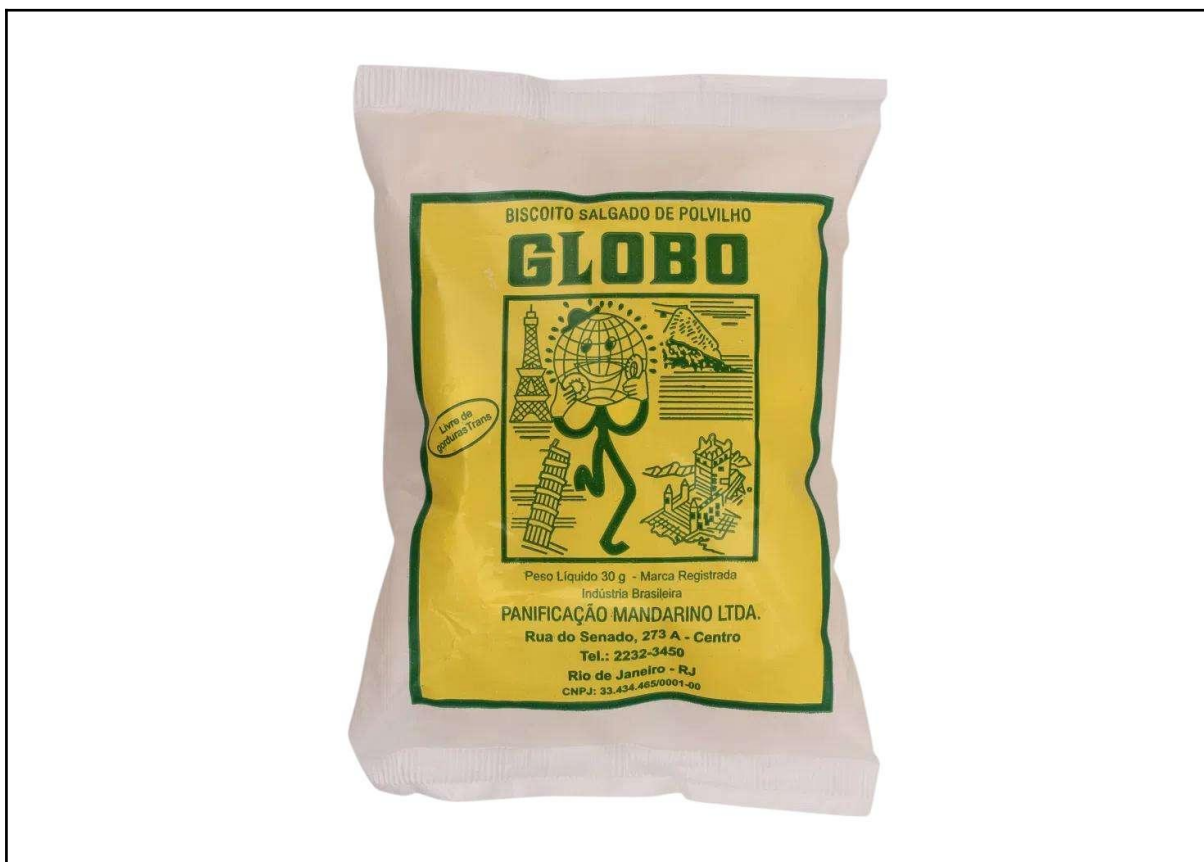


Ficha de identificação

1) Nome

Biscoito Globo. Biscoito polvilho Globo.

2) Imagem



3) O que é

Biscoito de polvilho azedo da marca 'Globo' contido em embalagem plástica.

4) Onde está

O objeto é especialmente encontrado nas praias do Rio de Janeiro como item de venda por ambulantes, muitas vezes junto à bebida de erva-mate ou demais lanches/bebidas comuns de praia. Ou seja, pode ser visto sendo carregado por ambulantes ou na mão de frequentadores da praia. Também costuma ser comercializado nas ruas em meio ao engarrafamento, padarias e lojas de doces. Pode, ainda, ser encontrado nas casas de cariocas guardado em armários da cozinha.

5) Períodos importantes

O biscoito foi criado em 1953 em São Paulo, e veio para o Rio de Janeiro pela primeira vez em julho de 1954. Em 1963, o biscoito se tornou uma marca patenteada dentro da Panificação Mandarin Ltda. O sucesso do petisco foi quase instantâneo e perdurou por anos, tanto que ele foi elevado a patrimônio imaterial e cultural na cidade do Rio de Janeiro em 2012. Em 2023, após alguns anos de coexistência das embalagens de papel e de plástico, a embalagem de plástico se tornou o padrão e as originais, de papel, foram descontinuadas.

6) História

A entrada dos irmãos Milton, Jaime e João Ponce ao ramo da confeitaria foi um pouco brusca: com o divórcio de seus pais, os três (ainda crianças) passaram a morar com o tio e a trabalhar na padaria da família. Eles criaram os biscoitos de polvilho azedo que hoje são o Biscoito Globo nessa padaria de São Paulo em 1953. No ano seguinte, perceberam uma grande oportunidade de mercado na cidade do Rio de Janeiro com o 36º Congresso Eucarístico Internacional. Foi, de fato, um grande sucesso de vendas, tanto que os três irmãos se realocaram para a capital fluminense.

Agora trabalhando na padaria Globo no bairro de Botafogo, seus biscoitos estavam rapidamente ganhando popularidade em toda a cidade. Assim, o produto começa a ganhar mais definição e identidade própria: além de adotarem o nome da padaria para o biscoito, o design da embalagem é desenvolvido pelo chefe dos três irmãos, Alfredo Simões Nobre. O rótulo consiste na ilustração de um boneco de palito cuja cabeça é um globo com as linhas latitudinais e longitudinais. Acredita-se que o boneco seja inspirado ou uma referência ao “Bonequinho Viú”, uma ilustração de boneco de palito usada no editorial da Globo de crítica de cinema. Ele se encontra sorrindo e segurando dois biscoitos Globo. Ao fundo do boneco, há ilustrações simplificadas de quatro monumentos mundiais – a Torre Eiffel, o Pão de Açúcar, a Torre de Pisa, e a Grande Muralha. A simplicidade do design, assim como o estilo “tosco” (como descreve o designer João Bonelli), reforça a informalidade da marca e a caracterização do produto como descontraído e genuíno. Essa ilustração está contida num retângulo amarelo com bordas verdes, no caso do biscoito salgado, e ao redor dela

temos o texto disposto com o nome do biscoito, marca, formas de contato e demais informações também emoldurados por um retângulo amarelo de bordas verdes. No caso do biscoito doce, o verde é substituído por vermelho, uma diferenciação de cor principalmente funcional entre os sabores. Esse rótulo era impresso em sacolas de papel de pão claro, que eram então enrolados nos cantos para “fechar” o pacote.

Durante toda a história do biscoito e da empresa, não houve tanta mobilização administrativa para promover o biscoito diretamente através de propagandas ou parcerias com outras empresas. Ao que tudo indica, o biscoito se integrou na cultura da cidade por ser um produto tão presente no comércio informal por ambulantes e camelôs, algo que se deu simplesmente por ser um produto barato e leve de se comercializar, além de muito popular. E, uma vez que essa relação harmônica se estabeleceu, ela se manteve desde então. A partir disso, esses petiscos de polvilho foram naturalmente associados com outras peças íntegras da vida carioca, especialmente a cultura de praia. Vale mencionar que, nesse contexto de praia, o impacto cultural do Biscoito Globo é expressivo por si só, no entanto houve também a formação do par entre este biscoito com chá de erva-mate por conta da venda conjunta pelos ambulantes. Essa união entre os dois tomou tal força e proporção que pode-se considerar que eles formam, juntos, seu próprio impacto cultural.

Ao longo dos anos, a identidade visual da embalagem do biscoito se tornou tão emblemática que foi reproduzida em bolsas, cangas, camisas, entre outros produtos – algo que poderia facilmente ter sido reprimido pela empresa por ser uma apropriação indevida da imagem de seu produto. No entanto, os irmãos criadores não licenciaram o design e consideraram esse fenômeno como uma forma de propaganda indireta e completamente sem custos para eles, além de manter o Biscoito Globo com seu caráter popular.

Em 1963, a marca Biscoito Globo é integrada a uma nova marca, a Panificação Mandarinô Ltda., por conta da adição de um novo sócio: Francisco Nunes Torrão.

Para perpetuar o impacto cultural do biscoito na cultura carioca, ele foi reconhecido como patrimônio imaterial da cidade do Rio de Janeiro em 2012. O objetivo da empresa sempre foi manter a integridade original do produto, que dura há mais de 70 anos. A única mudança significativa nas operações da empresa foi a substituição definitiva da embalagem de papel original pela de plástico em 2023, que segue essencialmente o mesmo design da antecessora. O rótulo se manteve com o mesmo visual, e a embalagem é agora fechada com vedação.

Nos anos mais recentes, a marca passou por alguns momentos de baixa financeira e produtiva, especialmente em 2018 com um conflito legal entre sócios e no período da pandemia de Covid-19. Ainda sim, a empresa segue no mesmo modelo empresarial com seu toque caseiro e informal até os dias de hoje, com sua pequena fábrica no Centro fornecendo diretamente seu produto a ambulantes e camelôs.

7) Pessoas envolvidas

A receita e a marca foram criadas pelos irmãos Milton, Jaime e João Ponce, enquanto trabalhavam na padaria do tio. A embalagem, incluindo a identidade visual do rótulo, foi desenvolvida por Alfredo Simões Nobre da padaria Globo. Eventualmente, os irmãos se juntaram a Francisco Nunes Torráo para criar a empresa Panificação Mandarinô Ltda.

8) Materiais

A massa do biscoito é feita de polvilho azedo, água, gordura vegetal, ovos, leite, sal e açúcar. A embalagem é feita de plástico e é vedada a partir de termoselagem. Quanto às imagens e textos da embalagem, o grupo supõe que sejam feitos com flexografia.

9) Técnicas ou modos de fazer

O biscoito é feito a partir da mistura dos ingredientes, moldagem do biscoito na forma de rosca, e enfim a queima da massa em fornos. A mistura e preparação da receita em si é feita com o uso de maquinário auxiliar, mas é uma atividade predominantemente feita pela mão humana. A massa é disposta no formato de rosquinha por uma máquina dedicada e assada em forno industrial. A embalagem de plástico é feita através da extrusão, depois ocorre a impressão da ilustração, que pode ser feita através do método offset ou flexográfico. Não encontramos uma informação oficial sobre isso.

10) Medidas

O pacote de biscoito pesa 30g, com 20,6 centímetros de altura e 14,7 centímetros de largura. Ele é uma porção individual, que cabe facilmente na mão, podendo ser facilmente consumido na rua.

11) Manutenção

Enquanto pertencente ao vendedor, a responsabilidade de manutenção é do próprio, sendo recomendado manter o pacote do biscoito em temperatura ambiente e longe de espaços comprimidos (esses espaços apresentam risco de quebrar os biscoitos e/ou estourar a embalagem). Após a venda, a responsabilidade de manutenção é do consumidor, onde as mesmas atribuições se aplicam, com adição da recomendação de consumir o conteúdo do pacote imediatamente após sua abertura.

12) Conservação

Em embalagens de alimentos, normalmente contém orientações sobre como preservar os alimentos. O biscoito deve ser armazenado em ambientes secos e com uma temperatura moderada. Apesar de não estar contido nos ingredientes, é muito provável que haja a adição de conservantes na receita do biscoito, para garantir que ele tenha uma data de validade maior.

Ficha de análise

1) Objeto associado

Biscoito Globo. Biscoito polvilho Globo.

2) Significados

O Biscoito Globo faz parte de uma faceta muito importante e emblemática da cultura carioca: a vida de praia. Ele evoca a memória afetiva tão típica para as pessoas da cidade de passar as tardes ao sol, de ir mergulhar na água e brincar com a areia, de deitar numa canga e derreter com o calor... Ele carrega consigo um toque de nostalgia pela infância carioca. Um exemplo disso é o caso do primo da Amélia (membro do grupo), que é português e passou muitas férias no Brasil, tanto que até hoje pede para levarmos Biscoito Globo (especificamente o Globo!) quando pudermos visitar.

Além da experiência cultural para o consumidor, o biscoito tem um grande impacto social positivo para ambulantes e camelôs, sendo a forma de renda de muitos indivíduos que dependem do comércio informal.

3) Atividades relacionadas ao objeto

A principal atividade relativa ao objeto é comer, e é especialmente associado à lanches na praia no Rio de Janeiro. No contexto praieiro, seu consumo é muito associado ao consumo da bebida chá de erva-mate com suco de limão. Outra associação comum do Biscoito Globo é como petisco/lanche em passeios como trilhas e caminhadas. Ele está diretamente ligado a uma visão cultural do Rio de Janeiro, para além dos fins de consumo do alimento. A ilustração na embalagem pertence a uma identidade visual forte, que é frequentemente usada em camisas, cangas de praia, bolsas (especialmente no estilo *tote bag*), reforçando a imagem de um produto associado à praia.

4) Avaliação

O Biscoito Globo é um item cultural que o grupo concluiu estar bem consolidado na cultura carioca e é reconhecido pela população geral pela sua significância cultural. No entanto, ele está suscetível a certos riscos que podem levar a sua desvalorização e até desaparecimento na cultura:

1. **Proibição ou restrições severas ao comércio informal.** O Biscoito Globo tem uma ligação cultural muito forte com o comércio informal – isto é, sua principal

forma de venda é por ambulantes de praia, camelôs e demais vendedores, e isso se solidificou no imaginário da cultura carioca. Caso haja alguma ação governamental que leve ao banimento do comércio informal ou restrições mais severas que o impossibilitassem, isso afetaria não apenas as vendas do produto em si, mas abalaria essa associação tão icônica.

2. **Valorização nacional dependente de tendências pontuais.** O reconhecimento e valorização da cultura nacional e regional muitas vezes ocorre apenas dentro de um contexto social pontual, como uma tendência passageira que está em alta. Um exemplo disso é o ‘brazilcore’, um termo inglês para se referir à estética baseada na cultura brasileira, que a captura a partir de uma perspectiva externa e apenas superficialmente. Há diversos fatores políticos que motivam essa valorização mais superficial e contextual, por exemplo a quebra com o enaltecimento da cultura estadunidense tão comum entre brasileiros que deu origem à expressão ‘síndrome de viralata’. A valorização do Biscoito Globo pode, para muitos, apenas ser parte dessa valorização nacional e regional por tendências atuais, porém isso significa que ela pode tão facilmente ser abandonada. A valorização da cultura é mais duradoura e profunda quando se baseia na experiência cultural genuína de pessoas que realmente vivenciam a vida carioca.
3. **Especificidade de um produto registrado como marca.** Parte do charme do Biscoito Globo é seu sabor, sua textura e formato tão reconhecíveis, fatores esses que não foram alterados desde a formação da empresa como é hoje. O Biscoito Globo se trata de uma receita específica de biscoito de polvilho, receita esta que está atrelada diretamente a uma empresa familiar. Por conta dessa exclusividade, pode ocorrer desse produto acabar de alguma forma, seja com a empresa falindo ou sofrendo alguma mudança radical na receita ou formas de produção, na descontinuidade de algum ingrediente etc.

5) Recomendações

O Biscoito Globo é registrado como patrimônio imaterial e cultural da cidade do Rio de Janeiro desde 2012, uma medida que certamente colabora diretamente para a preservação deste objeto como item cultural. Além disso, é importante compreender a valorização da cultura nacional e regional como algo contínuo e mais significativo do que *trends* pontuais e momentos políticos. Medidas também podem ser tomadas para preservar a receita especificamente a fim de possibilitar sua produção a parte da marca.

Referências Bibliográficas

BECKER, Clara. O império global da mandioca. **Revista Piaui**, 2000. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-imperio-global-da-mandioca/>>. Acesso em: 24. out. 2025.

BISCOITO Globo - O Biscoito que você não para de comer. Página inicial. Disponível em: <<https://www.biscoitoglobo.com.br/>>. Acesso em: 24 out. 2025.

BISCOITO Globo têm embalagem modernizada. **Ycar**, 2024. Disponível em: <<https://www.ycar.com.br/biscoitos-globo-tem-embalagem-modernizada/>>. Acesso em: 26 out. 2025.

CONHEÇA as etapas dentro do processo de fabricação de plástico para embalagens. **Primemaq**, 2023. Disponível em: <<https://primemaq.com.br/conheca-as-etapas-dentro-do-processo-de-fabricacao-de-plastico-p-ara-embalagens/>>. Acesso em: 26 out. 2025.

FARIAS, Carolina. "Ó, o Globo": biscoito que é a cara do verão ganha biografia. **O Globo**, 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/o-globo-biscoito-que-a-cara-do-verao-ganha-biografia-20792172>>. Acesso em: 25 out. 2025.

LEITAO, Rodrigo. BISCOITO GLOBO. **YouTube**, 2009. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MoV59hXxCpM>>. Acesso em: 15 out. 2025.

REIS, Luana. Com 70 anos de tradição, o Biscoito Globo está de cara nova; veja. **O Globo**, 2023. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2023/12/30/com-70-anos-de-tradicao-o-biscoito-globo-esta-de-cara-nova-veja.ghtml>>. Acesso em: 25 out. 2025.