma peça gráfica seja ela quadrada, retangular, elíptica etc. A composição dos elementos fundamentais e os aspectos estruturais resultam na forma a ser transmitida. De acordo com Samara (2007, p. 10):

Na comunidade do design, o debate sobre os meios de acesso, os gêneros, as raças e outras questões sociais ganhou maior importância do que a simples conversa sobre a forma e a organização; é raro encontrar esse tipo de discussão no setor. Como a construção e a organização da forma estão indissociavelmente ligadas à disseminação visual da informação, esse debate poderia ser um pouco mais complexo, talvez envolvendo aquelas “questões maiores” a que vêm se dedicado os designers gráficos... uma espécie de “inconsciente” estético que decidimos ignorar, sem perceber a sua hegemonia.

Cada forma tem sua característica específica e popularmente são conhecidas três formas básicas: o quadrado, o círculo e o triângulo equilátero (de lados iguais). Combinar essas formas básicas gera infinitas variações e elas “*derivam todas as formas físicas da natureza e da imaginação humana*”.

⁸⁰ A cor está, de fato, impregnada de informação e é uma das mais penetrantes experiências visuais que temos todos em comum. Constitui, portanto, uma fonte de valor inestimável para os comunicadores visuais. (DONDIS, 2003, p. 64)

⁸¹ Dentro desta definição ampla, ao efetuar a análise ou descrição de algum exemplo específico de design com tipos, é necessário levar em consideração os diferentes processos disponíveis para a obtenção destes caracteres ortográficos e para-ortográficos. Embora qualquer um destes processos possa resultar em uma fonte tipográfica do ponto de vista do design de tipos, dentro da esfera do design com tipos é importante diferenciar a tipografia, enquanto processo mecânico ou automatizado para a obtenção de caracteres regulares e repetíveis, da caligrafia (processo manual para a obtenção de letras únicas, a partir de traçados contínuos a mão livre) e do letreiramento (processo manual para a obtenção de letras únicas, a partir de desenhos). (FARIAS, 2004, p. 2)

A estrutura, por sua vez, é a diagramação, capaz de organizar e combinar esteticamente as unidades de formas em superfícies quadradas ou retângulos onde os elementos visuais serão dispostos na área de trabalho definida pelo *designer*. Com a associação ao *grid* (grade quadriculada), definido por elementos técnicos e constituído por eixos, linhas verticais e horizontais, houve a contribuição para o não desperdício de material. Para alguns *designers* gráficos, segundo Samara (2007, p. 9), a estrutura é “parte incontestável do processo de trabalho, oferecendo precisão, ordem e clareza.”

Para analisar os elementos fundamentais da comunicação visual e do *design* nas peças gráficas encontradas em campo, foi preciso estabelecer uma ordem para verificar as possíveis relações e para que pudéssemos olhar para as imagens e identificar os elementos presentes. Optamos por construir um quadro contendo todas as imagens e percebemos que era preciso fazer uma divisão - foram separadas por tipos de peças gráficas: adesivos, adesivos/plotagens, *banner*, *banners* especiais, cartões de visitas, panfletos e *wind banner*⁸². Assim, poderíamos olhar para todas as imagens e comparar umas com as outras, o que possibilitou analisar de forma genérica alguns elementos que estão presentes em comum em algumas das imagens catalogadas no Complexo de Diversões Guaicurus.

⁸² *Wind Banner*, peça gráfica confeccionada em tecido poliéster, preso em haste giratória apoiada em uma base ou uma estrutura de aço, quando colocado em ambiente externo é capaz de girar com ação do vento. Conhecido também como *wind flag*, *fly banner*, *flag banner* ou bandeira banner. Possui diversos formatos, sendo o de pena o mais utilizado por oferecer corte arredondado na parte superior e mais afunilado e pontudo na parte inferior.

Figura 29 - Quadro de peças gráficas



Fonte: Feito pelo autor.

4.1 Cores

A partir do conceito de Pastoreau (1997, p. 15): “ a cor é um fenômeno cultural, estritamente cultural, que se vive e define diferentemente segundo as épocas, as sociedades, as civilizações”. Dessa forma, para o uso das cores nas peças gráficas, optamos por analisá-las através do caráter simbólico, por ele considerar que a natureza da cor é estritamente antropológica e sua percepção não é algo único e universal. A partir da ideia de que as cores possuem códigos sociais, para nosso estudo percebemos ser possível nos aproximar dos fatores práticos e simbólicos que possibilitam a preferência de uma cor a outra nas peças gráficas encontradas no Complexo de Diversões Guaicurus.

As produções gráficas de baixa complexidade muitas vezes estão ligadas às possibilidades financeiras de execução, uma vez que em alguns processos o número de cores nas peças gráficas pode tornar o valor do serviço de impressão mais caro. A quantidade de cores de acordo com a técnica de impressão gera mais fotolitos, chapas de impressão e saídas em máquinas de impressão. Quando se define o orçamento disponível para investimento, é feita a escolha do tipo de peça gráfica que o projeto se encaixa. O uso das cores na arte a ser divulgada ou sua exposição no ambiente para apelo comercial são combinações de estilo e questões de coerência ideológica.

Na apresentação do quadro de registros de peças gráficas do Complexo de Diversões Guaicurus (figura 29) o uso da cor (impressa em policromia) é predominante e, geralmente, ocupa uma maior parte da peça, pela presença de ilustrações. Ao que tudo indica, o uso de cores não direciona o resultado científico sensorial denominado pelo estudo tradicional das cores, entretanto determinam de maneira involuntária, de forma artística ou de acordo com estilo pessoal do *designer* ou de profissionais que realizam trabalhos gráficos visuais.

O agrupamento de todo material encontrado em campo (figura 29) foi a tentativa de identificar uma possível paleta de cores predominante nas peças gráficas, além de fazer a separação por tipo de arte encontrada no Complexo de Diversões Guaicurus. Apesar da grande variação de cores existentes nas peças, há predominância do vermelho e do amarelo, geralmente usados em títulos e informações sobre o local/serviço. É o caso do banner a seguir, encontrado na parte interna do *Novo Hotel Scoth Bar*, localizado na Av. Paraná, 241 – Centro de Belo Horizonte/MG.

Figura 30 - Novo Hotel Scoth Bar



Fonte: Arquivo Pessoal, 11/2019.

Na cultura ocidental, o amarelo possui diferentes significados. Segundo Pastoureau (1997), é a cor mais luminosa, cor do sol, da alegria e da energia. O amarelo está ligado à realização de atividades que proporcionam a vivência do prazer e de um estado de satisfação que possa ser realizado de forma livre, como as férias e a busca por um interesse pessoal, no qual pode se fazer o que gosta. Esses significados estão presentes na figura 30 e em outras peças. Conseguimos identificar que o uso da cor amarela em segundo plano neste *bannner* se dá principalmente por sua luminosidade, visto que é capaz de atrair o olhar para os elementos identificados no primeiro plano. Em outras palavras, o amarelo é capaz de atrair o olhar do espectador para algum elemento chave na peça gráfica.

O vermelho, por sua vez, na figura 30, facilita a identificação dos títulos e outras informações, possui uma concepção visual imediata, além de “ser a cor por excelência, a cor arquetípica, a primeira de todas as cores”; de todos os termos de cor, possui mais força simbólica do que o preto ou o branco (PASTOUREAU, 1997, p. 160). No *banner* (figura 30) o

vermelho presente no título “*Scoth Bar*”, no texto informativo “Lindas Garotas e Ótimo Ambiente” e nas peças íntimas está ligado ao amor, pecado carnal, ao erotismo e ao proibido.

O amarelo quando utilizado de forma isolada estimula o otimismo, por ser uma cor acolhedora e que transmite felicidade, enquanto o vermelho pode significar uma recusa se for usado de forma singular. No entanto, associado ao vermelho, o amarelo quando usado em ambientes alimentares tem o poder de estimular o apetite, como em “*fast-food*”, o que assemelha ao uso do bordão “*fast-foda*”⁸³ — geralmente utilizados por frequentadores, trabalhadores locais e até pessoas que desconhecem os estabelecimentos para se referir a prática sexual (BLANCHETTE; SILVA, 2009, p. 45), — que faz referência aos ambientes que proporcionam o lazer sexual.

A combinação das duas cores é uma boa escolha para o uso de sinalizações de alerta, chamar a atenção de determinados detalhes e contribui para concentração de informações que estimulam o intelecto e sugere animação. A utilização do vermelho e do amarelo traduz a simbologia quente e dinâmica que no ambiente corporativo é uma soma positiva por passar a mensagem de transparência e firmeza nas negociações, o que é um ponto importante na relação profissional com cliente nos estabelecimentos de sexo.

Figura 31 - Novo Hotel Scotth Bar – interferência da luz



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

⁸³ Embora a modalidade *fast foda* exija muito mais parceiros que outras modalidades de prostituição, ela exige muito menos envolvimento social ou emocional entre a prostituta e o cliente, e muitas mulheres a preferem exatamente por isso. (BLANCHETTE; SILVA, 2009, p. 45)

Como podemos observar, a imagem fotográfica da mulher possivelmente pode ter recebido tratamento gráfico para adquirir algum tipo de efeito e as luzes do ambiente causam interferências na visualização da peça. Nesse caso, a luz negra causou o efeito *neon* no local e interferiu no registro fotográfico, por isso a parte superior da figura 31 sofreu interferências visuais. Todavia, o local que sofreu interferência pela iluminação realça a imagem da mulher dando ainda mais luminosidade à figura devido ao amarelo no fundo, assim como, o branco no contorno das palavras.

Podemos compreender que o uso do amarelo e vermelho (cores quentes) com uso de cores opostas (cores frias), são apresentações tendenciosas de maior harmonia e contraste quando trabalhadas em conjunto, chamando a atenção de quem a observa. De acordo com Guimarães (2004), a utilização de cores contrastantes (preto e o branco) torna a peça gráfica ainda mais atrativa, de alto impacto e um aspecto agradável, como é o caso da figura 30 e com a interferência da luz ambiente o destaque se torna maior no observador como apresentado na figura 31. No entanto, na atuação sensorial do consumidor a utilização de outras cores, além do preto e do branco, é capaz de estimular efeitos atraentes nos consumidores e observadores.

O vermelho é conhecido por ser estimulante e induzir ações. Na simbologia das cores o vermelho é instigante, estimulante, passional e tem uma relação poderosa na cultura ocidental, onde é uma cor intensa e energética que tanto pode ser associada ao romantismo, a fome, quanto à agressividade. Algumas expressões populares nos ajudam a compreender o desejo relacionado à fome e ao serviço BDSM⁸⁴ oferecido em alguns estabelecimentos do Complexo de Diversões Guaicurus. Estes serviços indicam agressividade, devido à prática sexual entre os participantes, que envolve o prazer na dor e no desconforto⁸⁵. Na figura 32, a seguir, percebemos a presença de acessórios eróticos, como: a grade ao fundo da imagem feminina, as correntes próximas aos ombros e pulsos (mesmo a peça estando rasgada ao lado esquerdo na visão do observador) e a mordaca de bola na boca da mulher da peça nos leva a compreender que se trata de um estabelecimento de vendas de produtos eróticos.

⁸⁴ BDSM sigla referente as práticas sexuais de Bondage, Disciplina, Dominação, Submissão, Sadismo e Masoquismo.

⁸⁵ Como não é o intuito deste trabalho fazer o levantamento dos tipos de trabalhadoras sexuais que realizam este tipo de serviço. Em algumas visitas a campo foram identificados alguns cartazes feitos a mão anunciando serviços BDSM nas portas de alguns quartos dos estabelecimentos sexuais, mas os registros fotográficos não foram permitidos.

Figura 32 -Play Prazeres Sex Shop



Fonte: Arquivo Pessoal, 11/2019.

O título em vermelho com efeito *glow* (brilho) de contorno com a utilização de uma fonte tipográfica em cor preta cuja sua estrutura é de espessura fina, localizado ao centro da peça e é composto por elementos que permitem concentrar o olhar do observador na peça. A cor azul ciano como complemento do vermelho contribuiu para destacar e clarear o conjunto de elementos do *banner* especial do Play Prazeres Sex Shop, localizado na Rua São Paulo, 187 – Centro de Belo Horizonte/MG.

Apesar de destacarmos o vermelho em algumas peças gráficas, o uso de cor tem clara influência da fotografia profissional, como é o caso da figura 32, em que os tons da pele da figura feminina sofrem interferência não realista devido à luminosidade que é capaz de determinar e desenhar cada ambiente, seja no ambiente de estúdio ou externo, como é visto em outros casos. Entretanto, nesta peça gráfica, o sentimento transmitido é de um ambiente sombrio e obscuro pela presença do preto, mas ao mesmo tempo instigante pela presença do vermelho. Por essa razão, nesta peça gráfica, o efeito *neon* com a junção de cores frias como violeta, verde e azul (em sua clássica divisão) exercem grande interferência sobre a imagem feminina, devido

seu efeito de iluminação artificial, que torna o conjunto de elementos tipográficos suaves e leves, visto que este é o efeito da luz fria, em casos como o desta peça. A presença do efeito *neon* - que em algumas situações são identificadas por profissionais da área como efeito *glow* - também está presente na informação secundária da peça, dando destaque aos números do telefone e o site do estabelecimento. Como a presença do adesivo vermelho em cima da informação do site feito em efeito *glow* violeta, identificamos que o site está desativado ou não existe mais, mas foi possível reparar que mais uma vez a cor foi escolhida para chamar atenção para as formas de pagamento possíveis no estabelecimento.

Por fim, identificamos que ao analisar a imagem da parte superior até a inferior transmite uma única emoção de sensação por apresentar a força do vermelho e a instabilidade ao fim com o desmanche do preto sendo possível revelar a grade. Importante destacar que essa peça fica na rua, na entrada do estabelecimento, fazendo uma alusão a porta de entrada. Por ser um banner classificado como especial, devido a sua dimensão superior ao tamanho de 1,20x80cm.

Entre diversos espaços de lazer sexual em Belo Horizonte, o Complexo de Diversões Guaicurus talvez tenha sua fama mais popular não só na capital mineira, mas bastante presente no imaginário do interior. O complexo é fronteira de regiões morais identificada desde a fundação da cidade como zona boêmia, movimentando os dias e as noites em seus ricos cabarés no início do século XX até os estabelecimentos de prazer e sexo da atualidade. Ao transitar pelas ruas e avenidas que compõem o Complexo de Diversões notamos que poucos estabelecimentos possuem identificação, letreiros, faixas e placas na entrada. Poucos possuem o nome e alguns são identificados como *hotel*.

Figura 33 - Foto da fachada do hotel



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

A figura 33 - Foto da fachada do hotel, localizado na Rua Curitiba, 319 - Centro de Belo Horizonte, é um dos estabelecimentos que pode ser reconhecido pela estreita porta de entrada, pela presença de uma placa na cor vermelha e pelos adesivos de recorte branco para construção das letras que compõem o nome do estabelecimento e o número de telefone. Ainda em vermelho e não considerado como peça gráfica, mas com utilização de suporte de divulgação, a cobertura em lona fixa apresenta a continuidade da informação do estabelecimento, no caso apresentando o endereço.

A placa do hotel (figura 33), que tem o seu funcionamento no andar superior do prédio, sofreu intervenção no nome sendo retirada a palavra “Ruby”. Essa mudança pode ter ocorrido pelo fato de o hotel ter sofrido mudança de nome, de endereço ou até mesmo de dono. Durante a visita no Complexo de Diversões Guaicurus, percebemos que os estabelecimentos fecham e reabrem mudando o endereço e nome e, no caso deste registro, optaram por retirar o nome “Ruby”⁸⁶.

Tanto na fachada do prédio quanto na placa do hotel atentamos para destacar a presença da cor vermelha como forma de chamar atenção e se destacar em meio à via pública, o que ocorre em outros pontos a presença das cores amarelo, verde e preto na entrada dos estabelecimentos⁸⁷. Fora a especificação das cores nas paredes e portas, os estabelecimentos podem ser reconhecidos pela estreita entrada nos prédios, por conter a presença de porteiro e/ou segurança e o detector de metais que antecede as escadas.

A figura 34, a seguir, é um registro feito no estabelecimento Cabines Bar. O estabelecimento oferece o serviço de cabines eróticas com exibições de filmes pornô. O cliente paga um valor que o dá o direito de assistir por no mínimo 15 minutos o filme ou cenas a sua escolha. As cabines são numeradas, tamanho padrão para uso individual, compostas por uma cadeira, suporte e aparelho de televisão de tubo de 14 polegadas, papel higiênico, lixo, uma máquina de vídeo que registra o tempo de permanência do cliente e um botão para ser feita a

⁸⁶ O Hotel Ruby tem seu funcionamento atual na Rua dos Caetés, 619 - Centro, Belo Horizonte – MG. No endereço anterior o imóvel foi encontrado fechado durante as visitas a campo.

⁸⁷ Importante destacar que durante a visita ao Complexo de Diversões Guaicurus, identificamos que alguns bares, tinham suas estéticas nas cores vermelho e amarelo. Em conversa não-registrada com o administrador do Bar e Restaurante Bin Landen e Família II localizado na Rua Guaicurus, 446 - Centro, Belo Horizonte, nos foi informado que, com foco em impulsionar as vendas de suas marcas de cerveja Brahma e Skol, a Ambev que é uma empresa brasileira dedicada a produção de cervejas, forneceu uma equipe de decoradores com o objetivo de pintar os estabelecimentos parceiros nas cores amarelo e vermelho (típicas das marcas Brahma e Skol). Sendo assim, além do uso das cores fazendo referências as marcas de cervejas, as cores funcionam como forma de atração do público.

escolha de filme. O local possui um bar com música, vendas de bebidas e comidas, o que contribui para a permanência e interação entre clientes durante a fruição⁸⁸.

Figura 34 - Cabines Bar – Dentro da Cabine



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

⁸⁸ Durante uma visita ao Cabines Bar, um cliente, em conversa sigilosa, nos revelou que é permitido ter relações sexuais entre os frequentadores do estabelecimento que são do sexo biológico masculino.

Figura 35 - Cabines Bar – Porta 11 Brasileirinhas



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

As portas das cabines são identificadas pelo nome do programa “*Video Sex*”⁸⁹, a numeração da cabine, a imagem de uma modelo/atriz pornô e na parte inferior contém a marca da produtora de filmes - geralmente essa referência indica que, na cabine escolhida, serão exibidos os filmes da produtora identificada. Percebemos que alguns elementos se destacam ou desaparecem conforme o uso da cor (LUPTON; PHILLIPS, 2008). No Brasil, até aproximadamente a década de 1970, o *design* gráfico era realizado em preto e branco, mas atualmente a cor faz parte do processo de *design*. Como visto antes, a utilização de cores pode

⁸⁹ Programa de acesso rápido desenvolvido para uso em máquinas de vídeos que contém uma série de filmes pornográficos.

servir para diferenciar, atrair, ressaltar, conectar e esconder algum elemento na peça gráfica. A impressão preto e branco era a forma mais barata e a impressão em cores era artigo de luxo, mas o processo de impressão hoje tem o uso de cores constantes. Dessa forma, percebemos que a impressão de peças gráficas de forma decorativa se torna comum e a aplicação especializada se torna uma opção acessível em diversos pontos comerciais.

Para a impressão em larga escala é utilizada um veículo de forma especializada digital, o que permite a impressão colorida de qualidade em formatos especiais. A plotagem é o processo de adesivar objetos, paredes, portas, vitrines. As portas das *Cabines Bar* têm plano de fundo com cores alternadas em degradê, em azul turquesa e vermelho marsala. Na figura 35, o plano de fundo em degradê azul turquesa tem um ponto de luminosidade que permite que o centro fique em tonalidade mais clara e as extremidades mais escuras, fazendo um efeito vinheta, o brilho vai do claro ao escuro. Segundo Dondis (2003), independente da presença ou ausência de cores:

Como a percepção da cor é o mais emocional dos elementos específicos do processo visual, ela tem grande força e pode ser usada com muito proveito para expressar e intensificar a informação visual. A cor não apenas tem um significado universalmente compartilhado através da experiência, como também um valor informativo específico, que se dá através dos significados simbólicos a ela vinculados. (DONDIS, 2003, p. 69)

As cores produzem efeitos em nossa sensibilidade. O azul turquesa na peça gráfica, mesmo que no conhecimento popular possa ser reconhecido por verde água, tem seu valor simbólico representado pela imensidão do céu e do mar, relacionado a grandeza e a profundidade. As cores também podem levar a efeitos psicológicos relacionado a harmonia e serenidade (MONTIGNEAUX, 2003).

O recorte da personagem nua e o tom de pele do corpo foram ajustados de acordo com o efeito vinheta do fundo, tornando a imagem da mulher como o principal ponto de atração da peça gráfica. Importante reconhecermos que o tratamento da imagem corporal foi de acordo com a mulher brasileira, tratando a imagem com uma tonalidade bronzeada na pele, mesmo a modelo da peça ter traços tipicamente caucasianos, com os olhos claros, cabelos longos amarelados e os seios grandes. Percebemos ainda, que os pontos de luz (dourada) que não são efeitos óticos passageiros, foram colocados com o intuito de valorizar o contorno do corpo da mulher. “De acordo com a tradição clássica, a essência do *design* baseia-se em estruturas lineares e relações tonais, e não em efeitos óticos passageiros (matiz, intensidade e luminosidade)” (LUPTON; PHILLIPS, 2008, p. 71).

Identificamos outros usos de cores na figura 35, como o degradê no possível logotipo do programa “*Video Sex*” e a marca da produtora “Brasileirinhas”, ambos colocados em fundo

preto. Os logotipos identificados na peça gráfica não serão analisados, devido à complexidade a respeito do conceito e seus fundamentos.

4.2 Tipografia

A partir da definição de Niemeyer (2000, p. 12) o termo tipografia:

envolve a seleção e a aplicação de tipos, a escolha do formato da página, assim como a composição das letras de um texto, com o objetivo de transmitir uma mensagem do modo mais eficaz possível, gerando no leitor destinatário significações pretendidas pelo destinador.

O conjunto de elementos textuais e não textuais em uma peça gráfica são capazes de transmitir a informação desejada pelo criador da peça gráfica.

De um ponto de vista mais amplo, o abundante e crescente volume de informação que nos cerca, na era da comunicação de massa, determina uma maior seletividade na percepção da informação. Isso significa que só é percebida, compreendida e utilizada a informação que se apresentar a seu destinatário de modo adequado e eficiente. (NIEMEYER, 2000, p. 12)

A tipografia contribui na transmissão da mensagem verbal textual e tem a intenção:

de suprir, com os recursos que lhe são próprios, a expressividade, a ênfase necessária à comunicação, à semelhança do que ocorre na comunicação interpessoal, com os recursos da linguagem gestual (postura, expressão fisionômica, movimento etc) e da oral (as variações de altura, ritmo e tom da voz). (NIEMEYER, 2000, p. 13)

Segundo Quintana (1995), em sua dissertação de mestrado “Cartaz, cinema e imaginário” o elemento textual título:

nos cartazes, e inclusive antes deles, a relação entre tema do filme e leitura do espectador passa, principalmente, através do título e é através dele que o leitor se pergunta sobre o sentido do texto, sentido esse que só atualizaria assistindo o filme. (QUINTANA, 1995, p. 44)

Podemos trazer o estudo de Quintana e o entendimento de tipografia feito por Niemeyer para esse estudo compreendendo que a mensagem verbal textual que foi impressa, para ter um bom funcionamento na peça gráfica, deve se destacar e provocar impacto (NIEMEYER, Tipografia: uma apresentação. , 2000). Para peças que possuem elementos tipográficos, os profissionais de *design* e da área que desenvolvem seus projetos visuais com base no que aprenderam enquanto estudantes, levam em consideração para sua otimização os critérios de aplicação de variáveis.

Profissionais que atuam com comunicação e *design*, mas que tem formações em outras áreas ou aqueles atuantes sem qualificação, apenas desenvolvem seus projetos sem embasamento teórico e não possuem aporte analítico para gerar resultados críticos. Sendo assim, o uso da tipografia nos projetos gráficos é produzido com base na prática pessoal ou modismo, sem rigor metodológico e sem validação das soluções projetuais.

Figura 36 - Semana Black Friday

Fonte: Arquivo Pessoal, 11/2019.

O banner (figura 36) foi registrado na entrada do *Hotel Privê*, é uma divulgação realizada durante a *Semana Black Friday*⁹⁰. A divulgação trata-se de uma promoção envolvendo três estabelecimentos localizados na Rua São Paulo, uma das ruas que compõem o Complexo

⁹⁰ *Black Friday*, ou Sexta-Feira Negra em português, é um termo criado pelo varejo nos Estados Unidos para nomear a ação de vendas anual que acontece na sexta-feira após o feriado de Ação de Graças, que é comemorado na 4ª quinta-feira do mês de novembro. A ideia vem sendo adotada por outros países como Canadá, Austrália, Reino Unido, Portugal, Paraguai e Brasil.

de Diversões Guaicurus na região do hipercentro de Belo Horizonte. O *Stylus Hotel*⁹¹ (Rua São Paulo, 190), *Requinte Hotel* (Rua São Paulo) e o *Hotel Privé* (Rua São Paulo, 187) se uniram para fazer a promoção direcionada às trabalhadoras sexuais, para a locação diária de quartos com valor de R\$ 100,00 o período em um dos três estabelecimentos.

A figura 36 apresenta uma tipografia com adequada representação no desenho das letras. Sendo sua forma sem serifa e básica, percebemos que a fonte tipográfica não sofreu alteração por parte de quem elaborou a peça gráfica. Sua expressividade é conduzida pelo estilo negrito em alguns pontos, relacionados ao peso visual e tamanho da fonte, observamos também, que a ênfase no banner é a utilização de cor.

As únicas representações não textuais identificadas na figura 36 são: o preservativo na cor cinza, formato desenrolado em pé, indicando total preenchido, com detalhes aos lados dando a ideia de movimento; a outra representação é a etiqueta na cor vermelha, formato de seta e um detalhe branco que não foi possível identificar. Esses dois elementos não textuais contribuem na composição, no equilíbrio dos elementos textuais indicados como título da peça gráfica. “SEMANA” em cor amarelo e “BLACK FRIDAY” em cor branca.

Após descrever o título que tem o objetivo de captar a atenção do observador e incitar a sua curiosidade, observamos abaixo o *slogan*, enunciado este capaz de fazer associações e trazer algum tipo de lembrança ao observador. A frase “PORQUE SE NÃO TÁ FÁCIL, TÁ FODA!”, identificamos como *slogan* do banner, escrito em caixa alta, quando todas as letras estão em maiúsculas. A maior parte da frase está na cor amarela, que pela simbologia está relacionada ao otimismo e o fim da frase na cor vermelha após a vírgula, dando ênfase à expressão popular usada para dizer que algo está complicado ou em situação difícil.

Destacamos a atenção para o uso em todo o banner de uma mesma família tipográfica, que é o conjunto de fontes com características e estilos semelhantes, mas com variações diferentes, seja de espessura, largura, altura, dentre outros detalhes (NIEMEYER, Tipografia: uma apresentação. , 2000). Essa escolha atende a função da tipografia de conduzir o leitor à leitura da peça gráfica, estimula a percepção da estrutura implícita da mensagem, facilita a compreensão da informação e propõe aprofundar o entendimento do que é transmitido.

O bloco de texto após o *slogan* tem destaque com a tarja vermelha, o texto em bloco de linha curta quebra o fluxo de leitura. O texto se inicia em negrito “26 a 30 DE NOVEMBRO”,

⁹¹ Curiosidade: único hotel que possui site na internet. Disponível em: <<http://www.stylushotel.com.br/>> Acesso em: 15/02/2021.

possui o alinhamento ao centro e abaixo “diária única!” em letras minúsculas seguido do valor cobrado pelo serviço “R\$ 100,00” na cor amarela fazendo distinção dos elementos do bloco.

Abaixo são indicados os estabelecimentos participantes da promoção, o bloco de texto está alinhado à esquerda, na cor laranja, a *leading* (espaçamento vertical entre linhas) é diferente dos outros blocos de textos analisados, devido ao tamanho da fonte em negrito que faz referência aos nomes dos hotéis e que é visivelmente desproporcional ao endereço dos mesmos que estão logo a seguir em parênteses sem estilização.

Quem trabalha com textos compreende a importância de avaliar as diferentes qualidades tipográficas, capazes de gerar um equilíbrio visual que ajuda o observador da peça gráfica a assimilar o conteúdo apresentado.

Com base nas teorias de Niemeyer (2000), o fator mais relevante para a escolha tipográfica é a usabilidade da tipo (fonte, ou a letra). O uso das tipos são considerados importantes por possibilitar o equilíbrio estético, de significação e adequação do processo de produção das peças gráficas. Entretanto, a usabilidade não é um critério obrigatório a ser seguido, mas para *designers* é um aspecto fundamental por tornar o projeto atraente.

São três os critérios ergonômicos de usabilidade: a *legibilidade*⁹² (capacidade de reconhecer as letras), *leitabilidade*⁹³ (capacidade de se ler as palavras e diversas linhas do texto) e a *pregnância*⁹⁴ (NIEMEYER, Tipografia: uma apresentação. , 2000).

Neste caso é fácil identificar que a fonte escolhida e apresentada na figura 36 tem uma boa legibilidade devido a boa forma e facilidade de reconhecimento dos caracteres. Tem uma boa leitabilidade, pois é possível captar e absorver a mensagem transmitida pelo conjunto de elementos textuais e não textuais que compõem a peça gráfica. E sua pregnância pelo tipo de fonte utilizada, o tamanho, o espaçamento dos caracteres e as entrelinhas favorecem a leitura não tornando o bloco de texto tumultuado, possibilitando a rápida compreensão da informação.

Por fim, são apresentados os contatos para informações a respeito da promoção “INFORMAÇÕES (31) 3271-5444” na cor branca e em negrito; a linha do texto é mais

⁹² “Legibilidade é o atributo de caracteres alfanuméricos que possibilita que cada um deles seja identificável dos outros. Isto depende de algumas características como espessura da haste e a forma do caractere” (SANDERS e MCCORMICK, 1993, apud NIEMEYER, 2000, p.82).

⁹³ “Leitabilidade (readability) é a qualidade que torna possível o reconhecimento do conteúdo da informação em um suporte quando ela está representada por caracteres alfanuméricos em grupamentos com significação, como palavras, frases ou texto corrido. A leitabilidade depende do espaçamento entre caracteres e grupos de caracteres, de sua combinação em frases ou sob outras formas, do espaçamento entre linhas, do comprimento de linha e das margens, mais do que da configuração específica do caractere em si” (SANDERS e MCCORMICK, 1993, apud NIEMEYER, 2000, p.84).

⁹⁴ “Pregnância é a qualidade de um caractere ou símbolo que faz com que ele seja visível separadamente do seu entorno” (SANDERS e MCCORMICK, 1993, apud NIEMEYER, 2000, p.85).

pregnante, mesmo com a disposição de outros elementos gráficos na peça, por receber mais atenção em cartazes e banners (NIEMEYER, Tipografia: uma apresentação. , 2000); e as marcas dos parceiros da ação promocional em box (quadrado) vermelho e em negativo (cor branca) “SEXFREE PRESERVATIVOS” e “BOATE HILDA FURACÃO”. Não teria necessidade do box vermelho com a marca dos parceiros, devido ao segundo plano da peça ser todo na cor preta. No entanto, mais uma vez, o vermelho é utilizado para dar destaque na peça gráfica.

Figura 37 - Hotel Novo – Cartão de Visitas



Fonte: Arquivo Pessoal, 09/2019.

A figura 37 é um cartão de visitas do *Hotel Novo* com plano de fundo de efeito desfocado (fora de foco) em uma imagem estilizada com flores nas cores branca e violetas no campo. Os dados técnicos do cartão de visitas são de tamanho 9x5 centímetros (nove centímetros de largura e cinco centímetros de altura), 4x0 cores⁹⁵ CMYK⁹⁶ (quatro cores), impresso em papel couchê, gramatura de 300 gramas e acabamento brilhante em sua superfície.

O título da peça gráfica se refere ao nome do estabelecimento “HOTEL NOVO” em cor vermelha, com borda branca e efeito sombreado aplicado, apresentado em destaque com uma tipografia cursiva – conhecida como *script* ou manuscrita que imita a letra manuscrita. Neste caso consideramos como tipografia decorativa (ornamental), porque são fontes desenhadas e criadas em programas de computador e podem possuir formas que não tem semelhança com outras fontes, texturas e/ou elementos diferentes.

⁹⁵ Uma peça gráfica 4x0 possui a impressão frontal em escala CMYK – quatro cores –, enquanto seu verso permanece sem impressão. Caso a frente e o verso da peça gráfica tenha impressão CMYK seria identificado por 4x4 cores. Entre outras formas de identificação como: 4x1 cores, corresponde a 4 cores na impressão frontal e uma cor no verso; e assim por diante.

⁹⁶ CMYK é a abreviatura do sistema de cores subtrativas formado por Ciano (*Cyan*), Magenta (*Magenta*), Amarelo (*Yellow*) e Preto (*Black*).

Algumas fontes tipográficas (assim como desenhos e fotos) podem ser utilizadas de forma gratuita, outras são vendidas e muitas são protegidas pela propriedade intelectual. Os profissionais fabricantes de comunicação visual devem se atentar quanto ao uso desses elementos com alerta de direitos autorais, pois são passíveis de multa e problemas judiciais.

Segundo Martins (2014, p. 81): "a propriedade intelectual confere ao criador de obra intelectual direitos exclusivos sobre sua criação". A autora esclarece que o Direito Autoral é um conjunto de direitos "moral e patrimonial" que são garantidos aos criadores sobre as obras intelectuais "dotadas de uma originalidade", reconhecido pela Lei Nº 9.610/98. Porém, esse direito não é garantido "sobre a coisa e/ou o suporte onde ela está fixada", sendo assim, a propriedade onde a obra está inserida não pertence ao criador da obra (MARTINS, 2014, p. 81).

Existem sites que oferecem *downloads* gratuitos de fontes tipográficas e imagens, muitos profissionais, enfatizando para os que trabalham em gráficas rápidas e realizam esse tipo de serviço de criação varejista, geralmente colecionam fontes sem registro e autorização de uso. Sendo assim, não podemos garantir que essa fonte diferenciada poderia ser utilizada com ou sem registro de direito de uso.

Conseguimos perceber, dentro dos critérios de usabilidade na peça gráfica, que na fonte escrita com letra de forma (em estilo regular) no texto em cor amarela "COM LINDAS GAROTAS E ÓTIMO AMBIENTE" é utilizada contorno preto contribuindo para melhor legibilidade, sem interferência de elementos gráficos. Ao meio, de forma centralizada com relação ao nome do estabelecimento, é apresentado o número de telefone de contato em cor vermelha e borda branca, contribuindo para uma boa legibilidade no cartão de visita. O endereço do local em cor amarela e borda preta contribuiu para o equilíbrio visual da peça.

Observamos que mesmo que todos os blocos de textos estejam com alinhamento irregular ou assimétrico de acordo com a área de impressão, esta composição textual de arranjo não uniforme permite grande flexibilidade na peça gráfica, desde que as linhas de textos estejam dispostas de forma regular. Percebemos como elemento visual a imagem da mulher, de pele bronzeada, cabelos pretos longos lisos e usando de biquíni nas cores azul e branco. A modelo está olhando para o corpo de forma sensual, como se estivesse apresentando a roupa de banho. Identificamos que essa prática é comum em casos em que o profissional deseja seguir uma linha imaginária feita entre o elemento visual (imagem da mulher) e o textual (blocos de texto). O uso dessa técnica possibilita concretizar que o direcionamento da leitura e sua pregnância dos elementos contribuiu para a percepção da figura 37 de forma harmônica.

Figura 38 - Sob nova direção - Só mulheres



Fonte: Arquivo Pessoal, 10/2019.

A peça da figura 38, um *wind banner*, está exposta no *Hotel Esmeralda* no Complexo de Diversões Guaicurus, localizado na Avenida Santos Dumont, 574, no centro da capital mineira. O *wind banner* é um tipo de peça gráfica ideal para divulgação ao ar livre, fabricado em tecido vermelho e em formato de vela e semelhante a pena ou a gota, tamanho de 2,20x50cm, essa peça gráfica foi desenvolvida para mover em direção ao vento para chamar atenção das pessoas que transitam no local e tem o objetivo de atrair interessados. Porém, a peça foi encontrada cobrindo parcialmente a porta de saída de emergência do *Hotel Esmeralda*.

Em conversa não-registrada com o responsável por fazer a segurança do estabelecimento, questionou-se por qual motivo na peça está escrito “SÓ MULHERES!”, ele nos revelou que no local era oferecido o serviço sexual feito por mulheres cis gênero. Dessa forma, o *wind banner* deixa evidente o gênero das profissionais encontradas no local ao receptor ao colocar em fonte de estilo manuscrita (assemelha a escrita à mão), alinhamento centralizado em referência ao formato da peça e de tamanho grande que possibilita destaque ao texto “SÓ MULHERES!” em cor branca, que permite o alto contraste e aumenta a visibilidade, capaz de

chamar atenção do público adulto jovem que está à procura de diversões com pessoas de sexo biológico feminino.

O texto acima “SOB NOVA DIREÇÃO”, colocado em caixa alta em fonte básica, letras maiúsculas, tem a presença de *leading* – espaçamento vertical entre linhas – tornando a expressão quase em uma única palavra devido à falta de espaçamentos adequados entre as letras e palavras. Os elementos de fonte em programas de editoração gráfica possuem opções para espaçamento (NIEMEYER, Tipografia: uma apresentação. , 2000). Essa opção de formatação dificulta a leitura e confunde o entendimento da mensagem que deve ser transmitida. Por fim, o alinhamento da peça devido ao desenho intencional do texto acima, acompanha a curva do *wind banner*, torna a peça sem harmonia visual, por não ser trabalhada de uma forma regular o espaçamento da peça gráfica.

4.3 Pontos, Linhas e Forma

Os componentes visuais fundamentais na elaboração de uma imagem são manipulados, as qualidades específicas de cada elemento colaboram com o processo de construção, todos os que são capazes de enxergar conhecem e identificam imagens óticas. Pontos, linhas e formas, cujo as representações são a base do alfabetismo visual⁹⁷, são fundamentos que representam o esboço inicial da composição de uma imagem (DONDIS, 2003).

Os componentes visuais fundamentais na elaboração de uma imagem são manipulados e as qualidades específicas de cada elemento colaboram com o processo de construção. Pontos, linhas e formas, cujas representações são a base do alfabetismo visual, são fundamentos que representam o esboço inicial da composição de uma imagem (DONDIS, 2003).

As imagens surgem com pontos e linhas, assim as formas vão sendo delineadas e é possível fazer o reconhecimento de formas através do agrupamento desses pontos. A unidade visual mínima de uma representação simbólica da linguagem visual é o ponto. Segundo Dondis (2003):

o ponto é a unidade de comunicação visual mais simples e irredutivelmente mínima. (...) Quando qualquer material líquido é vertido sobre uma superfície, assume uma forma arredondada, mesmo que esta não simule um ponto perfeito. Quando fazemos uma marca, seja com tinta, com uma substância dura ou com um bastão, pensamos nesse elemento visual como um ponto de referência ou um indicador de espaço. Qualquer ponto tem grande poder de atração visual sobre o olho, exista ele naturalmente ou tenha sido colocado pelo homem em resposta a um objetivo qualquer. (DONDIS, 2003, p. 53).

⁹⁷ “O alfabetismo visual implica em compreensão e meios de ver e compartilhar o significado a certo nível de universalidade. A realização disso exige que se ultrapassem os poderes visuais inatos do organismo humano.” (DONDIS, 2003, p. 227)

O elemento ponto é encontrado na natureza, na pintura, na escultura, na música e nas artes gráficas. De uma simples marca no plano surge uma composição. A união de pontos ou um ponto em movimento pode ser definida como a construção ou origem da linha. O conceito de Dondis (2003):

nas artes visuais a linha tem por sua própria natureza, uma enorme energia. Nunca é estática; é o elemento visual inquieto e inquietor do esboço. (...) Contudo apesar de sua flexibilidade e liberdade a linha não é vaga: é decisiva, tem propósito e direção, vai para algum lugar, faz algo de definitivo. (...) Na arte, porém, a linha é o elemento essencial do desenho, um sistema de notação que, simbolicamente, não representa outra coisa, mas captura a informação visual e a reduz a um estado em que toda a informação visual supérflua é eliminada, e apenas o essencial permanece. (DONDIS, 2003, p. 56)

Figura 39 - Cabines Bar – Porta 09



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

A figura 39 é o registro da porta 09 do estabelecimento *Cabines Bar*. Foi decidido fazer a análise desta peça gráfica para se ter melhor entendimento de pontos (figura 40), linhas (figura 41) e formas (figura 42) na peça gráfica.

Para isso, utilizamos o recurso croqui da galeria de filtros do programa *Adobe Photoshop* para redesenhá-la na figura 40 e fornecer uma visualização de efeito especial retícula⁹⁸.

O ponto se incrusta no plano original e se afirmar para sempre. Assim, ele é, interiormente, a afirmação mais concisa e permanente, que se produz breve, firme e rapidamente. Por isso é, no sentido exterior e interior o elemento primário da pintura e, especificamente, da arte gráfica. (KANDINSK, 1997, p. 25)

Figura 40 - Cabines Bar – Porta 09 - Pontilhismo



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

O ponto, para Kandinsky (1997), é o começo de todos outros elementos, é o que une o interior e o exterior.

(...) um ser invisível. Portanto, definido como imaterial. Do ponto de vista material, o ponto é igual a Zero. Mas esse Zero esconde diferentes propriedades —humanas. De acordo com nossa concepção, esse Zero – o ponto geométrico – evoca a concisão absoluta, isto é, a maior reserva, que no entanto fala. (KANDINSK, 1997, p. 17)

⁹⁸ O filtro ordenado de pontos agrupados, produz uma imagem utilizando pequenos pontos de tamanhos e espaçamentos variados que reduz a resolução da imagem, criando células em marcas que aumentam ou diminuem de tamanho de acordo com a intensidade de cor que tem que representar. Este filtro simula um método de impressão geralmente utilizado para imprimir fotografias nos jornais com um tom parecido com o degradê, mas bem convincente.

Para o artista, em toda a geometria, o ponto é uma expressão silenciada, um elemento de uso convencional na escrita que se tornou hábito, capaz de estimular uma possível expressão interior e de sensibilidade presente no ser humano. Na construção de sua teoria, o objetivo foi de construir pontos que refletissem, produzissem e vibrassem no interior do observador da imagem (KANDINSK, 1997). Com o intuito de instruir o olhar observador que tenha:

olho aberto e ouvido atento [que] transformam as mais íntimas sensações em acontecimentos importantes. (...) explorador [es que] descobre[m] novos países desconhecidos, descobertas no “cotidiano”, e no entorno, ordinariamente mudo. Os signos mortos se tornam símbolos vivos, e o que estava morto revive. (KANDINSK, 1997, p. 18 e 19)

Tecnicamente, o ponto desempenha o poder de atração visual sobre o olhar, em grande volume, tirando a parte superior e inferior da imagem (figura 40) que é formado um retângulo preto. Na imagem da mulher percebemos os olhos e as partes íntimas que formam grupos de pontos sobrepostos de sedução do olhar. Os pontos, quando vistos, podem ser ligados, sendo capazes de dirigir o olhar, como é possível ver na região abaixo dos seios. Os pontos também podem criar a ilusão de tom da pele facilmente identificado abaixo das mãos, em que o efeito de iluminação é baixo e a sombra na parte íntima é formada entre as coxas da mulher (DONDIS, 2003).

“a noção de elemento pode ser interpretada de duas maneiras: como noção exterior ou interior. Exteriormente, toda forma gráfica ou pictórica é um elemento. Interiormente, não é a forma, mas sua tensão viva intrínseca que constitui o elemento.” (KANDINSK, 1997, p. 25)

De forma envolvente e estimulante, o elemento ponto não é uma forma material implícita na figura 40, mas constitui uma expressão exterior do conteúdo anterior, assim como o elemento linha que será visto a seguir. No abstracionismo de Kandinsky, a forma possui diversas naturezas capaz de realizar uma diversidade de interpretações no observador da imagem.

Sendo assim, o ponto também permite que seja feita uma alusão poética em que o agrupamento dos pontos pode levar o observador a perceber áreas comuns de excitação corporal como elemento primário da peça gráfica (KANDINSK, 1997). O envolvimento visual e a participação no ato de ver são parte do significado (DONDIS, 2003).

A cor também é um poder de atração visual, quando o olhar direciona para os espaços de cor, as partes mais claras tirando o fato da interferência de luz do registro, este fenômeno é perceptível quando é utilizado cores primárias⁹⁹ (amarelo, azul e vermelho) e o preto, pois

⁹⁹ As cores primárias são aquelas que não podem ser obtidas por meio da mistura de outras cores. As cores são obtidas a partir da mistura do amarelo, azul e o vermelho.

induzem o olhar do observador em direção aos pontos de atração. É o caso do azul em direção ao preto (figura 39) no lado direito inferior, mesmo que seja manipulada por software de edição de imagem é possível imaginar a referência de pontilhismo, técnica pictórica usada por artistas do movimento impressionista que consistente na justaposição de pontos para causar efeitos de percepção ótica nos observadores (Marques, 2010).

Ao observarmos vários pontos concentrados/organizados em uma direção vemos que o elemento se desloca no plano e forma o elemento secundário da peça gráfica, a linha (KANDINSKY, 1997). A união de pontos ou o ponto em movimento pode determinar a linha e nem sempre é possível identificar de forma fácil esse elemento, mas imaginamos sua existência a partir da invisibilidade. Como feito anteriormente, utilizamos o recurso croqui (esboço sem traços precisos) da galeria de filtros do programa *Adobe Photoshop* para criar aparência de desenho à mão livre na figura 41. Com esse efeito é possível identificar e representar as linhas da imagem analisada.

Figura 41 - Cabines Bar – Porta 09 Traçado



De acordo com a interpretação artística de Kandinsky, artista plástico, introdutor da abstração nas artes visuais e professor da Bauhaus, ao isolar elementos do mundo interior é possível perceber a aproximação dos elementos da abstração. O ponto em movimento forma a linha contínua que se transforma em registro (DONDIS, 2003). A partir da união dos pontos, elemento primário, é possível perceber a formação da linha e seu movimento. Kandinsky (1997) classifica a linha em retas, horizontal, vertical, diagonal, quebrada (formas básicas: quadrado, triângulo, círculo); linhas curvas, onduladas e linhas combinadas. “A linha geométrica é um ser invisível”, “produz-se aqui o salto do estático para o dinâmico” e “pode ser considerada o elemento secundário” (1997, p. 49).

Onde quer que seja utilizada, é o instrumento fundamental da pré-visualização, o meio de representar, em forma palpável, aquilo que ainda não existe, a não ser na imaginação. Dessa maneira contribui enormemente para o processo visual. [...] Na arte, porém, a linha é o elemento essencial do desenho, um sistema de notação que, simbolicamente, não representa outra coisa, mas captura a informação visual e a reduz a um estado em que toda informação visual supérflua é eliminada, e apenas o essencial permanece. (DONDIS, 2003, p. 56)

As linhas conseguem se expressar de diversas formas, desde seu tamanho, espessura, ondular, nítida ou com falhas - tudo depende da intenção de quem está produzindo a peça gráfica, sendo infinitas as possibilidades de combinações e estruturas lineares ou não. As linhas têm a capacidade de direcionar o olhar dos observadores, atraídos os olhos à percepção dos elementos essenciais da imagem. Sendo assim, ao revelar as linhas percebemos que:

- o desenho geométrico da letra “V” é feito em linha inclinada, as letras “I” e “E” têm bases estruturais em linha reta verticais e horizontais, a letra “D” possui linha curva e a letra “O” linha quebrada por ser uma forma básica circular. A formação da palavra “VIDEO” tem proporção irregular com a primeira letra “V” em escala superior a última “O”. Em seguida tem a formação da palavra estrangeira “SEX” em letras regulares em linhas ondulada e retas, com *tracking* (espaçamento entre linhas) negativo que possibilita a aproximação das letras serem quase únicos, como é o caso da união do “E” e o “X”;
- a linha reta horizontal abaixo dá a entender a forma de um retângulo onde está situado “VIDEO SEX”, em seguida tem a presença de dois elementos em linhas curvas que sugere continuidade abstrata de onda próximo ao número 09;
- o contorno do corpo da mulher que geralmente tem sua presença imaginária na peça gráfica é mais presente na forma abstrata. As linhas ondulares formam os fios e sinalizam um movimento imaginário do cabelo da modelo. Os seios, que não são definidos nitidamente por uma linha circular, contam com detalhes nos mamilos que têm

realce em linhas curvas marcantes. A presença de vestimentas sobre o corpo é identificada com linhas combinadas, além da físsura que revela a parte inferior do corpo;

- por fim, o logotipo em linhas é revelado sobre o retângulo inferior formado por linha quebrada.

Como podemos perceber, as linhas são utilizadas para descrever formas, por possuírem contornos bem delimitados e evidenciam formas imaginárias que podem ser abstraídas na peça gráfica, como a orientação espacial e reconhecimento de símbolos, ícones e imagens. Uma forma pode ter variadas apresentações diferentes, o que pode alterar sua referência visual especial (da superfície) em que ela está inserida. Em outras palavras, se a imagem de uma mulher for devidamente recortada e colocada sobre um fundo diferente do recorte, detectamos uma nova peça gráfica, mas com a mesma apresentação da forma feminina, o que possibilita o reconhecimento diferente para o observador, tanto nas impressões e efeitos visuais, quanto no significado a ser transmitido.

Com suas características e especificidades singulares, as três formas básicas são: quadrado, círculo e triângulo. Por meio delas é possível fazer todas as outras formas visuais. Segundo Dondis (2003), a combinação de formas pode construir outras formas cuja percepções são psicológicas (elaboradas pela imaginação) e fisiológicas (presentes na natureza), sendo assim:

[...] a cada uma se atribui uma grande variedade de significados, alguns por associação, outros por vinculação arbitrária, e outros, ainda, através de nossas próprias percepções psicológicas e fisiológicas. Ao quadrado se associam enfado, honestidade, retidão e esmero; ao triângulo, ação, conflito, tensão; ao círculo, infinitude, calidez, proteção. (DONDIS, 2003, p. 57 e 58)

A partir dessa ideia, inserimos elementos na imagem que vem sendo analisada, para efeitos de uma melhor visualização. Eles aparecem na figura 42 sob a forma de triângulo (são associados em cor amarela), quadrado (representado em cor vermelha) e o círculo (em cor azul).

Figura 42 - Cabines Bar – Porta 09 Forma



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

A partir das concepções dos autores, as formas que são delineadas a partir dos elementos pontos e linhas, na representação da imagem da mulher na peça gráfica (figura 42) consideramos que:

- a demarcação do círculo azul indicada por Kandinsky (1997) sinaliza a face feminina de arredondamento oval, composta de olhos (pupila e íris), narinas e boca têm formas de círculos de ângulos obtusos e a partir do possível significado de Dondis (2003) é relacionado ao movimento
- o tronco do corpo é indicado pelo quadrado vermelho, se incluirmos a posição dobrada dos braços, indicando estabilidade do corpo e tendo ponto de atração circular na região dos seios;

- a região do quadril, se imaginarmos um triângulo amarelo invertido, é possível o ponto de tensão da peça mesmo que essa parte não seja totalmente identificada, devido o corte fotográfico nas coxas da mulher.

Na perspectiva da análise realizada na figura 42, percebemos que os círculos são encontrados os elementos que transparecem a sensação de movimento, o quadrado dirige a região bem definida que permite o equilíbrio do corpo representado e o triângulo, mesmo que de forma irregular e em outra posição, atrai a visão do observador de forma instável.

4.4 Composição

Comunicar utilizando imagens, elementos básicos, acompanhado às técnicas de construção, possibilita diversas formas de leitura e interpretação, diferente do padrão verbal. De acordo com DonDIS (2003), são diversas as possibilidades para a construção da composição visual. O primeiro passo a ser definido são os elementos estruturais que irão fazer parte da peça gráfica. A autora afirma que:

Cada um dos meios de comunicação visual tem não apenas seus próprios elementos estruturais, mas também uma metodologia única para a aplicação das decisões compositivas e a utilização de técnicas em sua conceitualização e formulação. O entendimento dessas forças amplia o campo da experimentação e da interpretação tanto para o criador quanto para o observador, e os leva a um conjunto de critérios mais sofisticados de avaliação visual, capazes de unir mais estreitamente a realização e o significado. (DONDIS, 2003, p. 189)

As técnicas empregadas na composição das peças apontam que as escolhas são feitas de acordo com o propósito do *designer* e/ou do desenvolvedor da arte. A composição não é apenas o processo de juntar elementos e fazer aplicações de técnicas visuais, apesar de algumas escolhas serem apresentadas de forma aleatórias, é preciso um mínimo de entendimento do processo de criação para que a peça gráfica alcance o objetivo e seja atrativa.

Segundo Kandinsky (1997, p. 29) em seu pensamento artístico: “a composição é a subordinação interiormente conforme a finalidade dos elementos isolados e da construção para o fim pictórico concreto”. Portanto, ao observarmos uma composição é possível distinguir alguns elementos que são agregados a peça gráfica sem necessariamente fazer uso de alguma técnica visual. O reconhecimento e entendimento desses elementos isolados pode ser gerado a partir de contextos sociais e culturais subentendidos na escolha do suporte.

As peças gráficas encontradas no Complexo de Diversões Guaicurus na região central de Belo Horizonte se assemelham aos cartazes marginais de filmes do gênero

*Pornochanchada*¹⁰⁰ pelo uso de ilustrações e imagens fotográficas do corpo da mulher com nudez parcial e insinuantemente explícita. Esses tipos de peças gráficas são considerados peças análogas que contribuem para a pesquisa do que já existe no mercado e o profissional se baseia em exemplos já construídos quando tem o mesmo tipo de tema a ser trabalhado e o conceito definido para elaboração do material proposto. Para alcançar um resultado satisfatório se faz necessário considerar dentre os meios visuais qual o mais adequado desde a elaboração da composição da forma e dispositivos estruturais, o tipo de suporte e tratamento que será construído, o equilíbrio dos elementos, o ritmo e proporção, harmonia e contraponto, as combinações e efeito de movimentos dos componentes compositivos, até o intuito central, tudo isso para que seja despertado o interesse do observador.

Figura 43 - Hotel Esmeralda



Fonte: Arquivo Pessoal, 10/2019.

¹⁰⁰ Filmes de baixa produção popularmente conhecidos entre as décadas de 1960 e 1980 que predomina o humor ingênuo e de caráter popular. Os roteiros eram marcados por situações eróticas, cenas de nudez e sexo.

A peça é um *banner* tamanho 120x90cm, material em lona, acabamento em bastão e corda, pensados para ficar pendurados em paredes, portas ou em suportes móveis. A figura 43 é um registro da peça gráfica localizada na entrada do *Hotel Esmeralda*, ambas as entradas têm a mesma peça gráfica exposta, durante o período de coleta de registros realizados entre os meses de setembro de 2019 e janeiro de 2020.

Para essa peça analisamos a estrutura, o *grid*, que além de organizar textos e imagens, torna espaços vazios como elementos compositivos na organização do conteúdo da peça gráfica. De acordo com Lupton e Phillips (2008, p. 175): “margens e colunas regulares criam uma estrutura de base que unifica as páginas de um documento, tornando o processo de leitura mais eficiente”. Sendo assim, o *grid* na criação de peças gráficas permite alinhar os elementos textuais e não textuais compositivos e direcionar o olhar do observador na peça.

Se imaginarmos um retângulo horizontal na parte superior do banner e dividirmos em três módulos¹⁰¹, veremos dois módulos pretos que deixam de ser espaços vazios e dão força à atração do olhar no reconhecimento no módulo ao centro da imagem - uma pedra esmeralda de cor verde azulada, de base triangular (conhecido por *designers* de joias como pavilhão) e a parte de cima ao oval (coroa). A união dessas formas permite que seja semelhante a lapidação proporcional e simétrica de uma pedra preciosa. O efeito de luminosidade brilhante entre a pedra e seu reflexo contribuiu para ilustrar o nome do estabelecimento que é apresentado logo a seguir “HOTEL ESMERALDA”, uma vez que não foi utilizada sua marca como construída na fachada de entrada do hotel. Segundo Lupton e Phillips (2008, p. 182): “um *designer* habilidoso utiliza um grid ativamente e não passivamente permitindo que os módulos sugiram formas intrigantes e posicionamentos surpreendentes para os elementos”.

Identificamos que, durante a criação do banner, não foi respeitado o espaço para margens¹⁰² nas extremidades da composição. Isso é evidente pela figura da gema lapidada e textos ocupando o máximo da área imprimível, no limite da marcação de corte.

A linha verde de espessura fina, vazada na peça, nos parece que foi utilizada para fazer uma divisão do bloco de texto que claramente foi coberto parcialmente (por não cobrir a letra “E”) por um papel impresso com letras vermelhas chamando atenção para o endereço do site do estabelecimento. Em seguida “TODA SEXTA A PARTIR DAS 19H.”, junto ao texto acima

¹⁰¹ Módulos são unidades individuais de espaço separadas por intervalos regulares que, repetidas no formato da página, criam colunas e faixas horizontais. (SAMARA, 2007, p. 25)

¹⁰² Margem são espaços negativos entre o limite do formato e o conteúdo que cercam e definem a área viva onde ficarão os tipos e as imagens. As proporções das margens merecem muita atenção, pois ajudam a estabelecer a tensão geral dentro da composição. As margens podem ser usadas para orientar o foco, repousar os olhos ou funcionar como áreas de informações secundárias. (SAMARA, 2007, p. 25)

não identificado possui alinhamento centralizado e a fonte em tamanho diferente é relacionado ao peso na arte. Isso permite “com que a forma do bloco de texto se equilibre e contraste com o formato geral da página” (BRINGHURST, 2011, p. 179). As guias horizontais¹⁰³ permitem atrair o olhar para um novo ponto de início da leitura. A frase “QUIOSQUE BAR 5050” tem sua particularidade na peça. Ela faz referência a um serviço possivelmente oferecido no local. No entanto, não está centralizada como os outros blocos de texto, tornando o alinhamento assimétrico. Ela também não tem nenhum recurso para destaque, mantendo as características de cor, tipografia e forma, o que não marca o grau de importância desta informação na peça gráfica.

Como plano de fundo da peça gráfica e ao mesmo tempo sendo principal ponto de atração do olhar ao centro da composição, é exposta a parte do corpo com uma roupa íntima feminina constituída por detalhes em renda e amarrações. O corpo da mulher com tonalidade de pele morena é revelado por iluminação posicionada à esquerda mostrando, além de seus braços, a tatuagem e sua parte bronzeada causada pela marca de um biquíni. Essa região no *grid* é conhecida por zona especial¹⁰⁴ devido à presença de um elemento marcante e por ter a presença de textos informativos logo abaixo.

Por último é apresentado o bloco de texto contendo informações a respeito do contato comercial do *Hotel Esmeralda*. Chamamos a atenção ao texto “VISITE NOSSO SITE:” colocado em fonte tipográfica diferente dos números de telefone e endereço. Esse bloco de texto possui notável destaque na peça gráfica por estar centralizado no banner, logo abaixo da imagem de uma parte do corpo e também por ter a presença de borda na cor preta de cada tipo e a presença efeito de iluminação de brilho interno.

Em seguida o bloco de texto, que pela lógica deveria indicar o endereço do *site* do estabelecimento, é apresentado o nome da página *web* para que seja encontrado em site de buscas (*Google, Bing, Safari*) “ESMERALDA HOTEL SOBE E DESCE”, porém não encontramos nenhum registro durante o desenvolvimento da pesquisa, ou podemos deduzir que não houve espaço para a descrição completa da informação por falta de planejamento da área destinada, ou apenas não foi pensado em colocar a categoria de domínio utilizado na internet (como exemplo “.com.br”).

¹⁰³ Guias horizontais (*flowlines*) são alinhamentos que quebram o espaço em faixas horizontais. Elas ajudam a orientar os olhos no formato e podem ser usadas para criar novos pontos de partida ou pausas para o texto ou a imagem. (SAMARA, 2007, p. 25)

¹⁰⁴ Zonas especiais são grupos de módulos que, juntos, formam campos distintos. Cada campo pode receber uma função específica ao apresentar a informação; por exemplo, pode-se reservar um longo campo horizontal para imagens, e o campo abaixo dele pode ser usado para uma série de colunas de textos. (SAMARA, 2007, p. 25)

Os números de telefone receberam interferência de proporção, sendo achatada em suas extremidades, o que não comprometeu a informação. No entanto é perceptível a modificação em sua estrutura tipográfica numérica (BRINGHURST, 2011). Ao fim de cada registro de telefone foi colocado ícone do *Whatsapp* (aplicativo de troca de mensagens e comunicação em áudio e vídeo pela internet) facilitando o contato do público a obter acesso a informações a respeito do local de forma virtual. Vale ressaltarmos que o símbolo que faz parte da marca do aplicativo de mensagens instantâneas é percebido de forma automática pelo público, por ser bastante utilizado nos atuais dias, não apenas na sociedade brasileira, mas de conhecimento visual mundial.

Figura 44 - Hotel Mirage -Banner Horizontal



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

O registro feito no *Hotel Mirage* (figura 44), é uma um *banner* feito na posição horizontal, tamanho de 100x70cm, impressão em lona com acabamento com ripas de madeira, ponteiros de polímero e cordão para fixar no ambiente.

Com a sua representação deitada, a mulher está seminua na imagem como plano de fundo - consideramos este como sendo parte de uma imagem que fica atrás do foco principal da peça gráfica. Percebemos que o corpo representado, tem o recorte preciso, não revelando o rosto da modelo e com as partes íntimas à mostra. Não consideramos o corpo da mulher totalmente despido devido ao detalhe da roupa cobrindo o braço esquerdo.

Esta imagem desperta a intuição de que a mulher está se despindo ou que ela esteja se levantando. Esse detalhe se confirma pelo fato de seu colar passar a ideia de movimento, a contração do pescoço e sua mão (mesmo que não seja aparente) sobre o solo passa a ideia de realizar um esforço físico. O que simbolicamente podemos considerar que a mulher se levanta para atender prontamente seu cliente, preparando uma possível realização do serviço sexual desejado pelo observador.

Ao olhar a peça gráfica, conseguimos identificar o que é exposto visualmente a partir do que é apresentado. A visão proporciona ao ser humano a experiência com o que está a sua volta e este processo faz parte do processo de aprendizagem. Dondis (2003) considera que:

A visão é o único elemento necessário à compreensão do visual. Para falar ou entender uma língua, não precisamos ser visualmente alfabetizados para fazer ou compreender a mensagem. Essas faculdades são intrínsecas ao homem, e, até certo ponto, acabam por manifestar com ou sem auxílio de aprendizagem e de modelo. (DONDIS, 2003, p. 85 e 86)

Sobre o plano de fundo que está exposta a imagem do corpo da mulher despido, cujo ambiente parece ser aberto pela imagem desfocada de uma planta por trás do corpo, temos em destaque o nome do local "HOTEL MIRAGE" em caixa alta (letras maiúsculas), na cor vermelha, borda branca de espessura fina e efeito de sombreado deslocado para baixo, passando a ideia de que a luminosidade da peça está na parte superior ao centro do *banner*. Ainda no primeiro plano existe a presença de uma faixa transparente vermelha entre duas linhas brancas deixando as informações de contato e endereço em destaque.

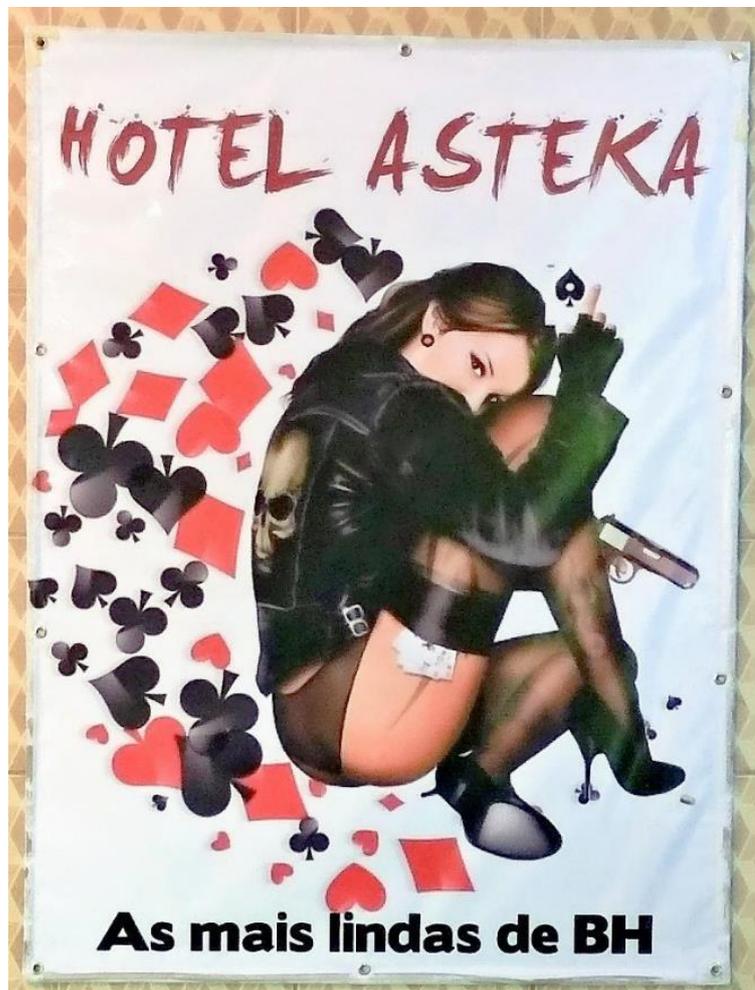
Nos chama a atenção o fato de que os elementos tipográficos não estão centralizados, mas de acordo com Lupton e Phillips (2008) a ordem hierárquica é presente na peça gráfica. Na comunicação visual a hierarquia se apresenta por meio de variações de estilos, escalas, cores, posicionamento, técnicas visuais e sinais. Dessa forma, *designers* e profissionais visuais determinam a ordem de elementos a serem expressos no material visual. Essa hierarquia determina a transmissão do que será comunicado e o impacto que a mensagem terá no receptor. A autora conclui que:

A hierarquia pode ser simples ou complexa, rigorosa ou flexível, rasa ou extremamente articulada. Qualquer que seja a abordagem, a hierarquia emprega marcas claras de separação para sinalizar a mudança de um nível a outro. (LUPTON; PHILLIPS, 2008, p. 115)

Sendo assim, observamos que o realizador da peça gráfica optou por utilizar o vermelho como cor de atração (cor contraste), as informações que julgou ser mais importantes, assim como o efeito e a escala do desenho tipográfico do nome do estabelecimento (escala superior), com alinhamento irregular de acordo com a prancha de apresentação, o estilo da fonte e por mostrar os seios da mulher (intervalo espacial) mesmo que com transparência como ponto de

atração do banner (peso contraste). Dessa forma, os resultados visuais da peça são dinâmicos e transpassam a ideia de movimento, expressando uma hierarquia ativa para os observadores.

Figura 45 - Hotel Asteka – Naipes de baralho



Fonte: Arquivo Pessoal, 01/2020.

Com título escrito em fonte tipográfica desenhada no estilo fantasia (estilizada), simulando pincel e tinta, o *banner* de formato especial (figura 45), pelo seu tamanho superior a 120x90cm, tem acabamento em ilhós que possibilitou ser fixado com parafusos na parte interna do *Hotel Asteka*, localizado na Rua São Paulo, 106; na região central de Belo Horizonte no Complexo de Diversões Guaicurus.

A peça gráfica foi construída em fundo branco, semelhante a fundo infinito em estúdios fotográficos, na qual são produzidos ensaios de produtos e modelos para campanhas publicitárias. A imagem contém a representação de uma mulher branca com cabelos castanhos, alargador na orelha direita, tatuagem na perna até a coxa. Ela usa vestimentas de couro e peças com transparências, reforçando um possível estilo misto de *pin-up*, *rockabilly* e *heavy metal*.

Entre suas peças do figurino ela veste uma jaqueta de couro customizada com imagem de caveira, cartas presas à meia pretas 7/8 (acima do joelho) e uma arma de fogo na mão esquerda. Enxergamos ainda, que está usando uma peça íntima (calcinha) transparente e salto alto agulha na cor preta. Ao percebemos um certo poder de indução a percepção intuitiva no observador da peça gráfica pela repetição da cor preta nas roupas e acessórios de quem a veste.

Além disso, contém a presença de elementos sensoriais, sensitivos e perceptivos em um corpo erótico e sensual de acordo com os padrões publicitários do ocidente¹⁰⁵. De acordo com Quintana (1995), a peça gráfica é compreendida através do seu contexto geral e cultural, o autor afirma que:

a interação dinâmica entre os signos que caracterizam imanentemente o cartaz enquanto processo comunicativo, se constitui num tipo particular de linguagem, de seqüência de signos que produzem sentido, não como a somatória de seus significados parciais, mas através de seu funcionamento textual. (QUINTANA, 1995, p. 35)

Junto à imagem da mulher existe a presença de símbolos de naipes de baralho (copas, espadas, ouros e paus) que fazem referência às cartas e vícios de jogos por apostas. Os naipes de cartas são expostos na peça gráfica como se a mulher estivesse jogando e tentando a própria sorte, em um entendimento poético.

Os símbolos dos naipes são expostos em escalas variadas, em uma mistura de formas ampliadas e reduzidas. Não é possível perceber de forma rápida qual elemento aparece mais vezes, mas conseguimos observar que a presença do vermelho nos naipes é superior aos de cores pretas. Essa presença se faz constante devido à força de atração da cor e as formas identificadas.

Os signos (elementos) percebidos são variáveis e empregados de forma aleatória, a estruturação da composição da peça gráfica, somados as imagens e do texto, pode ser compreendida através do todo. Apesar do local não apresentar nenhum tipo de máquinas e oferecimento de jogos físicos na composição, é possível identificar a presença de elementos pelas formas características e estilos. Esse tipo de trabalho é realizado pelo profissional de *design* através da apresentação de um conceito construído por *briefing* e pesquisa prévia do local a respeito dos oferecimentos das atividades de lazer.

Afinal, os elementos apresentados correspondem a percepção visual do um Complexo de Diversões Guaicurus diferente dos tempos atuais da capital mineira. Apesar de não ter sido encontrado nenhum indício de práticas de jogatinas nos estabelecimentos, essa relação de

¹⁰⁵ O corpo de padrão publicitário será abordado no capítulo 4 desta dissertação.

símbolos e ícones no processo criativo de um *designer* é essencial para transmitir a devida mensagem proposta com equilíbrio, forma, textura, proporções e identidade.

Consideramos o ponto chave da peça gráfica o texto final da peça que indica “AS MAIS LINDAS GAROTAS DE BH”. É neste ponto que a composição do *banner* se conclui, fazendo um fechamento da comunicação para seu observador, apresentando um conceito de que neste lugar há um diferencial - nele o consumidor encontrará beleza, o que pode ser suficiente para despertar o interesse por uma visita para conhecer, mesmo que o cliente não vá com o intuito de consumir nada no local.

Quando um *designer* determina o conceito, o formato, a peça gráfica, os elementos fundamentais e a mensagem a ser passada, é possível detectar a identidade da imagem reproduzida, o seu intuito e o ritmo de leitura de acordo com a união de textos, cores, pontos, linhas, formas e o que mais seja julgado essencial para compreensão da comunicação visual.

No próximo capítulo, discutiremos a respeito da imagem dos corpos encontrados nas peças gráficas, se o tratamento e a manipulação pela imagem causam são efetivos nos materiais catalogados; e a representação visual de símbolos e imagens, identificadas como ícones, levando em consideração o valor estético imposto pelo meio comercial na sociedade.

5 ICONOGRAFIA, MANIPULAÇÃO E O USO DAS IMAGENS

O *design* está inserido no âmbito da comunicação: projetar imagens com o objetivo de transmitir mensagens é a tarefa prática dos profissionais da área que utilizam artifícios visuais para construção de linguagem e representação gráfica. De acordo com Nojima (1999, p. 17): “a comunicação só se realiza na concretude das linguagens” e a “linguagem é a faculdade que o homem tem de representar”. O verbo *representar*, no dicionário¹⁰⁶, tem o significado como transitivo direto de ser a imagem, o símbolo, a reprodução de algo. Para um *designer* representar é uma forma de registrar um acontecimento, interpretar situações ou pessoas, reproduzir o significado que alguma coisa tem em si mesmo, ou transformar ideias em elementos concretos.

O termo *imagem* possui grande diversidade de significados em diferentes áreas de pesquisa. No entendimento coletivo a maioria das pessoas interpreta a imagem sendo aquilo que é visto em fotografias, peças gráficas, pinturas e TV (JOLY, 2007). Na filosofia grega, uma das primeiras definições chama as imagens “em primeiro lugar às sombras; em seguida, aos reflexos nas águas ou à superfície dos corpos opacos, polidos e brilhantes e todas as representações deste gênero” (PLATÃO *apud* JOLY, 2007, p. 13). A pesquisadora na área da semiologia da imagem, Joly (2007), esclarece que no campo da teoria da imagem:

Compreendemos que ela designa algo que, embora não remetendo sempre para o visível, toma de empréstimo alguns traços ao visual e, em todo o caso, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém, que a produz ou a reconhece. (JOLY, 2007, p. 13)

Por meio da concepção da autora compreendemos que, para a imagem ser captada, a principal função de representação é obtida no momento de sua existência e tem possibilidades de retratar ambientes, estados de espíritos, produtos, serviços e até mesmo estabelecimentos. No estudo a respeito da imagem, Dondis (2003) denomina que o *alfabetismo visual* é o meio indicado para leitura e compreensão das imagens. Este estudo considera que os receptores deveriam ser conhecedores dos sentidos através da aprendizagem da percepção visual para que sejam capazes de extrair os mesmos sentimentos dos profissionais que produzem, utilizam e/ou manipulam a imagem.

Os *designers* se atentam cuidadosamente ao trabalho diante de uma sociedade em que a cultura e a informação são visuais. Segundo Dondis (2003, p. 12): o “visual predomina, o verbal tem a função de acréscimo”. Desta forma, a comunicação visual lida com imagens em diversas partes do trabalho, seja ela destinada a construção de uma marca, de um profissional, um

¹⁰⁶ Representar – Verbo Transitivo Direto: Ser a imagem ou a reprodução de; figurar como emblema, imagem ou símbolo; aparecer em outra forma diferente do habitual. (MICHAELIS - Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=representar> Acesso em: 26/03/2020)

estabelecimento, entre outros. Por isso, a linguagem visual permite que os *designers* executem peças gráficas com equilíbrio da identidade, imagem e mensagem, possibilitando transmitir conceitos, sentidos e ideias.

A imagem como ferramenta da comunicação é capaz de difundir sentidos e entendimentos com maior precisão do que outras formas de representação na sociedade contemporânea. O conjunto de elementos contidos em uma imagem é capaz de permitir que a compreensão da peça gráfica possa ser entendida por todos que o veem, seja em meios físicos ou virtuais. A formação de toda imagem carregada de sentidos permite que sua compreensão seja entendida e sua mensagem visual disseminada (JOLY, 2007).

Segundo Rocha (1995), desvendar os significados de conteúdos difundidos nos meios de comunicação é pesquisar o funcionamento da indústria cultural¹⁰⁷ que promove “um debate importante no interior de nossa própria sociedade, cuja compreensão, através da investigação científica, é inadiável” (ROCHA E. P., 1995, p. 37). Sendo assim, as análises das representações gráficas são capazes de nos levar a compreensão de significações contidas em diversas mensagens visuais veiculadas em peças gráficas catalogadas entre os meses de setembro de 2019 e janeiro de 2020 no Complexo de Diversões Guaicurus, localizada na região central da capital mineira.

5.1 A imagem da mulher

Na essência da mensagem visual evidenciaremos os signos icônicos, “que dão de um modo codificado uma impressão de semelhança com a realidade utilizando a analogia perceptiva e os códigos de representação, herdeiros da tradição representativa ocidental” (JOLY, 2007, p. 86). Em meio as imagens que estabelecem a direção simbólica nas peças gráficas encontradas no Complexo de Diversões Guaicurus, a da mulher está em destaque. Destacamos que durante as análises das peças encontradas em campo conseguimos perceber que a imagem da mulher pode ser retratada de três modos diferentes: a que goza de autonomia (independente) na sua representação; a que transmite sensualidade na fotografia; e a mulher que está refém de uma representação fantasiada, performática e/ou submissa. A representação da imagem do homem não foi encontrada, apenas na fachada de um estabelecimento durante a visita ao Complexo de Diversões Guaicurus¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Indústria Cultural, no seu sentido amplo, designa as produções simbólicas que circulam na Sociedade Industrial. [...] Estas produções simbólicas localizam uma discussão típica da vida social de nosso tempo, já que sua emergência é própria e exclusiva da chamada modernidade. (ROCHA E. P., 1995, p. 33)

¹⁰⁸ Peça gráfica analisada no ponto **2.1 Design e Signo**.

Para a análise da peça gráfica na figura 46, compreendemos que signo é qualquer elemento capaz de representar alguma coisa fora de si e romper alguma suposição àquele que o interpreta. A proliferação de imagens carregada de signos é múltipla e cambiada. Os cruzamentos de imagens despertam interesse e necessidade de compreender as diferentes leituras ativas (JOLY, 2007). A semiótica *peirceana*, considera os signos para mais da restrição linguística, considerando a existência e relevância de variadas naturezas sígnicas para a construção de diversos signos.

Peirce, em sua obra *Semiótica* (2005, p. 46), alerta que o signo que compõe a linguagem "é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém", e é capaz de revelar uma interpretação diferente, ou seja, "estar numa tal relação com outro que, para certos propósitos, é considerado por alguma mente como se fosse esse outro" (PEIRCE, 2005, p. 61).

Segundo Joly (2007), a percepção de um signo pode ser materializada através dos sentidos: é possível enxergar uma cor, um objeto ou gesto; ouvir sons; sentir diferentes odores; tocar e saborear. Sendo assim, o conjunto formado por signos serve de meio de comunicação entre os indivíduos, a percepção da linguagem verbal - construída por palavras - e pode ser diferente da não verbal - constituída por elementos imagéticos, sons e movimentos - ou ao entrelace verbal e não verbal ao mesmo tempo. Uma particularidade do signo é estar presente, representado para apontar ou significar alguma coisa ausente ou palpável (JOLY, 2007).

Os signos e os elementos em uma composição gráfica são capazes de gerar significados, reconhecimento e entendimento da linguagem visual. O conjunto de elementos simbólicos e os sentimentos (lembranças, sensações) captados são possíveis de serem imediatamente compreendidos por quem observa, facilitando a percepção do que é representado. Contudo, percebemos que as associações de ideias e conceitos são determinantes do processo de sentido e significação. Quando propusemos a análise das peças gráficas no reduto sexual da capital mineira, pretendemos investigar como ocorre o processo de significação dos signos e da comunicação visual.

Figura 46 - Hotel Asteka - Dados Eróticos



Fonte: Arquivo Pessoal, 01/2020.

O banner enquanto peça gráfica foi fixado dentro do *Hotel Asteka* (figura 46), localizado no endereço: Rua São Paulo, 106; no Centro da cidade de Belo Horizonte. Foi feito em material de lona, com as medidas de 120 centímetros de altura por 80 centímetros de largura, impressão em 4x0 cores e o acabamento em ilhós, ideal para fixar em paredes como representado no registro fotográfico acima.

A partir do entendimento semiótico *peirceano*¹⁰⁹, a categoria inicial de *primeiridade* está atrelada à ideia da livre imaginação, como o de identificação de cores (preto e vermelho), à presença da mulher vestida com peças íntimas e usando uma sandália de salto. É possível também observar nas qualidades puras dos signos a presença de elementos ligados a jogos

¹⁰⁹ As três categorias representam as fases ligadas ao processo perceptível de qualquer signo, sendo elas: 1) *Primeiridade*, a percepção primária onde o signo é percebido pelos elementos que produzem sensações, emoções, lembranças e sentimentos; 2) *Secundidade*, a percepção secundária quando o signo é analisado e percebido como mensagem; 3) *Terceridade*, a percepção final que é feita a partir da ampla leitura simbólica de significações. Em outras palavras, a *primeiridade* é a fase de intuição, é a impressão inicial e imediata do que está sendo visto, se refere a sensação da realidade; a *secundidade* a fase representacional, é a distinção da impressão para se tornar forma a realidade; e a *terceridade* o comunicacional onde as informações são transmitidas, a compreensão do que está sendo visto, a conclusão da representação (PEIRCE, 2005).

(dados e cartas de baralho). No entanto, quando se analisa a relação entre os objetos capazes de relacionar a algo externo, passamos a perceber a categoria de *secundidade*, como a estética da arte.

Nessa segunda categoria, o signo é percebido como mensagem, a *secundidade* baseia-se no entendimento conflituoso entre o conhecimento e o signo. Nessa peça, quando associamos os elementos citados na *primeiridade*, notamos que a mulher tatuada está fazendo uma pose sensual com suas mãos e os joelhos apoiados em dois dados de jogos sobre quatro cartas de baralho de naipes diferentes (ás de espadas, ás de ouros, ás de paus, ás de copas). Os clássicos cubos poliedros de jogos que contêm gravações numéricas de um a seis, cuja função de gerar resultados aleatórios, está sendo apresentado de forma com que o resultado da somatória indica o número sete, número esse que na numerologia carrega grandes significados, assim como, no dito popular como uma pessoa malandra, safada.

O título da peça que leva o nome do hotel é apresentado fazendo alusão à pintura podendo ser relacionado a expressão *pintando o sete* que popularmente é referido à bagunça. Copilando todos os elementos, é possível pensar na *segundidade* nas referências sombrias e de poder do preto enquanto cor e do vermelho como fogo e sangue, resgatando ideias religiosas e provincianas. Alcançamos o entendimento de Andrade e Teixeira (2004), na qual identifica que nos primeiros anos dos bordéis da capital mineira, em um tempo em que a mulher era repreendida pelo uso inapropriado de peças íntimas, estas eram consideradas prostitutas e os jogos de azar vistos como degradantes para o ser humano. A união dessas vivências era vista como imoral, *coisa do diabo* e os espaços apontados como *inferno*, local de perdição, com a presença de pessoas pecadoras - metonímia muito presente no imaginário dos sujeitos religiosos.

A terceira categoria é associada ao pensamento, na *terceiridade* é possível mediar as experiências livres feitas na *primeiridade* e os fenômenos percebidos na *secundidade*. Essa categoria corresponde às representações e interpretações da peça gráfica tomada como essencial para tonar a mensagem compreensivo. Sendo assim, ao analisar o *banner* fazendo a leitura de todas as coisas que estão presentes, e finalmente, apontando o texto "As mais lindas de BH" em letras de forma, conseguimos concluir que a percepção comunicacional da peça gráfica indica a divulgação do *Hotel Asteka* enquanto estabelecimento sexual. Neste espaço, a entendemos como oferecimento de prática de lazer sexual pela presença de elementos de divertimentos e, mesmo sem citar a palavra "mulher", se refere à presença delas no ambiente. O nome do estabelecimento está escrito na cor vermelha por ter detalhes semelhantes escritos utilizando pincel e tinta, assim, identificamos ser um estilo de fonte fantasia (BRINGHURST, 2011).

A extensa teoria de Peirce também propõe três modos de distinguir o signo: o ícone, o índice e o símbolo. Segundo Joly (2007, p. 38) a "classificação em que os signos são distinguidos em função do tipo de relação que existe entre o significante (a face perceptível) e o referente (o representado, o objeto) e não o significado". Sendo assim, o modo de análise que apontamos é o de reconhecimento do ícone, que corresponde à classe significativa, por manter uma relação de analogia com o que é representado ou ao que se refere - no caso deste estudo é o lazer sexual.

A linguagem verbal na comunicação, durante anos, foi considerada um elemento insubstituível. Mas, mesmo antes do surgimento da palavra, como exemplo os desenhos rupestres, a linguagem não verbal foi a única capaz de transmitir mensagens visuais. Os signos não verbais ampliam o campo de significações e de conhecimento na comunicação visual. Os meios de comunicação populares - como as peças gráficas físicas - buscam despertar o desejo de consumo valorizando a imagem.

Desta forma o ícone é o que impulsiona uma relação de semelhança com o objeto que ele representa. No caso dos materiais destinados a divulgação do lazer sexual encontrados no Complexo de Diversões Guaicurus, a representação da mulher é identificada como ícone devido às inúmeras interpretações ideológicas que são capazes de serem transmitidas como mensagem visual aos observadores da peça gráfica como forma de sedução. O termo ícone no campo cultural e político "tem sido empregado com o sentido de "imagem simbólica" de uma época, de uma manifestação artística ou de um contexto sociopolítico". O "ícone" vem a ser, então, o "representante mais expressivo" (VALENTE, 1997, p. 24).

É indispensável falarmos da imagem da mulher e não citar sobre a forma que a representação do corpo é vista no meio social. O corpo tem sua complexidade desenvolvida após o nascimento, cada pessoa tende a desenvolver seu corpo de acordo com os costumes locais, reproduz e interioriza os traços físicos da sociedade na qual está inserido.

Segundo Le Breton (2007), o corpo reproduz sentidos para ser inserido na sociedade. Podemos dizer que o corpo é moldável e construído - mesmo que atualmente os discursos a respeito do corpo criem um imaginário do corpo e da individualização, o corpo publicitário tem forte apelo sexual, é objeto de desejo tanto para os homens quanto para as mulheres. O corpo representado em peças gráficas com o intuito de despertar o desejo sexual faz parte de um imaginário coletivo, sendo assim, a vinculação da imagem da mulher com curvas sedutoras é o padrão publicitário brasileiro. O *design*, enquanto comunicação, visual dialoga com desejo: este artifício, muitas vezes, pode se projetar na direção do diferente, daquilo a que não se tem acesso costumeiramente, do extravagante, do estrangeiro etc.

Figura 47 - Hotel Requinte

Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

A figura 47 é a foto de um *banner* feito em lona, superfície brilhante, tamanho 150x90cm, 4x0 cores (impressão colorida frente), acabamento bastão em madeira, ponteiros em PVC e corda que permite a peça ser fixada na parede do hotel. Localizado na entrada do *Hotel Requinte* na Rua São Paulo, 114 – Belo Horizonte, é visto após subir as escadas que são cobertas por tapete vermelho e dão acesso ao estabelecimento.

A peça gráfica que tem a modelo em destaque e o plano de fundo branco retrata a imagem da mulher com um vestido de gala típico da década de 1950, estilo “tomara que caia”, revelando seus ombros e o seu colo, sendo uma representação que carrega uma mensagem visual de atração de uma sensualidade corporal que foi vista antigamente.

O vestido possui o caimento de saia estruturada e contém bordado detalhado em emaranhados de pedras brilhantes formando ao que se assemelha a folhas. O estilo do arranjo do cabelo da modelo, a pose e os acessórios nos levam a fazer uma ligação a uma outra época e a costumes passados. As joias utilizadas pela modelo dão a ideia de requinte e sofisticação, sendo que o conjunto do figurino, juntamente com as luvas pretas, nos faz perceber que se trata

de um encontro formal, uma festa. Seu braço esquerdo levantado e sua mão segurando o vestido sugere uma dança, seu sorriso, olhar e expressão do rosto transmitem felicidade, o que contribui para o entendimento de práticas de diversão. O texto “SEJA BEM VINDO AO” escrito na cor branca e abaixo “HOTEL REQUINTE” escrito na cor vermelha fazem referências ao estilo de escrita manuscritas (BRINGHURST, 2011). Esse detalhe nos leva à lembrança de letras que estampavam antigos convites comemorativos.

A presença da cor de destaque é o vermelho, chama atenção ao nome do hotel, a cor dominante em toda a peça gráfica é o preto contido no vestido da modelo, as cores apresentadas reforçam o intuito de elegância e refinamento retratado no *banner* e assim temos o fechamento da peça.

A análise da peça gráfica descrita acima remete à compreensão do *culto do belo sexo*, o conjunto de elementos que integra a representação da imagem do Hotel Requite tendo a figura da mulher como ponto focal da peça gráfica, além de colocar a beleza feminina no índex. Percebemos que a beleza feminina representada na figura 47 tem o intuito de ser contemplada e atinge a construção do conceito compreendido por Lipovetsky (2000, p. 101) sobre o “belo sexo” que diz que:

a beleza não tem o mesmo valor no masculino e no feminino. Os cartazes publicitários e as capas de revista, a linguagem e as canções, a moda e as manequins, o olhar dos homens e o desejo das mulheres, tudo nos lembra com insistência a condição privilegiada da beleza da mulher, a identificação desta com o "belo sexo".

O padrão de beleza imposta pela sociedade a cada época é diferente. A beleza padrão é modificada ao longo do tempo: o que era considerado belo em um período é diferente na atualidade. Percebemos que os corpos das mulheres ocupam um papel de desejo e de contemplação, sejam por motivos de fator econômico, seja pela indústria estética, saúde e beleza, muitas mulheres vivem com a necessidade de se tornarem destaque devido ao padrão estético representado pela publicidade. Destacamos também os homens que atualmente estão sendo estimulados a seguirem padrões estéticos impostos pela mídia.

Desta forma, chamamos atenção para a representação da imagem da mulher sempre jovem nas peças catalogadas no Complexo de Diversões Guaicurus. A imagem da mulher bela e jovem é relacionada a juventude, o que as mantém como objetos decorativos de desejo. Na figura 47, ao fazermos uma substituição da mulher por um boneco manequim, que são representações da figura humana, somos capazes de considerar uma peça gráfica direcionada à produção de moda. Porém, o fato de ter a imagem de uma mulher real representada em um espaço privado onde acontece o serviço sexual, na peça gráfica em questão, a imagem da mulher pode ser contemplada e desejada. “Porque encarna por excelência a beleza, a mulher é mostrada

como ‘para ver’, espetáculo contemplado narcisicamente por ela própria ou avidamente pelos homens” (LIPOVETSKY, 2000, p. 119).

A passagem do século XX para o século XXI permitiu a reflexão a respeito dos direitos humanos, principalmente sobre a mulher, como a inclusão política, cultural, social e econômica (LIPOVETSKY, 2000). A vinculação da mulher no mercado da comunicação passou a ser representada na divulgação de diversos produtos e serviços. Impulsionando emoções e razões, a imagem no caso deste estudo, é para a divulgação do sexo.

De acordo com o pensamento de Lipovetsky, que divide a concepção da beleza em duas partes, podemos identificar que na figura 47 é considerada a beleza tradicional, a beleza física com as virtudes morais em que a característica: “é a mesma coisa que o bem, toda perfeição física excluindo a feiúra da alma e toda feiúra exterior significando um vício interior”. A outra concepção descrita pelo autor é a beleza moderna, que vamos identificar na figura 48, a seguir a: “peculiaridade é definir a beleza como uma característica estritamente física, um valor autônomo distinto de qualquer valor moral” (LIPOVETSKY, 2000, p. 120 e 121)

Figura 48 - Hotel Estalo



A figura 48 é o registro da entrada do *Hotel Estalo*, localizado na Rua Guaicurus, número 616; região central da capital mineira. Com adesivo na parte superior indicando o nome do hotel, as portas pintadas na cor verde, foram identificadas na parte inferior da abertura a presença de duas mulheres e logo abaixo adesivos de recorte juntamente com setas indicativas anunciando a entrada.

As imagens afixadas na parte superior das portas são imagens produzidas em tamanho especial diferente das dimensões universais de papéis (A4, A3, A2, A1, A0)¹¹⁰, impressas em papel offset, por ter características próprias para a impressão offset¹¹¹, como: elevada resistência na superfície, contra umidade e deformações. Não foi possível identificar a gramatura do material impresso e nem a forma que foram fixadas nas portas, podendo ser cola, fita adesiva (dupla face) ou até mesmo papel adesivo.

Os registros fotográficos possuem enquadramento de plano fechado, o qual a câmera fica próxima ao corpo, de modo que ocupa quase todo o cenário. Percebemos que as limitações das extremidades escolhidas pelo produtor da imagem, condizem a um ângulo para as modelos não serem reconhecidas¹¹², por isso optaram pelo recorte abaixo dos olhos até o meio das coxas dos corpos apresentados. As figuras representadas são de mulheres brancas, de cabelos pretos, longos e lisos. A esquerda a mulher está vestida por uma jaqueta *jeans* curta aberta e peça íntima na cor azul. A mulher à direita está com os seios parcialmente cobertos por uma blusa cortada em um comprimento mais curto e mangas compridas na cor branca, a contração da sua musculatura da perna indica a sua expressão de que está vestindo a peça íntima na cor rosa.

As mulheres seminuas identificadas nas portas do *Hotel Estalo* são capazes de despertar aprovação do olhar do homem e o reconhecimento das marcantes curvas dos corpos, que se assemelham as modelos de revistas de *mulher pelada*, muito presente no meio urbano nos anos 1990 e 2000. Sendo assim, pelo contexto heterossexual, bastante enraizado no mercado do sexo, somos capazes de identificar que a figura 48 não é uma peça dirigida à atração de mulheres, aquelas que transitam pela região do Complexo de Diversões Guaicurus da capital mineira, a não ser aquelas que estão em busca de oportunidade profissional.

Outro ponto importante, é que a mulher representada em peças gráficas de estabelecimentos direcionado ao lazer sexual no espaço público não tem mais sua beleza para

¹¹⁰ Ressaltamos que a impressão pode ter sido feita em papéis de formatos A2 e ter sido optado por acabamento de corte reto nas extremidades para serem ajustadas corretamente na área que foi fixada.

¹¹¹ Processo de impressão onde a imagem e/ou as cores não são impressas diretamente no papel. Inicialmente utiliza-se uma chapa metálica fotossensível onde uma de suas partes atrai a gordura (com a tinta), enquanto as outras partes atraem a água, fazendo com que o papel não fique molhado.

¹¹² Prática comum feita por profissionais da comunicação para minimizar o direito de uso da imagem consagrado e protegido pela Constituição Federal da República de 1988 e pelo Código Civil Nacional de 2002.

ser contemplada, e sim para ser consumida. Este entendimento nos leva a perceber que com o passar do tempo o corpo da mulher foi transformado de objeto de apreciação para objeto de desejo e consumo (LIPOVETSKY, 2000).

O adesivo de recorte em letras forma palavras, a expressão “LINDAS GAROTAS”, em fonte tipográfica básica sem estilo especial e as setas indicativas dos dois lados da entrada do estabelecimento contribuem para fixar a mensagem visual transmitida em torno da beleza do corpo da mulher. Podemos considerar que essa contribuição é uma forma de convidar, despertar a curiosidade e atrair as pessoas, além de estabelecer uma possível incitação sobre o que pode ser encontrado e contemplado no *Hotel Estalo*.

Os ícones identificados foram utilizados para envolver o observador da imagem, como estratégia de atração. Percebemos, assim, o uso de recursos relacionados à leitura emotiva por relacionar as imagens das mulheres ao que é oferecido. Por um lado, o desejo pelo consumo de corpos torneados carregados de sensualidade que, assim como nas revistas pornográficas, serviam como forma de atração dos homens heterossexuais. Por outro lado, podiam suscitar o sentimento de inveja, desprezo e revolta das mulheres, devido à forma de exposição do corpo como forma de identidade, possibilitando o questionamento sobre o corpo da mulher na atual sociedade.

As mulheres que estampam a parte superior das portas do *Hotel Estalo* demonstram o corpo vestido de modo sensual. Os recortes feitos nas imagens (que não mostram os rostos, mas valorizam as formas), o jeito como o corpo é representado, fragmentado e erotizado, sugerem ser um objeto. Os detalhes expressivos nos corpos das modelos representam a suas características físicas bem demarcadas pela presença da sua musculatura, definição dos abdomens e coxas, os seios rígidos. Mesmo que não apareçam os rostos, essa representação da mulher estabelece o papel do *belo sexo*, pois sua beleza física nos padrões publicitários conduz o olhar do receptor a despir seus corpos na imaginação, devido às suas representações erotizadas (LIPOVETSKY, 2000).

Percebemos que de diversas formas a imagem da mulher vem sendo representada como objeto de desejo ou de admiração, independente do seu sexo biológico representado e por ser um discurso do homem, podemos compreender melhor a análise do uso da imagem no próximo item.

Por fim, além das consequências danosas de estereótipo feminino e de representação de padrões estéticos irreais, a representação da figura 48 se assemelha a manequins de vitrines: mais um indício que a objetificação do corpo da mulher sem rosto, destina-se a um patrimônio, um processo de comodificação, objeto a ser negociado e consumido. Essa menção simbólica

reafirma o desejo de posse como capital cultural - masculinidade - e perpassa pelo desejo clichê do corpo publicitário. O corpo publicitário não precisa ter cara, pois o julgamento inicial de uma pessoa se dá pela aparência, o *belo sexo* desconsidera os múltiplos padrões, hostiliza as mulheres pelo peso, altura, raça e outros atributos corporais (LIPOVETSKY, 2000).

Para Beauvoir (2009), a mulher carrega significados que são atribuídos ao seu corpo. Um exemplo é o símbolo do papel da mulher na maternidade, que tem significado socialmente construído e atribuído à procriação. O corpo da mulher, que se torna objeto de desejo e tem a capacidade de aflorar seu significado na imaginação masculina, com passar dos anos deixa de se tornar significativo conforme as alterações das formas desses corpos. A autora sinaliza que a mulher nega sua própria velhice e tenta combater o tempo que "a deforma e a enfeia", em seu livro *O Segundo Sexo*, explicando que a aceitação do envelhecimento permite à mulher diante de um outro enfrentamento, por conservar "um lugar na terra" (BEAUVOIR, 2009, p. 765 e 766). Comprendemos com a autora que a mulher, ao ignorar os preceitos sociais, ainda tem sua subjetividade feminina fortemente relacionada ao seu corpo, corpo este que pelo olhar da sociedade envelhece e carrega um significado negativo (BEAUVOIR, 2009).

5.2 Uso da imagem

Durante a construção da análise sobre o uso da imagem, notamos que as peças encontradas no Complexo de Diversões Guaicurus demonstram que imagem da mulher é comumente utilizada de forma sexual, confirmando que seus discursos muitas vezes são considerados machistas por demonstrar a objetificação do gênero. Algo que nos intrigou e será discutido ao longo deste subitem foi imaginar se as trabalhadoras sexuais se reconhecem e se são reconhecidas visualmente nas artes em que são representadas. Veremos que a representação da mulher na construção da comunicação visual de alguns estabelecimentos de lazer sexual utiliza a imagem sem base em pontos históricos sociais e estudos culturais feministas.

Esses tipos de mensagens visuais transmitem alguns padrões de masculinidade e feminilidades, devido a forma com o que corpo é inserido na peça gráfica. Reparámos que as presenças das mulheres possuem ênfases nas curvas do corpo, nas peças íntimas, roupas sensuais e referências ao seminú e o nu. Esses detalhes são capazes de estabelecerem alguns padrões heteronormativos como o gosto por mulheres de pele branca, cabelos lisos, formas e curvas, roupas e comportamentos, uma vez que o olhar da modelo sugere alguma coisa para observadores presumidos como masculinos.

Figura 49 - Novo Hotel Scoth Bar – baby doll



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

A figura 49 é um registro de uma peça gráfica exposta à frente da porta de acesso ao elevador desativado do *Novo Hotel Scoth Bar*. O banner em lona com dimensão de 150x90cm, impressão em 4x0 cores, acabamento em bastão de madeira com ponteiros de PVC nas pontas e corda na parte superior permitindo que a peça seja fixada no ambiente.

A peça gráfica apresentada chama atenção devido à presença da figura da mulher sobre o plano de fundo na cor amarela. Vestida com robe transparente curto e tanga de amarrar na cor preta, o corpo dessa mulher loira pode ser considerado, para os profissionais da comunicação social, como uma fotografia publicitária que tem como objetivo anunciar uma ideia, serviço, produto e conceito.

A simbologia sexual expressa na imagem consiste em analisar a mulher representada nas peças gráficas direcionadas ao lazer sexual a um nível de objeto, sem atribuir sentimentos

e emoções. Há objetificação do corpo em peças como na figura 49, em que os seios quase ao centro se tornam ponto de atração do olhar observador.

Outros pontos apresentados na peça gráfica que contribuíram para efetivação da mensagem visual é a presença da linguagem verbal. O uso textual na cor vermelha com recurso de contorno branco e efeito estilizado de brilho externo, percebemos que “*Scoth Bar*” seria o título¹¹³, por ser apresentado com fonte no estilo manuscrito, “Linda Garotas e Ótimo Ambiente” em fonte sem serifa é a frase de efeito utilizada para indicar as características atrativas para os frequentadores ao local (BRINGHURST, 2011).

Ao analisarmos o uso da imagem e, posteriormente, técnicas visuais propícias à manipulação da imagem, percebemos que algumas vezes as peças gráficas são feitas de forma aleatória, sem considerar as implicações éticas de uso (pode gerar processos judiciais, pedidos de indenizações e sanções civis). Um dos fatores que são capazes de gerar essas consequências é a facilidade de se encontrar fotos, ilustrações e desenhos em buscadores virtuais (*Google*, *Bing*) entre outros.

Todavia, para este estudo identificamos que múltiplos profissionais são capazes de realizar a construção da comunicação visual. Destacamos que os *designers* (oriundos dos cursos de *design* gráfico) e os diretores de arte (publicidade e propaganda) possuem habilitações e repertórios amplos para desenvolver o trabalho de comunicação visual. Porém, não podemos deixar de descartar a existência de atores sem qualificação superior, como: os serigrafistas, impressores gráficos, digitadores, trabalhadores de serviços gráficos e quaisquer que sejam os profissionais sem arcabouços teóricos, não qualificados por ensino superior, são profissionais que possuem habilidades com manuseio de programas gráficos em microcomputadores, chamados de micreiros.

Durante o processo de visita à campo, no Complexo de Diversões Guaicurus, percebemos que os responsáveis pelos estabelecimentos de sexo recorrem à produção de impressos em gráficas digitais, também conhecidas como gráficas rápidas. Os agentes que operam a produção de impressos, acabam por adquirir conhecimentos em softwares de produtividade da cultura projetual¹¹⁴. Esse fato permite que alguns desenvolvam peças gráficas

¹¹³ Chamamos atenção para a presença de cartões de visitas do *Novo Hotel* sobre ao escrito “*Scoth Bar*” que se refere ao antigo nome do estabelecimento. Em conversa não-registrada com o gerente do estabelecimento, foi informado que esta intervenção foi feita para reutilização da peça gráfica.

¹¹⁴ A cultura projetual se desdobra na consciência de determinados princípios projetuais historicamente determinados (e no posicionamento do designer perante eles, ao gerar suas alternativas de solução), na adoção de dados procedimentos metodológicos, na consolidação de um repertório visual recorrentemente consultado para nortear as soluções de projeto e na capacidade de identificar referências, influências e implicações das soluções do projeto em andamento. A cultura projetual – da qual faz parte a cultura visual, cuja formação ou consolidação se

utilizando recursos técnicos/artísticos sem propósitos, obedecendo as indicações de clientes ou mesmo seguindo seu próprio gosto, apesar de não terem conhecimento de *design*. Assim, podem ocorrer erros na construção a ser transmitida, sejam eles ortográficos, simbólicos ou conceituais.

Na figura 49, identificamos erro de grafia plural na expressão “LINDA GAROTAS” e a utilização da imagem da mulher chama atenção do leitor. Não possível confirmar que se trata de uma fotografia publicitária planejada, produzida e/ou contratada pelo *Novo Hotel* e nem se o produtor do *banner* tem autorização para o uso da imagem da mulher.

Porém, notamos na figura 50 do mesmo estabelecimento, mas afixado na parte externa do edifício, que seu entorno é composto de lojas populares de roupas, artigos de casa, acessórios, entre outros, que são muito frequentes na região do *baixo centro* da capital mineira. Os indícios apontam de que o *Novo Hotel* utilizou, novamente, fotografias que se assemelham às imagens publicitárias, geralmente encontradas em catálogos de moda, peças promocionais destinadas à venda de produtos.

O direito ao uso da imagem compõe um conjunto de normas do direito da personalidade no Código Civil de 2002, destinada à proteção do indivíduo. De acordo com o artigo 20:

a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderá ser proibida, ao seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais.

Portanto, o titular ou banco de imagens deve se assegurar em fornecer a licença de consentimento para o uso da imagem quando se trata da vinculação de imagens em projetos.

Sendo assim, o cuidado com a utilização da imagem, no ponto de vista ético-legal, caso a reprodução de imagem não seja autorizada, pode ser considerada uma violação. O artigo 5º, inciso X, da Constituição Federal de 1988 alerta que: “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação.”

espera ser conduzida ou oferecida ao estudante pelos cursos de graduação – distingue o profissional de design do dileitante, do amador ou do micreiro, por exemplo. Qualquer pessoa pode organizar elementos visuais numa superfície bidimensional, e, possivelmente, parte significativa delas pode alcançar um resultado minimamente razoável – justamente porque lida a todo instante com os paradigmas que as regem (nos outdoors, nos jornais e nas revistas, na televisão, nos folhetos, na internet etc). No entanto, a maior parte dessas pessoas certamente não disporá de elementos que permitam a análise crítica da própria organização que criou e não terá a autonomia necessária para gerar com segurança e discernimento novas alternativas a partir daquela originalmente criada, visando à adequação à situação de projeto, ao aperfeiçoamento e/ou à inovação. A cultura projetual é uma das maiores características que distingue o profissional de design tanto dos amadores como de outros profissionais assemelhados, com os quais frequentemente mantêm uma relação de interdependência na consecução de projetos (como os publicitários, os artistas plásticos, os artefinalistas, os técnicos da computação gráfica etc).” (VILLAS-BOAS, 2009, p. 2 e 3)

Figura 50 - Novo Hotel - Bar

Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

O *banner* acima, localizado na entrada do *Hotel Novo*, possui a mesma especificação técnica da anterior. A peça é composta visualmente por duas figuras de mulheres que em comum são brancas, de cabelos loiros lisos, estão usando calça justa no estilo jeans e sandália de salto alto. A da esquerda está vestindo um *body* preto (peça de roupa semelhante a um maiô), a modelo está mostrando o decote nas costas (detalhe da roupa) e a impressão é a de que ela está escorada no cano vermelho, que não faz parte da peça gráfica, mas sim do registro da imagem. De frente, a modelo à direita está levantando a blusa de cor cinza, de forma a mostrar o umbigo.

A tonalidade é o elemento visual que obtém o efeito degradê que não se irradia uniformemente no *banner* (DONDIS, 2003). Este efeito é a transição suave do tom amarelo

para o tom mais escuro, em vermelho. Mas, ao analisar a aplicação das modelos, percebemos que foi utilizado o efeito de sombra externa na cor vermelha, com ajustes de opacidade que estabelecem a fonte de luminosidade, intensidade e o tamanho da sombra. A camada na cor vermelha que contorna os corpos das mulheres pode simbolizar a temperatura corporal elevada dos corpos e pode ser relacionada à energia, um tipo de cosmo ou áurea. Esta sombra na peça gráfica contribui, dando peso e destaque aos elementos, sendo capaz de atrair o olhar e despertar sentimentos no observador da imagem (PASTOUREAU, 1997).

Uma pesquisa realizada pelo Data Popular e Instituto Patrícia Galvão com apoio da Fundação Ford (2013), mostrou que 65% dos entrevistados concordam que o padrão de beleza é muito distante da realidade e 56% das mulheres brasileiras não se identificam com a forma que são retratadas nas propagandas publicitárias. Isso condiz com os *banners* do *Novo Hotel* aqui analisados, uma vez que as mulheres ali retratadas de fato, como comentado anteriormente, estão em um padrão físico estereotipado, ou seja, são magras, brancas, com cabelos exuberantes e rostos com traços finos. A pesquisa revela, ainda, que 58% dos entrevistados (homens e mulheres) percebem a falta de semelhança com a realidade da imagem da mulher e 84% reconhecem que o corpo delas é usado como forma de atração para vendas de produtos e serviços. Os dados obtidos na pesquisa do Data Popular, Instituto Patrícia Galvão com apoio da Fundação Ford (2013) revelam que, na publicidade, a mulher é frequentemente vista como símbolo sexual, ao invés de uma personagem que compõe a peça gráfica.

A estratégia de inserção de imagens relacionada ao corpo da mulher no Complexo de Diversões Guaicurus teve como objetivo sugerir um direcionamento da comunicação visual para o público preferencial masculino e relaciona o acesso ao corpo a efetividade do prazer sexual. Percebemos esse posicionamento na figura 50, em que os corpos das mulheres foram inseridos no anúncio de forma sensual, usando roupas que valorizam as formas físicas e as imagens femininas tratadas de forma banalizada (objetificada), por considerarmos que são apresentadas valorizando a aparência, mais do que todos os outros aspectos que as definem enquanto indivíduos. As figuras das mulheres não apenas representam um tipo de construção de feminilidade como também atraem o olhar masculino (BEAUVOIR, 2009).

Segundo Lessa (2005), a mídia publicitária propõe um modelo corporal para exposição e promoção de venda, oferecendo o um padrão de corpo feminino como pedaço de carne a ser consumido. Mesmo atualmente, com o aparecimento de modelos *plus size*¹¹⁵ dentro do mercado

¹¹⁵ O termo *Plus Size* (tamanho extra) foi um nome dado pelos norte-americanos para modelos de roupas acima do padrão convencional produzido e comercializados em lojas. (MELLO; LEITE, 2015)

publicitário, esses corpos estão distantes “da ilusão do corpo perfeito, o qual hoje está espetacularizado na mídia” (MELLO; LEITE, 2015, p. 185).

Com facilidade em construir diferentes representações, o *design* e a publicidade, ao definir suas estratégias para a divulgação de estabelecimentos comerciais direcionadas às práticas sexuais, optam por utilizar imagens do corpo. A representação do corpo é um recurso utilizado para o processo de identificação com o público (BELELI, 2007).

Ao analisar os elementos textuais percebemos que “LINDAS GAROTAS” está escrito de forma correta, ao contrário da figura 49. O conceito de sexualidade erotizada é reforçado em “LINDAS GAROTAS”, essa expressão acaba por direcionar o público do serviço oferecido como homem e heterossexual. Conseguimos perceber que as figuras das mulheres nas peças do Novo Hotel, figuras 49 e 50, estão privilegiando uma representação de gênero específica, a mulher provocativa e sexualmente desinibida. “ÓTIMO AMBIENTE”, um dos dizeres incluídos na peça gráfica, sugere que o espaço de lazer é seguro para os frequentadores do local. Contudo, compreendemos que as peças gráficas estão atuando como tecnologias de gênero, reforçando representações de gênero articuladas dentro de um contrato social heterossexual (LAURETIS, 1994). De acordo com Louro (2000, p. 13):

A heterossexualidade é concebida como “natural” e também como universal e normal. Aparentemente supõe-se que todos os sujeitos tenham uma inclinação inata para eleger como objeto de seu desejo, como parceiro de seus afetos e de seus jogos sexuais alguém do sexo oposto. Consequentemente, as outras formas de sexualidade são constituídas como antinaturais, peculiares e anormais.

Em relação à quantidade de peças gráficas encontradas e registradas entre os meses de setembro de 2019 e janeiro de 2020, o *Novo Hotel* é o estabelecimento que mais possui materiais de comunicação visual direcionados ao serviço de lazer sexual para o público masculino. A seguir será analisado o cartão de visita recebido durante uma distribuição realizada no cruzamento das ruas Curitiba e Carijós. Essa estratégia é considerada uma das mais antigas ferramentas de promoção de produtos e serviços comerciais. Por distribuição nos referimos a uma ação de marketing para informar produtos, serviços e ofertas. No caso, do Complexo de Diversões Guaicurus, no hipercentro de BH/MG, foi entregue por um indivíduo um cartão de visita para divulgação acerca de um estabelecimento comercial. Essa forma de distribuição é bastante presente em vias públicas de grande circulação de pessoas e considerada eficiente de obter resultados, segundo o gerente do estabelecimento em conversa não-registrada, durante uma visita ao *Novo Hotel*.

Figura 51 - Novo Hotel - Cartão



Fonte: Arquivo Pessoal, 09/2019.

O nome do hotel está em destaque na parte superior do cartão de visita, mas não podemos considerar que seja o *logotipo* do estabelecimento por apresentar diferença de sua representação em outra peça gráfica. Na figura 51, identificamos que título *Hotel Novo* é apresentado na cor vermelha, com bordas brancas e estilo tipográfico mesclado – o que permite uma mistura de detalhes serifados e cursivos nas formas das letras (BRINGHURST, 2011).

A seguir notamos que os três blocos de textos estão centralizados de acordo com o nome do estabelecimento e não estão ao centro do formato da peça gráfica. As fontes seguem uma mesma família tipográfica em letras de forma e o que difere são: as cores, espaçamento e tamanho das letras, o estilo da fonte (*bold* e regular) e os efeitos (bordas). De acordo Bringham (2011) são pontos que contribui para o ritmo e proporção na peça gráfica, ao satisfazer as demandas de legibilidade e de ordenação lógica.

Lessa (2005) indica que os corpos das mulheres são consumidos em partes pela comunicação visual e não associados a outros atributos da mulher. Sendo assim, a representação da mulher loira de músculos bem torneados e grandes ganham as mídias, a barriga sarada, os seios volumosos e o quadril bem desenhado são destaques no cartão de visitas, enquanto seu poder intelectual não é abordado; desta forma, confirma a ideia textual “COM LINDAS GAROTAS” sobre a aceitação do modelo corporal, definido pela publicidade e no imaginário hétero como *a mulher gostosa* (LESSA, 2005).

Chamamos atenção para o detalhe no tratamento de tonalidades que é visto sobre a pele da modelo, no qual o ajuste de cores e temperaturas foram possivelmente realizados de acordo com o primeiro plano da imagem (DONDIS, 2003). A presença das cores amarelo e vermelho nas fontes tipográficas foram determinantes para o equilíbrio da imagem, tornando o corpo apresentado mais amarelado na parte superior e avermelhado na inferior. Consideramos que

este efeito é direcionado à simulação do corpo de pele bronzeada, característica marcante na publicidade brasileira, devido do uso do biquíni pela modelo e o detalhe da marca de tonalidade diferente na sua mama esquerda, simulando bronze.

Algo que nos alerta é a interferência do equilíbrio de cores no corpo enquanto elemento, pelo detalhe que o biquíni, considerado preto, sofre alteração de cor o tornando semelhante ao dourado e transparecendo o reflexo luminoso na parte do peitoral. Mais uma vez conseguimos identificar que a peça gráfica do Novo Hotel é composta pela figura de uma mulher, na qual a pose direcionada da modelo indica que a fotografia é especializada na apresentação de produtos de moda ou estética pela postura corporal valorizando a vestimenta e ao acessório dourado, o brinco na orelha esquerda cujos cabelos não o escondem.

A representação do ambiente no plano de fundo se assemelha a um campo decorativo pela imagem de flores nas cores brancas e roxas ao centro, a presença do azul na parte superior ao lado da mulher fazendo alusão ao céu e o espaço desfocado branco onde a modelo se encontra representada na peça gráfica (DONDIS, 2003). A imagem do plano de fundo na peça gráfica não está estabelecida através do tamanho relativo dos outros elementos visuais, como a figura da mulher, mas através das relações com o ambiente, dando ênfase ao texto “ÓTIMO AMBIENTE”.

5.3 Manipulação pela imagem e estereótipos

Antigamente a representação de produtos e serviços era construída de acordo com a utilidade, sem agregar conceitos. O *designer*, além de materializar soluções, entra em cena para ser o "profissional capacitado a projetar produtos e agregar valores aos mesmos" (FREITAS, CARVALHO; MENESCAL, 2010, p. 2).

A partir da percepção de que o *design* domina técnicas de manipulação para construção da peça gráfica, é necessário que as aplicações sejam feitas a partir da inclusão de conceitos que são essenciais para contemplar a mensagem visual a ser transmitida. O *design* tem como característica a valorização do serviço/produto e a experiência do usuário com as peças gráficas. As percepções, emoções e memórias são essenciais para a construção do projeto. Os projetos apresentam representações carregadas de significados que surgem na interação do usuário com o produto/serviço, promovendo a inserção social, "o seu modo de ver, interpretar e conviver com o entorno." (MONT'ALVÃO, 2008, p. 7)

Consideramos pertencentes da indústria do prazer os serviços sexuais (sexo pago, cabines e cine pornô), os produtos e estabelecimentos de acessórios eróticos (*sex shop*), assim como, o entretenimento boêmio (bares e restaurantes) disponível no *baixo centro* da capital

mineira. E de acordo com Chaves, Bittencourt e Taralli que relacionam o discurso de *design* centrado no humano, na qual:

compreende que os designers perceberam que os produtos não eram coisas, mas que tinham se tornado então práticas sociais, preferências e símbolos, e que os mesmos não atenderiam mais às necessidades de usuários racionais, e sim de compradores, consumidores e determinados públicos. (CHAVES; BITTENCOURT; TARALLI, 2013, p. 215)

Sendo assim, pensamos na atuação do ser humano na utilização e interpretação de peças gráficas desenvolvidas e vistas no comércio do sexo. Por ser levada em consideração a interação social, esse pode ser ponto primordial para que se estabeleça conexão com suas necessidades, desejos e gatilhos emocionais (MONT'ALVÃO, 2008).

Diferentemente da análise vernácula, que se preocupa apenas com os contextos nos quais as peças foram produzidas, aqui interessam os modos de representação que se quer transmitir através do uso de determinados elementos, sua composição e possíveis significados para o receptor. Na comunicação visual, toda exposição contém aspectos implícitos, subliminares etc., de acordo com: a ordenação da informação, a diagramação, título, tipografia, cor, figura, formato, entre outros. A construção da imagem subliminar é composta por tudo aquilo que não é objeto de foco específico da mensagem a ser transmitida, senão por todos os aspectos compositivos, vistos visualmente ou indicados pelo inconsciente, designados de acordo com a experiência pessoal e pertencentes ao repertório cultural do indivíduo. O que está implícito na imagem contribui para uma atração mais eficiente do que o foco desejado (CALAZANS, 1992).

Figura 52 - Pensão Mineira



Fonte: Arquivo Pessoal, 12/2019.

A peça gráfica (figura 52) é um *banner* de formato especial maior que 120x80cm, fotografado na porta de entrada do hotel *Pensão Mineira*, um dos pontos comerciais que compõem o Complexo de Diversões Guaicurus. O estabelecimento é um prédio de três andares que, além de alugar quartos para mulheres entre 8 horas e 15 horas e/ou 16 horas e 23 horas nos dois primeiros andares, oferece o serviço de almoço para o público local, para os funcionários e lojistas da região. O *banner* informando sobre o funcionamento do Restaurante Pensão Mineira foi o primeiro contato gráfico visual no sobe e desce quando ainda pensávamos em montar uma proposta para esta pesquisa.

Sob olhar semiótico e abstraindo o conteúdo textual, o aspecto que mais chama atenção é a manipulação pela imagem feita com uma mulher usando roupas sensuais, típicas do interior estadunidense. Essa mulher loira, com o padrão corporal publicitário representando o *belo sexo*

carrega em sua expressão um olhar firme e confiante, importante elemento capaz de atrair e despertar o interesse de alguém. A posição da modelo - sentada e encostada em uma caixa - sugere disponibilidade para realizar atendimentos, já que o sentar é uma ação dinâmica, que deve ser vista como um comportamento e não somente como uma condição estática (MARQUES, HALLAL; GONCALVES, 2010). Em outras palavras: por estar sentada, a mulher estaria pronta para se levantar quando/se necessário. Já a corda que compõe a imagem contribui para a construção de um meio-ambiente rural, do campo ou da *roça*.

No segundo plano, a sugestão de um ambiente sertanejo se torna ainda mais relevante com as madeiras ao fundo. Provavelmente, a intenção é criar um cenário que comunique a área rural, mais especificamente, a locais onde animais como gado bovino ou cavalos são recolhidos - geralmente para se alimentar, descansar e dormir - como celeiros, cocheiras ou estábulos. Com efeito de iluminação natural, a meia luz torna a peça gráfica aconchegante, leva o olhar do receptor de forma branda e confortável ao ponto central da peça otimizando a visibilidade das principais informações da imagem.

Com relação à disposição dos elementos do *banner*, incluindo a tipografia, percebemos que o centro da imagem é a região em que o olhar se fixa mais. O texto, no geral, utiliza uma fonte sem serifa (*sans-serif*), com letras de formas, estilos variados entre *bold* e regular, em cores e bordas que contribuem para um destaque, além do tamanho das fontes dos blocos de textos que julgaram ser mais importantes.

A linguagem rústica da composição exigiu utilizar o contraste entre temperaturas altas das cores - como vermelho e amarelo, consideradas cores que transmitem a sensação de calor - e o uso da cor neutra, branca e o preto. Ao identificar a presença de três blocos de textos temos:

1. Por ser localizado na parte superior da peça gráfica consideramos que o título é "Restaurante Pensão Mineira" escrito em estilo *bold* na cor vermelha e bordas amarelas, indica a atração para o nome do estabelecimento.

2. "Almoço", na cor amarela e com borda de espessura fina em preto, no mesmo tamanho do título e não centralizado, de acordo com a dimensão da peça gráfica, mas de acordo com a referência do bloco as linhas de composição textual a seguir "Peq. R\$ 8,00 + Suco 200ml" e "Gra. R\$ 10,00 + Suco 200ml" que são referências de valores das marmitas vendidas na pensão.

3. Centralizado de acordo com o título e a peça gráfica é apresentado o número de contato na cor amarela e borda de espessura fina preta e ícone do aplicativo *Whatsapp*, o slogan em estilo regular e o endereço do ponto comercial. Tanto no slogan como no endereço estão

efeitos de iluminação interna, o que contribui para ser um ponto de peso na peça e assim ser mantido o equilíbrio na parte inferior.

Essa estratégia, que não define nenhuma informação específica como mais importante, foi utilizada para diferenciar o tipo de informação oferecida naquela parte do texto. Por fim, a fonte em caixa alta motiva o observador e sugere o efeito satisfatório a ser alcançado no local: “Prazer em Comer Bem”.

No que se refere à escolha do texto, nota-se a opção por utilizar a ambiguidade como estratégia. A começar pelo fato de que, de acordo com o texto, trata-se de um restaurante, mas a imagem que o acompanha é de uma mulher. É o caso, também, da palavra “PENSÃO” que possui interpretações muito diversas, tais como: a) hospedaria ou hotel que abriga hóspedes provisórios ou permanentes; b) fornecimento permanente de refeições em domicílio; c) renda paga a alguém durante um período. Essa multiplicidade de sentidos deixa para o consumidor da peça a possibilidade de dar sentido à palavra de acordo com seus interesses pessoais. “COMER BEM” também possui diferentes interpretações possíveis, já que o verbo “comer” pode ser compreendido, de forma literal, como o hábito de comer para se alimentar ou, conotativamente, como o ato sexual. Obviamente, esses duplos sentidos não ficariam tão evidentes (e, provavelmente, nem seriam explorados) em estabelecimentos que não possuíssem, eles mesmos, essa ambiguidade de serviços ofertados em um mesmo prédio.

Por fim, cabe dizer que o *banner* estava exposto do lado de fora da pensão, na porta, do lado direito da entrada. Ou seja: a seta - que está localizada ao lado esquerdo do corpo da mulher, na parte superior, um pouco acima da área central da peça, com a cor azul, considerada cor fria, para não chamar mais atenção que os outros elementos - aponta a entrada do estabelecimento. Mais uma vez, a imagem abre possibilidade para dois entendimentos: 1. a seta orienta o caminho para o restaurante anunciado no texto do *banner*; 2. a seta indica o caminho até a mulher sedutora e disponível que aparece na imagem.

Figura 53 - Hotel Monalisa

Fonte: Arquivo Pessoal, 01/2020.

De acordo com Louro (2000, p. 9), a sexualidade não é algo exclusivamente “natural” a concepção do corpo de homens e mulheres, mas “por processos profundamente culturais e plurais”. A autora ainda destaca que “a sexualidade envolve rituais, linguagens, fantasias, representações, símbolos, convenções...”.

Através de processos culturais definimos o que é — ou não — natural; produzimos e transformamos a natureza e a biologia e, conseqüentemente, as tornamos históricas. Os corpos ganham sentido socialmente. A inscrição dos gêneros — feminino ou masculino — nos corpos é feita, sempre, no contexto de uma determinada cultura e, portanto, com as marcas dessa cultura. As possibilidades da sexualidade — das formas de expressar os desejos e prazeres — também são sempre socialmente estabelecidas e codificadas. As identidades de gênero e sexuais são, portanto, compostas e definidas

por relações sociais: elas são moldadas pelas redes de poder de uma sociedade (LOURO G. L., 2000, p. 9)

Na dinâmica de Louro (2000), que considera que os pontos fixos do mundo estão sendo movidos e dissolvidos, as necessidades de expressar os prazeres e desejos corporais se tornam tangíveis no contexto social, pois o corpo se torna a referência central. “O corpo é visto como a corte de julgamento final sobre o que somos ou o que podemos nos tornar” (2000, p. 11). Localizado na Av. Santos Dumont, 624 - Centro, Belo Horizonte, o *Hotel Monalisa* é um dos estabelecimentos que possuem atendimento de serviços sexuais realizados por mulheres trans/travestis, além de mulheres cis gênero, mas em menor número. A figura 53, que é um *banner* especial é composto da figura da mulher sem “marca” definidora de identidade, segundo Louro (2000, p. 11):

Nossos corpos constituem-se na referência que ancora, por força, a identidade. E, aparentemente, o corpo é inequívoco, evidente por si; em consequência, esperamos que o corpo dite a identidade, sem ambigüidades nem inconstância. Aparentemente se deduz uma identidade de gênero, sexual ou étnica de "marcas" biológicas; o processo é, no entanto, muito mais complexo e essa dedução pode ser (e muitas vezes é) equivocada. Os corpos são significados pela cultura e, continuamente, por ela alterados.

Ao analisarmos a modelo que compõe a peça gráfica percebemos indícios de três imposições culturais, como: 1) padrão feminino de beleza branco; 2) o cabelo liso extremamente claro dentro dos critérios estéticos europeus; 3) o corpo jovem saudável de acordo com as normas das publicitárias. As formas atribuídas à figura da mulher nas peças gráficas encontradas no Complexo de Diversões Guaicurus possuem marcas de identificação e diferenciação ligados aos cuidados físicos, a roupas sensuais, acessórios sexuais e símbolos. No caso da figura 53, é visível o desenho de um coelho usando gravata borboleta tatuado na barriga da modelo na altura do umbigo, próximo a cintura. Trata-se da representação de um ícone da revista masculina norte americana, conhecido como Coelhoinho da Playboy¹¹⁶ (STORCH; FONTANA, 2013).

Louro (2000) ainda sinaliza que nossos sentidos são treinados para perceber e decodificar as marcas de identidades e assim "aprendemos a classificar os sujeitos pelas formas como eles se apresentam corporalmente, pelos comportamentos e gestos que empregam e pelas várias formas com que se expressam" (2000, p. 11). Sendo assim, observamos que o conjunto de roupa íntima feminina tem semelhança com traje de gala masculino (*smoking*): o sutiã simula a parte do paletó preto, no meio a camisa branca, no pescoço a modelo usa uma gravata borboleta preta. Cinta-liga preta com detalhes de laços brancos e os demais acessórios presentes

¹¹⁶ Criado pelo desenhista e diretor de arte Arthur Paul, o símbolo se tornou referência sexual e ícone de tatuagens.

na imagem da mulher estilizam um possível fetiche executivo podendo ser indicado uma fantasia sexual.

Ao compartilharem espaços de livre acesso comum, como no comércio do sexo, mulheres trans/travestis são estigmatizadas e identificadas por ter atributos físicos femininos, por usar roupas que valorizam o corpo e alguns detalhes característico de sua personalidade. Esse conjunto perceptivo pode contribuir para interpretar aquela realidade (shorts curtos ou calças justas, blusas decotadas ou biquínis, sandálias de salto alto ou rasteirinha, alongamentos ou perucas etc.). Conseguimos perceber a presença de artigos femininos que são símbolos de mulheres sociais, mesmo que em ambientes marginalizados, ou mesmo que sejam parecidas com mulheres.

A imagem "por si só" pode levar a abstração: para que a mensagem seja compreendida e possa ser capaz de efetivar o que transmite é necessário o uso de palavras. Algumas vezes a imagem não é o suficiente para "dar conta" de um significado, sendo preciso a contribuição de texto ou palavras que estão "acoplados, interrelacionados constantemente" (SAMAIN, 1995, p. 27) e que em diversos outros casos há uma "dependência e complementariedade" (BARBOSA; CUNHA, 2006, p. 32) entre texto e a imagem. Segundo Macdougall (2005, p. 25) essa combinação na antropologia visual e na antropologia escrita é "tão envolvida com palavras quanto com imagens". Confirmamos esse ponto ao desenvolvermos as análises das peças gráficas coletadas de setembro de 2019 a janeiro de 2020 no Complexo de Diversões Guaicurus em Belo Horizonte, Minas Gerais.

Percebemos que as imagens das mulheres predominam, mas são acompanhadas por palavras e textos para melhor compressão da mensagem visual. Neste rumo, percebemos que o único texto presente na peça é o nome "HOTEL MONALISA" escrito em fonte de forma bem demarcada, caixa alta (todas as letras maiúsculas), preenchimento branco e contorno de espessura fina em preto. Chamamos a atenção para a composição tipográfica: a palavra "Hotel" está acima de parte do nome próprio "Monalisa". Na linguagem homossexual segundo Rei (2014, p. 182) "mulher é mona (os homossexuais se tratam por esse termo, aludindo ao papel feminino exercido por eles); prostituta é mona de *oló* (mulher de rua); travesti é mona de *ekê* (mulher de fingimento, mentira)", sendo possível inferir que a representação gráfica condiz ao oferecimento de serviços sexuais feito por mulheres trans/travestis.

Notamos que próximo aos pés da modelo, que não estão amostra, existe uma divisão em contorno preto e em seguida aparece uma imagem que contém significados. Do ponto de vista da semiótica *peirceana*, classificamos que a representação das chamas é um índice, por ser um signo que faz ligação com uma existência. As chamas têm relação direta com o fogo e nos

indicam algo que é possível de acontecer ou que aconteceu (PEIRCE, 2005). A partir do pensamento semiótico podemos construir o significado de que, ao ser apresentada a imagem de fogo abaixo da figura da mulher, pode significar uma representação de outra dimensão espiritual/religiosa, que pode simbolizar o inferno, local de pessoas pecadoras, impuras, não dignas, prostitutas, travestis. Louro conclui que:

Em nossa sociedade, a norma que se estabelece, historicamente, remete ao homem branco, heterossexual, de classe média urbana e cristão e essa passa a ser a referência que não precisa mais ser nomeada. Serão os "outros" sujeitos sociais que se tornarão "marcados", que se definirão e serão denominados a partir dessa referência. Desta forma, a mulher é representada como "o segundo sexo" e gays e lésbicas são descritos como desviantes da norma heterossexual. (LOURO G. L., 2000, p. 11)

A imagem do fogo abaixo da figura da mulher ainda nos leva ao segundo entendimento, mas que liga ao anterior, que é sobre a "prática proibida":

No Brasil e na Europa, a prática da homossexualidade era considerada um enorme pecado e seus praticantes estavam sujeitos a diversas punições, podendo até chegar a ser queimados na fogueira pelo tribunal do Santo Ofício. Porém, a vida na colônia possuía uma realidade oposta à da Metrópole, uma vez que a distância entre ambas proporcionava um ambiente favorável às práticas proibidas, onde lá eram rigidamente mais fiscalizadas que aqui, assim como relata Laura de Melo e Souza, onde a colônia passa de paraíso à purgatório, devido aos fatos de os depostos serem enviados à colônia para pagarem por seus pecados. Também o grande contingente territorial desta colônia, muitas dessas práticas podiam ser facilmente escondidas, a nudez dos índios, bem como a liberdade sexual destes e dos negros, acrescidos a frouxidão dos costumes morais em terras do Novo Mundo, sendo estes fatores que facilitaram a propagação e realização para as nefandices. (ALVES, 2011, p. 4)

O enfoque desta pesquisa não é pensar a construção da identidade de mulheres cis, trans/travestis por meio das representações nas peças gráficas. Entretanto, conseguimos perceber que a mulher é representada de forma íntegra, seja o corpo seminu, vestido, com acessórios, procedimentos estéticos e afins. A imagem da mulher é construída por meio dela mesma, porém, de acordo com os padrões impostos pela mídia que representa a figura "bela, perfeita, sensual e atraente da mulher".

Peirce, para além de contribuir aos estudos semióticos, se dedicou ao desdobramento comunicativo dos ícones e dos sistemas de símbolos gráficos. Entre definições técnicas e outras mais didáticas, o modelo de signo proposto por Peirce (2005) estabelece uma relação na sua natureza, sua relação com seu objeto e sua relação com um interpretante.

Desta forma, compreendemos que, para a formação do modelo sígnico, deve ter a existência dos três elementos: signo, objeto e interpretante. Já abordamos os termos "*primeiridade, secundidade e terceiridade*" que correspondem as categorias universais da semiótica *peirceana*. Porém, Peirce também define três tipos de signos para ser relacionado com o seu objeto: *ícones, índices e símbolos*. Durante as análises apresentadas no subitem 4.1 relacionamos a figura da mulher como sendo o signo de características próprias, de imediato

reconhecimento e por isso imediatamente reconhecemos a mulher como um *ícone*; na figura 53 (Hotel Monalisa), percebemos que quando o signo se relaciona com seu objeto de forma existencial ele é considerado um *índice*; e, a seguir, será apresentado o *símbolo*, que se relaciona através de combinações.

Figura 54 - Hotel Veredas – horizontal

Figura 55 - Hotel Veredas - vertical



Fontes: Arquivos Pessoais, 01/2020.

As figuras 54 e 55 são os registros das peças gráficas encontradas no *Hotel Veredas*, localizado na Rua São Paulo, 84 – Belo Horizonte. Ao entrar no edifício de dois andares encontramos um letreiro luminoso escrito “VEREDA” em letras de forma, cor vermelho, fixadas em uma grade com contorno feito com fita de *led*. Ao lado das escadarias de acesso para os ambientes de lazer sexual é encontrado um *banner* em formato especial (superior a medida 120x80cm), do lado esquerdo. A peça gráfica, que também é contornada com fita luminosa de *led* na cor vermelho, tem a representação de uma silhueta feminina e o nome do local.

Diferente da análise da peça gráfica anterior, a figura 54 percebemos que pode ser classificada como símbolo, a partir dos três conceitos referidos por Peirce (2005). O símbolo tem relação direta ao pode ser concretizado a um conceito, é um produto cultural criado, que pode existir a partir de uma regra, algo convencional e arbitrário. As figuras classificadas como símbolo não são entendidas por leigos, devido a sua não similaridade com o objeto relacionado.

No caso da figura 54, a silhueta feminina não tem relação com o nome do hotel¹¹⁷. Durante a pesquisa foi identificada uma telenovela, exibida na Rede Globo nos anos de 1980, que se chamava *Vereda Tropical*, mas não encontramos nenhuma relação a não ser de coincidência entre o nome do estabelecimento¹¹⁸ e a exposição dos corpos de mulheres de biquíni nas capas de discos com a trilha sonora.

Muitas vezes, no *design* e na publicidade, a compreensão de sentidos e significados em peças gráficas são ambíguos (DONDIS, 2003). Ao visitar o Complexo de Diversões Guaicurus percebemos que o lazer é caracterizado pelos momentos de diversão por meio de manifestações culturais no tempo/espço social e esse olhar contribui para análise da objetificação corporal nos meios de comunicação.

Ao analisar a peça gráfica de imediato veio a memória da vinheta de abertura da telenovela *Tieta*, adaptação do romance *Tieta do Agreste* de Jorge Amado, transmitida nos anos 1980 pela Rede Globo¹¹⁹. Produzidas pelo *designer* alemão Hans Donner, as vinhetas de abertura e chamada da telenovela *Tieta* foram posadas pela atriz e modelo Isadora Ribeiro, que aparece completamente nua e foi identificada como a representação icônica e simbólica durante os meses em que a obra ficou no ar entre os meses de agosto de 1989 e março de 1990.

Ao som da música *Tieta*, no ritmo lambada/axé interpretada pelo cantor soteropolitano Luiz Caldas, a abertura aliou a sensualidade e efeitos tecnológicos da época para ser feita a manipulação da imagem em computação gráfica. Ao apresentar imagens de ambientes, o corpo da mulher é desvendado naturalmente em meio a paisagens e se retorcia em outros cenários naturais, como folhas, pedras, areia, entre outros. Segundo o vídeo que mostra a produção da vinheta “era preciso integrar a beleza da mulher ao poder da natureza, mulher e natureza poderosas, nascidas da mesma força, da mesma terra”¹²⁰.

O que propusemos evidenciar é a postura estigmatizada que marca a vivência da personagem durante as vinhetas e as violências simbólicas e não simbólicas que perpassaram no imaginário dos telespectadores enquanto de desejo de posse e atração. Durante pelo menos

¹¹⁷ Vereda (sf) 1 Caminho estreito; semideiro, senda, sendeiro. 2 Caminho alternativo e mais certo para se chegar a algum lugar; carreador. 3 Rumo que se dá a uma vida. 4 (FIG) Momento oportuno para algo. MICHAELIS. Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa.

¹¹⁸ “Bem humorada, Vereda Tropical explorava desencontros amorosos, conflitos de classe e disputa de poder dentro de uma família”. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/vereda-tropical> Acesso em: 14/04/2021.

¹¹⁹ “Escrita por Aguinaldo Silva, Ricardo Linhares e Ana Maria Moretzsohn, foi livremente inspirada no romance *Tieta do Agreste*, de Jorge Amado. Contou com direção de Reynaldo Boury, Ricardo Waddington e Luiz Fernando Carvalho e direção geral e núcleo de Paulo Ubiratan.” Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/tieta/> Acesso em: 14/04/2021.

¹²⁰ Vídeo de produção e vinheta da telenovela *Tieta*. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7860429/programa/> Acesso em: 14/04/2021.

o tempo em que a obra foi transmitida em TV aberta brasileira, a imagem da representação da mulher pode ter se perpetuado no pensamento ideológico de poder e prazer em meio as relações afetivas e sociais de seus espectadores.

Relacionamos como símbolo a imagem emblemática da silhueta da modelo em meio a efeitos de luzes e texturas sobre um cenário escuro, fazendo com que seu corpo nu pudesse se sobressair na tela, sem que fosse totalmente revelado. O que nos chama atenção é o fato que, diferente das peças gráficas registradas e analisadas anteriormente, na figura 38, a imagem da mulher tem seu corpo natural, sem interferência de procedimentos estéticos ou de manipulações digitais, um corpo tipicamente característico dos modelos publicitários dos anos 1980. Outra característica é a forma dos cabelos que, mesmo não sendo visível em sua totalidade, nos remete a cabelos com volume, semelhante aos cabelos escovados ou cacheados, típicos de mulheres brasileiras.

Enxergamos a presença da mulher através da relativa iluminação, porém é perceptível que a luz não se irradia uniformemente na imagem. Sendo assim, a silhueta feminina se manifesta na ausência parcial de luz e o ambiente em que se encontra não é revelado. A luz é capaz de transformar o contorno do corpo em linha bem demarcada; o contorno do corpo é formado em justaposição de tons e é capaz de tornar a intensidade do escuro mais aparente, revelando que os seios da modelo não são voluptuosos, assim como suas coxas e nádegas aparentemente naturais.

Mesmo não sendo possível tocar o corpo da imagem, reconhecemos a textura através da visão de modo bastante convincente (DONDIS, 2003). Ao observar os detalhes de seu abdômen delineado e os traços do rosto é possível identificar que se trata de uma representação fotográfica real da imagem da mulher. O que difere essa representação do corpo, ao se comparar com outras peças gráficas, é consideramos ser uma possível apresentação corporal do comum, que pode ser encontrado no cotidiano, possivelmente capaz de ser visto pelas ruas do Complexo de Diversões Guaicurus. Diferente de corpos que foram analisados de seios fartos, curvas demarcadas, corpos (ativados) produzidos/mantidos em academias de ginástica ou que sofreram interferências de procedimentos estéticos.

Um dos questionamentos que nos cerca enquanto realizamos a análise dessa peça gráfica é - por qual motivo associamos essa à imagem da modelo representada na vinheta da telenovela *Tieta*? Prontamente respondemos que é por conseguir abarcar as questões socioculturais, nas quais as mulheres trabalhadoras sexuais ainda são discriminadas não apenas por gênero, cujo corpos são objetificados, mas por raça e pelo trabalho propriamente dito. Assim, personagens retratados em telenovelas, como *Tieta*, para além do papel principal, é capaz de representar uma

parte da população de mulheres brasileiras, a nordestina, que encontrou possibilidades de trabalho no meio sexual, sendo poderosa cafetina na região paulista diante de relações patriarcais e de estereótipos subalternos.

Por fim, mas não menos importante e muito interessante, pontuamos a tipografia utilizada no estilo retrô dos anos 1980. Considerada como fonte *display* por ser projetada pensando na utilização em grande escala de texto na peça gráfica, geralmente são aplicadas em títulos ou informações de destaques, possuem formas expressivas e com personalidade. De acordo com Kane (2012), as fontes produzidas na atualidade pertencem ao grupo de fontes *display*.

É fácil entender a popularidade dos tipos *display*. [...] Eles trazem consigo uma variedade infinita de características, personalidade, história e estilo. Tipógrafos experientes usam fontes como essas para apimentar uma composição já equilibrada. [...] As mesmas características que tornam os tipos *display* atraentes em tamanhos avantajados, formas comprimidas ou estendidas demais, contra formas excepcionalmente grandes ou pequenas, detalhes complexos e fortes referências pictóricas tornam-nos inapropriados para uso em tamanhos menores em blocos de texto. Tenha em mente que os tipos *display* são feitos mais para serem vistos do que lidos. (KANE, 2012, p. 14)

Como consideramos a fonte em estilo retrô, essas são capazes de imitar fontes usadas há tempos ou com visual que sugere a referência dos anos 1980, possíveis de resgatar lembranças, de acordo com a sua aplicação na peça gráfica. *Hotel Veredas* sugere um estilo decorativo e fluido, capaz de representar com clareza o nome do estabelecimento, com aspectos visuais precisos, como é possível perceber nas curvas e retas alongadas presentes em letras maiúsculas, formas arredondadas e base reta nas letras minúsculas.

A respeito das propriedades tipográficas no processo de leitura, consideramos que a legibilidade e a leiturabilidade estão presentes no título da peça pelo grau de facilidade com que o texto é lido e identificado. O reconhecimento de cada caractere de forma isolada confirma a presença da legibilidade da fonte e não identificamos interferências na leitura e na interpretação do título, o que certifica a leiturabilidade na escrita.

Sobre a cor na fonte tipográfica, identificamos o uso de degradê, que é mais um estilo que se confirma a ideia retrô por ser muito utilizado nos anos 1980. Este efeito gerado pela cor roxa e o uso do branco ao centro possibilita transmitir com luz e brilho, o que contribui para o destaque ao título do *banner* especial. Essa contribuição de misturas de cores assemelha-se a luz *neon*, parecida com a presente no contorno da base onde está fixado o letreiro. Percebemos que a luz que contorna a silhueta da mulher também lembra o *neon*, por destacar a figura na peça gráfica, o que torna a imagem da mulher real.

Ainda que subjetivas, as emoções implantadas na comunicação visual são influenciadas por processos semânticos e culturais, "indo além da reação corporal" (ENGELEN, 2014, p. 131). Dessa forma, o sentimento de identificação é criado e transferido como mensagem visual e os elementos compositivos são atrelados a cultura midiática, reflexos de tempos anteriores, contextos e sociedades. Segundo Nascimento (2009, p. 55): "o ser humano almeja três coisas: emoção, prazer e significado. Objetivam se sentir vivos, sentir o mundo, exigindo diante de tudo um sentido". A manipulação pela imagem influencia a atribuição de valores, incorpora desejos ou emoção exercida sobre o receptor. Sendo assim consideramos, após analisar as imagens, que a forma como relacionamos os projetos visuais pode revelar as impressões dos saberes dos indivíduos que produzem a imagem – através de sentimentos, afetos e sensações – e a construção de sentidos se torna presente em peças gráficas e impressões feitas por quem produz.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscando o passado da Rua Guaicurus, percebemos que ali foi um local importante para o lazer da cidade, onde eram realizados encontros de pessoas de camadas sociais diversas e que promoveu a sociabilidade em espaços privados que compunham a zona boêmia. Com o passar dos anos, a região se transformou e se tornou o Complexo de Diversões Guaicurus, que é composto por diversos estabelecimentos de serviços sexuais no baixo centro da capital mineira. Ao se resignificar, a região sobressai na memória dos nativos, como área de concentração do baixo meretrício destinado as camadas populares.

Elucidar a memória representativa da Guaicurus é algo que permitiu uma importante contribuição na construção identitária da cidade e do tipo de lazer realizado pelos seus habitantes e visitantes. Fomos capazes de compreender a espacialidade racional, pelo uso do território do centro de Belo Horizonte e o contexto da exacerbação da sexualidade no mundo midiático.

No centro da capital mineira está inserida uma parte do mercado econômico e social, equipamentos de infraestrutura urbana, de lazer e entretenimento, que medeiam o fluxo de transeuntes pela disponibilidade de transportes públicos, rodoviário, metroviário e ferroviário, os quais também atendem as necessidades turísticas. Ao mesmo tempo, inserido nessa racionalidade e em meio a tudo isso, temos a concentração de locais de entretenimento sexual que, unidos a bares, karaokês, *pubs* e outros equipamentos, formam o Complexo de Diversões Guaicurus, que é capaz de dar suporte para o lazer na cidade.

Os espaços de lazer do cotidiano ganham significados para cidade: alguns passam a abrigar diferenças sexuais que limitam a habitual presença dos homens, as práticas proibidas e desejadas, sem julgamentos morais, físicos e sociais. O sexo, que é historicamente aberto e desfrutado socialmente mais por homens do que por mulheres, impulsiona a procura clandestina das práticas sexuais, predominando na satisfação do prazer pago. Mesmo que a marginalização e o preconceito pela procura dos serviços sexuais, enquanto lazer, ainda gerem bloqueios de vivências e experiências em ambientes que forneçam este tipo de serviço, acreditamos que são importantes e urgentes que áreas de estudos se dediquem ao estudo do Lazer, da Sociologia, da Comunicação, para que possamos compreender melhor este campo invisibilizado.

Uma vez que vimos no *corpus* dessa dissertação, a partir das análises, pudemos dizer que nas peças gráficas encontradas entre setembro de 2019 e janeiro de 2020 no Complexo de Diversões Guaicurus, o uso do *design* é presente para divulgação do lazer sexual na capital mineira. Porém, a presença de determinadas formas, configurações, signos, mensagens visuais

e a imagem da mulher são representadas com o intuito de estimular a atenção do público frequentador dos locais que oferecem serviços e produtos sexuais.

Os suportes destinados à comunicação visual mostram a importância da identidade visual local e afirmam a ligação com o passado, mas ressignificados, de acordo com o momento atual e as referências visuais da cultura do sexo. A diversidade de representações visuais encontradas em campo é tônica da região, carregada por símbolos, vestígios, indícios, narrativas, exposições e tudo mais que gera conteúdo visual. Contribui para falar sobre outros tempos da região e compõe a exibição de diversas formas de apropriação e recordação da zona boêmia.

Ao questionarmos se “existem indícios que refletem o lazer sexual nas peças gráficas?”, encontramos respostas ao identificar os signos no *design*. Compreendemos que o desenvolvimento estratégico e cognitivo de peças gráficas é capaz de interferir na realidade. Ao decodificar as mensagens visuais transmitidas para os receptores, encontramos vestígios de signos (elementos) que são apresentadas pelo emissor e a comunicação é realizada. A partir dos signos encontrados na comunicação visual, identificamos que as funções psicológicas podem ser reconhecidas a partir da percepção visual unida à emoção. As cargas afetivas possuem interpretações ou consciências que acionam diversos entendimentos dos indivíduos que tem contato com o que é visto. Dessa forma, o prazer pode ser imediato para quem tem acesso ao lazer sexual, o nível de satisfação pode ser instantâneo por quem frequenta o estabelecimento sexual.

Quando pensamos nas perguntas: “Existem relações entre os elementos compositivos das peças gráficas?” e “Qual a contribuição das informações explícitas para formação da imagem?”, entendemos que os elementos considerados fundamentais da comunicação e do *design* estão presentes em todas as peças encontradas e registradas em campo. São eles os responsáveis pela estética visual, transformando em um *design* atraente. A ideia de sensualidade é reforçada através da utilização de elementos gráficos (cores, linhas, formas, pontos) e símbolos na composição.

Em relação à: “Quais são os elementos iconográficos que são representados na comunicação visual para esse tipo de lazer?” e “O corpo da mulher apresentado na peça gráfica possui algum tipo de vínculo implícito na transmissão da mensagem?”, foi possível perceber que, além de ícones representados por padrões corporais de mulheres, muitas vezes impostos pela publicidade, o uso e a manipulação da imagem são capazes de transformar ideias em desejos visuais implícitos no imaginário dos receptores das peças gráficas criadas. Ao observamos as imagens no contexto sexual, confirmamos que elas podem comunicar com a

ideia do corpo como objeto e passa a ideia de um produto a ser consumido. Ao serem pensadas a partir da semiótica, essas mesmas imagens carregam significados e encontramos a presença de estereótipos que estão ligados a cultura e os fatores sociais, sejam eles reais ou fictícios.

Consideramos importante avaliar os elementos textuais e não textuais, que são qualificados para guiar a leitura dos observadores e compõem as peças gráficas de forma que a mensagem visual seja compreendida. No conjunto de elementos visuais não textuais encontramos fotografias e ilustrações da imagem da mulher que, dentro da dimensão simbólica das peças gráficas destinadas ao lazer sexual, sem a presença de homens, está ali para ser apreciada pelo consumidor do serviço sexual podendo ser, neste caso, vista como objeto. Sua representação é capaz de contribuir para informações implícitas e explícitas na transformação da mensagem.

Neste trabalho, direcionamos as análises do *design* nas peças gráficas encontradas nos estabelecimentos de lazer sexual. Entretanto, consideramos a possibilidade de pesquisar o trabalho para quem realiza e o lazer para os transeuntes dos hotéis do Complexo de Diversões Guaicurus, onde será possível explorar os aspectos, estilos, preços (os serviços mais caros e baratos), localização, se existe diferença entre frequentadores, forma de promoção e tudo o que contribuiria para a compreensão da concorrência e possíveis estratégias de divulgação.

Tais possibilidades de pesquisa permitiriam explorar a caracterização das trabalhadoras sexuais, estilo de vida, idade, circunstâncias que levaram a busca pelo trabalho sexual, se existe diferença de identidade gênero e a existência do trabalhador sexual, seja estabelecimentos desconhecidos ou nas ruas da cidade.

O que nos intriga é percepção e o reconhecimento dessas mulheres quando são representadas em peças gráficas fabricadas para a divulgação do trabalho como lazer sexual. O *design* e o lazer são áreas com potencial para ser explorados: aprofundar estudos referentes à comunicação visual está relacionado a circunstâncias históricas, sociais e culturais e são mais que necessários, uma vez que os elementos do *design* são capazes de constituir valores simbólicos reais e de reprodução do imaginário social.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, T. F. *Vastos subúrbios da nova capital: formação do espaço urbano na primeira periferia de Belo Horizonte*. Tese (doutorado) em História. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2016.
- ALVES, Z. Inquisição e homossexualidade na colônia. *Simpósio Internacional de Estudos Inquisitoriais*. 2011.
- ANDRADE, L. T.; TEIXEIRA, A. E. A territorialidade da prostituição em Belo Horizonte. *Revista Cadernos Metrópole*, v. 11, pp. p. 137-157. 2004.
- ANTÔNIO DE PAULA, J. “Memória e Esquecimento, Belo Horizonte e Canudos: encontros e estranhamentos. *Varia Historia*, n. 18, pp. p. 43-61. 1997.
- ARENDT, H. *A condição Humana*. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2010
- Arreguy, C. A.; Ribeiro, R. R. *Histórias de bairros [de] Belo Horizonte : Regional Centro-Sul*. Belo Horizonte: APCBH; ACAP-BH. 2008.
- BARBOSA, A.; CUNHA, E. T. *Antropologia e imagem*. Rio de Janeiro: Zahar. 2006.
- BARRETO, A. *Resumo Histórico de Belo Horizonte (1701 a 1947)*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial de Minas Gerais. 1950.
- BARRETO, A. *Belo Horizonte: memória histórica e descritiva – história antiga e história média*. (Vol. I). Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro - Centro de Estudos Históricos e Culturais. 1996.
- BARRETO, L. C. *Prostituição, gênero e sexualidade: hierarquias sociais e enfrentamentos no contexto de Belo Horizonte*. Dissertação (mestrado) em Psicologia. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2008.
- BEAUVOIR, S. *O Segundo Sexo*. (S. Milliet, Ed.) 2ª ed. Vol. 2. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 2009.
- BELELI, I. Corpo e identidade na propaganda. *Revista Estudos Feministas*, 15(1), 193-215. 2007.
- BELO HORIZONTE, P. M. *Plano Diretor e Lei de Parcelamento, Ocupação e Uso do Solo – Leis Municipais nº 7.165/96 e 70166/96*. Belo Horizonte. 1996.
- BLANCHETTE, T.; SILVA, A. Amor um real por minuto: a prostituição como atividade econômica no Brasil urbano. *Diálogo Latino-Americano sobre Sexualidade e Geopolítica*, pp. p. 1-52. 2009.
- BOMFIM, G. A. *Metodologia para o desenvolvimento de projetos*. João Pessoa : Ed. Universitária/UFPB. 1995.
- BRAGA, J. M. Prostituição e moral: evangelização libertadora versus pecado social. Em A. Angelo, F. d. Assunção.; e. al, *A prostituição em debate* (pp. 59-76). São Paulo : Paulinas. 1982.

BRINGHURST, R. *Elementos do estilo tipográfico*. Tradução: Stolarski, André. São Paulo: Cosac Naify. 2ª ed. 2011.

BUENO, F. T.; MOREIRA, L. F. *O que se vê na Guaicurus*. Disponível em Entrevista: Edson Cruz (Presidente da AARG): https://www.youtube.com/watch?v=RvdCn_I4kg4&t. 2012. Acesso em 07 de agosto de 2020.

CALAZANS, F. *Propaganda subliminar multimídia*. 2ª ed. São Paulo: Summus. 1992.

CARDOSO, J. P.; SILVA, M. C. Rua dos Guaicurus: Patrimônio, Memória e Apagamentos Sociais. *Congresso Internacional de História*, pp. p. 1-12. 2016.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das Mídias*. (A. M. CORRÊA, Trad.) São Paulo: Editora Contexto. 2007.

CHAVES, I. G.; BITTENCOURT, J. P.; TARALLI, C. H. O design centrado no humano na atual pesquisa brasileira: uma análise através das perspectivas de Klaus Krippendorff e da IDEO. *Revista Holos*, 6(29), 213-225. 2013.

DOM, D. O. *LEI Nº 10.231, DE 19 DE JULHO DE 2011*. Disponível em Circunscrição das regiões administrativas do Município: <http://portal6.pbh.gov.br/dom/iniciaEdicao.do?method=DetalheArtigo&pk=1062300>. 2011. Acesso em 21 de julho de 2020.

DONDIS, D. A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes. 2003.

ENGELLEN, E.-M. Significado e emoção. Em N. BAITELLO JUNIOR; C. WULF, *Emoção e imaginação: os sentidos e as imagens em movimento*. (pp. 129-140). São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2014.

FARIAS, P. L. Notas para uma normatização da nomenclatura tipográfica. *Anais do P&D Design 2004 - 6º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.*, pp. p. 1-8. 2004.

FREIRE, C. M. *Cotidiano, memória e identidade: o bairro Lagoinha (Belo Horizonte, MG) na voz dos seus moradores*. Dissertação (mestrado) em Sociologia. Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2009.

FREITAS, R. F., CARVALHO, C. O.; MENESCAL, R. E. Design emocional e o designer como interpretador de desejos e necessidades: revisão de literatura. *Estudos em Design*, 18(1), 1-18. 2010.

FREITAS, R. S. *Bordel, bordéis: negociando identidades*. . Petrópolis: Vozes. 1985.

Galvão, D. P. *Representações das mulheres nas propagandas na TV*. Data Popular; Instituto Patrícia Galvão; Fundação Ford, São Paulo. Disponível em https://assets-institucional-ipg.sfo2.cdn.digitaloceanspaces.com/2012/05/representacoes_das_mulheres_nas_propagandas_na_tv.pdf. 2013. Acesso em 14 de julho de 2020.

Gerais, F. J. *Gestão do espaço metropolitano: homogeneidade e desigualdade na RMBH. SHA – 62904: relatório final*. Fundação João Pinheiro/FAPEMIG, Belo Horizonte. 2007.

GÓES, J. M. *Corpo, autonomia e associativismo: a participação das prostitutas da Guaicurus*. Dissertação (mestrado) em Ciência Política. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte: Editora Multifoco. 2017.

GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana* 20 ed. (M. C. RAPOSO, Trad.) Petrópolis: Vozes. 2014.

GOMES, C. L. Lazer e Formação Profissional: Saberes necessários para qualificar o processo formativo. Em J. L. FORTINI; C. L. GOMES; ELIZALDE, R. *Desafios e perspectivas da educação para o lazer*. (pp. 33-46). Belo Horizonte: SESC/Otium. 2011.

GOMES FILHO, J. *Gestalt do objeto*. . São Paulo: Editora Escrituras. 2000.

GOMES, M. A.; LIMA, F. J. Pensamento e prática urbanística em Belo Horizonte, 1895-1961. Em M. C. In: LEME, *Urbanismo no Brasil – 1895-1965*. (pp. 120-140). São Paulo: Studio Nobel; FAUUSP; FUPAM. 1999.

GUIMARAES, K.; MERCHAN-HAMANN, E. Comercializando fantasias: a representação social da prostituição, dilemas da profissão e a construção da cidadania. *Revista Estudos Feministas*, 13(3), 525-544. 2005.

GUIMARÃES, L. O sistema simbólico das cores no jornalismo. Em L. GUIMARÃES, M. S.; CONTRERA, M. PELEGRINI; M. R. SILVA. *O espírito do nosso tempo: ensaios de semiótica da cultura e da mídia*. (Vol. 1, pp. 51-60). 1 ed. São Paulo: Annablume. 2004.

IBGE. *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*. Disponível em <http://ibge.gov.br/cidades-e-estados/mg/belo-horizonte.html>. 2020. Acesso em 21 de julho de 2020.

JOLY, M. *Introdução à Análise da Imagem*. 1ª ed. Vol. Arte e Comunicação. Lisboa: Edições 70. 2007.

JULIÃO, L. *Belo Horizonte: Itinerários da cidade moderna (1891-1920)*. Dissertação (Mestrado) em História. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 1992.

KANDINSK, W. *Ponto e Linha Sobre Plano*. (E. Brandão, Ed.) São Paulo: Martins Fontes. 1997.

KANE, J. *Manual dos tipos*. . São Paulo: Gustavo Gili. 2012.

KNEBEL, M. G.; PIZZATO, G. Z.; SCOLARO, A. As abordagens de design e emoção em estudo de design gráfico: uma revisão bibliográfica. *Revista Educação Gráfica*, 21(3), 323-342. Dezembro/2017.

LARA, T. C. Fronteiras na cidade: caminhadas pela rua Guaicurus em Belo Horizonte. *III Simpósio de Ciências Sociais: Cidade e Democracia*, pp. 250-264. Setembro/2014.

LAURETIS, T. D. A Tecnologia do Gênero. Em H. B. HOLLANDA, *Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura*. (pp. 206-242). Rio de Janeiro: Rocco. 1994.

LE BRETON, D. *A sociologia do corpo*. 2ª ed. Petrópolis: Vozes. 2007.

- LESSA, P. *Mulheres à venda*. Londrina: Eduel. 2005.
- LIPOVETSKY, G. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. . São Paulo: Cia das Letras. 2000.
- LOURENÇO, A. C.; ARTEMENKO, N. P.; BRAGAGLIA, A. P. A objetificação feminina na publicidade: uma discussão sob a ótica dos estereótipos. *XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*, pp. p. 1-15. 2014.
- LOURO, G. L. *O corpo educação pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte: Autêntica Editora. 2000.
- LOURO, G. L. Pedagogias da sexualidade. . Em G. L. LOURO, *O corpo Educado: pedagogias* (pp. 7-34). Belo Horizonte: Autêntica. 2000.
- LUPTON, E.; PHILLIPS, J. *Novos fundamentos do design*. (C. BORGES, Ed.) São Paulo: Cosac Naify. 2008
- MACDOUGALL, D. Novos princípios da antropologia visual. *Caderno de Antropologia e Imagem*, pp. p. 19-31. 2005.
- MACHADO, J. C. Pornô chique: um gênero que vai além das definições técnicas. *Revista Livre de Cinema*, 3(2), 140-146. 2016.
- Marques, F. M. *Relatório da prática pedagógica em artes visuais*. Dissertação (mestrado) em Comunicação e Artes. Universidade da Beira Interior, Covilhã. 2010.
- MARQUES, N. R.; HALLAL, C. Z.; GONCALVES, M. Características biomecânicas, ergonômicas e clínicas da postura sentada: uma revisão. *Fisioterapia e Pesquisa*, 17(3), 270-276. 2010.
- MARTINS, R. G. *As (im)possibilidades da proteção legal ao design no Brasil contemporâneo*. Tese (doutorado) em Design. Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2014.
- MEDEIROS, I. B.; BARBOSA, R. M. Nem santas nem pecadoras, singularmente, mulher: a prostituição em foco nos estudos culturais. *Revista Expedições: Teoria da História & Historiografia*, 2(2), 112-129. Julho/2011.
- MELLO, P. G.; LEITE, F. D. A construção indentitária do sujeito plus size na mídia. *Revista Caminhos em Linguística Aplicada*, 13(2), 174-197. 2015.
- MELO, V. A. *Lazer e Minorias Sociais*. São Paulo: Ibrasa. 2003.
- MENDES, A. M. *Metodologia para análise de imagens fixas*. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG. 2019.
- MIRANDA, D. S. A cultura do design. Em J. J. LEAL, *Um olhar sobre o design Brasileiro*. São Paulo: Objeto Brasil. Instituto UNIEMP. Imprensa Oficial do Estado. 2002.
- MONT'ALVÃO, C. Hedonomia, Ergonomia Afetiva: afinal, do que estamos falando. Em C. M. Damazio, *Design Ergonomia Emoção* (pp. 19-30). Rio de Janeiro: Mauad X: FAPERJ. 2008.

- MONTEIRO, B. *Mensagem ao Conselho Deliberativo da Cidade de Minas – apresentado em 19 de setembro de 1900*. Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte. 1900.
- MONTIGNEAUX, N. *Público-alvo: crianças: A força dos personagens e do marketing para falar com o consumidor infantil*. 1ª ed. (J. BERNARDES, Ed.) Rio de Janeiro: Negócio. 2003.
- MORENO, A.; VAGO, T. M. Nascer de novo na cidade-jardim da República: Belo Horizonte como lugar de cultivo de corpos (1891-1930). *Revista Pro-Posições*, 22(3), 67-80. 2011.
- MOTA, F. B.; MOTA, F. F.; M., C. J.; SILVA, W. M.; TUZZO, S. A. Gestão estratégica: públicos, stakeholders e líderes de opinião. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. 2016.
- MOURA, M. *Design Brasileiro Contemporâneo: Reflexões*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2014.
- MUNARI, B. *Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática*. (D. Santana, Ed.) São Paulo: Martins Fontes. 2006.
- NASCIMENTO, D. R. *Design emocional: a linguagem dos sentimentos*. Brasília: UNICEUB. 2009.
- NIEMEYER, L. *Tipografia: uma apresentação*. Rio de Janeiro: 2AB. 2000.
- NIEMEYER, L. Design Atitudinal. Em MONT'ALVÃO, C.; V. DAMAZIO, *Design Ergonomia Emoção*. Rio de Janeiro: Mauad X: FAPERJ. 2008.
- NOJIMA, V. L. Comunicação e leitura não verbal. Em R. M. COUTO.; A. J. OLIVEIRA, *Formas do design: por uma metodologia interdisciplinar*. (pp. 13-27). Rio de Janeiro: 2AB; PUC-Rio. 1999.
- NORMAN, D. A. *Design emocional: porque adoramos (ou porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia*. Rio de Janeiro: Editora Rocco. 2008.
- OLIVEIRA, M. Q. *Prostituição e trabalho no baixo meretrício de Belo Horizonte: o trabalho da vida nada fácil*. Dissertação (Mestrado) em Psicologia. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2008.
- PANIZZA, J. *Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual*. Dissertação (mestrado) em Ciências da Comunicação. Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo, São Paulo. 2004.
- PASTOUREAU, M. *Dicionário das cores do nosso tempo: simbólica e sociedade*. Lisboa: Editorial Estampa. 1997.
- PBH. (2007). *Plano de Reabilitação do Hipercentro de Belo Horizonte*. Prefeitura de Belo Horizonte, Centro Vivo, Belo Horizonte. Disponível em https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/politica-urbana/2018/planejamento-urbano/publicacoes_plano_reabilita%C3%A7%C3%A3o_hipercentro_bh.pdf. 2007. Acesso em 21 de julho de 2020.

- PEDERSOLI, A. *Uma conceituação de recuperação urbana para o bairro da Lagoinha*. Projeto de especialização em urbanismo. Escola de Arquitetura. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 1992.
- PEIRCE, C. S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva. 2005.
- PETRY, A. R.; MEYER, D. E. Transexualidade e heteronormatividade: algumas questões para a pesquisa. *Revista Textos & Contextos (Porto Alegre)*, 10(1), 193-198. 2011.
- PINHEIRO, A.; SABADIN, C. *Outdoor Uma Visão do Meio Por Inteiro*. São Paulo : Central de Outdoor. 1990.
- PRECHET, B. d. O imoral escândalo da prostituição de escravas: pensando a prostituição a partir das mulheres negras no Rio de Janeiro. *Revista Transversos*, 20, 67-85. 2020.
- QUINTANA, H. G. *Cartaz, cinema e imaginário*. Dissertação (mestrado) em Artes. Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 1995.
- RATO, J. P. A evolução da comunicação visual no espaço público. Convergências. *Revista de Investigação e Ensino das Artes*, 3(5). 2010.
- REI, C. A. Acuenda, tem alibã na gira! A influência do iorubá no léxico gay. *Caderno Seminal Digital*, 22(22), 173-187. 2014.
- RIBEIRO, D. Feminismo Negro para um novo marco civilizatório. *SUR. Revista Internacional de Direitos Humanos*, 13(24), 99-104. 2016.
- ROBERTS, N. *As prostitutas na história*. (M. Lopes, Trad.) Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos. 1998.
- ROCHA, E. P. *Magia e Capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. 2ª ed. São Paulo: Editora Brasiliense. 1995.
- ROCHA, M. D.; QUEIROZ, M. O significado da cor na estampa do tecido popular: a chita como estudo de caso. *Colóquio de Moda*, pp. p. 1-11. 2008.
- RODRIGUES, M. T. A prostituição no Brasil contemporâneo: um trabalho como outro qualquer? *Revista Katál*, 12(1), 68-76. 2009.
- ROMANINI, V. Design como comunicação: uma abordagem semiótica. *Seminário do curso de design da FAU-USP-Design: QUO VADIS I*, p. 1-5. 2008.
- SAMAIN, E. Ver e dizer na tradição etnográfica: Bronislaw Malinowski e a fotografia. *Revista Horizontes Antropológicos*, 1(2), 23-60. 1995.
- SAMARA, T. *Grid: construção e desconstrução*. São Paulo: Cosac Naify. 2007.
- Senado, J. *Lei nº 3353 - de 13 de maio de 1888*. Disponível em Senado Federal - Secretaria de Informação Legislativa: http://senado.gov.br/noticias/jornal/arquivos_jornal/arquivosPdf/encarte_abolicao.pdf 2008. Acesso em 10 de agosto de 2020.

SHREINER, L., PAIM, L. L.; RAMOS, F.; et al. Prevalência de sintomas depressivos em uma amostra de prostitutas de Porto Alegre. *Revista de Psiquiatria do Rio Grande do Sul*, 26(1), 13-20. 2004.

SILVA, B. C.; OLIVEIRA, J. F. Ideologia Heteronormativa: uma crítica à luz da teoria queer. *4º Seminário Internacional de Educação e Sexualidade. 2º Encontro Internacional de Estudos de Gênero*. 2016.

SILVA, F. B. *Turismo e lazer sexual na cidade de São Paulo*. Dissertação (mestrado) em Geografia. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, São Paulo. 2011.

SILVA, S. A. *O design de cartazes no Cinema Marginal e na Pornochanchada*. Dissertação (mestrado) em Design. Artes e Design. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2008.

SINGER, P. *Desenvolvimento Econômico e Evolução Urbana*. São Paulo: Nacional/Edusp. 1968.

STORCH, L.; FONTANA, M. C. A personagem e o seu leitor: marcas do leitor imaginado na revista Playboy. *V Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação*, pp. p. 1-15. 2013.

SUAREZ, J. *Guaicurus: de dentro pra fora*. Disponível em Jornal O Beltrano: <https://www.obeltrano.com.br/portfolio/guaicurus-de-dentro-pra-fora/>. 2018. Acesso em 24 de abril de 2021.

SZTERENFELD, C. Prostitutas: de transmissoras à educadoras. Em V. PAIVA, *Em Tempos de Aids*. (pp. 193-201). São Paulo: Summus Editorial. 1994.

TABUCHI, M. G.; ROMFELD, V. S. À margem da sociedade, ao centro do capital: o mercado barato de mulheres – apontamentos acerca do projeto acerca do Projeto de Lei Gabriela Leite. *1º lugar na XV Jornada de Iniciação Científica de Direito da UFPR*, p. 3-26. 2013.

VALENTE, A. *A linguagem nossa de cada dia*. Rio de Janeiro: Vozes. 1997.

Viana, J.; FORTES, R. Do lazer e da comunicação: relações em campo(s). *LICERE - Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer*, 14(3), p. 1-26. Setembro/2011.

VILLAS-BOAS, A. Sobre Análise gráfica, ou algumas estratégias didáticas para a difusão de um design crítico. *Revista Arcos*, 5, 2/91-17/91. 2009.

WHEELER, A. *Design de Identidade da Marca: Guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas*. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman. 2012.

WINCH, R. R.; ESCOBAR, G. V. Os lugares da mulher negra na publicidade brasileira. *Cadernos de Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria - UFSM*, p. 227-245. 2012.