Comunicação e Imaginário nos Cenários do Desenvolvimento Sustentável em Vitória da Conquista, Bahia[1]

Anaelson Leandro de Sousa[2]
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB

Diversos instrumentos democráticos vêm sendo trabalhados nos municípios brasileiros atualmente. A construção de cenários do Desenvolvimento Sustentável é uma dessas iniciativas e vem ocorrendo de forma participativa. Em Vitória da Conquista, sudoeste da Bahia, a conclusão dos cenários fez parte da fase inicial do processo de mobilização da Agenda 21 local e foi publicado em novembro de 2004. Diversas estratégias de comunicação foram utilizadas nesse processo de mobilização entre elas o slogan, a logomarca e as ilustrações. O trabalho visa mostrar como as imagens inseridas nos cenários sustentáveis contribuíram para a criação de imaginários sobre o futuro do município. A metodologia utilizada foi a Análise de Conteúdo (Bardin, 1977) e Análise Semiótica (Penn, 2002).

Palavras-chave: Comunicação; Mobilização Social; Imaginário

O marco do Desenvolvimento Sustentável começa na década de 80 com a elaboração do relatório "Nosso Futuro Comum", conhecido também como Relatório Brundtland.

O conceito de Desenvolvimento Sustentável corresponde a um modelo que satisfaça as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades (COMISSÃO, 1991). O fundamental no novo conceito e ampliar a dimensão de desenvolvimento do econômico para os campos do social, político e ambiental.

Concluído em 1987, o documento não repercutiu de maneira satisfatória a mobilizar a sociedade para uma discussão local, mas serviu para alertar a sociedade e governos sobre a escassez de recursos naturais e a necessidade de repensar os novos significados de desenvolvimento.

---

[1] Trabalho apresentado à Sessão de Temas Livres.

[2] Jornalista, professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB e mestrando em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pelo Prodema/UESC. E-mail: Uesb.jor@ibest.com.br

Apesar do Relatório Brundtland não ter tido um efeito mobilizador efetivo, a sua divulgação serviu para colocar o tema desenvolvimento sustentável ao cenário internacional através dos meios de comunicação. A cobertura do tema foi ampliada na medida em que se evidenciava não haver soluções simples para problemas globais e locais de desenvolvimento (Starke, 1991).

Nos dias de hoje é possível perceber, através de várias iniciativas governamentais e não-governamentais, um entendimento mais maduro sobre a prática sustentável e a necessidade de garantir uma qualidade de vida nos próximos anos. Porém, é importante criar imaginários que estabeleçam uma relação mais afetuosa com essa nova consciência de desenvolvimento.

Imaginário

Os primeiros conceitos sobre imaginário podem ser encontrados na antiguidade grega quando os filósofos primeiros procuravam conceituar fenômenos objetivos e subjetivos. Platão ao proclamar a "verdadeira filosofia" indica a existência de um mundo inteligível e um mundo sensível que permanece no nível das aparências – modo como as coisas aparecem aos homens e o modo como estes percebem por meio das sensações, dos sentidos. "As aparências constituem em si o mundo dos sentidos, o mundo sensível, em tudo é instável e variável, de acordo com as circunstâncias e os pontos de vista" (Abrão, 1999, p.50).

Na história do pensamento, os primeiros debates sobre a objetividade e a subjetividade não tem um foco direto nas questões do imaginário. O debate filosófico sobre o tema vai ocorrer a partir do século XVI ao considerar a razão e a experiência como forma de atingir o verdadeiro conhecimento. O predomínio do pensamento racionalista, nesse período, vai entender que a imaginação não poderia ser incluída enquanto objeto de reflexão por constituir fonte de falseamentos e erros. Pensadores como Descartes, Pascoal e Espinosa argumentavam que o imaginário era fonte de ilusões, fantasias, ou ausências ou negação da razão. Para os pensadores iluministas o imaginário e a realidade concreta são plenamente contraditórios (Neto, 2001).

Chaui (2002) classifica a imaginação, principalmente, em produtora e criadora e que a tradição filosófica sempre deu prioridade a primeira – considerada como um

resíduo do objeto percebido que permanece retido em nossa consciência. Neste caso, a imagem seria um rastro ou um vestígio deixado pela percepção.

Desta maneira, a suposição de que entre percepção e imaginação (o percebido e a imagem) não se manteve por haver diferenças de natureza ou essência entre ambas.

Distanciando-se da tradição filosófica e buscando uma compreensão fenomenológica para a imaginação Chaui aponta para a "consciência imaginativa" como forma de consciência diferente da percepção e da memória, apresentando o ato (o imaginar) e o conteúdo (o imaginário ou objeto-em-imagem). Estabelece-se, portanto a diferença entre perceber e imaginar (CHAUI, 2002, p. 133).

No século XIX as críticas se voltam para os excessos do método cartesiano e são dados os primeiros passos para o resgate da imagem como objeto de conhecimento. No século XX é intensificada a polêmica em relação ao real, razão e imaginário. Entretanto, apesar das críticas destinadas a essas abordagens constata-se a retomada vigorosa dos temas do imaginário e da imaginação por pensadores como Castoriadis, Bachelard e Sartre no século XX onde reforçaram o caráter revitalizador e substancial de tais temas em relação à realidade social. Um dos primeiros ensaios publicados por Sartre é imaginação (1936), embora seja conhecido como filósofo do existencialismo. Bachelard, também vai dar uma grande contribuição com várias obras, dentre elas poética do espaço (1957). Durand, aluno de Bachelard e influenciado pelas experiências de Jung, publica a sua tese sobre As estruturas antropológicas do Imaginário (1960). Castoriadis, um dos principais representantes do tema também contribui com obra "A instituição imaginária da sociedade".

Após, tentar situar o imaginário do ponto de vista histórico centralizaremos nossa atenção para o uso da imagem, considerando que está associada diretamente ao imaginário. Para isso recorreremos a autores que forneçam uma metodologia que possibilite tratar o assunto de maneira interdisciplinar e que oferecem uma pragmática possível.

A primeira delas é a Análise de Conteúdo que, segundo Bardin (1977), é definido como sendo um conjunto de técnicas de análise de comunicações visando obter, por procedimento sistemático e objetivo de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam uma inferência de procedimentos relativos às condições de produção recepção dessas mensagens.

Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações (p 31).

A autora defende a aplicação que a Análise de Conteúdo, em alguns casos, permite recorrer ao auxilio de outras técnicas utilizadas em outros domínios da pesquisa.

Portanto, há uma flexibilidade metodológica em unir Análise de Conteúdo à Semiótica. Bardin assegura que quaisquer que sejam as dificuldades de aplicação ou de transposição de técnicas da Análise de Conteúdo para as comunicações não lingüísticas os exageros a que por vezes conduz a recente moda de semiologia, parece difícil recusarem-se ao vasto campo das comunicações não lingüísticas (ao qual se aplica por comodidade, os termos do campo semiológico ou semiótico) os benefícios da Análise de Conteúdo.

A Análise Semiótica, segundo Penn (2002) procura a dissecação e reconstrução do objeto. O objetivo é tornar explicito os conhecimentos culturais necessários para que se compreenda a imagem.

O primeiro estágio, assim como na Análise de Conteúdo, é escolher as imagens para serem analisadas. A escolha dependerá do objetivo de estudo e da disponibilidade do material. A Análise Semiótica pode ser prolixa, indo de um simples parágrafo até várias páginas.

O segundo estágio é identificar os elementos no material. Isto pode ser feito listando os elementos sistematicamente, ou fazendo anotações nas bordas do material.

No terceiro estágio é analise de níveis de significações. Barthes (apud Penn, p.322) diferencia os níveis de significações da seguinte forma: o primeiro nível, ou denotativo, é literal, assim como o inventário; os níveis mais altos são mais conotativos e dependem das convenções culturais.

O poder da imagem é imprescindível nos processos de mobilização. Todo material comunicativo deve ser orientado para uma padronização que zele por uma estética capaz de gerar imaginário. Um bom material de divulgação deve ir além do sentido denotativo; deve sugerir novos significados. É necessário, portanto, por em prática os conceitos de linguagem (slogans, convites, etc) e de imagem (ilustrações, cartazes, fotografias) que consiga produzir imagens mentais, estimulando um imaginário mobilizador.

Construindo imaginários na mobilização

Segundo Toro e Werneck (2004) um dos desafios do comunicador na mobilização é construir e divulgar imaginários. Na mobilização, o imaginário torna-se referência. A explicitação de seu propósito é a etapa inicial do planejamento num processo social mobilizador e se liga, diretamente, à qualidade participativa que será alcançada. O propósito deve ser expresso como uma convocação, numa espécie de horizonte atrativo, um imaginário "convocante" válido, que condense atraentemente os grandes objetivos à que se quer chegar, dando sentido e finalidade à mobilização. Enfim, ele precisa emocionar e não ser somente racional, mas capaz de despertar a paixão. Assim, o imaginário consiste em ser, a um só tempo, fonte de opções indicadora de critérios para orientação e atuação das pessoas, no sentido da identificação de alternativas de novas ações.

Toro e Werneck (idem) salientam, ainda, ser o consenso coletivo básico o mais importante, com o compartilhamento de interesses e construção de escolhas, sem negar as diferenças entre as pessoas, mas tendo em vista a preservação do respeito entre elas. A ligação maior é a causa que abraçaram, acima das divergências, como exercício de uma convivência democrática. Assim, os elementos contidos no imaginário contribuem para validar a realidade, sendo uma fonte de hipóteses para ação e o pensamento. E a forma de convertê-lo em realidade é a sua orientação para múltiplos esforços e decisões coletivas. O que o diferencia de um simples "slogan" ou campanha publicitária, justamente por esse sentido de mobilização e aglutinação que o envolve. A distinção essencial é a de que o "slogan" não se apresenta como uma referência sobre o que precisa ser feito no momento atual.

Os slogans, de acordo com Fidalgo e Gradim (2005), provêm, etimologicamente, do gaélico "Scluagh-chairm" que significava na antiga Escócia o grito de guerra do clan. Em alemão a palavra slogan significa literalmente para bater ("Schlagwort" do verbo schlagen = bater, golpear). Dessa forma, torna-se uma "palavra apropriada a bater, a golpear, e para tal pretende-se manuseável, feito à medida de quem o usa e do fim para que é usado. Não há slogans longos, pesados. Por definição e natureza o slogan é breve e facilmente manejável" (p.212).

Uma das características lingüísticas refere-se, apesar da natureza utilitária, ao que a linguagem tem de mais gratuito, à poesia, à finura de espírito, ao jogo de palavras. "Bastas vezes o slogan utiliza a rima, o ritmo, a cadência das palavras, a repetição, o

equívoco do sentido, o paradoxo, as perturbações sintáctico-semânticas, como meio de golpear e fixar a atenção do destinatário" (p.213).

Relacionando a sua origem e característica, nos importa relacionar como o slogan pode contribuir na mobilização social criando imaginários. Fidalgo e Gradim colocam a importância dos slogans nas relações sociais afirmando que antes de mais ele visa suscitar a ação ou o comportamento de todo um grupo ou coletividade.

> O slogan é por natureza performativo e perlocutório. É neste ponto que se coloca a questão da sua eficácia. Ora na sua acção performativa o slogan pode ter várias funções: a de cimentar o grupo em torno de um lema (é essa a sua função original), a de captar a atenção e de motivar a um determinado fim, como acontece frequentemente nos títulos de imprensa que tentam captar a atenção para o artigo respectivo e levar à sua leitura, e, por fim, a de sintetizar uma determinada posição. Esta última é, aliás, a função mais freqüente. O slogan resume, cristaliza, e torna desse modo a posição resumida num produto transportável e manejável. A eficácia depende aqui da brevidade, é certo, mas também de outras qualidades associadas como a fácil memorização e a acutilância (2005, p.214).

O slogan utilizado em Vitória da Conquista foi "A Conquista do Futuro". A construção dos Cenários do Desenvolvimento Sustentável foi concebida dentro de um projeto maior de mobilização social: a Agenda 21.

A Agenda 21 é um plano de diretrizes que deve ser adotado em âmbito global, nacional e localmente, por governos e pela sociedade civil, em todas as áreas em que a ação humana cause impactos ao meio ambiente. A Agenda 21 pode ser considerada como a mais abrangente tentativa já realizada de orientar para um novo padrão de desenvolvimento para o século XXI, cuja base é a sustentabilidade ambiental, social e econômica.

A logomarca que ajudou a criar o imaginário da "A Conquista do Futuro" constituiu-se por um cata-vento que representa movimento, ação e está presente nos principais produtos comunicativos: convites, camisas, folderes, cartazes, faixas e documentos. O símbolo, criado pelo funcionário da prefeitura de Vitória da Conquista Roberto Veronese foi o principal meio para a criação do imaginário do projeto.

Figura 1
Logomarca da Agenda 21 de Vitória da Conquista

A logomarca esteve presente desde o ano de 2003 e começou a ser usado como principal meio para mobilizar as pessoas. No primeiro Seminário Temático, realizado em 7 de junho de 2003, com o tema Desenvolvimento Rural Sustentável, a logomarca não aparece, porém, a foto do convite sugere uma criança que caminha na zona rural do município carregando em uma das mãos um cata –vento.

O cata-vento esteve presente, cada vez mais solidificando a marca da Agenda 21 até no lançamento do livro A Conquista do Futuro – Cenários para desenvolvimento sustentável, lançado em novembro de 2004 (Figura 2).

Na capa do livro a logomarca do cata-vento aparece estilizada no centro sobre um fundo verde. No desenho principal, as pontas do cata-vento mostram na parte de cima a imagem do Cristo Crucificado na Serra do Periperi, do artista Mario Cravo, um dos símbolos da cidade. Em baixo um aspecto urbano da cidade. Na esquerda, a foto que marcou o início da Agenda 21, com a presença de mais de 300 pessoas, em 2002. Na direita, o contraste, poucas pessoas caminhando na zona rural. A idéia do cata-vento sugere que todos os aspectos estejam unidos, zona urbana e rural, em um só movimento.

Figura 2
Capa do livro A Conquista do Futuro

Bachelard (1978) em seus estudos sobre imaginação lança a seguinte interrogação: "como prever sem imaginar?". Para ele é necessário unir o real e o irreal.

Lançar-se ao futuro sem esquecer o presente foi uma das conclusões do documento A conquista do futuro - Cenários para o Desenvolvimento Sustentável, apresentado em Vitória da Conquista em 18 de novembro de 2004.

O subsídio é o primeiro documento resultante da Agenda 21 e teve a sua fase de elaboração no ano de 2003. Após a realização de capacitação, logo se tratou de reconhecer a realidade local e traçar cenários futuros. O trabalho foi baseado em uma metodologia participativa onde foram realizadas: Reuniões de Trabalho, Leituras de Paisagem, Seminários, palestras e visitas, a fim de conseguirem listar as principais Limitações e Potencialidades do município, nas diferentes áreas contempladas pelos grupos:

Os temas trabalhados nos Grupos de Trabalho foram os mesmo indicados pela Agenda 21 Nacional: Redução das Desigualdades Sociais; Desenvolvimento Rural Sustentável; Ciência e Tecnologia para o Desenvolvimento Sustentável; Infra-estrutura e Integração Regional; Cidade Sustentável; e Gestão de Recursos Naturais.

Os GTs realizaram, no mínimo, oito reuniões, para delas extraírem as principais limitações e potencialidades do município, nos segmentos estudados. Cada Grupo traçou uma metodologia própria para a condução desta atividade, que se constituiu em pesquisa e análise de dados.

O trabalho de pesquisa e levantamento de dados gerou os Gráficos de Relevância, que apontaram as Limitações e Potencialidades, de acordo com os graus de Dependência e Influência.

Segundo o documento Limitações ou Vulnerabilidades representam aqueles aspectos em que o município apresenta-se enfraquecido e que demandam ações para a sua solução. As potencialidades, portanto, são os pontos fortes, características locais que, se bem geridas pelos governos em conjunto com a sociedade civil, podem servir para superar limites eventuais para o município e a região. (A CONQUISTA DO FUTURO, 2004, p.69).

O texto dos cenários do desenvolvimento local é dividido em quatro partes: 1) Remexendo o baú – faz um retrospecto histórico de Vitória da Conquista desde a sua colonização até os cenários políticos e ciclos econômicos atuais; 2) Mudando o rumo da prosa – aborda o desenvolvimento da Agenda 21 como instrumento de desenvolvimento sustentável no âmbito global, nacional e local; 3) Encontros e desencontros – sistematiza os trabalhos realizados nos Grupos de Trabalho, com um diagnóstico da área, relato das experiências, divulgação da consulta popular; 4) Desenhos de futuro – sugere os quatro modelos de cenários para a cidade no ano de 2020.

Esta última parte do livro é a que nos interessa a partir de agora, pois, como nos interroga Bachelard: será possível prever o futuro sem imaginar no presente?

O próprio texto do documento tenta responder a esta nova metodologia: as práticas do imaginar. Historicamente, a utilização da técnica prospectiva de definição de cenários futuros que teve seu início entre os militares durante a segunda guerra mundial, com o objetivo de definir estratégias de combate. Logo depois, foi o Clube de Roma, primeiro grande reduto de intelectuais do mundo, que passou a buscar na metodologia da prospecção do futuro através dos cenários um instrumento que melhor fundamentasse seus discursos sobre os limites de crescimento econômico do planeta.

> As previsões soltas e desconectas do passado perderam espaço para as projeções desenhadas a partir da realidade presente. A visão prospectiva de futuro, que faz ver o adiante ou o longínquo, orienta a definição de cenários possíveis para uma dada realidade presente. Sendo estes cenários desenhados pelas pessoas que vivem o ‘agora’, tornar-se-ão mais claros os caminhos que levem ao ‘depois’, ainda incerto e imprevisível, porém oriundo da realidade atual e, portanto, sob responsabilidade daqueles que a vivem (2004, p. 122).

Os vários cenários de futuro permitem analisá-los a partir do imaginário ambiental construído em seu processo. No documento foi utilizada a metáfora do leite para cada cenário de futuro e foi criada uma ficção com quatro personagens que terão uma relação com esse leite no futuro.

Para ajudar na compreensão dos futuros prováveis de Vitória da Conquista, a ficção utiliza quatro personagens e seus respectivos dilemas, no momento em que um dia começa no mês de abril do ano de 2020.

Luzia, Lázaro, Aldiva e João são personagens que ilustram os cenários de futuro em abril de 2020. Luzia, comerciante, 23 anos, estuda contabilidade e trabalha na loja de máquinas agrícolas do Sr. Lázaro, 38 anos. Aldiva, 49 anos, prefeita de Vitória da Conquista teve como eleitor o João, 54 anos, agricultor, e que mora na área rural do município.

O primeiro cenário apresentado é o inercial: o leite de qualquer jeito.

> Em 2020, Conquista tem uma população que passa dos 300 mil habitantes que pouco se conhecem. Pouco se sabe sobre suas origens, nada se diz sobre suas esperanças para o futuro. Continuam chegando os migrantes, nascem novos conquistenses, a cidade infla e as pessoas continuam se queixando da falta de perspectivas (A CONQUISTA DO FUTURO, p. 126).

A imagem que representa o tal cenário mostra que em 2020 os problemas da cidade serão os mesmos. A rodovia BR 116 continuará dividindo a cidade em um lado nobre, estruturado e outro mais popular com escassas obras de infra-estrutura. A população continuará sem perspectiva de vida ladeando as margens da rodovia.

A fotografia (figura 3) é de Josélio Ferreira no ano de 2004 e retrata a Avenida Presidente Dutra, trecho urbano da BR 116.

Figura 3
Cenário Inercial: O leite de qualquer jeito

O cenário seguinte é o Sonhado: o leite e o mel. É uma espécie de paraíso onde o quadro montado é completamente utópico.

> Na Conquista de 2020, a harmonia reina das raízes das frondosas árvores aos olhos inocentes dos meninos e meninas, que continuarão inocentes quando adultos. Todos trabalham e o conforto habita com eles suas residências. Todos são donos de todas as coisas. A Natureza, por sua vez, é dona do passado, do presente e do futuro. Preservá-la é manter viva a Promessa. As águas correm tranqüilas e nelas passeiam peixes. No céu, gorjeiam pássaros e as aeronaves ajudam o Homem a ir de lá para cá, num constante entrelaçar de vivências e de cortesias (p.128-129).

A ilustração de Paloma Cairo mostra uma janela se abrindo para um cenário de tranqüilidade com sol, praças, casas coloridas e bem cuidadas às margens da rodovia onde é possível cruzar sem pressa como mostra o menino do desenho.

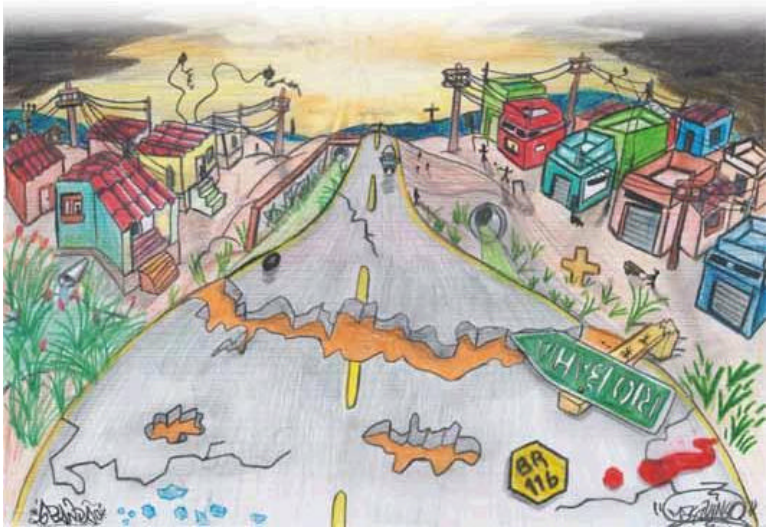
Figura 4
Cenário Sonhado: o leite e o mel

A terceira imagem apresenta um clima de assustador em abril de 2020. O Cenário Sombrio: O leite derramado desenhado pelos artistas Grandão e Manguinho, cria a imagem dos caos

> Conquista é um município populoso e inteiramente devastado. As pessoas que ainda resistem à opressão do clima seco e dos mandatários truculentos o fazem por não haver outro lugar, no vasto Sertão, que possa abrigar homens e mulheres de maneira menos sofrida. (...) O Planalto tornou-se uma faixa de terra alta sem vida. Os ventos velozes e as chuvas implacáveis, que esporadicamente caem sobre ele, erodem o solo e impossibilitam o cultivo de alimentos. Quem pode, compra a comida que chega de outras paragens menos devastadas. O alimento, de gosto estranho, esconde artimanhas de cientistas. O que resultará deste sabor nas carnes de quem o experimenta? Esta resposta exige a sucessão de um outro futuro e enche de medo ainda maior os corações dos conquistenses em 2020 (132-133).

A figura mostra um cenário com casebres pobres e desordenados às margens de uma rodovia praticamente abandonada. Ao redor da rodovia podemos identificar índice de descuido com o mato e o esgoto e de morte com uma cruz no lado direito. A cor negra do céu quase esconde, ao fundo, o cruzeiro que no cenário anterior aparece bem visível.

Figura 5
Cenário Sombrio: O leite derramado



O último cenário é o Sustentável: O café e o leite. Procura apresentar um futuro equilibrado, moderno e sustentável. Vitória da Conquista em 2020, segundo o cenário idealizado no livro A Conquista do Futuro, poderá ser uma cidade em que as pessoas aprendam umas com as outras; as escolas deverão oferecer disciplinas que tratem da história local, e os alunos ajudarão as ONGs ambientalistas e a prefeitura na recuperação do ambiente e no reconhecimento da riqueza cultural.

O cenário desenhado por Silvio Jessé coloca em primeiro plano um monumento futurístico em um canteiro no início da rodovia. Percebe-se que não há divisão entre os lados, pois estes são unidos por passarelas, dando uma idéia de igualdade. As cores não são exageradas como no Cenário Sonhado e o verde está presente de maneira equilibrada junto com as edificações.

Figura 6
Cenário Sustentável: O café e o leite

Nota-se que em todos os cenários a rodovia está presente como uma artéria viva da cidade. Os cenários propostos aguçam o imaginário de quem quer um futuro ecológico e socialmente justo. Os Seminários Temáticos ajudaram a compor a idéia principal do cenário que se quer para 2020. As Audiências Públicas selaram os compromissos com propostas, algumas para serem resolvidas em curto prazo pelo governo e a sociedade local.

O primeiro livro construído no processo de mobilização é encerrado propondo que no futuro a vida deverá seguir mansamente pelas estradas que cortam o Sertão, prometendo futuros ainda mais grandiosos e alegres.

Em projetos envolvendo comunicação em qualquer mecanismo de participação popular, direta ou indiretamente, seja Orçamento Participativo, Plano Diretor Urbano, Agenda 21 e projetos associativistas sustentáveis, um fator indispensável está associado a esses projetos: o imaginário e o uso que se faz dele. No nosso relato o assunto é importante considera-lo como mola propulsora em qualquer atividade social. Porém, existem, ainda, muitos desafios. Um deles é como tratar das questões relacionadas com o invisível? Como e quando produzir produtos comunicacionais que articulem esse imaginário? A que isso deve servir?

O conceito que se estabelecem entre as pessoas com o uso do imaginário nos faz pensar na responsabilidade da comunicação em sugerir, a partir de suas ferramentas, as boas práticas; a indução de uma consciência renovadora na sociedade; de uma comunicação comprometida em gerar imaginários benéficos.

Referências bibliográficas

ABRÃO, Bernadette Siqueira(organização e redação). **Os pensadores – História da Filosofia**. Editora Nova Cultural. São Paulo/SP, 1999.

A CONQUISTA DO FUTURO: Cenários para o Desenvolvimento Sustentável. Murilo Rodrigues Guimarães (org.) Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista, 2004.

BACHELARD, Gaston. A Poética do Espaço. Trad.Joaquim José Moura Ramos (et al). Abril Cultural. São Paulo, 1978.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa. Edições 70, 1977.

CHAUI, Marilena. **Convite à Filosofia**. 12a edição, 5 a impressão. Ática. São Paulo/SP, 2002.

COMISSÃO Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – **Nosso Futuro Comum**. 2a ed. RJ: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

DURAND, Gilbert. **O imaginário: Ensaio acerca das ciências e da filosofia das imagens**. Trad. Renée Eve Levié. 2 ed. Rio de Janeiro/RJ: Difel, 2001.

FIDALGO, António e GRADIM, Anabela. **Manual de Semiótica**. Ubi, Portugal, 2005. In: < www.bocc.ubi.pt/fidalgo_antonio_manual_semiotica.pdf > acesso em 14 de abril 2005.

PENN, Gemma. **Análise semiótica de imagens paradas**. In:Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático. BAUER, Martin W.;GASKELL, George (editores); trad. Pedrinho Guareschi. – Petrópolis/RJ: Vozes, 2002.

STARKE, Linda. **Sinais de esperança : lutando por nosso futuro comum**. Rio de Janeiro, Ed.FGV, 1991.

TORO A, José Bernardo; WERNECK, Nísia M. D. **Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.