



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA
MESTRADO EM LINGUÍSTICA

JULIANA BARBOSA DOS SANTOS

**ENTRANDO NA BRINCADEIRA: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA DA IMAGEM DE
CRIANÇA EM EMBALAGENS DE BONECAS**

JOÃO PESSOA - PB

2019

JULIANA BARBOSA DOS SANTOS

ENTRANDO NA BRINCADEIRA: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA DA IMAGEM DE
CRIANÇA EM EMBALAGENS DE BONECAS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Linguística da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Linguística.

Área de Concentração: Linguística e Práticas Sociais. Linha de Pesquisa: Discurso e Sociedade

Orientadora: Prof. Dr. Oriana de Nadai Fulaneti
Coorientadora: Prof. Dr. Danielle Barbosa Lins de Almeida

JOÃO PESSOA - PB

2019

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S237e Santos, Juliana Barbosa Dos.

Entrando na Brincadeira: Uma Análise Semiótica da Imagem de Criança em Embalagens de Bonecas / Juliana Barbosa Dos Santos. - João Pessoa, 2019.

73 f. : il.

Orientação: Oriana de Nadai Fulaneti.

Coorientação: Danielle Barbosa Lins de Almeida.

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHLA.

1. Gramática do Design Visual. 2. Semiótica Greimasiana. 3. Criança. 4. Embalagem. 5. Boneca. I. Fulaneti, Oriana de Nadai. II. Almeida, Danielle Barbosa Lins de. III. Título.

UFPB/BC

FOLHA DE APROVAÇÃO

JULIANA BARBOSA DOS SANTOS

ENTRANDO NA BRINCADEIRA: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA DA IMAGEM DE
CRIANÇA EM EMBALAGENS DE BONECAS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Linguística da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Linguística.

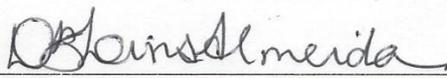
Área de Concentração: Linguística e Práticas Sociais. Linha de Pesquisa: Discurso e Sociedade

Aprovada em 18 de junho de 2019

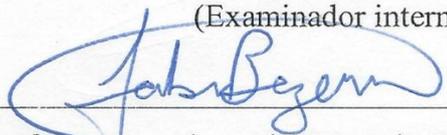
BANCA EXAMINADORA


Professora Dra. Oriana de Nadai Fulaneti (UFPB)
(Orientadora)

Professora Dra. Danielle Barbosa Lins de Almeida (UFPB)
(Coorientadora)



Professor Dr. Fábio Alexandre Silva Bezerra (UFPB)
(Examinador interno)



Professor Dr. Alexandre Marcelo Bueno (UNIFRAN)
(Examinador externo)

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Prof. Dr. Oriana de Nadai Fulaneti, por sua atenção, paciência e ajuda durante todo o processo de construção e conclusão deste trabalho. Que sorte a minha tê-la escolhido como orientadora. Seus ensinamentos vão para além desta dissertação.

À minha coorientadora, Danielle Barbosa Lins de Almeida, por ter sido inspiração para esta pesquisa, assim como para a vida.

Ao GPSM que, mais que um grupo de Pesquisa, se tornou uma família.

A todos os professores do Proling, pois há muito do que aprendi com os docentes neste trabalho.

Aos meus pais Cleide e Antonio por sempre apoiarem meus estudos.

Às minhas irmãs Cíntia e Liliane pela torcida.

A Mário Falcão pelo incentivo e apoio incondicional.

À Michaella Araújo pela amizade com a qual pude contar por várias vezes durante o mestrado.

A Giuseppe Dantas pela parceria que torna a minha vida acadêmica mais alegre desde a graduação.

Aos amigos e colegas por serem fontes onde eu sempre posso recarregar minhas energias.

À CAPES pelo apoio financeiro.

RESUMO

Neste trabalho, a embalagem é entendida como um texto multimodal, pois é constituída não apenas pela linguagem verbal escrita, mas também por um amplo contingente de recursos visuais. O *corpus* desta pesquisa é um conjunto de seis fotos de embalagens de bonecas; três fotos são de bonecas lançadas a partir de 2006 e as outras três embalagens são de bonecas da década de 80. Os objetivos desta pesquisa são: analisar as caixas de bonecas a fim de descobrir qual é a imagem de criança e/ou público consumidor; estabelecer as diferenças e similaridades entre as embalagens da década de 80 e as atuais; refletir sobre a infância atual e compará-la com a infância da década de 80; discutir os papéis de gênero que surgirem no decorrer da análise. Para cumprir com os objetivos desta pesquisa, analisamos as embalagens sob a perspectiva da Semiótica Social e a Gramática do Design Visual (GDV) de Kress e Van Leeuwen (2006) e, de forma complementar, para melhor compreensão do enunciado, utilizamos o suporte teórico da Semiótica Francesa, mais especificamente, o método de análise desenvolvido por Greimas (1973, 1979). Os resultados da análise revelam uma imagem contemporânea de criança que, por estar inserida num contexto de constantes estímulos visuais e sensoriais, se tornou mais exigente e demanda mais atividades por parte das bonecas. Apesar de confeccionadas em décadas diferentes, há ainda bastante detalhes em comum entre as embalagens como, por exemplo, a classificação dos brinquedos por gênero que é algo tão presente atualmente quanto era na década de 80. Sendo assim, os resultados revelam indícios de uma nova infância, ao mesmo tempo em que demonstram ideais perpetuados ao longo do tempo.

Palavras-chave: Gramática do Design Visual. Semiótica Greimasiana. Criança. Embalagem. Boneca.

ABSTRACT

In this work, packages are understood as multimodal texts, because they are constituted not only by written verbal language, but also by a good number of visual resources. The corpus of this research is a set of six pictures of dolls packaging; Three pictures are of dolls released from 2006 and the other three packages are from the 80's. The objectives of this research are: to analyze the boxes of dolls in order to discover what is the image of child or consumer public; to establish the differences and similarities between the packaging of the 80's and the present; reflect on the current childhood and compare it with the childhood of the 80's; discuss the gender roles that emerge during the analysis. To fulfill the objectives of this research, we analyzed the packages from the perspective of the Social semiotics and the Grammar of Visual Design (GVD) of Kress and Van Leeuwen (2006) and, in a complementary way, for a better understanding of the verbal text, we used the Theoretical framework of the French semiotics, more specifically, the method of analysis developed by Greimas (1973, 1979). The results of the analysis reveal a contemporary image of childhood, the one in which children are exposed to constant visual and sensory stimulation, thus, they start to demand dolls that can do more activities. Although they were made in different decades, there are still a lot of common details between the packages, for example, the classification of toys by gender which is something as present as it was in the 80s. Thus, the results reveal indications of a new childhood, while demonstrate that some ideals have been perpetuated over time.

Keywords: Grammar of Visual Design. Greimas' Semiotics. Childhood. Packaging. Doll.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - As Meninas - Velázquez.....	6
Figura 2 - Trabalho Infantil na Revolução Industrial.....	8
Figura 3 - Passatempo das Crianças.....	10
Figura 4 - A Vênus de Willendorf.....	12
Figura 5 - Ushabits.....	13
Figura 6 - Fábrica de Bonecas na Alemanha em 1931.....	14
Figura 7 - Bebê Jumeau.....	15
Figura 8 - Boneca Mignonette.....	16
Figura 9 - Embalagens Antigas.....	20
Figura 10 - Gramática Sistemico-Funcional e a Gramática do Design Visual.....	24
Figura 11 - Magic Top Model.....	26
Figura 12 - Representação Composicional.....	28
Figura 13 - Metafunção Interativa.....	28
Figura 14 - Metafunção Composicional.....	31
Figura 15 – Lego Frozen.....	37
Figura 16 - Hierarquia Enunciativa.....	41
Figura 17 - Hamsters em Casa.....	41
Figura 18 - Baby Alive Hora de Comer.....	46
Figura 19 - Baby Alive Dançarina.....	47
Figura 20 - Baby Alive Bons Sonhos.....	48
Figura 21 - Bebê Amore.....	49
Figura 22 - Processo Transacional Unidirecional.....	51
Figura 23 - Processo Transacional Unidirecional 2.....	52
Figura 24 - Processo Transacional Bidirecional.....	52
Figura 25 - Processo Transacional Unidirecional 3.....	53
Figura 26 - Manequinho.....	55
Figura 27 - Funções do Manequinho.....	56
Figura 28 - Bate Palminha.....	57
Figura 29 - Inscrição Baby Alive.....	60
Figura 30 - Exclamação na Embalagem do Manequinho.....	62
Figura 31 - Aspas na Bate Palminha.....	63
Figura 32 - Website da Baby Alive.....	72

SUMÁRIO

ENTRANDO NA BRINCADEIRA	1
1 CONCEPÇÕES DE INFÂNCIA	5
1.1 A Criança e o Trabalho	7
1.2 A Criança e o Brinquedo	9
1.3 A Boneca: Do Ritual à Brincadeira	11
1.4 O Retorno das Bonecas e a sua Influência na Educação das Meninas	14
1.5 O Império dos Brinquedos e o Consumismo	18
1.6 Embalando as Bonecas	19
2 SEMIÓTICAS	22
2.1 SEMIÓTICA SOCIAL E A GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL.....	23
2.1.1 Metafunção Representacional	25
2.1.2 Metafunção Interativa	28
2.1.3 Metafunção Composicional.....	30
2.2 SEMIÓTICA FRANCESA.....	34
2.2.1 Nível Fundamental	35
2.2.2 Nível Narrativo.....	36
2.2.3 Nível Discursivo.....	38
2.2.4 Instâncias da Enunciação	39
2.2.5 Categoria de Pessoa.....	42
2.2.6 Categoria de Tempo	43
2.2.7 Categoria de Espaço	43
2.2.8 Figuras e Temas	44
3 AS EMBALAGENS SOB O OLHAR COMPOSICIONAL	46
4 AS EMBALAGENS SOB O OLHAR REPRESENTACIONAL.....	51
5 AS EMBALAGENS SOB O OLHAR NARRATIVO.....	58
6 AS EMBALAGENS SOB O OLHAR DISCURSIVO	59
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	70
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73

ENTRANDO NA BRINCADEIRA

Brincar de boneca é uma tradição popularizada a partir da Revolução Industrial. Desde então, as meninas são presenteadas com bonecas, frequentemente já ao nascer. Assim como a própria sociedade, as bonecas têm passado por diversas transformações, e mesmo com a grande difusão de brinquedos eletrônicos, elas mantêm seu espaço no cotidiano das crianças, principalmente durante a primeira infância, idade em que os brinquedos eletrônicos ainda não são tão presentes.

As bonecas evoluíram bastante no quesito qualidade e há muitas inovações: elas choram lágrimas “de verdade”, comem e bebem, fazem “xixi”, “caquinha”¹, falam, cantam, ruborizam ao sol. Existe, de fato, uma variedade expressiva de atividades que as bonecas contemporâneas desempenham, e essas bonecas trazem consigo uma concepção de infância. No entanto, não podemos generalizar e tomar essa concepção como única, pois a concepção varia de acordo com a sociedade, e até na mesma sociedade, há concepções diferentes de infância.

Para atrair o consumidor, pais e crianças, é necessário conhecê-los. Esse conhecimento sobre as crianças é refletido em detalhes na embalagem com o intuito de obter sucesso de vendas, pois a concepção de infância que os fabricantes têm é extremamente relevante para o mercado. Apesar de não haver muitos trabalhos com este tema, podemos citar alguns autores que pesquisam brinquedos e multimodalidade: Caldas-Coulthard, C. R.; Leeuwen, T. V. (2003; 2001); Almeida, D. (2018; 2006).

Neste trabalho, a embalagem é entendida como um texto multimodal, pois é constituída não apenas pela linguagem verbal escrita, mas também por um amplo contingente de recursos visuais. Do mesmo modo que qualquer texto modal, a embalagem carrega significados que são elaborados por meio de elementos imagéticos e visuais, que podem ser empregados na composição textual da embalagem com fins a acarretar determinados efeitos de sentido, como é o caso da seleção das cores, da seleção do tipo de letra, da posição dos elementos, etc.

Enquanto gênero textual, a embalagem tem por função básica conter, proteger e possibilitar o transporte dos produtos. Novas funções como informar o consumidor, comunicar-se com ele e vender os produtos a partir de visuais atraentes foram incorporadas à embalagem devido a evolução da humanidade e o aumento das atividades econômicas.

¹ Palavras utilizadas na embalagem da boneca Baby Alive Hora de Comer.

Para vender o produto, principal objetivo também dos fabricantes de brinquedos, é necessário atrair o público-alvo e, com essa finalidade, constrói-se uma imagem do comprador. Essa imagem auxilia na construção da embalagem, tornando-a mais eficaz em relação às estratégias de persuasão. É importante ressaltar que, independentemente de haver ou não a figura explícita de uma criança na embalagem, podemos depreender a imagem que o fabricante faz desta criança e suas características.

Esta pesquisa pretende analisar seis embalagens de bonecas, três da década de 80 e três lançadas a partir de 2006, a fim de descobrir a imagem de criança projetada nessas embalagens. Analisaremos as embalagens com imagens de crianças em sua composição e, a partir da imagem de criança projetada nas embalagens, esperamos compreender como os fabricantes idealizam a criança real, consumidora da boneca.

Começaremos com as embalagens mais recentes. São três embalagens de bonecas Baby Alive. Baby Alive é uma coleção de bonecas produzida pela Hasbro. Segundo informações disponíveis no website da empresa: “A marca Baby Alive da Hasbro oferece momentos com bebês realistas e estimula a brincadeira repleta de surpresas, permitindo aos pequenos cuidar de suas bonecas como uma mãe de verdade!”² Dentre as dezenas de opções disponíveis, escolhemos as embalagens da boneca Baby Alive Dançarina (Figura 19), da Baby Alive Bons Sonhos (Figura 20) e da Baby Alive Hora de Comer (Figura 18). A análise desta última servirá de base para a análise de todas as embalagens.

No que concerne as embalagens da década de 80, selecionamos a embalagem do bebê Amore (Figura 21), do Manequinho (Figura 26) e da Bate Palminha (Figura 28), todas bonecas da Estrela³ que foram sucesso de vendas na época. Ressaltamos que devido ao tempo, as embalagens da década de 80 não estavam em tão bom estado quando foram fotografadas e, que em alguns casos, não foi possível conseguir as laterais das caixas, apenas a parte frontal.

Os objetivos deste trabalho são: 1) analisar as caixas de bonecas a fim de descobrir qual é a imagem de criança ou menina, ou seja, a imagem do público consumidor, projetada nas embalagens por meio de um conjunto de recursos multimodais; 2) estabelecer as diferenças e similaridades entre as embalagens da década de 80 e as atuais; 3) refletir sobre a infância atual

²No original: Hasbro's BABY ALIVE brand delivers realistic baby moments and nurturing play full of surprises, allowing little ones to care for their dolls like a real mommy!

³ A estrela é uma companhia de brinquedos existente no mercado desde 1937.

e compará-la com a infância da década de 80; 4) discutir os papéis de gênero que surgirem no decorrer da análise.

A fim de cumprir com os objetivos desta pesquisa, propomos uma análise sob a perspectiva da Semiótica Social e a Gramática do Design Visual (GDV). A GDV, elaborada por Kress e Van Leeuwen (2006), oferece um sistema de análise para textos multimodais baseado em três metafunções que propõem um entendimento do texto desde a organização e composição dos elementos na embalagem, passando pela análise da relação entre os elementos representados no texto imagético, até chegar à análise dos efeitos causados pela interação entre a imagem e quem a vê.

Apesar de a metafunção essencial para esta pesquisa ser a representacional, há alguns detalhes presentes nas embalagens que são mais apropriadamente analisados por meio das demais metafunções como, por exemplo, a distribuição dos elementos na embalagem. Desta forma, começaremos a análise abordando esses elementos e seus possíveis significados por meio da metafunção composicional. A metafunção interacional não será utilizada na análise, pois não atende aos nossos objetivos.

De forma complementar, para maior compreensão do conteúdo, utilizaremos também o suporte teórico da Semiótica Francesa, mais especificamente, o método de análise desenvolvido por Greimas (1973, 1979), o percurso gerativo do sentido, que auxiliará no esclarecimento das narrativas apresentadas nas embalagens, assim como nas questões de enunciação, ou seja, relação entre enunciador (produtor da embalagem) e enunciatário (consumidor). São três os níveis de análise propostos por Greimas, no entanto o nível fundamental não atende aos objetivos deste trabalho, por isso apenas o nível narrativo e, principalmente, o nível discursivo serão aplicados.

Esperamos, com esta pesquisa, demonstrar a aplicabilidade tanto da GDV quanto da Semiótica Francesa para o gênero embalagem de bonecas. Entendemos que a utilização das duas semióticas configura uma metodologia inovadora, ainda assim, propomos a utilização de conceitos da Semiótica Francesa como uma alternativa de análise para o texto verbal das embalagens, já que a GDV se atém, principalmente, aos elementos imagéticos.

Desta forma, pretende-se descobrir qual é a imagem de criança presente nas embalagens, imagem que, por sua vez, reflete a criança e também os pais e/ou responsáveis por ela. Assim,

a partir dessa análise, propomos uma discussão a respeito da imagem de criança e das concepções de infância identificadas.

Este trabalho foi organizado em seções, de forma que a próxima é a das considerações prévias, com uma introdução sobre a história da boneca e da infância. Em seguida, apresentaremos o aporte teórico, seguido da análise e, por fim, apresentaremos as considerações finais.

1 CONCEPÇÕES DE INFÂNCIA

A proteção atribuída às crianças pode parecer natural e, até mesmo, instintiva. A palavra “criança” é constantemente associada à esperança, pureza e autenticidade, características que a sociedade contemporânea considera importante preservar. A fim de se preservar a infância, foram criadas leis que proíbem o trabalho infantil, obrigam pais ou responsáveis a mantê-las na escola, exigem do Estado atividades recreativas e culturais para que as crianças tenham seu intelecto e sensibilidade desenvolvidos. O artigo 4º da lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), resume os direitos concebidos às crianças no Brasil:

É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar (à criança e ao adolescente), com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária. (ECA, 1990, p. 1)

O ECA é um reflexo da Convenção sobre os Direitos da Criança, adotada pela ONU em 1989 e aderida por diversos países desde então. Mas por que leis precisaram ser criadas para que direitos como esses, expostos acima, fossem assegurados às crianças? Por soarem adequados à maioria, é comum pressupor que antes de se tornarem leis, esses direitos pertenciam ao senso comum. A verdade, todavia, é que a criança do século XXI com direitos resguardados é muito mais jovem do que se pensa.

A concepção de infância, disseminada hoje, difere consideravelmente daquela vivenciada nos séculos anteriores. Heywood (2004, p. 23), discute, a inexistência da infância até o século XV: “A “descoberta” da infância teria de esperar pelos séculos XV, XVI e XVII, quando então se reconheceria que as crianças precisavam de tratamento especial, “uma espécie de quarentena”, antes que pudessem integrar o mundo dos adultos”. A quarentena a que se refere o autor seria a escola, pois antes a aprendizagem da criança se dava juntamente à dos adultos. Não havia distinção, pois, as crianças eram consideradas pequenos adultos e, conseqüentemente, os comportamentos e deveres dos adultos eram impostos também a elas. A figura 1 trata-se do quadro de Velázquez, uma das poucas obras que retratam a infância no século XVII.

Figura 1 - As Meninas - Velázquez



Fonte: Museu do Prado em Madrid

A pintura “As meninas” retrata uma menina de cinco anos de idade, filha do Rei Felipe IV da Espanha, no centro da tela, cercada por outras crianças e adultos. O que chama a atenção é que se não fosse pela estatura, seria difícil diferenciar as crianças dos adultos, pois suas vestes e posturas se assemelham demasiadamente. Além disso, a ausência de representação infantil como cores, brinquedos, detalhes tão comuns na atualidade, reforçam a ideia de que as crianças eram vistas como adultos em miniatura.

Não havia o espaço da criança, seu quarto ou um lugar para recreação e apesar de mudanças significativas só começarem a partir do século XV, a Igreja, ainda no século VII, propiciou a valorização da criança por meio da iconografia⁴. Ao associar a imagem das crianças com a de anjos, sinônimo de pureza e inocência, a Igreja afirma que as crianças se aproximam muito de Deus por serem singelas e não pecarem e, desta forma, impõe-se a necessidade de amá-las e educá-las primordialmente, contrariando a indiferença de outrora.

Avanços significativos em relação ao sentimento dos adultos para com as crianças decorreram da intervenção da Igreja. As crianças, principalmente as de famílias abastadas, antes vistas como adultos pequenos e com menos força, passaram a ser reconhecidas, como seres

⁴ Representação através de imagens; conjunto de imagens características de uma obra, de um artista, de um tipo ou período artístico.

humanos frágeis e que precisavam de proteção. Não era o mesmo “sentimento de infância”⁵ tal como é entendido hoje, mas as crianças já eram vistas como diferentes dos adultos e, por isso sua educação começava a ganhar uma atenção diferenciada. Desta forma, na Europa do século XVI, surgia a escola com divisão de classes e as crianças, antes colocadas para aprender no mesmo recinto que os adultos, passaram a dividir o espaço e a experiência de aprendizagem com outras crianças (ARIÈS, 1981, p. 173). Mais mudanças aconteceriam no século seguinte; o mundo se transformaria completamente com o advento da Revolução Industrial e as crianças não sairiam as mesmas do século das luzes.

1.1 A Criança e o Trabalho

Até o início do século XVIII, a grande maioria das famílias vivia no campo e as crianças costumavam ajudar seus pais em tarefas como o plantio e a colheita de alimentos, na confecção de roupas e sapatos e nas tarefas domésticas. Repare que, no Brasil, isto era uma realidade até metade do século XX – e ainda não foi totalmente rompida. As tarefas eram, por vezes, difíceis, todavia, as crianças não protagonizavam a execução desses trabalhos. A interação entre os membros da família era constante e o ofício passava de geração a geração.

Com o advento da Revolução Industrial, as famílias migraram para as cidades em busca de emprego e melhores perspectivas de vida. Com o êxodo rural, não demorou a que as crianças fossem empregadas pelas indústrias, pois seus pais, ao serem contratados pelas fábricas, não tinham com quem deixá-las. Logo os proprietários das fábricas perceberam os benefícios da mão de obra infantil.

Nas fábricas onde a disciplina do operariado era mais urgente, descobriu-se que era mais conveniente empregar as dóceis (e mais baratas) mulheres e crianças: de todos os trabalhadores nos engenhos de algodão ingleses em 1834-47, cerca de um quarto eram homens adultos, mais da metade era de mulheres e meninas, e o restante de rapazes abaixo dos 18 anos. (HOBSBAWM, 2003, p. 67)

As crianças começavam a trabalhar aos seis anos de idade e, assim como os adultos, tinham uma carga horária equivalente a uma jornada de 14 horas por dia, pois começava às 5 horas da manhã e terminava às 7 horas da noite. Os salários também eram bem inferiores, correspondendo à quinta parte do salário de uma pessoa adulta. Além disso, as crianças estavam expostas a diversas doenças e acidentes fatais, pois as condições de trabalho eram precárias. A figura 2 é um flagrante do trabalho de crianças em uma fábrica no século XVIII.

⁵Termo utilizado por Ariès (1981) para se referir ao conceito de infância surgido na idade moderna.

Figura 2 - Trabalho Infantil na Revolução Industrial



Fonte: <https://historicamenteatualizados.wordpress.com>

Há duas pessoas em foco na fotografia acima, à esquerda um rapaz, magro, sério, olhando para a câmera. Ao lado dele, há um garoto, ainda mais jovem, com um semblante triste, varrendo o chão da fábrica. Ao fundo, encontram-se mais dois garotos de idade semelhante à do menino que segura a vassoura. É provável que essa fotografia cause algum desconforto nas pessoas que a veem hoje; porém, na época em que foi tirada representava uma cena cotidiana e, até então, ignorada. A citação a seguir, trata-se do testemunho de Jonathan Downe sobre seu trabalho em uma fábrica inglesa do século XIX quando era criança.

Quando eu tinha sete anos fui trabalhar na fábrica do Sr. Marshalls na cidade de Shrewsbury. Se uma criança estava sonolenta, o inspetor tocava no ombro da criança e dizia, 'Venha aqui'. Em um canto do quarto havia uma cisterna cheia de água. Ele levantava o menino pelas pernas e o imergia na cisterna. Depois do banho, ele mandava a criança de volta para o trabalho. (Depoimento de Jonathan Downe ao Comitê Parlamentar sobre o Trabalho Infantil, 6 de junho de 1832).

O depoimento de Jonathan Downe esclarece as condições às quais as crianças eram submetidas, mas, além disso, demonstra que já havia naquele momento uma preocupação a respeito das condições de trabalho às quais as crianças estavam sendo expostas. Pessoas estavam sendo entrevistadas por causa de denúncias de abuso e exploração da qual as crianças eram as principais vítimas.

Progressos efetivos nas investigações e na conseqüente sensibilização a respeito da ideia de infância aconteceram no final do século XIX e início do século XX, quando a substituição do trabalho pela escola passou a ser considerada uma ocupação mais apropriada para a criança. Assim, as crianças passaram a ocupar um espaço reservado para elas no meio social ao mesmo

tempo em que suas particularidades foram reconhecidas. É relevante ressaltar que as crianças beneficiadas por essas transformações foram principalmente as de família abastada.

O trabalho infantil persiste até hoje em várias regiões do Brasil e continua sendo um desafio combatê-lo. Dentre os diversos motivos, destacam-se dois: primeiro, alguns pais, tendo pouca escolaridade, não compreendem as possíveis consequências cognitivas, físicas e psicológicas que o trabalho infantil pode causar, inclusive porque eles próprios trabalharam quando crianças. Segundo, algumas famílias não consideram o trabalho infantil errado ou um crime porque o trabalho da criança assegura, de certa forma, a sua própria sobrevivência.

1.2 A Criança e o Brinquedo

Embora o trabalho infantil não tenha sido completamente erradicado, houve uma evolução na percepção e, conseqüentemente, no sentimento dirigido à criança. A infância foi reconhecida como uma época da vida, digna de educação e orientação. A criança passou a ser “paparicada”; preocupações relacionadas à saúde física e higiene tornaram-se prioridades, resultando na queda da mortalidade infantil que era frequente nos séculos anteriores.

Trata-se de um sentimento inteiramente novo: os pais se interessavam pelos estudos dos seus filhos e os acompanhavam com solicitude habitual nos séculos XIX e XX, mas outrora desconhecida. [...] A família começou a se organizar em torno da criança e a lhe dar uma tal importância que a criança saiu de seu antigo anonimato, que se tornou impossível perdê-la ou substituí-la sem uma enorme dor, que ela não pôde mais ser reproduzida muitas vezes, e que se tornou necessário limitar seu número para melhor cuidar dela (ARIÈS, 1981, p.12).

Ariès (1981) resume bem os avanços relacionados à forma de entender a infância, chamada por ele de sentimento. De acordo com o autor, dois foram os sentimentos que desencadearam a concepção de infância: O primeiro sentimento de infância é o da “paparicação” (ARIÈS, 1981, p. 163) que surgiu no âmbito familiar fazendo com que a criança ocupasse um lugar no olhar, na brincadeira e na diversão dos adultos (séculos XV e XVI). A família começa, então, a dar ênfase ao sentimento que tem em relação à criança devido à conscientização sobre sua vulnerabilidade. O segundo sentimento de infância surgiu no âmbito sociocultural (século XVII) entre os eclesiásticos, moralistas e educadores preocupados com a racionalidade dos costumes e com a disciplina (ARIÈS, 1981, p. 162). A fim de formar cidadãos com princípios religiosos e morais específicos, eles ditavam regras sobre como educar as crianças.

Digna de “paparicação” e disciplina, a criança não era mais vista como um adulto pequeno. E a infância, antes considerada apenas um período de transição, passou a ser entendida como uma fase digna de atenção e importância que só se acentuou através do tempo. Nascia uma concepção de infância mais próxima da que existe hoje. Na figura 3, uma pintura de Bjorck é possível apreender algumas dessas mudanças.

Figura 3 - Passatempo das Crianças



Fonte: peregrinacultural.wordpress.com

A diferença entre as pinturas “As meninas” do século XVII (Figura 1) e o trabalho de Bjorck do século XIX (Figura 3) são evidentes. Ambas retratam crianças, no entanto, sob perspectivas diferentes. Na primeira, referente ao século XVII, como já discutido, as crianças são adultizadas, suas roupas e expressões são idênticas às de uma pessoa adulta. O ambiente em que estão é partilhado com alguns adultos e não possui referências infantis como as disseminadas atualmente. Na Figura 3, por outro lado, as crianças são representadas com roupas mais coloridas e que parecem mais confortáveis e adequadas à idade delas. Suas feições são sorridentes, rechonchudas e coradas, características infantis. O ambiente, por sua vez, é compartilhado apenas por meninas e há algumas referências à infância contemporânea como livros e bonecas.

A diferença principal entre as obras é que as crianças na pintura de Bjorck (Figura 3) representam uma infância muito mais próxima da conhecida atualmente, tanto que as crianças estão, inclusive, brincando. A menina mais jovem está sentada no chão com uma boneca nas mãos e há outra boneca próxima dela também no chão. As outras três meninas estão

posicionadas em volta de uma pequena mesa. Uma delas está sobre um livro que parece infantil, pois contém desenhos coloridos. Outra menina aparece concentrada no bordado ou costura de uma peça, enquanto, ao seu lado, a última garotinha aparece sentada e sorridente.

Bjorck apreendeu em seu quadro algo inovador para aquela época, impulsionado pelo novo sentimento de infância: o tempo de brincar. E, principalmente, para as meninas, as bonecas se tornariam uma companheira constante nesse novo tempo. A próxima seção dedica-se às mudanças que as bonecas sofreram até que chegassem aos braços de suas pequenas donas.

1.3 A Boneca: Do Ritual à Brincadeira

A história do brinquedo é tão antiga quanto a história da humanidade. Alguns brinquedos que existem hoje foram inventados nas grandes civilizações antigas, e vários deles não sofreram alterações com o passar do tempo. Na Grécia e em Roma foram inventadas as pernas de pau e as marionetes. Na China, surgiram o dominó, os cata-ventos e as pipas. No Egito, foram criados o jogo-da-velha, as bolinhas de gude e a boneca.

As bonecas já estavam presentes nas civilizações antigas e há, inclusive, evidências de que elas existem há milhares de anos, pois pequenas bonecas esculpidas em pedra foram descobertas em cavernas pré-históricas. A Vênus de Willendorf (Figura 4) tem aproximadamente 25 mil anos e as pesquisas indicam que essas bonecas eram utilizadas para preparar as mulheres para a gravidez em rituais religiosos, por isso foram batizadas de Vênus⁶ (Figura 4).

⁶ A deusa Vênus é a deusa do amor e da beleza na mitologia romana. Para os romanos, ela representou o ideal de beleza feminina. Foi uma das figuras mais veneradas na antiguidade e na mitologia grega, corresponde à deusa Afrodite.

Figura 4 - A Vênus de Willendorf



Fonte: Museu de História Natural de Viena

A Vênus de Willendorf não difere das bonecas atuais apenas na aparência e material de confecção; o propósito ao qual era destinada também difere completamente. Tanto que bonecas como essa não eram manuseadas por crianças, pois não eram consideradas brinquedos; ao contrário, as bonecas eram, até então, “coisa de gente grande”, tinham, quase sempre, uma função religiosa, e, assim, só podiam ser manipuladas por sacerdotes e curandeiros.

As bonecas acompanharam o desenvolvimento do homem e de suas civilizações ao longo da história, e foi no Egito, por volta de 3000 e 2000 a.C. que as bonecas se afirmaram como brinquedo de criança. Elas eram chamadas de *Ushabits* (Figura 5), eram feitas de terracota, ouro e marfim, e algumas vinham acompanhadas de pequenas casas com minúsculas mobílias. As *Ushabits* mediam entre 10 e 23 centímetros e, costumeiramente, eram colocadas nos túmulos, inclusive dos faraós.

Enquanto no Egito as bonecas eram vistas como brinquedo ou objeto funerário, na Grécia antiga, elas foram associadas a rituais de casamento e fertilidade. As jovens costumavam presentear com suas bonecas as deusas Afrodite (em latim Vênus, deusa do amor) e Artemis (em latim Diana, deusa protetora da juventude e dos animais) na época de seu casamento, na esperança de ter filhos.

Figura 5 - Ushabits



Fonte: arqueologiaegipcia.com.br

Percebe-se que as bonecas passaram a ser utilizadas como brinquedo, sem, todavia, perder seu caráter místico e religioso. Ariès (1981) discute essa relação de ambiguidade entre o brinquedo e os objetos de rituais religiosos:

Os historiadores dos brinquedos e os colecionadores de bonecas e de brinquedos miniatura sempre tiveram muita dificuldade em distinguir a boneca, brinquedo de criança, de todas as outras imagens e estatuetas que as escavações nos restituem em quantidades semi-industriais e que sempre tinham uma significação religiosa: objetos de culto doméstico ou funerário, ex-votos dos devotos de uma peregrinação etc. Quantas vezes nos apresentavam como brinquedos as reduções de objetos familiares depositados nos túmulos? Não pretendo concluir que as crianças pequenas de outrora não brincavam com bonecas ou com réplicas dos objetos dos adultos, mas elas não eram as únicas a se servir dessas réplicas. Aquilo que na Idade Moderna se tornaria seu monopólio, ainda era partilhado na Antiguidade, pelo menos pelos mortos. Essa ambiguidade da boneca e da réplica persistiu durante a Idade Média, por mais tempo ainda no campo: a boneca era também o perigoso instrumento do feiticeiro e do bruxo. (Ariès, 1981, p. 90)

Por ser “o perigoso instrumento do feiticeiro e do bruxo”, ela era a protagonista em diversos rituais executados por sacerdotes, xamãs, feiticeiros e curandeiros, que acreditavam no poder sobrenatural, inclusive, de manipular a vida humana por meio de bonecas. Na Idade Média, carregadas do simbolismo da mitologia pagã greco-romana, as bonecas foram estigmatizadas pela Igreja e, sendo assim, foram banidas do cotidiano das crianças e condenadas à mesma fogueira onde ardiam as bruxas e, passaram, no máximo, a figurar nos presépios (incentivados por São Francisco de Assis, no século XII).

Além dos presépios, as marionetes também preservaram seu espaço, apesar de toda a repressão religiosa. O teatro de marionetes conseguiu sobreviver somente porque passou a entreter o povo com parábolas sobre a vida de Cristo. Desta maneira, as bonecas, antes, instrumentos religiosos e/ou infantis, se tornaram objetos de entretenimento adulto. Mas, posteriormente, elas voltariam ao mundo infantil e, desta vez, com tanta força que nem mesmo autoridades religiosas questionariam o seu espaço.

1.4 O Retorno das Bonecas e a sua Influência na Educação das Meninas

A primeira fábrica de bonecas surgiu na Alemanha no século XV e atendia a demandas pequenas e particulares. As bonecas estavam de volta à Europa, ainda como brinquedos de adultos, é verdade, porém, elas não demorariam a chegar às mãozinhas das crianças. A partir do século XVIII, com a Revolução Industrial, as fábricas de bonecas (Figura 6) se popularizaram e, com a incorporação da nova concepção de infância e educação, a boneca voltaria ao dia a dia das crianças, desta vez, para ficar.

Figura 6 - Fábrica de Bonecas na Alemanha em 1931



Fonte: <https://rockntech.com.br/fabricas-de-bonecas/>

As bonecas europeias evoluíram de forma contrária à ordem natural. Primeiro, foram fabricadas as “madames”, bonecas vestidas como mulheres de classes privilegiadas, depois as “meninas”, bonecas imitando garotas com até 13 anos e, por fim, os “bebês”. Elas continuaram sendo cada vez mais aprimoradas; em sua fabricação, usou-se diversos materiais, desde papel machê, cera, porcelana, chegando ao biscuit que proporcionou um grande avanço na confecção das bonecas, pois propiciou imitações perfeitas da pele humana. Neste segmento, os bebês Jumeau (Figura 7), produzidos de 1842 até 1958 e, originalmente, criados por Pierre François

Jumeau e Louis Desire Belton, (Belton&Jumeau), foram um sucesso devido aos seus detalhes realísticos e sofisticados.

Figura 7 - Bebê Jumeau



Fonte: <https://dollreference.com>

Em consequência da popularização das bonecas, logo se percebeu a possibilidade de usá-las em prol da educação das meninas. Um dos primeiros objetivos educacionais atribuídos às bonecas na segunda metade do século XIX foi ajudar na prática de costura das meninas. A pintura de Bjorck (Figura 3), do mesmo século, ilustra bem essa questão, pois uma das meninas foi representada costurando, sendo ainda muito jovem.

Com o propósito de ensinar as meninas o ofício da costura, bonecas como a *Mignonette* (Figura 8) exerceram um papel específico na educação das meninas: introduzi-las a várias técnicas de costura o mais cedo possível.

Figura 8 - Boneca Mignonette



Fonte: e-fabulations/ e-fabulações (2006)

A *Mignonette* vinha acompanhada de uma caixa de costura com tecido, linhas, agulhas e uma modelo que era a própria boneca. Com isso, ao brincar com essas bonecas, as meninas assimilavam e reproduziam conceitos socialmente importantes a respeito do lugar e afazeres femininos, além de construir uma imagem idealizada da vida adulta. Não tardou para que sentimentos e atribuições relacionados à maternidade fossem estimuladas por meio das bonecas bebês. Brincar com bonecas estimula a criança a imitar o processo real de cuidar de um bebê. Quando brincam com bonecas, as crianças podem adquirir características psíquicas que as fazem tratar as bonecas como criaturas vivas e com sentimentos (Hall e Ellis, 1897). Esta particularidade é refletida na atitude das meninas com suas bonecas ao, por exemplo, "alimentar", "pôr para dormir" ou "dar banho", etc., atividades que fazem parte do cotidiano de uma mãe real.

Enquanto alguns argumentam que as bonecas reforçam conceitos normativos referentes ao lugar e função da mulher na sociedade (G. STANLEY HALL; A.C. ELLIS, 1897; FORMANEK-BRUNELL, 1993), outros sugerem que as bonecas contribuem para que as crianças revisem, negociem e questionem essas normas enquanto brincam (CHERNAYA, 2014). E as bonecas podem mesmo servir para ambos os aspectos. Por exemplo, ao dar banho numa boneca, a criança pode aprender e reproduzir estereótipos de como ser mãe ou pai. Mas, ao mesmo tempo, a mesma atividade pode ajudá-la a desenvolver suas habilidades motoras e/ou a aprender os nomes de partes do corpo, por exemplo.

A brincadeira de boneca age positivamente ao instigar a criatividade e é também uma forma de aplacar as angústias e ansiedades que as crianças não conseguem expressar verbalmente. A criança projeta na boneca sua realidade ou, ao menos aquilo que ela imagina

como realidade ou futuro. Todavia, há uma questão preocupante na projeção: a criança pode projetar-se na aparência da boneca e/ou frustrar-se seriamente consigo mesma por não conseguir desempenhar as atividades que ela deveria ter aprendido brincando com as bonecas. Disch (2014, pg.) resume bem os dois lados da brincadeira com bonecas:

O ato de brincar com uma boneca é como nenhum outro. Não é como as outras brincadeiras que acontecem nos primeiros anos de nossos pequeninos. Dar uma boneca a uma criança é como dar uma ferramenta a partir da qual ela pode se expressar e, ao mesmo tempo, experimentar diversas facetas da idade adulta que ela, por sua vez, pode imitar ou criar suas próprias experiências de aprendizagem.

Para melhor promover a educação por meio das bonecas, os fabricantes seguiram em busca de matérias-primas que proporcionassem bonecas mais resistentes à manipulação das crianças que, agora, consistiam no público alvo das fábricas de brinquedo. As principais concorrentes das bonecas de biscuit eram aquelas feitas de papel machê e cera, mas estas também tinham defeitos, como rachar e deformar. Seguiu-se a moda das bonecas de celuloide, mais resistentes, porém altamente inflamáveis. A borracha e o plástico só viriam a ser usados com intensidade depois da Segunda Guerra Mundial.

Estava estabelecida a era de ouro das bonecas. Agora produzidas com materiais mais resistentes e maleáveis, elas passaram, também, a ser produzidas em grande escala devido à evolução das máquinas. Walter Benjamin, conhecido por seus trabalhos a respeito da infância e dos brinquedos, apresenta no trecho a seguir as consequências da produção em grande escala para os antigos artesãos.

Quando, no decorrer do século XVIII, afloraram os impulsos iniciais de uma fabricação especializada, as oficinas chocaram-se por toda parte contra as restrições corporativas. Estas proibiam o marceneiro de pintar ele mesmo as suas bonequinhas; para a produção de brinquedos de diferentes materiais obrigavam várias manufaturas a dividir entre si os trabalhos mais simples. (BENJAMIN, 2002, p. 90).

A produção de bonecas tornou-se um negócio consolidado e bastante lucrativo, tendo as crianças, outrora proibidas de possuí-las, como as principais colaboradoras desse negócio bilionário.

1.5 O Império dos Brinquedos e o Consumismo

Estima-se que a indústria de brinquedos movimenta cerca de US\$ 152 bilhões por ano. A América Latina corresponde a US\$ 16,8 bilhões do total e o Brasil representa pouco mais de um quarto, US\$ 4,83 bilhões, segundo o Euromonitor⁷. Considerado “país emergente”, ou seja, em crescimento, o Brasil ainda está bem atrás de mercados como Europa (US\$ 23), EUA (US\$ 28) e Japão (US\$ 34).

Com o intuito de facilitar as negociações entre os países, diminuir os impostos cobrados sobre a importação de brinquedos e, deste modo, propiciar a sua internacionalização, a Toy Manufactures of America (Fábricas de Brinquedos da América) organiza e patrocina a American International Toy Fair (Feira Internacional de Brinquedos), que acontece na cidade de Nova Iorque, todo mês de fevereiro desde 1902. A feira já reuniu cerca de 2000 expositores dos Estados Unidos e de outros 25 países, trata-se do evento mais importante de comercialização de brinquedos do mundo.

A maioria das companhias de brinquedos asiáticas e norte-americanas se definem como globais, e exportam seus produtos para toda a Europa, América do Sul e Latina, e também para os países da orla do Pacífico. Elas exportam seus brinquedos para outros países por meio de distribuidores, subsidiárias, ou diretamente para revendedores, monopolizando assim uma expressiva parte do comércio de brinquedos. Hélio Moreira, diretor da New Growing Design & Branding⁸, em entrevista, esclarece algo a respeito das vantagens dos fabricantes asiáticos e norte-americanos:

Muito importante para a manutenção dessa hegemonia foi a liberação do mercado mundial por meio de acordos comerciais entre países que baixaram suas taxas de importação, facilitando a entrada dos produtos importados. Os acordos de comércio internacionais favoreceram diretamente o crescimento das companhias globais, provocando muitas vezes o enfraquecimento das indústrias dos outros países menos favorecidos economicamente, que passaram a importar os brinquedos estrangeiros. (MOREIRA, 2012)

Essa hegemonia se deu a partir da década de 1990, quando as condições de importação de brinquedos operavam com a diminuição ou a ausência de tarifas. Desta forma, a redução das tarifas e de outras barreiras de comércio impulsionou a entrada dos brinquedos importados no

⁷A Euromonitor International é uma provedora global de inteligência estratégica de mercado.

⁸New Growing Design & Branding é um escritório dedicado a gerar ideias e estratégias de Branding, Marketing e Design.

mercado dos países mais pobres, acarretando uma competição desleal para com as indústrias de brinquedos dos países importadores.

No Brasil também foi criada uma feira com o intuito de expandir a comercialização dos brinquedos nacionais. A Abrin – Feira Nacional de Brinquedos e Puericultura acontece desde 1982 sob a organização da Abrinq (Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos). A Abrin, é considerada o maior evento do setor de brinquedos da América Latina e dela participam, geralmente, 320 expositores nacionais e internacionais, todo ano.

Diante dos números de participantes dessas feiras, é possível perceber quão grande é a disputa pela preferência dos consumidores. Sendo assim, o investimento em publicidade e propagandas tornou-se tão importante quanto a própria produção dos brinquedos. Com a produção em larga escala das bonecas, faz-se necessário vendê-las, preferencialmente, na mesma escala em que são produzidas.

Os meios para a propaganda dos brinquedos aumentaram drasticamente com a popularização da tecnologia e internet. As crianças são expostas, todos os dias, aos anúncios impressos, comerciais de rádio e TV, vídeos no *You Tube*, dentre outras tantas formas de persuasão para o consumo. Mesmo havendo tantas formas de promover um brinquedo, as embalagens ainda se mantem como um aspecto que deve receber atenção. Em relação às embalagens de boneca, *corpus* desta pesquisa, é possível perceber o quanto elas evoluíram desde a Revolução Industrial, quando as bonecas começaram a ser vendidas em maior escala. A seção seguinte dedica-se a uma apresentação sucinta sobre as embalagens de bonecas.

1.6 Embalando as Bonecas

As embalagens surgiram devido à necessidade de proteger e viabilizar o transporte dos produtos. No século XIX, em consequência da industrialização, as embalagens tornaram-se indispensáveis, pois os produtos passaram a ficar mais tempo à espera do consumidor e, sendo assim, precisavam ser bem protegidos. O mesmo se deu com as bonecas, com a produção em massa, elas começaram a ficar expostas nas lojas à espera de um comprador, como registrado na fotografia a seguir.

Figura 9 - Embalagens Antigas



Fonte: <https://anacaldatto.blogspot.com>

Observando a Figura 9, podemos pensar sobre o quanto a embalagem de boneca evoluiu desde então, pois é evidente que sua função se resumia à exposição e proteção da boneca que comportava. Não havia nenhum tipo de inscrição aparente ou detalhe chamativo. No entanto, não demorou para que as companhias percebessem o valor de persuasão que as embalagens poderiam ter. Conseqüentemente, as embalagens, em geral, são bastante coloridas e possuem figuras e imagens que podem chamar atenção do consumidor. Novas funções como informar o consumidor, comunicar-se com ele e vender a boneca foram sendo incorporadas, tornando as embalagens mais atraentes.

A embalagem evoluiu para atender um consumidor cada vez mais exigente, informado e inserido em um mundo dinâmico que segue em constantes transformações. As embalagens mais recentes apresentam diversas informações sobre as bonecas como sugestão de faixa etária das crianças, material utilizado na confecção, frases de efeito, cheiros, texturas, e preço que costuma variar de acordo com a qualidade da boneca e da embalagem.

A indústria de brinquedos investe bastante em suas embalagens, pois já foi comprovado que elas impactam diretamente o consumidor, além de ser o canal de relacionamento das marcas e dos produtos com os clientes. Uma alteração na embalagem pode influenciar no aumento de vendas, principalmente porque os consumidores são pais e crianças e, para estas, os aspectos visuais são extremamente apelativos. A embalagem é pensada para comunicar os valores que a marca pretende transmitir, levando sempre em consideração o que os consumidores desejam. Segundo Moreira (2012):

A embalagem é um fator que complementa a marca e, por isso, precisa comunicar ao consumidor a sua identidade. Este fator é fundamental. Se o produto tem valores e

conceitos embutidos em sua fabricação, eles precisam estar presentes em sua embalagem. A embalagem não pode ser tratada apenas como um insumo ou um elemento secundário na composição do produto. Para o consumidor, ela é ao mesmo tempo uma expressão e um atributo do conteúdo. (MOREIRA, 2012)

Chamamos atenção para este trecho: “Para o consumidor, ela é, ao mesmo tempo, uma expressão e um atributo do conteúdo”, pois nosso interesse está em como se dá essa expressão de conteúdo e na forma como o fabricante “conversa”, ou seja, interage com o consumidor por meio da embalagem. Como são embalagens de bonecas, é previsível que nessa “conversa” se utilize a imagem infantil, mais frequentemente de meninas. Nosso intuito é analisar a imagem de criança ideal, base para as estratégias de persuasão dos fabricantes, e a imagem da criança presente na estória contada na embalagem.

A próxima seção é dedicada a apresentação geral do arcabouço teórico deste trabalho, atendo-se, principalmente, aos conceitos que serão utilizados na análise das embalagens de bonecas, *corpus* desta pesquisa, e na consequente teorização dos resultados.

2 SEMIÓTICAS

A palavra semiótica origina-se do grego – semeion – que significa signo, ou seja, tudo aquilo que significa algo, podendo ser uma palavra, som, gesto, imagem, que conseqüentemente detenha um significado para uma determinada pessoa. Santaella (1990, p. 5) reafirma que “a semiótica é a ciência dos signos” e acrescenta ainda que “a semiótica é a ciência de toda e qualquer linguagem” (SANTAELLA, 1990, p. 7). Bertrand (2003, p. 21), por sua vez, afirma que a semiótica trata-se de uma “abordagem relativista de um sentido, se não sempre incompleto, pelo menos sempre pendente nas tramas do discurso”.

Com o intuito de adaptar conceitos de estudos em Linguística aos modos não verbais, três escolas acabaram se destacando. Elas foram desenvolvidas quase que simultaneamente em lugares distintos. Esse surgimento em lugares diferentes e em momentos aproximados fortalece a hipótese de que a crescente proliferação de meios de reprodução e difusão de mensagens e informação, iniciada a partir da Revolução Industrial, fizeram emergir uma consciência semiótica (SANTAELLA, 1990). Como resultado, essa consciência semiótica teria estabelecido o aparecimento de uma ciência munida de instrumentos metodológicos capazes de desvendar esse novo mundo de possibilidades linguísticas.

Segundo Kress e Van Leeuwen (2006), a primeira foi a escola de Praga, que entre os anos 1930 e início de 1940 desenvolveu seus trabalhos no campo da arte (Jakobson, Honzl, entre outros) a partir da linguística estudada pelos Formalistas Russos. A segunda foi a Escola de Paris, que nos anos de 1960 e 1970 estendeu as ideias de Saussure para os estudos em moda e fotografia (Barthes; Greimas), dentre outros. A terceira escola, denominada Semiótica Social, teve início na Austrália na década de 1980, calcada na concepção de Halliday (1985) sobre as funções sociais da linguagem.

Diante de uma ciência que, por definição, se apresenta tão abrangente, como definir então, seu objeto de estudos? Ainda segundo Santaella (1990, p. 9), “a semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido”. Ainda sobre a Semiótica, em outra perspectiva teórica (a Francesa), Lara e Matte afirmam:

Se dissermos simplesmente que o objeto da semiótica é o sentido, em nada a estaremos distinguindo de outras disciplinas, como a filosofia, a antropologia, a sociologia, entre

outras, que se ocupam desse mesmo objeto. Cabe, portanto, já de saída uma restrição: a semiótica, inspirada na fenomenologia, se interessa pelo “parecer do sentido”, que se apreende por meio das formas de linguagem e, mais concretamente, dos discursos que o manifestam. (2009, p. 2)

Com isso, entendemos que apesar de abrangente, o campo de estudos da semiótica não é indefinido. Independente do objeto, o que se busca descrever e analisar nos fenômenos é a ação do signo, ou melhor, sua constituição como linguagem.

Nesta pesquisa, propomos uma análise ancorada em duas das escolas mencionadas anteriormente: a Semiótica Social e a Semiótica Francesa (de Paris). Parece uma proposta arriscada, no entanto, a nosso ver, a Gramática do Design Visual, assim como a Semiótica Social, baseada nos estudos de Halliday, pode ser subsidiada por aspectos teóricos de Greimas, teórico da Semiótica Francesa.

A próxima seção é dedicada à Semiótica Social e a Gramática do Design Visual, teoria basilar na análise do *corpus* desta pesquisa.

2.1 SEMIÓTICA SOCIAL E A GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL

A Semiótica Social é entendida como uma teoria que visa à compreensão de como os indivíduos se comunicam, e faz isto levando em consideração que qualquer forma de comunicação acontece por intermédio de significados variados que estão, por sua vez, articulados ao contexto dos grupos sociais em que estão inseridos. “A Semiótica Social é tida como a ciência que se ocupa de reconhecer e analisar os signos linguísticos na sociedade e as mensagens que circulam entre os indivíduos” (2016, p. 37). Isto implica dizer que as formas de comunicação são adaptáveis aos diversos propósitos a que são designadas e não um conjunto de regras e estruturas fixas. Nas palavras de Silva e Almeida:

Compreende-se, então, que a Semiótica Social preocupa-se em promover a integração dos diferentes dispositivos semióticos, sejam eles multimodais ou não, de forma a refletir acerca do uso da língua e seu próprio funcionamento, ultrapassando as formas pré-moldadas e estabelecidas para sua organização. (SILVA; ALMEIDA, 2018, p. 39)

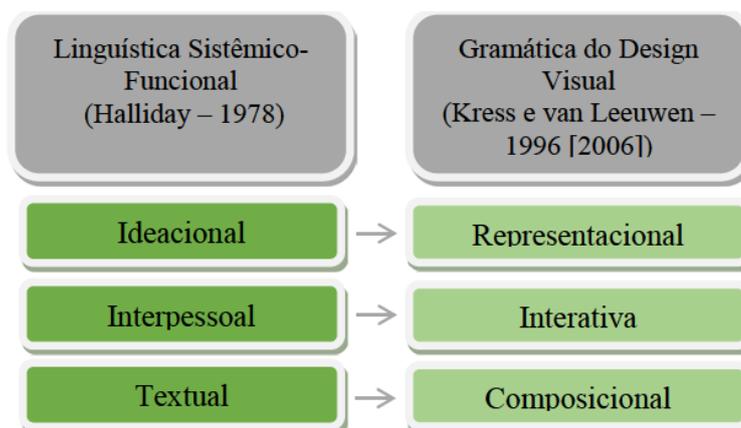
Com isso, não queremos dizer que a Semiótica Social descarta a existência de regras no uso da linguagem, contudo, ela se propõe a detalhar e analisar as ocorrências e recorrências de elementos verbais ou visuais sem dissociá-los do seu contexto de circulação. Como esperado, a modificação da linguagem não é arbitrária, mas pressupõe condições como, por exemplo, a

necessidade de que a mudança seja feita por uma pessoa que tenha poder para fazê-la e, em seguida, a mudança necessita ser aceita por um grupo social.

Como já dito anteriormente, os estudos da Semiótica Social foram impulsionados pelos trabalhos de Halliday, influência esta que explica a perspectiva funcional adotada em relação à linguagem. Foi, também, sob a perspectiva funcionalista que Kress e Van Leeuwen escreveram o *Reading Images: The Grammar of Visual Design*⁹.

A Gramática do Design Visual, doravante GDV, surgiu em 1996, como uma proposta à leitura de imagens. No livro, os autores, Kress e Van Leeuwen, apresentam uma proposta para análise de textos verbo-visuais baseada na Gramática Sistêmico Funcional (GSF) de Halliday (1978). Por isso, assim como a GSF explica as ocorrências linguísticas por meio de metafunções, a GDV também apresenta metafunções equivalentes para a apreensão do significado da imagem. Segue Figura 10 para melhor entendimento da relação entre as duas teorias.

Figura 10 - Gramática Sistêmico-Funcional e a Gramática do Design Visual



Fonte: SILVA; ALMEIDA (2018, p. 43)

Em seu livro *Introducing Social Semiotics*, Van Leeuwen (2005) afirma que a análise da semiótica social comporta várias dimensões, levadas em consideração, também, numa análise sob os princípios da GDV: o discurso, o gênero, o estilo e a modalidade. O autor assevera ainda que essas dimensões nunca ocorrem isoladamente e são sempre parte de cada evento comunicativo e de cada artefato semiótico. Somente ao se observar cada um deles, em conjunto, é possível ter uma imagem (leitura) completa e multidimensional. Lembrando que uma análise sociosemiótica visual parte do paradigma de que “imagens reproduzem estruturas

⁹O livro ainda não foi traduzido para o português, tendo como tradução literal: Lendo Imagens: a Gramática do Design Visual.

da realidade, ao mesmo tempo que se interligam com os interesses das instituições sociais que as produzem, as fazem circular e as leem”¹⁰ (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 47), corroborando o fato de que são, com efeito, ideológicas.

As metafunções da GDV são três: a metafunção representacional que neste trabalho contribui para a apreensão dos papéis dos personagens nas caixas, a interativa para a análise da relação entre as embalagens e o consumidor, e a metafunção composicional que será útil para um melhor entendimento da distribuição dos elementos nas embalagens. Essas metafunções serão apresentadas a seguir, pois cada uma desempenha um papel importante na descoberta do consumidor ideal, aquele que é idealizado pelo fabricante e para quem a embalagem é produzida.

2.1.1 Metafunção Representacional

A metafunção representacional se atém aos participantes representados na imagem; esses participantes correspondem a pessoas, objetos ou lugares. A representação imbuída na imagem pode ser classificada como narrativa ou conceitual: “As representações narrativas constroem a experiência como um evento que se desencadeia no espaço e no tempo” (NASCIMENTO; BEZERRA; HERBELE, 2011, p. 534). Isto significa que os participantes são retratados realizando ações com ou sobre outros participantes, envolvidos em acontecimentos. Aqui é recorrente a presença de vetores (setas propriamente ditas ou vetores formados pela linha do olhar, braços, orientação corporal ou ainda instrumentos sugerindo movimento e/ou direção) e a inserção dos participantes em um pano de fundo que sugere o contexto temporal e espacial nos quais o evento se desenvolve.

Os processos narrativos podem ser de ação, reação, verbal ou mental. No processo de ação, temos o *ator* (aquele que executa uma ação), o *vetor* (aquilo que direciona a ação) e a *meta* (aquele a que a ação é dirigida). O ator é geralmente o participante mais saliente e de quem parte o vetor em direção à meta. Vejamos esses papéis explicados no exemplo a seguir.

¹⁰ No original: “They produce images of reality which are bound up with the interests of the social institutions within which the images are produced, circulated and read.” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 47)

Figura 11 - Magic Top Model



Fonte: <https://anacaldatto.blogspot.com>

No folder da boneca *Magic Top Model* (Figura 11), temos três participantes: duas meninas e uma boneca. As meninas são os atores, da primeira localizada no lado esquerdo, partem dois vetores: o olhar e o braço segurando um batom em direção à boneca (que é a meta), mais especificamente, em direção à sua boca (da boneca), na qual parece ter passado o batom. A menina do lado direito conduz os mesmos vetores, o olhar e o braço em direção da mesma meta, mas em vez de segurar um batom, ela segura uma prancha alisadora na tentativa de alisar os cabelos da boneca (meta).

Na figura 11, como ator (meninas) e meta (boneca) estão representados na imagem, o processo de ação é classificado como *transacional*. Todavia, há casos em que a meta não é apresentada, sendo apresentados somente ator e vetor. Nesse caso, ou seja, na ausência da meta, o processo é *não transacional*. Temos, ainda, casos em que os participantes da imagem podem representar ora o papel de ator, ora o de meta. Nessa estrutura os participantes são chamados de *interatores* e o processo de *bidirecional*.

Outro processo, também executado por vetores é o processo de reação. Ele se realiza através do vetor “formado por uma linha de olhar, pela direção do olhar fixo de um ou mais participantes”¹¹ (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 64). Diferentemente do processo de ação,

¹¹ “[...] is formed by an eyeline, by the direction of the glance of one or more of the represented participants.” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 64).

o participante é percebido não simplesmente executando uma ação, mas reagindo àquilo que vê. No processo de reação, o participante que olha é o *reator* e o alvo do olhar é o *fenômeno*.

Da mesma forma que os processos de ação, os processos de reação também podem ser *transacionais* ou *não transacionais*. No primeiro caso é sempre possível ver o fenômeno, ou seja, o alvo do olhar do reator. Já nos casos não transacionais, o fenômeno não está retratado na composição imagética, restando apenas o participante que olha.

Há um outro processo bastante comum, principalmente, em histórias em quadrinhos, mas também encontrado nas embalagens de bonecas, como será abordado na análise. Trata-se do processo verbal nas imagens, aquele realizado através do vetor balão de fala conectado ao *falante/dizente*. O conteúdo do balão de fala recebe o nome de *enunciado*. Quando o vetor é um balão de pensamento, temos um processo mental e o conteúdo que é pensado é chamado de *fenômeno*, que por sua vez, é pensado pelo *experienciador*. Os processos narrativos serão importantes na análise da representação dos participantes, principalmente das crianças, a fim de depreender a imagem de infância a partir das narrativas das embalagens.

Quanto às representações conceituais, em vez de mostrarem participantes em ação, descrevem e/ou classificam os participantes na imagem em termos de suas características individuais, evidenciando sua identidade, ou de traços compartilhados com outros participantes, que nos permitem percebê-los enquanto membros de um grupo. Algumas características específicas que nos permitem identificar representações conceituais são, por exemplo, a ausência de vetores; disposição dos participantes em taxonomias, ou seja, organização por categoria; apresentação dos participantes em uma relação parte/todo; ausência ou menor detalhamento do pano de fundo, o que direciona o foco para os participantes e seus atributos. As representações conceituais podem ser *classificacionais*, *simbólicas* e *analíticas*. Não nos aprofundaremos nelas porque não serão utilizadas neste trabalho. Segue a Figura 12, para melhor visualização da metafunção representacional.

Figura 12 - Representação Composicional

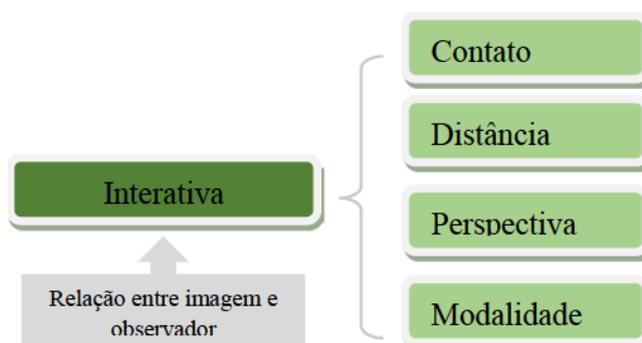


Fonte: SILVA; ALMEIDA (2018, p. 44)

2.1.2 Metafunção Interativa

Além de construírem representações, as imagens também estabelecem relações entre os participantes representados e o leitor. Essas relações podem ser realizadas por diferentes recursos visuais: a) através do contato do olhar entre o participante representado na imagem e o leitor (*contato*); b) pela visualização do participante representado como estando próximo ou distante do leitor (*distância social*); c) pelo ângulo formado entre o corpo do participante e o leitor no eixo vertical ou no eixo horizontal (*perspectiva*); e d) através do quão verossímil o objeto representado se parece (*modalidade*). Esses recursos visuais serão discutidos mais detalhadamente a seguir.

Figura 13 - Metafunção Interativa



Fonte: SILVA; ALMEIDA (2018, p. 44)

Contato é um recurso utilizado para expressar até que ponto a relação entre o participante humano, ou personificado, e o leitor é mais ou menos pessoal ou impessoal. Para

definir se a relação é pessoal ou não, o olhar do participante representado é decisivo. Se o participante representado olha diretamente para o leitor/espectador, temos um contato por meio de demanda, pois o olhar do participante parece requisitar algo. Ao realizar essa ação, o produtor do texto imagético tem a intenção de criar um vínculo direto com o leitor, buscando agir sobre o observador da imagem.

Essa relação também pode ser impessoal, o que acontece quando o participante representado não estabelece contato direto do olhar com o leitor e aparece na imagem como se estivesse sendo apenas exposto para observação do leitor. Tal recurso é denominado contato por oferta e, neste caso, o participante representado se dirige ao leitor de maneira indireta. Nessa situação, o participante representado, “por não agir diretamente por meio do olhar, deixa de ser o sujeito e passa a ser o objeto do olhar do leitor. O leitor não é o objeto, mas o sujeito do olhar, já que esse leitor irá observar o representado” (SILVA, 2016, p. 73). Esse recurso pode ser relevante nas embalagens em que o olhar dos personagens desempenha um papel de destaque na composição. Na Figura 11, por exemplo, o contato é impessoal, já que as meninas e a boneca não estabelecem contato direto do olhar com o leitor.

A *distância social* é definida a partir do tamanho da moldura e pelos tipos de *enquadramento* que podem classificar o posicionamento do participante representado como próximo ou distante do leitor. Essa disposição do participante, estabelecendo tais relações, é realizada por meio do tipo de plano escolhido para captar a imagem: plano fechado – *close-up* (íntimo) – inclui até a cabeça e os ombros do participante representado e estabelece maior nível de envolvimento entre o leitor e participante; plano médio – *medium shot* (social) – inclui a imagem até o joelho, geralmente estabelece uma relação menos íntima que a anterior; plano aberto – *long shot* (impessoal) – estabelece um maior distanciamento entre os participantes por representá-los de longe ou corpo inteiro. Na Figura 11, por exemplo, o plano fechado foi utilizado para mostrar detalhadamente os participantes e os objetos, além de aproximar o leitor (criança).

Terceira categoria da metafunção interativa, a *perspectiva*, é determinada pelo ângulo em que os participantes representados são mostrados na estrutura visual. É por meio do ângulo em que o participante é apresentado na imagem que se estabelece um nível de envolvimento maior ou menor entre os participantes representado e interativo. Neste caso, a relação é permeada pelo poder que o representado exerce sobre o observador.

Para fins de análise, classifica-se como ângulo frontal aquele em que o envolvimento do *participante interativo* (observador, leitor) com o participante representado indica uma relação de poder igualitário; por sua vez, chamamos de *ângulo oblíquo* o plano que mostra o participante de perfil, estabelecendo uma relação de alheamento com o leitor; temos ainda, o *ângulo vertical* quando a captura do objeto é feita de baixo para cima, nesse caso, o objeto ou o participante representado detém uma posição de poder sobre o observador; do contrário, quando a captura se dá de cima para baixo, a posição de poder torna-se do *participante interativo*. Tanto o recurso *distância social* quanto a *perspectiva* podem contribuir para o entendimento da posição em que o consumidor é colocado em relação aos elementos da embalagem.

Kress e Van Leeuwen (2006) apresentam a categoria de *modalidade* como valor de realidade. Isso significa que ela é o mecanismo responsável por estabelecer a escala de aproximação entre o participante representado na imagem e o contexto real em que ele está inserido. As principais categorias de modalidade que serão exploradas aqui são a “naturalista” e a “sensorial”. A naturalista é a categoria em que se observa a relação existente entre como o objeto está representado na imagem e como é visto a olho nu. Já a categoria sensorial trata da relação afetiva e emocional estabelecida entre o objeto representado e o participante interativo. Essa relação se dá por meio de experiências sensoriais vindas da visão, audição, olfato e tato.

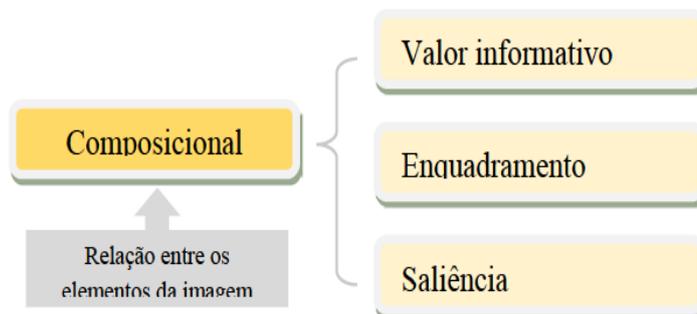
2.1.3 Metafunção Composicional

A metafunção composicional nos permite descrever e organizar os elementos visuais de uma imagem, pois ela integra os elementos representacionais e interativos em uma composição para que ela faça sentido. Este sentido é construído por meio da organização dos elementos representados na imagem, do espaço que ocupam no todo da imagem ou da página multimodal. Essa metafunção é pertinente neste trabalho por propiciar o entendimento da organização dos elementos nas embalagens.

A combinação dos elementos na forma de texto e seus respectivos sentidos pode ser observada a partir de três aspectos principais: a) o valor da informação (a disposição de um elemento que lhe confere valores particulares conforme a área da página que ocupa); b) *enquadramento* (presença ou ausência de molduras que expressam conexão ou desconexão entre os elementos do texto); e c) *saliência* (recursos que atraem a atenção do observador para

determinados pontos ou participantes na imagem – tamanho relativo, cor, contraste e posicionamento em primeiro plano ou segundo plano).

Figura 14 - Metafunção Composicional



Fonte: SILVA; ALMEIDA (2018, P. 44)

É possível atribuir *valor* a determinados elementos de uma imagem a partir do lugar escolhido para distribuí-los. Isso significa que a alocação dos elementos em direita/esquerda, topo/base, centro/margem, tem um valor, um significado. Na Figura 11, a boneca Magic Top Model foi alocada no meio da composição imagética, recebendo assim, mais atenção do leitor. Vale ressaltar que esse significado não se apreende igualmente por todos os leitores, pois não há uma interpretação universal; assim esclarecem os autores a seguir.

Conforme a diagramação adotada, estamos culturalmente propensos a atribuir determinados valores a cada item representado conforme a área do texto em que está localizado, o que significa dizer que não há uma interpretação universal, nem puramente individual desse texto, ou seja, o momento individual de leitura é informado pelo meio social no qual o leitor está inserido. (NASCIMENTO; BEZERRA; HERBELE, 2011, p. 542)

Ao mesmo tempo, a interpretação do texto/imagem não se dá individualmente, já que cada leitor está inserido em um meio sociocultural que determina parâmetros prévios de leitura. Por exemplo, na cultura ocidental, o elemento que aparece no lado esquerdo da imagem é considerado *dado*, ou seja, é uma informação à qual o leitor já teve acesso anteriormente, e com a qual já está, portanto, familiarizado. Por sua vez, o elemento do lado direito da imagem é considerado *novo*, pois, geralmente, trata-se da informação mais recente, que merece maior atenção.

Com relação à disposição de informação entre as áreas topo/base, os elementos posicionados no topo representam a informação *ideal* porque contém a informação genérica, ou porque apresentam uma situação idealizada. Kress e Van Leeuwen (2006) explicam:

Se, em uma composição visual, alguns dos elementos constituintes são colocados na parte superior e outros elementos diferentes na parte inferior do espaço da imagem ou página, então o que foi colocado no topo é apresentado como o *ideal*, e o que foi colocado na parte inferior é apresentado como o *real*. Para algo ser *ideal* deve ser apresentado como a essência idealizada ou generalizada da informação, portanto, a parte mais saliente. O *real* é o oposto, a medida em que apresenta informações mais específicas, mais "realistas", ou mais informações práticas. (2006, p. 186-187)¹²

É no topo que geralmente está a informação que chama atenção, conquista ou choca. Em contrapartida, os elementos dispostos na base possuem valor de informação *real* porque especifica o elemento superficial, apresentando os detalhes da informação, ou porque descreve os aspectos concretos da proposta. Como exemplo, no folder da boneca Magic Top Model (Figura 11), a informação ideal está no topo: “Você coloca o batom e o esmalte no congelador... depois é só passar nas unhas e na boca que a cor muda!”, enquanto a informação real, tamanho da embalagem, quantidade de objetos dentro da caixa, código de barras, encontra-se na base do folder.

Há, por fim, a oposição centro/margem, o elemento posicionado no centro representa a informação principal, de maior importância e recebe maior atenção em comparação aos elementos localizados na margem. Os elementos dispostos nas margens possuem valor de informação complementar ou acessória em relação àquela do centro.

Novamente, é importante salientar que as categorias dado/novo, ideal/real, central/marginal, foram concebidas a partir da análise de textos imagéticos do mundo ocidental e, ainda que se apliquem a uma diversidade de textos, isso não significa que possam ser diretamente transpostas para outras culturas.

O *enquadramento* ou *estruturação* diz respeito à presença ou não de objetos interligados. Pelo *enquadramento*, os elementos visuais são representados como identidades separadas ou que se relacionam, e são realizados por linhas divisórias que conectam ou

¹² No original: If, in a visual composition, some of the constituent elements are placed in the upper part, and other different elements in the lower part of the picture space or the page, then what has been placed on the top is presented as the Ideal, and what has been placed at the bottom is put forward as the Real. For something to be ideal means that it is presented as the idealized or generalized essence of the information, hence also as its, ostensibly, most salient part. The Real is then opposed to this in that it presents more specific information (e.g. details), more ‘down-to-earth’ information (e.g. photographs as documentary evidence, or maps or charts), or more practical information (e.g. practical consequences, directions for action) (KRESS; VAN LEEUWEN 2006, p. 186-187).

desconectam partes da imagem que mostram o ponto de vista através do qual a imagem foi criada. Segundo Almeida (2008, p. 8):

A conexão é criada toda vez que as conjunturas que marcam as unidades distintas dos textos visuais estão ausentes. Diz-se, então, que a imagem possui uma estruturação fraca, já que os seus elementos estão interligados em um fluxo contínuo, através de cores e formas semelhantes, vetores conectivos, ou seja, em função da ausência de linhas de estruturação, o que evoca um sentido de identidade de grupo.

Assim, os elementos que compõem a imagem são representados como estando interligados, separados ou, ainda, segregados. Percebemos os elementos como interligados quando há ausência de linhas divisórias entre eles. A ausência de *enquadramento* reforça o sentido de integração entre um elemento com os demais presentes na imagem, sugerindo que tais elementos não devem ser vistos como informações separadas, mas devem ser compreendidos a partir de sua inter-relação com os demais elementos que compõem o texto visual.

A desconexão, por outro lado, é criada pela presença de *enquadramento* forte elaborado pelo contraste de cores e formas salientes, que assim, resultam em sentido de individualidade e diferenciação à imagem.

A *saliência* consiste em estratégias utilizadas para dar maior ou menor destaque a determinados elementos no texto visual. Essas estratégias são construídas através do tamanho conferido aos elementos que compõem a imagem, explorando variações no tamanho de determinado elemento em comparação aos demais elementos na imagem, assim como o posicionamento desses itens em primeiro ou segundo plano.

Outra estratégia amplamente utilizada é a intensificação ou suavização das cores utilizadas na composição. As cores são manipuladas para dar destaque, uniformizar e/ou estabelecer relações de semelhança ou diferença entre determinados itens da imagem. Um elemento saliente em alguma embalagem, sendo deliberadamente posto com o intuito de cativar a atenção do consumidor, pode ser uma pista para depreendermos a imagem de criança, pois, se pode cativar sua atenção, é provável que a represente de alguma forma.

Tendo apresentado parte da fundamentação teórica base desta pesquisa, apresentaremos na próxima seção a teoria utilizada como suporte na descoberta da imagem de criança presente nas embalagens de boneca.

2.2 SEMIÓTICA FRANCESA

A linha de pesquisa semiótica francesa, também denominada semiótica discursiva ou greimasiana, é fundamentada nas teorias da linguagem e do discurso. Greimas (1917-1992), linguista que, sob a influência saussuriana e hjelmsleviana, desenvolveu uma semiótica ancorada numa teoria da linguagem, de postulados estruturais e na concepção de que a língua é uma instituição social, elege o texto como objeto de análise e declara: “fora do texto não há salvação” (GREIMAS, 1974, p. 31).

Desta forma, o texto é encarado como objeto de significação, e a semiótica se atém ao estudo dos mecanismos que o engendram, que o constituem como um todo significativo. Em outras palavras: a Semiótica Francesa se preocupa tanto em descrever e explicar o que o texto diz quanto em compreender como ele faz para dizer o que diz. Todavia, mesmo ao priorizar o estudo dos mecanismos intradiscursivos de constituição do sentido, a semiótica não nega que o texto sofre influência direta do contexto, pois é também um objeto histórico.

De acordo com a Semiótica Francesa, ocorre no texto uma união inevitável entre o conteúdo que se configura como sendo “o que se diz” e uma expressão que se estabelece como “como se diz” no texto. Dessa forma para se transmitir uma mensagem (o conteúdo) é necessário um plano de expressão, que pode ser uma carta, uma música, ou mesmo uma embalagem de boneca como é o caso desta pesquisa. Entre os dois planos, para a teoria de Greimas, o plano de conteúdo tem maior importância, pois é nele que se localizam os sentidos.

Na busca de uma estruturação do plano de conteúdo, considerado o mais relevante por ser nele que se localizam os sentidos, Greimas (1973) idealizou o percurso gerativo de sentido como proposta para uma compreensão integral do texto. O modelo de análise elaborado pelo teórico (1973) pressupõe que a significação de um discurso é construída a partir da articulação entre três níveis de sentido, desde o mais abstrato até o mais concreto, constituindo assim, o percurso gerativo do sentido. Este “é uma sucessão de patamares, que mostra como se produz e se interpreta o sentido, num processo que vai do mais simples ao mais complexo” (FIORIN, 2016, p. 20).

Sendo assim, a semiótica francesa é “gerativa”, pois concebe modelos que apreendem o conteúdo em patamares sucessivos, que, como dito antes, vão do mais abstrato ao mais concreto; é “geral”, isto é, reconhece que o sentido pode ser manifestado por diferentes planos

de expressão como uma embalagem de boneca, por exemplo, e, por fim, é sintagmática, ou seja, explica não unidades lexicais isoladas, mas discursos (GREIMAS; CORTÈS, 1975, p. 396). Além disso, a semiótica, como teoria da significação, preocupa-se em primeira instância, com as condições de “apreensão e produção do sentido” levando em conta a “criação ou apreensão das diferenças, que são necessárias para se estabelecer a estrutura elementar da significação” (GREIMAS; COURTÉS, 2011, p. 455).

Essa teoria defende a máxima de que o texto deve ser considerado em sua unicidade, no entanto, a análise do texto pode ser feita por níveis, para, assim, explorar ao máximo sua construção e seu significado. Por isso, apresentaremos a teoria por níveis e com ênfase nos conceitos utilizados na análise deste trabalho.

2.2.1 Nível Fundamental

O nível fundamental “abriga as categorias semânticas que estão na base da construção de um texto” (FIORIN, 2016, p. 21). Este é o nível mais simples e abstrato, a significação aparece como uma oposição semântica mínima. As categorias semânticas fundamentam-se em oposições; no entanto, não se trata de qualquer oposição ou diferença. Para serem considerados uma categoria semântica os termos opostos devem ter algo em comum.

Os elementos da categoria semântica do nível fundamental são considerados eufóricos quando referentes a valores positivos e são qualificados como disfóricos quando são vistos como um valor negativo (FIORIN, 2016). Esses conceitos não são universais e variam de acordo com texto, já que algo tido como eufórico, em determinado contexto, pode ser considerado disfórico em outro.

É no nível fundamental que a semiótica define a categoria semântica que organiza a totalidade do discurso, pois as estruturas fundamentais transformam-se em estruturas narrativas e estas se transformam em discurso. Por meio da categoria semântica do nível fundamental é que se dá “sentido ao conjunto de elementos do nível superficial” (FIORIN, 2016, p. 21).

2.2.2 Nível Narrativo

Passando ao nível narrativo, este se atém ao estudo dos sujeitos da narrativa, seus estados, seus contratos, as ações e as transformações que lhes sobrevém no decorrer do texto. O nível narrativo consiste na narratividade que, ao contrário da narração, está presente em todos os tipos de texto. “A narratividade é uma transformação situada entre dois estados sucessivos e diferentes. Isso significa que ocorre uma narrativa mínima, quando se tem um estado inicial, uma transformação e um estado final” (FIORIN, 2016, p. 27-28). Para princípios de análise, a sintaxe narrativa comporta dois tipos de enunciados elementares: os enunciados de estado e os enunciados do fazer.

Os enunciados de estado estabelecem uma relação de junção que podem ser de conjunção ou disjunção entre um sujeito e um objeto. Essas narrativas podem ser também de privação (a boneca tinha cabelo, agora não tem mais) ou de liquidação de uma privação (a boneca era feia, mas foi consertada e ficou bonita). Por outro lado, os enunciados do fazer são aqueles que mostram as transformações pela qual o sujeito passa, a fim de entrar em conjunção com o objeto de seu desejo. Podemos citar, como exemplo, o caso de uma menina que, por querer muito uma boneca, se torna uma aluna melhor para ganhá-la. Neste caso, se consegue a boneca, a menina entra em conjunção com a boneca, mas se permanece sem o presente, permanece também em estado de disjunção com a boneca.

Os exemplos apresentados anteriormente são de narrativas mínimas com apenas um programa narrativo, no entanto, um texto é uma narrativa complexa que envolve tanto enunciados de estado (ser) quanto enunciados de fazer. Greimas, com base nos estudos de Propp (1895-1970) sobre os contos de fadas, afirma que esses enunciados são organizados de forma hierárquica em narrativas complexas. Estudando várias narrativas complexas, Greimas concebeu uma sequência canônica que corresponde às fases de: manipulação, competência, performance e sanção (FIORIN, 2016). Reiteramos que textos são narrativas complexas e que, por vezes, essa sequência canônica pode não se apresentar exatamente nessa ordem. Um texto pode começar, por exemplo, pela sanção em vez da manipulação.

Na manipulação existe um destinador que tenta convencer o destinatário a agir segundo sua vontade. O destinador pode utilizar quatro estratégias de manipulação: tentação, intimidação, sedução e provocação. Na tentação, o produtor do discurso tenta convencer o destinatário a fazer algo pela oferta de valores que este destinatário deseja. Diferente da

primeira, na intimidação, o manipulador ameaça retirar do seu destinatário algum valor positivo ou acrescentá-lo valores que ele não deseja. Na sedução, em vez de promessas e ameaças, o manipulador faz exaltações sinceras ou não em relação às características do destinatário, para leva-lo a aceitar a proposta. Por último, na provocação, o manipulador deprecia as características do destinatário que, da mesma forma, se sente forçado a agir, desta vez para alterar a ideia negativa que o outro faz dele.

Se o destinatário aceita a manipulação, torna-se sujeito e vai em busca de um objeto. Para alcançar, procura adquirir competência que pode ser um saber, querer ou poder fazer algo, o que o conduz durante a narrativa; na performance acontece a principal transformação da narrativa, pois é nela que o sujeito faz aquilo que lhe foi proposto pelo destinador/manipulador; e a sensação, quando o sujeito tem sua ação julgada e recompensada (ou não) por um destinador/julgador.

Figura 15 - Lego Frozen



Fonte: arquivo pessoal Juliana Santos (2016)

O brinquedo acima é o Lego; não qualquer Lego, mas o Lego da Frozen, filme de animação de sucesso estrondoso em 2013. A proposta do brinquedo é construir o castelo onde moram as princesas Elsa e Ana, protagonistas da estória. Pois bem, suponhamos que a criança (destinador), querendo um Lego, tenta convencer os pais (destinatários) a comprarem-no para ela. Como forma de manipulação por tentação, propõe menos internet (valor considerado positivo para os pais), em troca do lego. Os pais, aceitando a manipulação, juntam dinheiro

(competência) e compram o Lego (performance). Como sanção, a menina cumpre o prometido, e fica menos tempo na internet.

Nesse breve exemplo, uma narrativa comum, de alguém que conquista alguma coisa, foi contada por meio da estória de uma menina (sujeito) que queria um objeto (lego da Frozen). O nível discursivo, no qual estudamos as diversas formas de se contar uma estória, será apresentado na próxima seção.

2.2.3 Nível Discursivo

O nível discursivo é considerado o mais concreto e complexo e, sendo assim, permite que a mesma história seja contada com personagens diferentes, em lugares e tempos também distintos. É no nível discursivo que, segundo Fiorin (2016, p. 41), “as formas abstratas do nível narrativo são revestidas de termos que lhe dão concretude” e é por meio da análise desse nível que examinamos o modo como a expressão se articula a fim de dar significado ao texto e, desta forma, é possível depreender o seu conteúdo.

No nível discursivo, destacaremos a sintaxe discursiva, dividida em projeções da enunciação no enunciado (pessoa, tempo e espaço) e relações entre enunciador e enunciatário. Primeiro, é preciso entender que a sintaxe discursiva, desenvolvida por Greimas, foi influenciada pelas inquietações de Benveniste a respeito de como os seres humanos passam da língua para a fala; na tentativa de responder a essa questão, o teórico desenvolveu o conceito de enunciação.

Sabemos que a enunciação “é o ato de produção do discurso, é uma instância pressuposta pelo enunciado” (FIORIN, 2016, p. 55). Ao tornar-se enunciado, a enunciação deixa marcas no discurso que constrói. Um exemplo disso é a possibilidade de o enunciador reproduzir ou não a enunciação no interior do enunciado. Em um enunciado como: “Ela come e bebe”, por exemplo, o enunciador deixou de fora o simulacro do ato de enunciar: *eu afirmo* que ela come e bebe. No entanto, mesmo que os elementos da enunciação não apareçam no enunciado, sabemos que ela existe, pois nenhuma frase se enuncia por si mesma, sempre haverá um alguém (um *eu*) que diz algo para outro alguém (*tu*).

Sendo assim, existem, no enunciado, um *eu* pressuposto e um *eu* projetado, dando origem a duas instâncias: a primeira é a do enunciador, e a segunda, do narrador. Como cada *eu* corresponde a um *tu*, há o *tu* pressuposto que é o enunciatário e, há também, outro *tu* projetado no interior do enunciado que é o narratário. Além disso, em textos em que o narrador

passa a palavra para os personagens, ou seja, quando estes falam no discurso direto, encontramos um *eu* interlocutor e um *tu* interlocutário.

O sujeito da enunciação faz uma série de escolhas para projetar o discurso, levando em consideração os efeitos de sentido que deseja produzir. No processo de constituição do discurso, a enunciação faz uso de duas operações denominadas *debreagem* e *embreagem* e esses mecanismos projetam as categorias da pessoa, do espaço e do tempo.

No que concerne a relação entre enunciador e enunciatário, sabemos que ela se dá por persuasão, pois todo ato de comunicação tem como finalidade persuadir alguém a aceitar o que está sendo comunicado. Desta forma, o ato de comunicação envolve um complexo jogo de manipulação que parte do enunciador com o objetivo de fazer o enunciatário acreditar naquilo que se transmite. Durante o processo de persuasão, o enunciador faz uso de procedimentos argumentativos utilizados para convencer o enunciatário. Esses procedimentos variam bastante, podendo ser a utilização da norma culta, o uso informal da língua, o uso de ilustração ou figuras de pensamento, tudo depende de como o enunciador pretende persuadir o enunciatário.

Além da sintaxe discursiva, utilizaremos também a semântica discursiva (que reveste os programas narrativos com temas e figuras). Todos os textos recebem uma formulação abstrata organizada em percursos temáticos (tematização), os quais podem ser revestidos pelas figuras do mundo (figurativização).

O nível discursivo, por ser o mais concreto, traz muitos elementos que contribuem para a compreensão das perspectivas sociais/ideológicas, visão de criança, de infância, entre outros, presente nas caixas de bonecas analisadas.

O assunto a seguir, contribui na identificação das vozes no enunciado das bonecas.

2.2.4 Instâncias da Enunciação

A enunciação, segundo Benveniste (1970), é o ato de dizer, enquanto que o enunciado é o dito, ou seja, a materialização da enunciação. A enunciação é a apropriação da língua por um ato individual de dizer, ela é a instância de mediação entre a língua e a fala. Ao perceber que há alguns elementos linguísticos que só fazem sentido quando tomamos a palavra, isto é, no ato de dizer, Benveniste conclui que esses elementos constituem um conjunto de categorias linguísticas que são utilizadas na passagem da língua para a fala.

Sendo assim, a enunciação é a instância do ego (eu), hic (aqui) et nunc (agora) que correspondem aos elementos que constituem as categorias de enunciação. Assim, a enunciação possui um conteúdo linguístico: a pessoa, o espaço e o tempo. Esses três elementos são encontrados em todas as línguas e podem ser chamados de embreadores porque relacionam o conhecimento da língua ao de situação de enunciação.

A enunciação é uma instância logicamente pressuposta pelo enunciado. Se existe o enunciado, que é o dito, isso significa que existe aquele que disse. Ou seja, sempre existe um *eu* pressuposto que diz, e essa instância pressuposta é o enunciador. O enunciador é o equivalente à ideia de autor construída a partir de sua obra. Como todo *eu* fala para um *tu*, o enunciador fala para o enunciatário que, por sua vez, é o leitor abstrato.

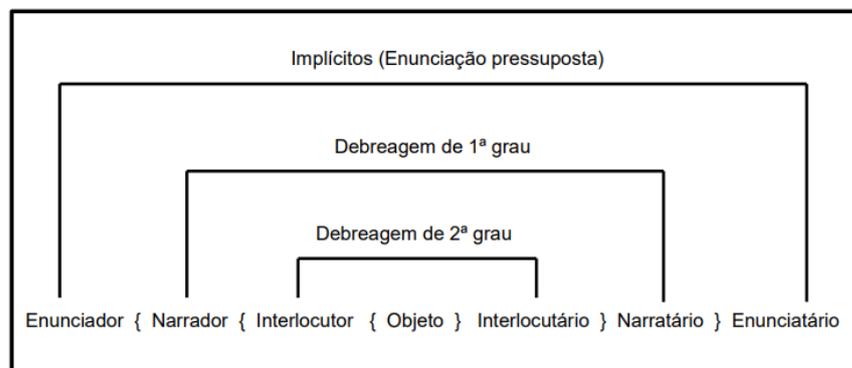
O leitor abstrato: É esse leitor ideal, implícito, que o texto programa, com o qual o escritor (a instância produtora no curso de sua escritura) dialogou ao longo de sua atividade de escritura. Trata-se de uma imagem do destinatário pressuposto, de um leitor que acederia ao(s) sentido(s) da obra (ADAM, 1985, p. 174)

O enunciador e o enunciatário constituem o primeiro nível da hierarquia enunciativa. O enunciador constrói o enunciado pensando no enunciatário, levando este em consideração na produção do enunciado, tornando o enunciatário coprodutor do sentido. Há, ainda, outros dois níveis. O segundo nível apresenta um outro *eu*, que é colocado no interior do enunciado: trata-se do narrador, aquele que conta a história. Como já foi dito, todo *eu* fala para um *tu* e, assim, o narrador se dirige ao narratário. O narratário, da mesma forma que o narrador, se apresenta no enunciado, ele é o leitor inscrito no texto.

O segundo nível da hierarquia enunciativa é o do destinador e do destinatário instalados no enunciado. Trata-se, nesse caso, dos actantes da enunciação enunciada. São chamados narrador e narratário. São sujeitos diretamente delegados do enunciador e do enunciatário. (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 242)

O terceiro nível da hierarquia enunciativa se dá quando o narrador dá voz a um actante do enunciado. Esse actante é chamado de interlocutor, ele é o personagem que toma a palavra no texto. O interlocutor dirige-se ao interlocutário que, quando responde, passa a ser o interlocutor e, dessa maneira, interlocutor e interlocutário trocam de papéis à medida que o texto se desenvolve. Para melhor entendimento da hierarquia enunciativa, segue um esquema:

Figura 16 - Hierarquia Enunciativa



Fonte: Barros (1988, p. 75)

Para exemplificar melhor as instancias enunciativas, podemos analisar a embalagem do Hamsters em casa¹³ (Figura 17) e pensar que a Candide (fabricante) é o enunciador, a imagem de criança a quem a Candide se dirige, é o enunciatário. Já no nível do enunciado, temos o narrador, aquele que fala: “Super acelerado”, e o narratário também é a imagem de criança. Por fim, o interlocutor e o interlocutário são o hamster e a quem ele se dirige quando diz “Eu ganho vida!”.

Figura 17 - Hamsters em Casa



Fonte: Arquivo pessoal Juliana Santos (2016)

¹³No original: Hamsters in a house.

Esclarecida a hierarquia enunciativa, passaremos à discussão sobre as categorias da enunciação que são três: a categoria de pessoa, a categoria de tempo e a categoria de espaço. As categorias da enunciação colaboram na análise das embalagens demonstrando o quanto as escolhas linguísticas dos fabricantes podem, por exemplo, aproximar os consumidores. Compreendemos a complexidade desse assunto, abordado vastamente no livro *As astúcias da Enunciação* de José Luíz Fiorin, por isso, ressaltamos que nossa proposta é abordar apenas os conceitos que serão utilizados na análise das embalagens.

2.2.5 Categoria de Pessoa

No discurso, encontramos três categorias enunciativas: pessoa, espaço e tempo. A disposição das pessoas no texto é chamada de *debreagem actancial* que corresponde à instalação de pessoas no texto. A *debreagem* pode ser enunciativa quando o texto é narrado em primeira pessoa e o efeito de sentido causado por uma narração em primeira pessoa é o de subjetividade. A *debreagem actancial* pode, ainda, ser enunciativa quando o texto se projeta em terceira pessoa. Esse tipo de narração causa o efeito de sentido de objetividade.

Vejamos um exemplo de *debreagem enunciativa* na embalagem do brinquedo Hamsters em casa¹⁴ (Figura 17). O brinquedo é composto por um carrinho que tem como “motorista” um hamster. Os dizeres em destaque na embalagem, além do nome do próprio brinquedo (Hamsters in a house), são: “Eu ganho vida!”, “Eu grito, corro e fujo bem rápido”. O discurso foi feito na primeira pessoa e no tempo presente, na tentativa de aproximar o enunciador (responsável pela produção da embalagem) e enunciatário (aquele que compra).

Para exemplificar a *debreagem enunciativa* basta que imaginemos as mesmas frases do “Hamster em casa” na terceira pessoa do singular: “ele ganha vida!”, “Ele grita, corre e foge bem rápido”. Se assim fosse, não haveria o efeito de aproximação entre o brinquedo e o consumidor, pois ao utilizar *ele*, o efeito de sentido seria de distanciamento, imparcialidade, ou objetividade, que são efeitos obtidos quando omitimos as marcas da enunciação.

Além da *debreagem actancial*, existe também a *embreagem actancial*, que corresponde ao uso de uma pessoa no lugar de outra. Essa troca de pessoas no discurso não é feita indiscriminadamente, “seu funcionamento não é caótico, mas sistemático, podendo, de maneira geral, produzir efeito de sentido de aproximação ou de distanciamento, de objetividade ou de

¹⁴No original: Hamsters in a house.

subjetividade” (FULANETI, 2015, p.53). Como afirma Fulaneti (2015), são vários os efeitos de sentido decorrentes da embreagem actancial, por isso sua utilização neste estudo se faz necessário, pois a embreagem actancial é um artifício utilizado nas embalagens de bonecas.

2.2.6 Categoria de Tempo

Para começar a falar da categoria de tempo é relevante ressaltar que o tempo linguístico, em pauta aqui, é diferente do tempo físico e cronológico. A singularidade do tempo linguístico é que ele é estabelecido no tempo da enunciação. O tempo é, portanto a categoria linguística pela qual localizamos o acontecimento em função do momento de enunciação. A enunciação estabelece um agora e, a partir desse agora, é possível localizar os acontecimentos. Assim, há apenas três lugares para localizar esses acontecimentos: o presente do momento da enunciação (concomitante), o pretérito e o futuro do momento da enunciação (não concomitantes).

Debreagem temporal é a instalação de tempo no texto, ou seja, a escolha do tempo em que é narrado o texto. A debreagem temporal será enunciativa quando o enunciado tiver como momento de referência a concomitância (agora). Quando se trata de uma narrativa tiver como momento de referência o pretérito ou futuro (não concomitância), a debreagem é enunciva,

A embreagem temporal, por sua vez, é o uso de um tempo no lugar de outro. Os efeitos de sentido proporcionados pela embreagem temporal são muitos, por exemplo, o uso do pretérito no lugar do presente pode causar o efeito de ficcionalidade ou proximidade, já o uso do futuro do pretérito no lugar do presente pode causar polidez. Esses efeitos de ficcionalidade, proximidade, polidez, entre outros, são úteis para a análise que propomos porque ao usar desses artifícios, o narrador revela elementos que configuram o perfil desse enunciatário, que é a imagem de criança.

2.2.7 Categoria de Espaço

O espaço é predominantemente marcado por um pronome demonstrativo, um adjunto adverbial de lugar, ou um advérbio de lugar. Ao contrário das duas categorias anteriores, a categoria espacial pode estar implícita no texto.

A debreagem espacial enunciativa distingue-se da enunciva porque a primeira é marcada a partir do *aqui*, o espaço da enunciação. A debreagem enunciva, por outro lado, tem como base o *lá*, distante da enunciação.

A embreagem espacial, como esperado, trata-se da utilização de um marcador de espaço com o valor de outro marcador. *Isto* com o valor de *aquilo*, por exemplo, causa o efeito de

sentido de aproximação já que *isto* está dentro do espaço de enunciação, enquanto, *aquilo* está fora. Esta categoria contribui com a análise do espaço em que as narrativas das embalagens se dão e, assim, auxilia na identificação da concepção de criança apresentada nas caixas de bonecas.

A próxima seção apresenta como serão analisados, os temas e as formas como são eles são apresentados nas embalagens.

2.2.8 Figuras e Temas

O uso dos temas e das figuras é, na verdade, um “enriquecimento semântico” empregado para dar o acabamento estético almejado pelo enunciador (BARROS, 2003, p. 206). Segundo Fiorin: “os discursos figurativos têm uma função descritiva ou representativa, enquanto os temáticos têm uma função predicativa ou interpretativa. Aqueles são feitos para simular o mundo; estes, para explicá-lo” (2016, p. 91). Assim, tema é o emprego de traços semânticos de natureza abstrata que recobrem os elementos do texto e categorizam, organizam, ordenam os elementos do mundo natural. Por exemplo, na embalagem de “Hamster em casa” (Figura 16), encontramos temas como velocidade, vitalidade, energia.

As figuras funcionam de modo semelhante, mas trata-se de características físicas, materiais, de um mundo efetivamente natural ou construído. Ainda utilizando a Figura 16, encontramos os temas velocidade, energia e vitalidade, revestidos pelas palavras “gritar”, “correr” e, também, pelas frases: “bem rápido”, “super acelerado”. Não é mera coincidência que essas atividades sejam as mesmas executadas diariamente pelas crianças, afinal, não é disso que as crianças são acusadas frequentemente, de serem “super aceleradas”? Sendo assim, o “Hamster em casa” apresenta-se não só como uma ótima opção de entretenimento para as crianças, mas também como uma companhia tão ativa quanto elas.

Como é possível checar nos exemplos anteriores, tanto os temas quanto as figuras constroem um percurso no texto. Os percursos temáticos são um encadeamento de temas. Evidentemente que esse percurso ocorre em textos temáticos, pois corresponde a “um conjunto de lexemas abstratos, que manifesta um tema mais geral” (FIORIN, 2016, p. 104). Os percursos figurativos, por sua vez, são um conjunto de figuras porque trabalhamos com textos e não com enunciados isolados. Desta forma, “ler um texto não é apreender figuras isoladas, mas perceber relações entre elas, avaliando a trama que constituem” (FIORIN, 2016, p. 97). O mapeamento desses temas e figuras, a compreensão dos percursos que produzem, e o uso que se faz deles

para conduzir o desenrolar de um esquema narrativo podem nos ajudar a entender quais são os temas e figuras presentes nas embalagens de bonecas, tornando mais concreto o perfil de consumidor que estamos analisando.

Abordada a fundamentação teórica essencial a esta pesquisa, passamos, a seguir, para a aplicação da mesma na análise, como já informado, de 3 embalagens de bonecas vendidas a partir de 2006: Baby Alive Dançarina (Figura 19), da Baby Alive Bons Sonhos (Figura 20) e da Baby Alive Hora de Comer (Figura 18). E mais três embalagens de bonecas da década de 80: Bebê Amore (Figura 21), do Manequinho (Figura 26) e da Bate Palminha (Figura 28). Os objetivos são 1) analisar as caixas de bonecas a fim de descobrir qual é a imagem de criança ou menina, ou seja, a imagem do público consumidor, projetada nas embalagens por meio de um conjunto de recursos multimodais; 2) estabelecer as diferenças e similaridades entre as embalagens da década de 80 e as atuais; 3) refletir sobre a infância atual e compará-la com a infância da década de 80; 4) discutir os papéis de gênero que surgirem no decorrer da análise.

3 AS EMBALAGENS SOB O OLHAR COMPOSICIONAL

Na embalagem da Baby Alive Hora de Comer (Figura 18), temos como elemento *dado* na embalagem a própria boneca que é apresentada do lado esquerdo da embalagem sob plástico transparente, com um vestido cor de rosa, de cabelos com o penteado “Maria Chiquinha”. A boneca tem pele clara, cabelo loiro e olhos azuis proeminentes e sua boca também se destaca, pois é maior que na maioria das bonecas e está aberta. Isso deve-se ao fato de ela ser a Baby Alive “hora de comer”, o que corrobora não apenas sua boca protuberante, mas também com os elementos do lado direito da embalagem.

Figura 18 - Baby Alive Hora de Comer



Fonte: Arquivo pessoal Juliana Santos (2016)

Do lado direito da embalagem, que segundo a GDV, é onde encontraremos a informação *nova*, temos fotos de uma menina, assim como a boneca, branca e de cabelo claro, executando tarefas com a boneca. É deste lado que se encontram também os acessórios como fraldas, prato, colher e copo que representam as tarefas que podem ser desempenhadas com a boneca, enfatizando assim, seu diferencial.

Tendo em vista como estão compostos o lado esquerdo e o lado direito da embalagem, é coerente considerar que eles corroboram o que defendem Kress e Van Leeuwen sobre *dado* e *novo* respectivamente. Pelo fato de estar posicionada do lado esquerdo, seria apenas mais uma boneca, porém, as inovações, expostas no lado direito, como fazer “xixi e caquinha”, além de falar mais de 30 frases são o seu diferencial, a novidade na categoria de bonecas. O mesmo se dá com as demais embalagens sob análise (Figuras 19 e 20) nas quais a boneca se apresenta do lado esquerdo enquanto os acessórios aparecem no lado direito.

Figura 19 - Baby Alive Dançarina



Fonte: Arquivo pessoal Juliana Santos (2016)

Figura 20 - Baby Alive Bons Sonhos



Fonte: Arquivo pessoal Juliana Santos (2016)

A característica inovadora da Baby Alive não se estendeu à escolha de cores para as embalagens que, como a maioria das embalagens de bonecas bebês, consistem em rosa e azul. Há, em relação às cores, uma perpetuação da tradição de cores consideradas infantis ou, mais especificamente, das cores consideradas femininas e daquelas consideradas masculinas.

Passando para a análise das embalagens da década de 80, começaremos com a embalagem do bebê Amore, a primeira boneca eletrônica do Brasil. O bebê Amore, lançado pela Estrela em 1986, foi um sucesso de vendas devido ao fator eletrônico, inovador para a época.

Retomando a análise sob o olhar composicional, percebemos que na embalagem do bebê Amore (Figura 21) não há uma divisão marcada entre lado esquerdo e direito, característica recorrente nas embalagens da Baby Alive (Figura 18). Por outro lado, na embalagem da Amore, do Manequinho (Figura 26) e da Bate Palminha (Figura 28), as bonecas aparecem ao lado da criança tomando quase todo o espaço da embalagem. Ao contrário das embalagens da Baby Alive nas quais a boneca aparece sob um plástico transparente, nas embalagens da década de

80, temos, em vez disso, a foto da boneca com uma criança que, como já dito, ocupa quase toda a embalagem.

Figura 21 - Bebê Amore



Fonte: <https://anacaldatto.blogspot.com>

A informação não é dividida entre lado esquerdo e direito, mas é distribuída entre o topo e a base da embalagem. Segundo Kress e Van Leeuwen (2006), a informação disposta no topo corresponde a informação ideal, enquanto a informação considerada real é encontrada na base da embalagem. Segue o texto localizado no topo da embalagem do bebê Amore:

AMORE: O Bebê Do Ano 2000. Amore **conversa** com você!! Graças a seu circuito eletrônico, assim que você tira a sua chupeta, Amore **fala com** você. E depois, quando você levanta seu bracinho, sua perna, quando você o põe de pé e a cada novo movimento, AMORE **diz uma nova frase**. Ao todo são dez frases para você brincar e **conversar com ele o tempo todo**. AMORE, **o bebê que você sempre sonhou**.

Algumas palavras e frases foram ressaltadas em negrito a fim de demonstrar o porquê dessas informações serem consideradas ideais de acordo com Kress e Van Leeuwen (2006). Ao atribuir atividades como conversar a uma boneca, sabemos que não é exatamente isso que o fabricante quis dizer, pois a boneca não pode conversar, pois ela é um objeto e não um ser humano. O bebê Amore também não é “o bebê que você sempre sonhou”. Para começar, não se trata de um bebê, mas sim de um boneco e é improvável que o consumidor tenha sonhado

em tê-lo. Por essas razões, dizemos que as informações no topo da embalagem do bebê Amore são ideais, ou melhor, idealizadas pelo fabricante a fim de vender o brinquedo. As demais embalagens da década de 80 sob análise não possuem texto consistente no topo da embalagem.

As cores das embalagens da década de 80 não diferem muito das cores utilizadas na Baby Alive. O rosa e azul aparecem, porém numa quantidade menor e com uma diferença na tonalidade. Percebe-se que nas embalagens antigas os tons são mais suaves que nas atuais. A cor branca, quase inexistente nas embalagens da Baby Alive, é destaque nas embalagens da década de 80, sempre presente nas roupas das crianças e das bonecas transmitindo uma sensação de tranquilidade ausente nas embalagens das bonecas da Hasbro.

O *enquadramento* das embalagens da década de 80 também diferem notavelmente do *enquadramento* dos elementos nas embalagens da Baby Alive. Estas foram elaboradas com linhas acentuadas, divisões expressivas, criando um efeito de heterogeneidade entre os elementos. As embalagens da década de 80, por sua vez, apresentam ausência de linhas e uma conexão fraca entre os elementos das embalagens, criando um efeito de homogeneidade.

Vejamos agora o que a metafunção representacional nos diz sobre as embalagens sob análise.

4 AS EMBALAGENS SOB O OLHAR REPRESENTACIONAL

Na embalagem da Baby Alive Hora de comer, encontramos três imagens definidas como representações narrativas de *ação* e *reação*. Duas delas se caracterizam como processos *transacionais unidirecionais* (Figuras 22 e 23) e uma como processo *transacional bidirecional* (ver figura 24). Começaremos analisando os processos *transacionais unidirecionais*. No topo do lado direito da embalagem, temos a fotografia (Figura 22) de uma menina (*ator*) alimentando a boneca (*meta*) que está sentada numa superfície; ao alimentar a boneca, a menina projeta seu olhar e sua mão com uma colher (*vetor*) para a boneca (*meta*).

Figura 22 - Processo Transacional Unidirecional



Fonte: Arquivo pessoal Juliana Santos (2016)

No centro da embalagem, ainda à direita, encontramos mais uma foto (Figura 23). Desta vez, uma menina segura a boneca nos braços, enquanto a alimenta com a mamadeira, acessório da Baby Alive. Temos novamente um processo transacional, inclusive com mesmo ator (menina), mesma meta (boneca), apenas com a mudança de um dos vetores: a colher foi substituída pela mamadeira. Destacamos que essa imagem, uma menina com a boneca nos braços, alimentando-a com uma mamadeira, se repete também nas outras embalagens da Baby Alive (Figuras 19, 20). Trata-se de uma imagem bastante maternal, com a maternidade refletida em detalhes mais óbvios como a posição em que a menina segura a boneca, e em detalhes mais sutis como o suéter que a menina usa. Suéteres são roupas que despertam psicologicamente a sensação de aconchego e a menina veste-se dessa forma em quase todas as fotos.

Figura 23 - Processo Transacional Unidirecional 2



Fonte: Arquivo pessoal Juliana Santos (2016)

Quanto ao processo transacional bidirecional (Figura 24), está localizado na última fotografia, na base direita da caixa. A imagem apresenta uma menina, agora, trocando a fralda da boneca. Porém, desta vez, as duas não são as únicas protagonistas da cena. Há também uma mulher adulta interagindo intimamente com a menina. Enquanto a garotinha troca a fralda, outro acessório da boneca, ela e a mulher se entreolham sorrindo. É a troca de olhares entre elas que configura o processo transacional bidirecional, pois faz com que ambas sejam atores e metas ao mesmo tempo. O olhar pode ser interpretado como um símbolo de cumplicidade entre mãe e filha, representadas pela mulher e a menina da imagem.

Figura 24 - Processo Transacional Bidirecional



Fonte: Arquivo pessoal Juliana Santos (2016)

Na embalagem da Baby Alive Bons Sonhos (Figura 20) há uma cena parecida com a da Figura 24, uma menina troca a fralda da boneca acompanhada de uma mulher adulta. Todavia, em vez de se entreolharem, percebemos apenas o olhar da mulher em direção a menina. Desta vez, o olhar não representa apenas cumplicidade, mas talvez admiração ou orgulho diante da ação da menina.

Figura 25 - Processo Transacional Unidirecional 3



Fonte: Fonte: Arquivo pessoal Juliana Santos (2016)

É notável que, nessas imagens, a boneca não tem o destaque que tinha nas imagens anteriores porque agora, a intenção não é mostrar quão inovadora é a boneca, isso já foi feito nas outras fotografias. Nas Figuras 24 e 25, a presença da mulher cria um efeito de sentido de legitimação da brincadeira. A figura feminina e adulta pode ser interpretada como sendo a mãe ou responsável pela menina e, juntas, elas remetem a algumas ideias socioculturais: o conhecimento que passa de mãe para filha e a responsabilidade pela criação dos filhos atribuída à figura feminina, por exemplo. Com isso, a embalagem “Baby Alive” fala também para os pais das crianças, principalmente para as mães, apresentando um discurso de preservação de tradição familiar.

De acordo com Kress e Van Leeuwen (2006, p. 46) “O que na linguagem é realizado por palavras da categoria “verbo de ação”, visualmente é realizado por elementos que podem ser definidos como vetores”¹⁵. Sendo assim, torna-se pertinente observar quais são os verbos de ação representados pelos vetores da embalagem. Corroborando o tema da boneca, os vetores (olhar, mão, colher) remetem aos verbos de ação cuidar, comer e alimentar, por exemplo.

Com relação ao olhar da menina, um dos vetores nas imagens, percebemos que de imediato somos levados a segui-lo e, por isso, nossa atenção se volta para a boneca, provocando o efeito esperado, já que ela é o objeto à venda. Além de chamar a atenção para a boneca, o olhar da menina também expressa sentimentos. É claro que para captarmos esses sentimentos precisamos levar em consideração o conjunto de expressões do rosto da menina. Ela sorri, ao olhar para a boneca, expressando contentamento, alegria. As meninas da embalagem que

¹⁵No original: What in language is realized by words of the category ‘action verbs’ is visually realized by elements that can be formally defined as vectors. (KRESS; VAN LEEUWEN 2006, p. 46)

brincam com a Baby Alive (Figura 18, 19, 20) é uma menina alegre, e o efeito de sentido construído com essa estratégia é: “compre a Baby Alive e, assim, tenha também momentos de alegria”.

Nas embalagens da década de 80, encontramos, também, representações narrativas de ação e reação. Na embalagem do bebê Amore (Figura 21), por exemplo, temos representações narrativas de ação, sendo a mais expressiva a imagem de uma menina de pele clara e cabelo castanho com o bebê Amore nos braços, imagem que resulta em um processo transacional unidirecional. Temos a menina como ator, e mãe como vetores e o bebê Amore como meta. Na mesma imagem, encontramos um processo verbal localizado acima do bebê Amore, trata-se de um balão de fala (vetor) que diz “eu gosto tanto de passear com você”. Este não é o único enunciado atribuído ao boneco, há outros no topo da embalagem associados a pequenos desenhos do bebê Amore (Figura 21). O que vemos são pequenas frases, provavelmente as mesmas que o boneco está programada para dizer.

Na embalagem do Manequinho também encontramos uma representação narrativa de ação e novamente um processo transacional unidirecional. Trata-se da imagem presente em quatro das 6 embalagens analisadas: uma menina (ator) alimentando com uma mamadeira (vetor) a boneca (meta). A imagem é recorrente mesmo em embalagens de bonecas cujo tema principal não é a alimentação (Figuras 19 e 20) e, no caso da embalagem do Manequinho, a imagem é acompanhada do seguinte texto localizado na base da embalagem: “ele toma mamadeira e faz pipi como um irmãozinho de verdade”. E aqui temos um dado novo, pois em nenhuma das outras cinco embalagens há de forma escrita quais são os papéis interpretados pelas meninas ou pelas bonecas. Em contrapartida, a embalagem do Manequinho esclarece que o boneco representa um irmãozinho para a menina da foto e, assim, sua proposta é proporcionar a experiência de ser a irmã mais velha para a menina que comprar o brinquedo.

Figura 26 - Manequinho



Fonte: <https://anacaldatto.blogspot.com>

Supomos, assim, que a discussão sobre questões de gênero associada à brincadeira com bonecas já influenciava os fabricantes na década de 80. Esclarecer que a brincadeira não seria de ser mãe do Manequinho, mas sim irmã, ameniza o estigma de que a brincadeira com bonecas determina o lugar e a função da mulher na sociedade desde muito cedo. Promover a brincadeira de ser irmã é socialmente mais aceitável do que brincar de ser mãe e, provavelmente, a Estrela estava ciente desse fato.

Há a possibilidade de a proposta do Manequinho não ter sido motivada apenas por questões de gênero. Propor a brincadeira de ser a irmã mais velha talvez tenha sido uma manobra de marketing no sentido de inovação. Sabe-se que a proposta mais frequente entre as bonecas é proporcionar a experiência de ser a mãe de uma boneca, mesmo que de forma velada. O que a Estrela fez, na década de 80, ao lançar o Manequinho foi inovador tanto na proposta da brincadeira quanto no fato de ser um boneco (gênero masculino) e não uma boneca.

Além da foto na parte frontal da embalagem do Manequinho, existe uma sequência de imagens localizada na lateral da embalagem (Figura 27). São imagens semelhantes às

encontradas nas embalagens da Baby Alive nas quais a menina é exposta explorando as funções das bonecas.

Figura 27 - Funções do Manequinho



Fonte: <https://anacaldatto.blogspot.com>

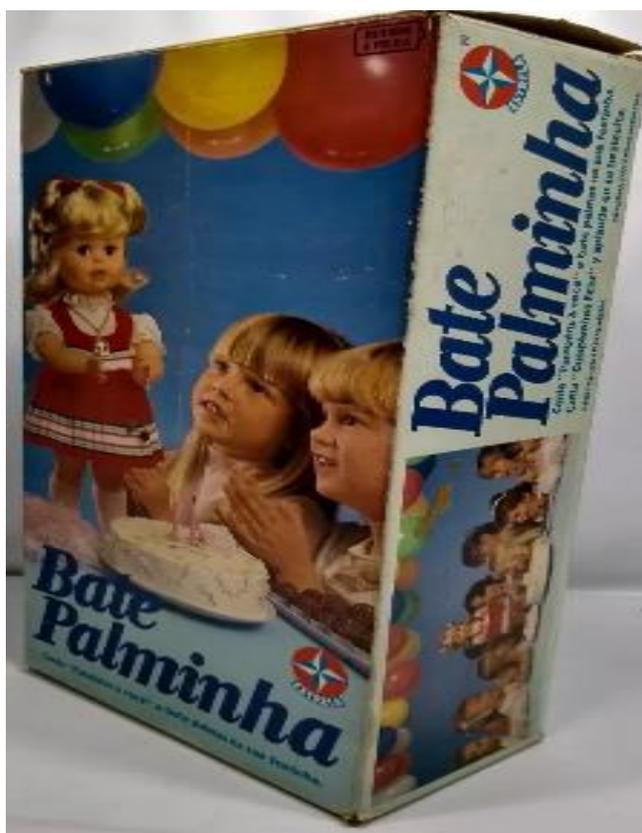
Na embalagem do Manequinho, as imagens resumem-se a uma foto da menina alimentando o boneco, seguida de uma imagem do boneco sentado em um pinico e, por último, a imagem da menina trocando a roupa do Manequinho. As imagens são realmente similares às encontradas nas embalagens da Baby Alive, no entanto, há uma diferença entre elas que é difícil não notar: a expressão da menina. Sempre contentes e com sorrisos bem marcados, é desta forma que as meninas se apresentam nas embalagens da Baby Alive. Já na embalagem do Manequinho, encontramos uma menina com uma expressão mais serena ou sisuda, sem sorrisos ao alimentar e trocar o Manequinho.

As demais embalagens da década de 80 apresentam crianças com expressões mais parecidas com aquelas apresentadas nas embalagens da Baby Alive. É provável que isso se deva ao fato de que todas as bonecas, com exceção do Manequinho, são bonecas falantes. Sabemos que a fase em que o bebê começa a falar é geralmente uma fase divertida e alegre, pois é engraçado assistir ao bebê tentando falar quando ele ainda não consegue pronunciar as palavras corretamente.

A terceira e última embalagem da década de 80 é a Bate Palminha (Figura 28). Nessa embalagem, encontramos duas crianças loiras com o olhar fixado na boneca, também loira, que aparece em pé formando uma cena de quase adoração à boneca. Assim como nas embalagens já apresentadas, encontramos na embalagem da Bate Palminha um processo narrativo, mas, desta vez, caracterizado como de reação. O olhar das crianças (vetor) nos permite perceber que elas estão reagindo com admiração e alegria à boneca (fenômeno) que “canta parabéns a você e bate palmas na sua festinha”¹⁶

¹⁶ Texto encontrado na embalagem da Bate Palminha.

Figura 28 - Bate Palminha



Fonte: <https://anacaldatto.blogspot.com>

Alguns podem argumentar que se trata de um processo de ação pois as crianças estão batendo palmas, ou seja, praticando uma ação. O fato é que essa imagem pode ser considerada tanto como um processo de ação quanto de reação já que os processos não são excludentes. No entanto, o olhar, detalhe crucial na identificação de um processo de reação, juntamente as expressões faciais das crianças, nos levam a perceber que mais do que agindo, elas estão reagindo. Elas reagem ao bater de palmas da boneca imitando-a e demonstrando admiração e, por isso, o processo com maior destaque é o de reação.

A Bate Palminha é a única boneca, dentre as selecionadas, que não propõe o tema maternidade de forma tão marcante como as demais bonecas. Podemos interpretar sua proposta como ser uma amiguinha para a criança que a comprar. O teor educativo da Bate Palminha também difere do das outras bonecas porque na brincadeira que a envolve não é sugerido que a criança troque fraldas, ou cuide dela como se fosse seu bebê. Com a Bate Palminha, a criança aprende a se comportar em aniversários e a cantar “Parabéns a você”.

Continuaremos na próxima seção com a análise das embalagens sob a perspectiva da Semiótica Francesa, começando pelo nível narrativo.

5 AS EMBALAGENS SOB O OLHAR NARRATIVO

Como já sabemos, o nível narrativo se atém as transformações da narrativa. Nas embalagens da Baby Alive, assim como nas embalagens da década de 80, encontramos duas narrativas. A primeira é a estória contada por meio das imagens nas embalagens: uma menina que alimenta, troca fraldas, bate palmas e cuida da boneca. Estamos falando do enunciado da caixa no qual a menina está realizando a performance de brincar com a boneca. Por outro lado, há uma segunda estória, desta vez, envolvendo quem está fora da embalagem, o consumidor.

O programa para quem vai comprar a boneca é de manipulação, pois a intenção é fazer o consumidor desejar agir da mesma forma que a menina nas imagens. A criança é manipulada pela estória contada anteriormente e, movida por um desejo de ter a mesma experiência que a menina das fotos, pode pedir aos pais que lhe comprem aquela boneca e, assim, a criança entra em conjunção com a boneca. No caso de o consumidor ser um adulto, é provável que a manipulação se dê por despertar a vontade de proporcionar aquela experiência para alguma criança de seu convívio. Desta forma, podemos dizer que há uma estória contada pelo fabricante (a menina que se diverte com a Baby Alive e bonecas da década de 80), a fim de que a segunda estória aconteça (alguém compra a boneca).

6 AS EMBALAGENS SOB O OLHAR DISCURSIVO

Em relação à hierarquia enunciativa, temos como sujeitos da enunciação a Hasbro e a Estrela, ou melhor, a imagem construída sobre esses fabricantes, como o *enunciador*, e o *enunciatário* é a imagem de criança. Já no nível do enunciado, os sujeitos são o narrador, encontrado nos enunciados em terceira pessoa, o *narratário* que é, também, a imagem de criança que buscamos definir. Por fim, o *interlocutor* e o *interlocutário* são as menina e as bonecas que revezam a palavra e, conseqüentemente, os papéis de *actantes*.

Os parâmetros de análise do nível discursivo ajudarão na interpretação do enunciado das embalagens. Começaremos com a embalagem da baby Alive Hora de Comer (Figura 18), na qual as imagens são reforçadas por texto verbal em balões de fala que dizem: “ela reage quando você dá comidinha para ela!”, “mais de 30 frases!”. Esse texto verbal, apesar de estar localizado perto da menina, não foi atribuído a ela, pois não é exatamente um balão de fala. À boneca são atribuídos dois balões nos quais ela é a dizente do enunciado “que delícia”. Já na Figura 23, a dizente é a menina: “ela come e bebe”, e por fim, na Figura 24, temos, novamente, a menina como dizente, desta vez, com o enunciado “ela faz xixi e caquinha”.

É recorrente em algumas das frases no parágrafo anterior, o efeito de intensificação das frases por meio do uso repetitivo da exclamação. Outra característica presente nas três embalagens é o caráter informal construído, por exemplo, com o pronome “ela” no fim das frases, ou o uso das palavras “xixi” e “caquinha”, todos exemplos típicos da oralidade. As palavras no diminutivo também desempenham um papel relevante, elas podem cativar através do apelo emocional que costumam despertar. Na embalagem da Baby Alive Dançarina (Figura 19), encontramos frases no imperativo: “arrume o cabelo dela”, “troque a fralda dela” forma que indica a preocupação em orientar o consumidor sobre como manusear a boneca ao mesmo tempo em que ressalta suas funções.

A Figura 29, que parece um selo, está localizada no topo esquerdo das embalagens da Baby Alive Hora de Comer e da Baby Alive Bons Sonhos. A princípio pensamos que os dizeres referem-se exclusivamente às bonecas que comem e fazem caquinha, bebem e fazem xixi. No entanto, se levarmos em consideração que os seres humanos, sem exceção, comem e fazem “caquinha”, bebem e fazem “xixi”, podemos considerar que a escolha do fabricante (enunciador) de não especificar quem come e bebe e, conseqüentemente, faz “caquinha” e “xixi”, seja uma estratégia para que o consumidor (enunciatário) se identifique com a boneca.

Figura 29 - Inscrição Baby Alive



Fonte: Arquivo pessoal Juliana Santos (2016)

O que sugerimos é que, enquanto no nível da narrativa, a pessoa mais provável para o sujeito oculto das sentenças na Figura 29 seja a terceira pessoa do singular “ela” (Baby Alive), no nível da enunciação, há mais de uma possibilidade de pessoa para o sujeito oculto. Sabemos que no processo de estruturação do discurso, “você” é segunda pessoa, ou seja, aquela com quem se fala, assim como “tu”. No entanto, como “você” se trata de um pronome de tratamento, exigirá verbos conjugados na terceira pessoa gramatical e é por isso que “você” também poderia ser o sujeito oculto das sentenças na Figura 29.

Desta forma, entendemos que o narrador não está apenas contando o que a Baby Alive pode fazer, mas também pode estar dirigindo-se diretamente ao narratário (consumidor): Você come e faz “caquinha”, você bebe e faz “xixi”. Neste caso, o narrador falaria com o narratário a fim de proporcionar uma identificação entre a boneca e a criança a partir das necessidades fisiológicas compartilhadas por ambas.

Uma frase com efeito parecido encontra-se na embalagem da Baby Alive Bons Sonhos (Figura 20): “É hora de se preparar para dormir”. Temos, novamente, uma construção de duplo sentido, pois é possível perguntar-se para quem a frase é direcionada. É hora de você (consumidor) se preparar para dormir ou é hora de ela (boneca) se preparar para dormir? É provável que a frase seja dita para ambos com o intuito de aproximação entre boneca e consumidor já que ambos dormem.

A desembreagem é predominantemente enunciativa em relação à pessoa (ela), mas enunciativa em relação ao tempo (presente e imperativo), acarretando em descrições sobre o que a boneca consegue fazer. As frases estão dentro de balões de fala associados a imagens da menina brincando com a Baby Alive. Dentro dos balões lê-se: “ela come e bebe”, “ela faz xixi e caquinha de verdade”. Não podemos ignorar, que o narrador fala da boneca (ela) para um “você”, ou seja, existe um “eu” que se dirige diretamente a um “você”. Assim, apesar da

desembreagem enunciativa (ela) ser geralmente utilizada para criar distanciamento, associada à desembreagem enunciativa (agora, eu) e às fotos de uma criança que supostamente fala para outra criança, o efeito final é de aproximação entre a boneca e o consumidor.

O tempo também possui um papel relevante na construção de sentido da embalagem. Nas três embalagens (Figuras 18, 19, 20), os acontecimentos apresentam-se em concomitância com o momento de referência presente, criando o efeito de sentido omnitemporal. Este em que, segundo Fiorin (2009, p. 134), trata-se de “quando o momento de referência é ilimitado e, portanto, também o é o momento do acontecimento”, isso significa que as sentenças nas embalagens Baby Alive podem ser lidas a qualquer momento sem que seu sentido seja alterado. O tempo omnitemporal é uma estratégia muito usada em propagandas já que a proposta é que o produto possa permanecer à venda por bastante tempo.

Percebemos, inclusive, que não há um momento de referência explícito como hoje ou agora, por exemplo. No entanto, devido ao tempo verbal (come, bebe, faz), sabemos que a narrativa se dá no presente, e é exatamente a inexistência de um marco temporal que proporciona o efeito de omnitemporalidade: a narrativa pode ser lida em qualquer momento, e o seu sentido será mantido. A narrativa foi organizada de forma que o texto possa ser entendido como uma verdade absoluta: a Baby Alive come e bebe. Não hoje ou neste momento, mas sempre, assim como as crianças, assim como os seres humanos.

Em relação ao texto verbal, uma diferença evidente entre as embalagens da Baby Alive e as da década de 80 é que estas têm consideravelmente menos texto na parte frontal da embalagem. Além de utilizarem pouco texto, este ainda aparecer em letras pequenas e na base da embalagem. Na embalagem da Bate Palminha (Figura 28), por exemplo, existe apenas uma frase: “canta parabéns a você e bate palmas na sua festinha”. Na embalagem do Manequinho, o texto resume-se a: “ele toma mamadeira e faz pipi como um irmãozinho de verdade”. Constatamos que nessas duas embalagens, a desembreagem é enunciativa em relação a pessoa (ela, ele) e enunciativa em relação ao tempo (presente) da mesma maneira que se deu com as embalagens da Baby Alive.

No caso da Bate Palminha e do Manequinho, encontramos o mesmo tipo de ambiguidade mencionada na análise de Baby Alive. Bate palmas na “sua” festinha. Na festinha de quem? Da boneca ou da pessoa a quem o narrador se dirige? Já em relação ao Manequinho, o narrador diz que ele funciona como um irmãozinho e, assim, entendemos que a

proposta do Manquinho é ser o “seu” irmãozinho. Desta forma, há um “eu” que se dirige a um “você” nos enunciados tanto da Bate Palminha quanto do Manquinho.

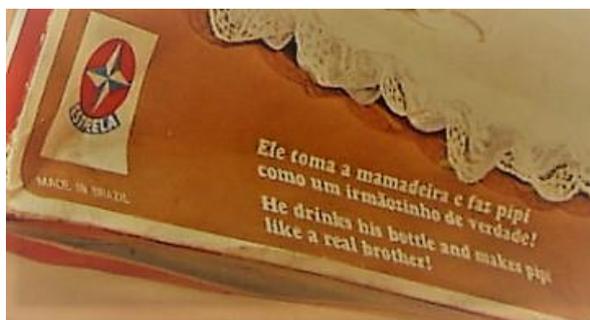
Na embalagem do bebê Amore, temos uma quantidade de enunciado semelhante ao que encontramos nas embalagens da Baby Alive, porém com uma diferença: o destaque dado a desembreagem enunciativa . “Eu dormi muito bem”, “quero brincar com você”, diz o bebê Amore. Em contrapartida, o enunciado dito pelo narrador é enuncivo: “O bebê do ano 2000”, “Amore conversa com você”. O bebê Amore tem por isso o texto mais persuasivo, pois ele dirige-se diretamente ao consumidor aproximando-se dele.

Outro aspecto que desperta a atenção nas embalagens da década de 80 é que as crianças utilizadas nas fotografias não recebem voz em nenhum momento. Esse aspecto nos diz muito sobre a percepção do lugar que a criança devia ocupar na década de 80. Um lugar no qual os adultos falavam enquanto as crianças permaneciam quietas até que lhe dirigissem a palavra.

E falando em adulto, essa é outra diferença entre as embalagens. Não há adultos legitimando a brincadeira nas embalagens da década de 80 da forma como encontramos nas embalagens da Hasbro. É vastamente disseminado que “brincadeira é coisa de criança” e talvez na década de 80 essa ideia fosse ainda mais contundente, ou mesmo não houvessem tantos especialistas falando sobre a importância da participação dos pais mesmo nos momentos recreativos da criança.

Como constatamos nas embalagens da Baby Alive, o uso da exclamação é utilizada vastamente com um recurso para intensificar o texto verbal. As embalagens da década de 80 vão de encontro a esse resultado, apresentando o uso de exclamação apenas uma vez na embalagem do Manquinho (Figura 30).

Figura 30 - Exclamação na Embalagem do Manquinho



Fonte: Fonte: <https://anacaldatto.blogspot.com>

Em comparação com o texto das embalagens da década de 80, o texto da Baby Alive parece mais hiperbólico tanto nas cores quanto na pontuação. O texto da década de 80 é mais suave, mais ameno. Parece haver um “excesso de informações” no texto das embalagens mais recentes, além do elemento didático do “como brincar”, isto é, a brincadeira aparece de forma mais direcionada, contando inclusive com a imagem de adultos legitimando-a, enquanto que nas embalagens da década de 80, a brincadeira aparece de forma mais livre.

Não foi somente na exclamação que a Estrela economizou, as aspas também só foram utilizadas uma vez na embalagem da Bate Palminha (Figura 31).

Figura 31 - Aspas na Bate Palminha



Fonte: <https://anacaldatto.blogspot.com>

As aspas destacam o nome da música que a Bate Palminha canta: Parabéns a você, a clássica canção cantalorada em todas as festas de aniversário. Nas embalagens da Baby Alive as aspas significam que as palavras realçadas não correspondem literalmente ao seu significado, como é o caso de “xixi e caquinha” que não correspondem a excrementos de verdade. Já no caso das aspas na embalagem da Bate Palminha, a função é destacar o nome da música a fim de ressaltar que se trata de uma canção conhecida, importante que as crianças aprendam a cantá-la.

O diminutivo foi uma estratégia usada repetidamente nas embalagens da Baby Alive e o mesmo se deu nas embalagens da década de 80. Inclusive o nome de duas das bonecas da década de 80 estão no diminutivo: Manequinho e Bate Palminha, como estratégia de sensibilização desde o primeiro contato com a boneca. Em todas as embalagens encontramos palavras como “pipi”, irmãozinho, festinha, bracinho, todas contempladas nas três embalagens. Ou seja, o diminutivo é mesmo uma forma registrada na linguagem infantil.

A forma temporal também se manteve a mesma que nas embalagens da Baby Alive, trata-se do agora indefinido, o tempo omnitemporal. Como já discutido, tendo como intenção

vender a boneca, esta é, de fato, a forma temporal mais recomendada e por isso mais encontrada em embalagens. Segue uma tabela para melhor apreensão e comparação das diferenças e similaridades entre as embalagens.

Quadro 1 – Resultados do Nível Discursivo

BABY ALIVE	BONECAS DOS ANOS 80
Efeito de aproximação e apelo emocional pelo uso do diminutivo (comidinha, caquinha, etc).	Efeito também encontrado, inclusive, nos nomes das bonecas: Manequinho, Palminha, Amore.
O nome Baby Alive (Bebê Cheio de Vida) remete a ação. Percebemos pelos nomes das bonecas (Hora de comer, hora de dormir), a agenda diária da criança, com os horários de suas atividades determinados.	Os nomes das bonecas da década de 80 se aproximam mais de nomes próprios: Manequinho, Amore, causando um efeito de personificação.
Efeito de intensificação (entusiasmo) das frases por meio do uso repetitivo da exclamação.	A exclamação é quase inexistente e por isso o texto soa mais moderado.
As aspas significam que as palavra realçadas não correspondem literalmente ao seu significado, como é o caso de “xixi e caquinha”.	As aspas quase não são utilizadas. A única utilização acontece na Bate Palminha para especificar que ela canta: “Parabéns a você”.
Duplo sentido e efeito de empatia (“come” e faz “caquinha”. “É hora de se preparar para dormir”)	Na embalagem da Bate Palminha: bate palmas na “sua” festinha. Na festinha de quem?
O efeito de omnitemporalidade: a narrativa pode ser lida em qualquer momento, e o seu sentido será mantido.	A forma temporal também se manteve a mesma, o tempo omnitemporal.
O texto da Baby Alive parece mais hiperbólico tanto nas cores quanto na pontuação.	O texto da década de 80 é mais suave, mais ameno.

Fonte: Juliana Santos (2019)

Chegamos agora aos Percursos temáticos e figurativos encontrados nas embalagens. Os percursos temáticos da década de 80 são os mesmos que os encontrados nas embalagens da Baby Alive. O tema mais recorrente é o das necessidades fisiológicas, o que vai ao encontro do tema da boneca Baby Alive Hora de Comer. No entanto, mesmo tendo como tema a dança ou a hora de dormir, as necessidades fisiológicas também se apresentam nas outras duas embalagens. A alimentação aparece sob o percurso figurativo: “comidinha”, “hora de comer”, “come e bebe”, “que delícia!”. Os percursos temáticos e figurativos são revelados também por

meio das imagens em que a menina alimenta a boneca com uma mamadeira ou colher (Figuras 22, 23, 26). Além da alimentação, outra necessidade fisiológica presente é a excreção, revelada pelo percurso figurativo: “bebe e faz xixi, come e faz caquinha”. Esses percursos também são representados em imagens nas quais a menina troca a fralda da boneca (Figuras 24, 25).

Os percursos temáticos e figurativos discutidos anteriormente remetem a outro percurso temático. O percurso do cuidar, mas um cuidar específico, apresentado em todo o lado direito das embalagens, passando pelas imagens e chegando ao texto verbal. Trata-se do cuidar materno. A maternidade aparece, como já dito, nos percursos temáticos e figurativos da alimentação e das necessidades fisiológicas. Estes, somados às imagens da menina segurando a boneca delicadamente, alimentando-a e trocando suas fraldas revelam, como principal proposta da brincadeira, a maternidade.

Quanto ao percurso figurativo, é relevante observar como o fabricante elabora, ou melhor, figurativiza o conteúdo. “Comidinha”, “xixi”, “caquinha”, “palminha” são palavras na forma em que adultos utilizam ao se dirigirem às crianças, portanto, o diminutivo reforça a ideia de vocabulário infantil. Além disso, há o uso repetido das aspas nas palavras citadas, e, como sabemos, aspas, em certos casos, indicam que “não é exatamente isso”, ou seja, não se trata de comida ou excreções de verdade. Por outro lado, as aspas realçam as palavras e, ainda, segundo Fiorin (2016, p. 62): “Com as aspas o narrador deixa clara a imagem que faz do narratário e reforça a imagem que constrói de si mesmo”. Realçar as palavras no diminutivo, consideradas geralmente como sendo do universo infantil, atribui à embalagem um caráter mais subjetivo, ao mesmo tempo em que deixa claro quem é o narratário: crianças e/ou seus responsáveis. Com isso, a Hasbro e a Estrela mostram que conhecem bem seu narratário e que se importam com ele ao ponto de produzir uma embalagem que é significativa para o narratário, proporcionando assim, maior identificação entre a boneca e o consumidor.

Os nomes das bonecas também dizem muito sobre a imagem de criança para qual elas são produzidas. “Hora de Comer”, “Bons Sonhos” (também vendida como Hora de Dormir) e a “Dançarina”. Percebemos pelos nomes das bonecas Baby Alive, a agenda diária da criança, com os horários de suas atividades determinados. É comum que crianças de classe média ou alta tenham uma agenda preenchida de atividades durante o dia: escola, aula de idiomas, dança, natação, etc., e a Baby Alive representa essa rotina ocupada das crianças.

Com tantas atividades preenchendo o dia das crianças, o tempo de brincar já se tornou motivo para discussão, mais especificamente a falta de tempo suficiente para brincar. Uma

pesquisa realizada pelo Museu das Crianças de Minnesota, nos Estados Unidos, intitulada *Play Under Pressure*¹⁷, ‘Brincar sob pressão’, em tradução livre, descobriu, por meio de um questionário aplicado a mais de 1.000 pais e mães, que 70% deles concordam que as crianças não têm tempo suficiente para brincar. E um dos fatores responsáveis por isso é a agenda lotada das crianças. Grande parte delas, como já dito antes, além da escola, têm outras atividades extracurriculares: aula de música, prática de esportes e teatro, por exemplo. O que acaba não deixando muito tempo livre para a brincadeira.

O próprio nome *Baby Alive* que, em tradução livre, significa *bebê cheio de vida*, demonstra como as crianças são vistas: (hiper)ativas. No entanto, esta não é a imagem que obtemos a partir dos nomes das bonecas da década de 80. Os nomes das bonecas da década de 80 se aproximam mais de nomes próprios: Manequinho, Amore, causando um efeito de personificação. Ao mesmo tempo, os nomes são escritos na forma diminutiva: Bate Palminha, Manequinho, da mesma forma que Ana é chamada Aninha e Sérgio de Serginho, quando crianças. Assim, os nomes das bonecas da década de 80 conseguem sensibilizar e gerar empatia mais facilmente do que as bonecas *Baby Alive*.

Por fim, há o percurso temático e figurativo do bebê, do mundo infantil, construído por enunciados como “bebe e faz xixi, come e faz caquinha”, “quero brincar com você” e vários outros. Juntamente com as necessidades fisiológicas, há o “mundo da criança” – falar algumas frases, bater palmas, cantarolar, ações praticadas pelas crianças no dia a dia. E, segundo a informação nas embalagens, as bonecas executam essas funções “de verdade”.

A expressão “de verdade” também desempenha um papel importante na composição das embalagens. Ela está presente na embalagem da boneca *Baby Alive Hora de Comer* (Figura 18) e na embalagem do *Manequinho* (Figura 26). Ao utilizar “de verdade”, os produtores enfatizam o quão realística a experiência com as bonecas pode parecer. Se a brincadeira é um ensaio para a vida real, é interessante que a brincadeira seja a mais próxima da realidade possível. Por isso a simulação de “xixi” e “caquinha”, da fala infantil e, também, da aparência das bonecas. A aparência delas imita traços humanos, o que nos leva ao antropomorfismo.

O termo antropomorfismo é derivado da combinação das palavras gregas "antrophos" (humano) e "morphé" (forma) e é utilizado para identificar este tipo de representação em seus mais variados aspectos: artístico, literário, simbólico, psicológico, antropológico, histórico,

¹⁷ *Play Under Pressure: Surveying Parents about Children and the State of Play*. Disponível em: https://mcm.org/wp-content/uploads/2016/03/Play_Under_Pressure_Survey_Report.pdf

cultural e religioso. Frayer (2010) fala sobre a consequência de objetos antropomorfos sobre nós:

[...] A questão na área do design no entanto, reside no potencial do antropomorfismo em influenciar a relação entre o usuário e o objeto. Um objeto criado por um designer para conter atributos bastante antropomórficos, evidentemente sugere uma relação mais desenvolvida quando o usuário pode fornecer características humanas ao objeto. O antropomorfismo altera e provavelmente fortalece a relação usuário-objeto. (FRAYER, 2010, p. 5)

Se o antropomorfismo fortalece a relação usuário-objeto, podemos supor que as bonecas além da interatividade, têm a seu favor o antropomorfismo, pois ele as aproxima do consumidor devido à empatia que um objeto desperta em um indivíduo que o considera semelhante. Quanto mais características humanas a boneca tiver, mais influência sentimental ela é capaz de despertar nas pessoas. A Hasbro investe bastante nesse quesito, pois todas as bonecas da coleção Baby Alive existem nas versões negra, morena e loira. A estrela, na década de 80, não oferecia as bonecas analisadas com a tonalidade de pele negra ou morena, apenas a cor do cabelo das bonecas variava.

A fim de resumir os temas e figuras encontrados nas embalagens, elaboramos o quadro a seguir.

Quadro 2 – Resultado dos Temas e Figuras

TEMAS E FIGURAS	
Baby Alive	Bonecas 80
O tema das necessidades fisiológicas : “come e faz caquinha”, “faz pipi”.	
A alimentação aparece sob o percurso figurativo: “comidinha”, “come e bebe”, “toma mamadeira...”	
O percurso temático e figurativo do bebê , do mundo infantil: “bebe e faz xixi, come e faz caquinha”, “quero brincar com você”.	
O antropomorfismo porque os bonecos têm características humanas e isso fortalece a relação usuário-objeto.	
A maternidade aparece sob os percursos temáticos e figurativos discutidos anteriormente.	

Fonte: Juliana Santos (2019)

A análise das seis embalagens de bonecas, sob as perspectivas das semióticas supracitadas, revelou que as funções que as bonecas atuais desempenham são praticamente as mesmas desempenhadas pelas bonecas da década de 80, corroborando a afirmação de Almeida: “algumas das tendências nas representações de bonecas antigas ainda permanecem na contemporaneidade: papéis tradicionais que variam de deveres parentais a habilidades médicas que as meninas devem aprender para cuidar de seus “filhos” (2018, p. 158) ¹⁸.

Semelhanças como o uso do diminutivo e a utilização do discurso informal foram encontradas em todas as embalagens. Quanto às diferenças entre os enunciados das décadas sob análise, constatamos, por exemplo, que nas embalagens da década de 80, até mesmo a quantidade de texto verbal é diminuída. Diferente das embalagens da Baby Alive, nas quais os textos são mais intensificados e hiperbólicos.

O mesmo efeito de intensificação foi constatado no texto não verbal: cores fortes e *enquadramento* intenso são características das embalagens Baby Alive, enquanto as embalagens da década de 80 se mostraram mais suaves, inspirando maior tranquilidade. Em ambas as décadas, foram utilizadas imagens de crianças ilustrando as funções das bonecas, todavia, nas embalagens Baby Alive, a ilustração foi mais utilizada, inclusive, incluindo uma figura adulta para legitimar a brincadeira.

A imagem da mulher e a maior quantidade de ilustração nas embalagens Baby Alive, indicam uma brincadeira supervisionada e direcionada, pois cada função da boneca é abordada. Já nas embalagens da década de 80, as crianças aparecem mais livres, sem supervisão, o que pode promover mais criatividade por parte da criança durante a brincadeira.

A quantidade de funções das bonecas Baby Alive também nos levou a um perfil de criança mais ocupada, com uma rotina mais regrada. Um perfil de criança que tem gerado discussão por não ter tempo suficiente para brincar. Essa característica não foi identificada nas embalagens da década de 80 que, como já dissemos, transmite uma imagem de criança mais tranquila e de brincar mais livre.

O perfil de criança representado nas embalagens se mostrou feminino, pois não há figuras masculinas em destaque nas caixas. A boneca ainda é considerada um brinquedo quase que exclusivo das meninas. Isso se dá porque a criação dos filhos foi considerada por muito

¹⁸ No original: “[...] some of the tendencies in past dolls’ representations still remain in contemporary times: traditional roles varying from parenting duties to medical abilities young girls are supposed to master in order to care and nurture for their “children”.

tempo um ofício das mulheres. No entanto, esse pensamento evoluiu e já há discussões sobre brincadeira sem gênero, na qual meninos e meninas são livres para escolher o brinquedo e a brincadeira que preferirem isentos de julgamentos e censura.

Na próxima seção, apresentaremos as considerações finais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise das embalagens de bonecas sob as perspectivas da Semiótica Social e da Semiótica Greimasiana chegamos aos resultados dos objetivos que nortearam esta pesquisa. O principal objetivo era: qual é a imagem de criança presente nas embalagens? Como foram analisadas embalagens de duas décadas diferentes, chegamos a dois perfis diferentes de crianças.

As crianças das embalagens da Baby Alive falam, sorriem, usam cores fortes, o texto verbal é intensificado com exclamações. Além disso, as narrativas que aparecem nas diversas situações de brincadeiras retratadas do lado direito das embalagens, reforçam um perfil de criança mais ativa e que tem essa característica atendida pelas várias atividades que a Baby Alive desempenha. As bonecas mais recentes apresentam muitas funções porque elas não disputam a clientela apenas com outras bonecas, mas também com os eletrônicos.

E isso fala bastante sobre o perfil da criança contemporânea: inserida num contexto de constantes estímulos visuais, sensoriais, uma criança que se tornou mais exigente devido ao desenvolvimento e popularização dos eletrônicos. Então para prender a atenção dessa criança, os fabricantes têm oferecido bonecas cada vez mais dinâmicas, que falam, comem, bebem, fazem excreções, tudo em um único produto.

As funções das bonecas não mudaram muito, a qualidade é que melhorou bastante. Todavia, as funções que uma boneca da década de 80 tinha não diferem muito das funções das bonecas atuais. O que houve, além da melhora na qualidade dessas funções, foi um acúmulo de funções em uma única boneca. Tomemos o Manequinho como exemplo: ele toma a mamadeira e faz xixi. Comparemos agora com a Baby Alive Hora de Comer: a boneca fala, bebe, come, faz xixi, caquinha e sua fralda brilha. Na Baby Alive estão concentradas funções que, na década de 80, seriam necessárias várias bonecas para desempenhar.

Os nomes das bonecas Baby Alive também dizem muito sobre a imagem de criança que as compra. “Hora de Comer”, “Bons Sonhos” (também vendida como Hora de Dormir) e a “Dançarina”. Percebemos pelos nomes das bonecas, a agenda diária da criança, com os horários de suas atividades determinados. É comum que crianças de classe média ou alta tenham uma agenda preenchida de atividades durante o dia: aula de idiomas, dança, natação, etc., e a Baby Alive se propõe a acompanhar essa realidade.

Nas embalagens mais recentes percebemos a junção entre profissões (Baby Alive Dançarina) com a antiga temática da maternidade (dar mamadeira, trocar fraldas). Há vários exemplos no mercado de bonecas com temáticas profissionais como médico, cabeleireiro, por exemplo. Isso demonstra o conhecimento do fabricante a respeito das pequenas consumidoras que não querem, ou não são incentivadas a serem apenas mães.

Em relação às crianças das embalagens da década de 80, estas usam cores pastel, não falam, não sorriem tão abertamente. Essas características remetem a um perfil de criança mais tranquila e quieta, elas parecem mais cuidar do que brincar com as bonecas. Os nomes das bonecas da década de 80 também contribuem para o aumento da sensibilização em relação ao cuidar da boneca. Ao contrário do nome *Baby Alive* que em uma tradução livre significa *bebê cheio de vida*, inspirando ação, os nomes das bonecas da década de 80 se parecem mais com nomes próprios: Manequinho, Amore, causando um efeito de personificação que só aumenta o teor pessoal e sentimental das embalagens.

Outro objetivo desta pesquisa era discutir as questões de gêneros que surgissem no desenvolvimento da análise. Por se tratarem de embalagens de boneca, já era esperado, devido a uma longa tradição que associa a brincadeira de boneca a meninas, que a criança utilizada na embalagem fosse do sexo feminino. Aliás, a maioria, se não todas as pessoas utilizadas nas embalagens são do sexo feminino. Apenas na embalagem da Bate Palminha há uma criança, na lateral direita que pode ser um menino, mas é impossível afirmar.

Uma questão relevante é que a criação dos filhos aparece nas embalagens sob a responsabilidade de mulheres e meninas, apenas figuras femininas. A paternidade é ignorada completamente nas embalagens, somente a maternidade é retratada e trata-se de uma maternidade idealizada, aquela em que a mãe consegue estar presente até mesmo enquanto os filhos brincam. A maternidade é retratada, também, como um acontecimento esperado; supõe-se que aquela menina que brinca na embalagem, provavelmente será mãe. É subentendido também que a menina, por sua expressão sempre contente, gosta de brincar com bonecas e se interessa por brincar de ser mãe.

Ressaltamos que a brincadeira de bonecas, incentivando ou não a maternidade, não nos parece um problema. No entanto, deve ser problematizado, o fato de as meninas poderem e serem incentivadas a brincar de ser mãe, enquanto os meninos não recebem o mesmo incentivo para brincarem de ser pais. Ao escolherem uma boneca como brinquedo, os meninos não deveriam gerar preocupação e julgamentos, como acontece na maioria dos casos.

A classificação dos brinquedos por gênero é algo tão presente que podemos confirmá-la perante a escassez de meninos estampando as embalagens de bonecas. Uma das principais funções da brincadeira é promover a vivência de papéis sociais, como um ensaio para a vida adulta. Assim, quando uma menina brinca de boneca, ela está vivenciando, no universo lúdico, a experiência de cuidar dos outros. Por que para um menino essa experiência é desnecessária ou embaraçosa? É necessário promover a discussão e mudança deste comportamento.

A Hasbro já começou a promover essa mudança ao introduzir um menino segurando uma boneca na página inicial do site da empresa (Figura 33). Chama a atenção, também, a diversidade étnica das crianças na imagem, segurando bonecas com tons de pele também diferentes. Trata-se realmente de uma imagem que nos faz crer em um futuro de brincadeira sem gênero e sem preconceito.

Figura 32 - Website da Baby Alive



Fonte: <https://babyalive.hasbro.com/pt-br>

Tendo cumprido com os objetivos deste trabalho, esperamos que este estudo colabore com o desenvolvimento de outras pesquisas com temáticas semelhantes e esperamos, também, incentivar a reflexão sobre a comercialização e aspectos culturais que envolvem a brincadeira de bonecas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Danielle. “**It can cry, it can speak, it can pee**”: Modality values and playing affordances in contemporary baby dolls' discourse. *Ilha do Desterro* v. 71, nº 3, p. 143-160, Florianópolis, set/dez 2018.
- ALMEIDA, Danielle (org.). **Perspectivas em Análise Visual: Do Fotojornalismo ao Blog**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2008.
- ARIÈS, Philippe. **História Social da criança e da família**. Tradução de Dora Flaksman. 2a ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- BARROS, Diana. **Estudos do discurso** in: FIORIN (org.). *Introdução à Linguística II: Princípios de análise*. São Paulo, Contexto, 2016, p. 187-219.
- BENJAMIN, Walter. **Reflexões sobre o brinquedo, a criança e a educação**. SP, Ed. 34, 2002.
- BENVENISTE, E. **Problemas de linguística geral**. São Paulo: Nacional/ EDUSP, 1976.
- CHERNAYA, Anna. **Girls’ Plays with Dolls and Doll-Houses in Various Cultures**. 2014, p. 201-210.
- DOWNE, Jonathan. Depoimento ao Comitê Parlamentar sobre o Trabalho Infantil, 6 de junho de 1832.
- ELLIS, A. C; STANLEY HALL, G. **A Study of Dolls**. New York: Kellogg, 1897, p.129–175.
- FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação: As categorias de pessoa, espaço e tempo**. São Paulo: Ática, 2009.
- FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2016.
- FORMANEK-BRUNELL, Miriam. **Made to Play House: Dolls and the Commercialization of American Girlhood**. New Haven: Yale University Press, 1993.
- FRAYER, Marissa. **Giving The Toaster Eyes: Applied Anthropomorphism and its influences on user-object relations with everyday objects**. 2010. 56f. Dissertação de Mestrado em Artes e Cultura Visual - Departamento de Artes e Estudos Culturais da Universidade de Lund, Suécia. 2010.
- FULANETI, Oriana. **As astúcias d'As astúcias da enunciação**. *Bakhtiniana*, São Paulo, 10 (3): 46-62, Set./Dez. 2015.
- GREIMAS, Algirdas. **Semântica estrutural**. São Paulo: Cultrix/ EDUSP, 1973.
- GREIMAS, Algirdas; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.
- HOBSBAWN, Eric. **A era das revoluções**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading images: the grammar of visual design**. London: Routledge, 2006.

MATTE, Ana Cristina; LARA, Glaucia. **Um Panorama da Semiótica Greimasiana**. São Paulo: Alfa, 2009, p. 339-350.

NASCIMENTO, Roseli; BEZERRA, Fábio; HEBERLE, Viviane. **Multiletramentos: iniciação à análise de imagens**. *Linguagem & Ensino*, Pelotas, v.14, n.2, p. 529-552, jul./dez. 2011.

SANTAELLA. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SILVA, Monica; ALMEIDA, Danielle. **Linguagem Verbal, Linguagem Visual**: Reflexões teóricas sobre a perspectiva Sócio Semiótica da Linguística Sistemico-Funcional. *Odisseia*, Natal, RN, v. 3, n. 1, p. 36-56, jan.-jun. 2018

SILVA, Monica. **Material didático impresso de curso de licenciatura a distância**: um olhar para os recursos multimodais. Tese (Doutorado em Linguística) – UFPB, João Pessoa, p. 200. 2016.

VAN LEEUWEN, Theo. **Introducing Social Semiotics**. London and New York: Routledge, 2005.