

# DISCURSO CRÍTICO E GÊNERO NO MUNDO INFANTIL: BRINQUEDOS E A REPRESENTAÇÃO DE ATORES SOCIAIS\*

Carmen Rosa Caldas-Coulthard e Theo van Leeuwen\*\*

---

**Resumo:** O objetivo desse artigo é analisar brinquedos que representam seres humanos (atores sociais) e que transmitem significados específicos de gênero. Faremos referência à conexão existente entre objetos materiais, imagens e textualidade. Nosso principal interesse são os significados sociais potenciais que especificamente diferenciam brinquedos para meninas de brinquedos para meninos, e os valores ligados a essas representações. As pesquisas feministas parecem não ter dado suficiente atenção aos brinquedos como uma área de extrema importância em termos de representações sociais. Nosso objetivo, portanto, é tentar expor e desafiar os significados sexistas que subjazem os brinquedos, e inserir, na agenda feminista, uma visão dos brinquedos como forma de comunicação. **Palavras-chave:** discurso; semiótica social; gênero social; brinquedo.

---

## 1 INTRODUÇÃO

Brinquedos são objetos semióticos que são produzidos e distribuídos globalmente por poderosas empresas multinacionais. Frequentemente, transmitem mensagens para as crianças sobre o mundo social em que elas vivem. São produzidos como um sistema, que permite distinções quanto ao grau de realismo (ou abstração, ou exagero), com o qual representam elementos de práticas sociais. São, simultaneamente, 'objetos' para serem lidos como textos, e objetos para serem manipulados. Parte de seu significado é oferecido pelos *designers* da indústria. Podem, portanto, ter agendas explícitas e às vezes implícitas; neste sentido, brinquedos são um repositório das ideologias e 'sistemas de valores' sociais.

O objetivo deste artigo é focalizar os brinquedos que representam seres humanos (atores sociais) e comunicam significados específicos de gênero. Faremos

---

\* **N. das Orgs.:** Texto publicado originalmente em inglês In: LITOSSELETI, L.; SUNDERLAND, J. (Eds.). **Gender identity and Discourse Analysis**. Amsterdam: John Benjamins, 2002. p. 91-110. [Tradução de Fernando Simão Vugman e Carmen Rosa Caldas-Coulthard]. Este artigo é um dos resultados do projeto de pesquisa **Toys as Communication** (Brinquedos como Comunicação), desenvolvido por uma equipe multidisciplinar, sob a supervisão do Professor Staffan Selander, da University of Stockholm, e financiado pelo Bank of Sweden. Os outros membros da equipe, da Dinamarca e da Suécia, atuam nos campos da sociologia, da psicologia social e da pesquisa com brinquedos.

\*\* Docentes das Universidades de Birmingham e de Cardiff, respectivamente. Carmen Rosa Caldas-Coulthard é doutora em Inglês e Theo van Leeuwen é doutor em Lingüística.

referência à ligação entre objetos materiais, imagens e textualidade. Nosso principal interesse está nos significados sociais potenciais que diferenciam, especificamente, brinquedos de meninos de brinquedos de meninas e nos valores relacionados a tais representações. A pesquisa feminista parece não haver dispensado atenção suficiente aos brinquedos como uma área extremamente importante em termos de representação. Assim, nosso objetivo é começar a expor e a desafiar significados sexistas e situar os brinquedos como comunicação na agenda feminista.



**Figura 1 – Fotografias de Ken e Barbie's tiradas do catálogo da Barbie; fotos de The Rock e de Jacqueline's tiradas das caixas dos brinquedos.**

Na figura 1, temos quatro representações de atores sociais criados (em princípio) para crianças. Teoricamente, qualquer criança poderia optar por brincar com qualquer um deles. Na realidade, porém, meninos tendem a não brincar com Ken; meninas tendem a não brincar com Jacqueline. Ouvimos de um pai que ele ficaria horrorizado se seu filho de 10 anos preferisse brincar com Barbies. O maravilhoso filme francês *Ma Vie em Rose*, dirigido por Alan Berliner, mostra muito bem o conflito vivido pelos pais que são confrontados com as escolhas feitas por seu filho em termos de identidade de gênero. No filme, o menino começa a revelar sua identidade através de sua escolha de brinquedos (ele brinca com Barbies, ou bonecas similares): seu mundo era o mundo cor de rosa da Barbie – um mundo de meninas.

Brinquedos, como a Barbie, Ken ou Action Man, representam atores sociais através do modo como são projetados em termos de movimentos, da combinação de cores, entre outras coisas, e estes ‘modos’ estão sempre condicionados pelas ideologias e contextos sociais da época em que foram produzidos. Para Hall (1997, p. 61), **representação** é:

o processo através do qual membros de uma cultura usam sistemas de significação para produzir significado... Objetos, pessoas, eventos no mundo não têm em si mesmos qualquer significado fixo, final ou verdadeiro. Somos nós, em sociedade, que atribuímos significado às coisas e ao mundo que nos rodeia. Os significados, conseqüentemente, irão sempre mudar, de uma cultura ou período para outro.

De acordo com a afirmação de Hall brinquedos são, portanto, representacionais, no sentido de que eles significam como a sociedade se parece: seus papéis (relações de poder inscritas em papéis sociais), suas tecnologias (representação de ferramentas e instrumentos – carrinhos, trenzinhos, computadores e telefones de brinquedo, etc.), suas identidades e práticas sociais.

Roland Barthes (1993, p. 53) sugere que brinquedos são um “microcosmo do mundo adulto” e sempre significam alguma coisa:

[...] esta alguma coisa é sempre inteiramente socializada, constituída pelos mitos ou pelas técnicas da vida adulta moderna. Brinquedos representam, basicamente, as instituições de nossas sociedades: o Exército, a Radiodifusão,

os Correios, a Medicina (maletas de médico em miniatura, salas de cirurgia para bonecas), a Escola, o Salão da Cabeleireira (secadores para fazer permanente), o Transporte (trens, Citroens, Vedettes, Vespas, postos de gasolina) e a Ciência (Brinquedos espaciais, ferramentas, etc.).

E poderíamos ainda acrescentar a Família e as relações de gênero. Jacqueline e The Rock, por exemplo, são lutadores e são produzidos para meninos – nas lojas eles estão colocados junto ao Action Man, carrinhos e outros brinquedos de meninos. Têm atributos principalmente masculinos com os quais os meninos precisam lidar – ser forte, poderoso e aventureiro. Suas características físicas (músculos salientes, os seios volumosos de Jacqueline) conotam exagero à beira da distorção. Seus corpos quase nus afirmam sua sexualidade. Ken e Barbie, por meio de seu código de vestuário, pose e aparência em geral são, por comparação, representantes do conformismo, de atividades socialmente desejáveis, como ir para o trabalho, ir às compras, etc.

Nosso objetivo neste artigo é começar a discutir como os brinquedos (e os textos e imagens que acompanham os objetos materiais) são semióticamente significativos, e como alguns de seus significados são produzidos. Iremos nos concentrar em aspectos do design, em algumas imagens através das quais as agências publicitárias divulgam seus produtos e, finalmente, na linguagem produzida para vender brinquedos. Considerando que os brinquedos são recursos que as crianças usam para entender o mundo, é importante explorar alguns desses significados.

## 2 POR QUE BRINQUEDOS?

Vemos imagens de brinquedos em toda parte – nas propagandas, nos medias, na televisão, nos filmes e nos textos. Elas são produzidas de acordo com significados sociais que variam histórica e culturalmente e, portanto, transmitem mensagens diferentes para as crianças sobre o mundo social e as práticas sociais que as rodeiam. Soldadinhos de lata, por exemplo, populares no século XIX, significavam a *heroicização* dos ‘grandes’ generais ou almirantes, durante um tempo em que o ‘patriotismo’ era um valor social (este valor também era construído através de práticas de guerra e de canções nacionais e narrativas de guerra). Hoje em dia, soldadinhos de lata já não são mais populares. Brinquedos de construção, como, por exemplo, Meccano e, mais tarde, o Lego, apareceram durante a era do construtivismo e significavam padronização, universalidade, uniformidade e objetificação (o brinquedo não produz nenhuma reação afetiva, mas cria possibilidades para múltiplas

combinações). Assim, em geral, a materialidade dos objetos (aquilo de que são feitos), como metal, plástico, madeira, ou materiais macios, e aquilo que representam, revelam referências culturais. Brinquedos, portanto, estão intimamente relacionados ‘**ao que está acontecendo**’ na sociedade, suas ideologias e seus valores.

Historicamente, os brinquedos têm sido vistos ou usados como modelos isolados do mundo real – de bonecas, cavaleiros e bolas a trenzinhos, carrinhos, brinquedos de construção e *games*. Nas sociedades pós-modernas, porém, brinquedos não são somente réplicas do mundo real; são, na verdade, um meio de comunicação de massa central para a vida social contemporânea, seja como modelos (réplicas), miniaturas ou objetos interessantes (com ou sem qualquer referência ao mundo real), ou como partes integradas de outros meios de comunicação de massa. O fenômeno *Star Wars* é um bom exemplo. O filme, que foi relançado em 1999, disparou todo um projeto comercial, e quando se visita uma loja de brinquedos hoje em dia, vê-se seções inteiras dedicadas à parafernália do *Star Wars*.

Assim, os brinquedos são um meio muito importante através do qual as crianças aprendem significados sociais e a **interagir** com os outros. Brincar é sempre brincar com algo ou com alguém, e os brinquedos são meios através dos quais a interação se dá.

Um outro aspecto do mundo do brinquedo é que o **aprendizado** está ligado ao conceito de brincar. Aristóteles foi o primeiro a fazer a distinção entre **jogo** e **trabalho**. Quando adultos ocidentais trabalham, geralmente utilizam ‘ferramentas’ (de modo interessante, ‘brinquedo’ e ‘ferramenta’ são uma única palavra em alemão – *zeug*), mas trabalhar com ferramentas é mais importante/aceitável e mais prestigioso do que brincar com brinquedos. Agora estamos testemunhando o advento dos *games* de computador sendo usados nas escolas, mesmo com crianças bem pequenas, como **ferramentas** de aprendizado – edu/entretenimento é o novo conceito educacional. Jogar no mundo tecno mudou das mãos/corpo para os dígitos/cérebro, e os valores do trabalho e do jogo ficaram indistintos.

Os brinquedos também continuam importantes para os adultos. Muitas pessoas colecionam brinquedos, ou guardam brinquedos aconchegantes da infância, chegando mesmo a comprar brinquedos novos, relacionando-se com eles de maneiras afetivas especiais. Ursinhos de pelúcia ou bichinhos macios, por exemplo, são secreta ou explicitamente guardados em quartos de dormir, levados ao local de

trabalho, ou colocados nos carros. Neste sentido, os brinquedos também são um fenômeno adulto. Em conversas sobre brinquedos, muitos adultos tendem a se lembrar de eventos relacionados a sua própria infância e, de algum modo, parecem lembrar um tempo perdido. Entretanto, muitos adultos sentem-se embaraçados ao falarem de seus brinquedos e isto parece estar relacionado a valores do trabalho e do jogo a que Aristóteles se referiu.

Isto nos leva ao aspecto industrial/comercial dos brinquedos. De acordo com Sutton Smith (1986, p. 2), apenas nos Estados Unidos, “cerca de 800 empresas vendem por volta de 150.000 diferentes tipos de brinquedo e seus subprodutos, com cerca de 4.000 novos itens lançados todo ano, empregando cerca de 60.000 pessoas”. Estes números e pontos mencionados acima são significativos o bastante para nos fazer pensar sobre os brinquedos como importantes bens culturais.

### 3 BRINQUEDOS COMO POTENCIAL DE SIGNIFICADO SEMIÓTICO

Brinquedos são essencialmente multi-modais – eles são:

- Objetos tridimensionais que podem ser lidos e interpretados como textos (entendemos textos, semióticamente falando, como objetos materiais concretos produzidos em discurso, e sua estrutura comunicativa (HODGE e KRESS, 1988, p. 6));
- Objetos para serem manipulados e usados.

Kress (1993, p. 174) sugere que todos os textos “codificam da mesma forma as posições ideológicas de seus produtores”. Como signos semióticos e, portanto ‘textos’, os brinquedos também se localizam em discursos de gênero, idade e classe social, entre outros.

Também possuem as características básicas daquilo que Scollon rotula de “discurso mediado” (2000/5):

- Os brinquedos são **interdiscursivos** “posicionados dentro de discursos múltiplos, sobrepostos e mesmo conflitantes” – os discursos da família, da escola e da publicidade;



- Têm elos **intertextuais** com outros meios de comunicação de massa, especialmente com as narrativas clássicas e modernas de todo tipo – livros, filmes e histórias em quadrinhos. Em muitos casos, fica-se em dúvida do que apareceu antes – se o brinquedo como objeto, ou se histórias que eventualmente se transformam num brinquedo. Ursinhos de pelúcia, por exemplo, foram primeiramente produzidos como brinquedos e posteriormente, diferentes estórias, recontadas em diferentes mídias (filmes, livros, desenhos animados, etc.) foram produzidas após o brinquedo (GREY e GREY, 1995). Um processo inverso ocorre atualmente com os últimos filmes Disney, que começam como narrativas e são fonte de muitos brinquedos.
- São **dialógicos** – um meio através do qual diferentes tipos de ‘conversas’ podem ser estabelecidas.

O significado dos brinquedos é, assim, uma combinação entre o que os brinquedos propriamente ‘são’ (os significados dados às crianças pela indústria de brinquedos), e o que as crianças ‘fazem’ com os brinquedos, ou as maneiras como elas os usam. Presumimos que quando as crianças brincam, os sentidos que criam não são necessariamente os mesmos atribuídos pelo fabricante ao brinquedo. As crianças podem aceitar, rejeitar ou transformar os significados oferecidos. Os signos oferecidos, conseqüentemente, poderiam ser reinterpretados/re-apropriados e recriados pela criança que brinca, com outros signos (incluindo signos de outros modos como a fala, expressões faciais, gestos, roupas). Em outras palavras, os brinquedos são um código, uma linguagem com a qual as crianças podem construir seus próprios roteiros/narrativas, de modo a incorporar os signos distribuídos globalmente aos contextos específicos de seu próprio mundo: a escola ou a família. (VANDENBERG, 1986; SUTTON-SMITH, 1986). Um personagem da Playmobil, por exemplo, construído como um ‘bombeiro’, torna-se um bebê que pode ser posto para dormir (e a maca do bombeiro é transformada num berço pela menininha que brinca com o objeto).

Podemos dizer, assim, que brinquedos são, simultaneamente, comunicações já produzidas e ferramentas com as quais se produzem significados. Podemos traçar analogias entre brinquedos como sistemas comunicativos e a linguagem como um sistema – ambos produzem significados ideacionais, interpessoais e textuais (HALLIDAY, 1985). Nós interagimos com os objetos de acordo com estas três

dimensões. Os brinquedos, como um “sistema semiótico, projetam as relações entre o produtor de um signo ou um signo complexo, e o receptor/reprodutor daquele signo. Os brinquedos também projetam uma relação social particular entre o produtor, o observador e o objeto representado” (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996, p. 41). E, finalmente, eles podem ser textualizados de muitas maneiras diferentes, através de histórias, filmes, desenhos animados, fotos, comerciais, etc.

#### **4 BRINQUEDOS E GÊNERO – REPRESENTAÇÕES VISUAIS**

Que tipos de bonecas existem? Que idades, etnias, profissões, e assim por diante, estão disponíveis como brinquedos, e quais não estão? Como são representados meninos e meninas, homens e mulheres – velhos, jovens, homens, mulheres, negros, brancos? E como se parecem? O que podem fazer? Quem é incluído e quem é excluído do mundo dos brinquedos? Quais são os significados sociais potenciais que diferenciam especificamente brinquedos de meninas de brinquedos de meninos, e quais são os valores ligados a essas representações?

Certos papéis, como práticas de domesticidade (a casa e a mulher como dona de casa, por exemplo) são super-representados, enquanto práticas de ‘paternidade’ estão basicamente ausentes no mundo dos brinquedos. A velhice é outra categoria social que é raramente representada no mundo dos brinquedos ocidentais. Assim, presumimos que os recursos utilizados pela indústria têm como base certos significados preferenciais, como sugerido por Hall (1997), que, por sua vez, têm como base determinada visão da ordem social.

Assim, nos perguntamos: quais são os significados sociais potenciais que diferenciam brinquedos de meninas daqueles de meninos, e quais são os valores ligados a essas representações?

Butler (1990) aponta que gênero é performativo, criado pela performance repetida de atores sociais. Gênero não é algo que temos ou somos, mas sim algo que atualizamos em performance. De acordo com a autora, negociamos constantemente e somos capazes de desafiar nossas posições de gênero em relação a concepções de feminilidade e masculinidade:

Gênero não é um substantivo, mas também não é um conjunto de atributos flutuando livremente, pois já vimos que o efeito substantivo do gênero é



produzido de modo performativo e compelido pelas práticas reguladoras de coerência de gênero. Assim, nos limites do discurso herdado da metafísica da substância, o gênero se prova performativo [...] Neste sentido, o gênero é sempre um fazer. (p. 24-25)

Embora concordemos com a afirmação acima e com a noção de performatividade em gênero, parece que Butler exclui a semiótica de suas considerações: gênero também pode ser representado em termos de ‘identidade’ – **o que você é ou que características você tem**. O menino no filme francês a que nos referimos acima, **ao brincar com Barbies**, estava representando a feminilidade, já que ele não podia ir à escola vestido de menina, nem usar o cabelo de uma menina. Barbies e outros brinquedos, ao contrário, já são dotados de gênero antes que as crianças façam qualquer coisa, ou que qualquer coisa seja feita com eles. Em alguns casos, o gênero é representado por meio de traços não modificáveis (os pés da Barbie são às vezes desenhados exclusivamente para sapatos de salto alto, por exemplo), em outros casos, através de traços modificáveis (o penteado, roupas). Estes traços ou características constituíram nosso ponto de partida.

Para nós, os brinquedos, como objetos, são representações fixas inegociáveis. A verdadeira questão é, contudo, até que ponto e como as crianças (e os pais) se alinham com os significados de gênero dados. Esta é uma questão muito importante, que precisa ser melhor pesquisada. Nas próximas seções, apresentaremos algumas das maneiras como o gênero é representado em brinquedos.

#### 4.1 Design e movimento

O gênero pode ser implicitamente construído em brinquedos que representam seres humanos simplesmente pelo modo como os bonecos podem ser movidos. Podem ou não ser desenhadas *de modo cinético*, isto é, tendo partes que se movem ou que podem ser movidas. A representação da ação difere consideravelmente de um brinquedo para outro. Alguns brinquedos são desenhados para a ação, outros, para assumir poses.

Isto é muito importante em termos de representação de gênero. Os bonecos para meninos são visivelmente diferenciados das bonecas para meninas. **Action Man**, por exemplo, fica de pé sozinho, sem cair; consegue segurar objetos; sua cabeça se move para os lados; suas pernas podem se abrir. Seu corpo musculoso e suas mãos poderosas são seus principais traços distintivos. Por outro lado, as bonecas para meninas, como a **Barbie**, não ficam em pé sozinhas; não podem segurar nada

nas mãos; suas pernas não se abrem; e sua cabeça se move em todas as direções. Tanto o movimento de cabeça (especialmente de um lado para o outro e para cima e para baixo), quanto à possibilidade de dobrar os joelhos, fazem com que a boneca de menina possa ser colocada em 'posições submissas' – com a cabeça levemente inclinada, por exemplo. **Action Man**, ao contrário, pode manter o queixo erguido, numa postura orgulhosa! Sua cabeça só se move para os lados.

Tais diferenças dificilmente pedem maior elaboração. Elas capturam os mais básicos e essenciais elementos da linguagem corporal relacionada ao gênero, pois permeiam a cultura popular ocidental. Os potenciais de ação destes bonecos e bonecas são para a linguagem da ação o que desenhos feitos apenas de linhas são para a linguagem da comunicação visual: a representação reduzida ao essencial, o esboço básico, como, por exemplo, um desenho de uma face que consiste em uma linha redonda com dois pontos para os olhos e uma linha semicircular para a boca. Esta é uma das lições chave dos brinquedos desenhados de modo cinético: o movimento é 'programado', o 'social' torna-se 'genético'. As ilustrações encontradas nas lojas e nas caixas dos brinquedos carregam a mesma mensagem em termos de movimento.



**Figura 2 - Fotos tiradas do catálogo da Barbie.**

Barbies (o retrato de mulher em sua juventude com um rosto bastante atraente) ficam em pé como que incapazes de se moverem [fig. 2]. Na verdade, as Barbies precisam de um suporte para ficar de pé. Nos catálogos e nas caixas, as Barbies ficam estáticas, colocadas em lugares relacionados à vida doméstica (a casa, o jardim, a loja), enquanto o Action Man é, geralmente, colocado em ambientes ao ar livre – perto da natureza selvagem, pronto para a ação.

O Action Man, ao contrário, parece estar sempre em movimento e é colocado em contextos específicos ao ar livre, que envolvem perigo e movimento [fig. 3].

Assim como acontece com o *design* cinético, a representação visual dos brinquedos situa meninos e meninas em diferentes esferas e transmite significados relacionados ao gênero.

Usando a teoria sistêmica de Halliday para analisar a comunicação visual, Kress e Van Leeuwen (1996) afirmam que representações visuais têm a ‘modalidade’ realizada de maneiras diferentes no meio visual. Para eles, uma das questões cruciais é a da confiabilidade da mensagem. Será que o que vemos ou ouvimos é verdade (factual, real) ou uma ficção, algo fora da realidade? A *modalidade* em imagens, portanto, refere-se

ao valor de verdade ou credibilidade de afirmações a respeito do mundo. Imagens visuais podem representar o mundo como se fosse real, de modo naturalístico (*realis*), ou como fantástico, imaginário (*irrealis*). A realidade naturalística é definida com base na correspondência que possa haver entre as representações visuais de um objeto e aquilo que normalmente vemos daquele objeto a olho nu. (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996, p. 160)

Damos mais credibilidade a alguns tipos de mensagem do que a outras. Dizem que fotografias não mentem. No entanto, fotógrafos editam a realidade através de seu próprio ponto de vista e desta forma podem também ‘alterar’ o que achamos ser o ‘real’. Os autores afirmam que uma teoria semiótica social não pode estabelecer a verdade ou a inverdade absoluta das representações. Este tipo de teoria só é capaz de mostrar se uma dada proposição é representada como verdadeira ou não. A modalidade, neste sentido, é essencial em relatos de representações multi-modais como brinquedos, já que podem representar pessoas, lugares e coisas como se elas fossem reais ou fantásticas, caricaturas ou cópias perfeitas do ‘real’.



**Figura 3 - Fotos tiradas do catálogo do Action Man.**

Os autores ainda sugerem que uma das maneiras como a realidade é modulada na comunicação visual é através da cor, do foco e da profundidade (perspectiva), que podem ser idealizados em um grau maior ou menor. A cor desempenha um papel em todas as *orientações de código*. Podemos ter cor abstrata (*e.g.*, o rosado uniforme para os rostos, ou o esverdeado, para a grama); podemos ter cor naturalística, ou ainda podemos ter cor sensorial – a cor se torna sensorial à medida que ‘excede’ o naturalismo. A cor também é fonte de prazer e produz (ou não) significados afetivos. Todos nós reconhecemos o valor emotivo e sensual das cores. Através de tons diferentes, o princípio do prazer é encenado. Reagimos positivamente às cores que nos atraem. E as cores em geral estão carregadas de significação social.

#### **4.2 Cor e Gênero**

A cor pode ser um importante significante de gênero. Pense na tradicional oposição entre as roupas de bebê azuis e cor de rosa, ou os marrons e cinzas que dominam as roupas dos homens e os tons mais claros que estão associados às roupas femininas. O modo como os brinquedos são embalados, catalogados e



divulgados demonstram a enorme prevalência de ‘pink’ em brinquedos para meninas. Um catálogo da Barbie inclui moveis cor de rosa (na ‘Boutique da Noiva’), vestidos cor de rosa, um ‘Motor home’ cor de rosa, além de muito rosa nas letras e no fundo das fotos e do texto. Até mesmo a *web page* tem um fundo cor de rosa. Assim, em nossa sociedade, o rosa ou ‘pink’ possui uma associação inegável com o feminino. Entretanto, não existe apenas um tom de rosa. Existem todos os tipos de malva, púrpuras róseos, púrpuras azulados, indo do pálido ao quente e profundo, e do claro ao escuro ameaçador – e isto significa que também pode haver mais de um tipo de ‘feminilidade’.



**Figura 4 – Fotos tiradas do catálogo Playmobil.**

Outras cores, como o azul para meninos, ou cores escuras para homens, trazem consigo valores associados à idéia de ‘masculinidade’. Mas, na cultura popular contemporânea, estes valores não são codificados de modo explícito. Eles parecem simplesmente emergir da nossa experiência com o tipo de coisas que são cor de rosa ou malva na natureza e na cultura, sofrendo um ajuste fino dos sobre-tonos simbólicos de ‘escuro’, de ‘claro’ e de ‘intenso’, que podem criar tipos de ‘feminilidades’ e de ‘masculinidades’ ‘escura’ ou ‘clara’, ‘pálida’ ou ‘intensa’.

Uma comparação entre dois catálogos coloridos e lustrosos da Playmobil, um de 1993 [fig. 4] e outro de 1999 [fig. 5], revela algumas diferenças notáveis. No catálogo de 1993, a maioria dos brinquedos ilustrados está relacionada à vida cotidiana (vida na fazenda, vida em casa, atividades de férias, construção de estradas, a polícia, a ambulância, e assim por diante) – e os tons de rosa, malva e púrpura estão quase que completamente ausentes. As únicas exceções são o navio pirata, o circo e a mansão vitoriana do século XIX: há púrpura rosado em algumas das roupas dos piratas e nas flores da ilha deserta; vemos púrpura rosado nos trajes do encantador de serpentes e no tecido decorado sobre o dorso do elefante. E púrpura rosado no casaco do cavaleiro vitoriano, como também no fundo atrás da mansão.

No catálogo de 1999, o mundo real abriu espaço para o mundo da imaginação: a floresta encantada, a expedição do século XIX na selva, o Oeste Selvagem, o palácio de contos de fadas. E tons de rosa, malva e púrpuras de diferentes tons de escuro e intensidade dominam todo o catálogo. Porém, quando olhamos com mais atenção para esses dois mundos, o mais realista e o mundo fantástico, começamos a notar contrastes interessantes – o mundo dos meninos tende a ser mais escuro e mais intenso. Quase que invariavelmente invoca mistério e perigo – as cores escuras e intensas estão no céu por trás de um alce confrontado com uma matilha de lobos, numa tempestade violenta, e na floresta encantada. O palácio de contos de fadas, em contraste, exhibe mais tons de rosa e é mais brilhante. A sensação de mistério e aventura desaparece, substituída por uma atmosfera de romance. As cores do palácio lembram o rosa pastel e os azuis d'O *Jardim das delícias de Bosch* (reproduzido em MURRAY, 1963, p. 224), que evoca uma sensação de tranqüilidade, sossego, feminilidade.

Voltando ao catálogo da Barbie, podemos ver como diferentes tons de rosa são usados - o rosa claro, por exemplo, é ligado à inocência infantil ('*Shelly Playhouse*') e à vida familiar ('*Motor home*'). Tons mais escuros estão relacionados à Barbie adolescente, e são também encontrados no banheiro, na 'Boutique da Noiva', na cena em que Barbie, vestida em trajes de banho 'rosa choque', dirige seu '*sun wheeler*' para a praia, 'pronta para divertir-se ao sol' – em resumo, sempre que surge a possibilidade da sexualidade.

Tons de rosa, malva e púrpura são relativamente raros na natureza, vistos somente em flores ou pedras preciosas, ou em manchas coloridas de aves tropicais. Esta raridade constitui a chave para seu significado potencial. Um fator semântico isolado está sempre presente quando estes tons são empregados – significam 'o que





**Figura 5 – Fotos tiradas do catálogo do Action Man.**

não é comum, mas sim especial' (daí seu uso nos trajes cerimoniais especiais de bispos, reis, etc.). Contexto e grau de escuro e intensidade irão enfatizar ainda mais esse significado especial, por exemplo, tendendo na direção do mistério, ou do perigo, ou da sexualidade. Ainda assim, é possível que essas cores atuem de forma intertextual como pano de fundo em qualquer interpretação mais restrita: no mundo dos brinquedos infantis, a sexualidade sempre será misteriosa e perigosa, por exemplo, e o perigo também pode ser sexualmente excitante. E como os mesmos tons de rosa, malva e púrpura não apenas predominam nos catálogos de brinquedo, mas também nos cenários de programas de televisão e na decoração dos interiores dos espaços públicos e privados, a mesma atitude talvez permeie o todo de uma sociedade pós-moderna, que é simultaneamente cheia de riscos e saturada de sexualidade.

## 5 TEXTOS E BRINQUEDOS

Iremos considerar a seguir como as distinções de gênero são realizadas a nível textual. Os exemplos escritos foram tirados de caixas de brinquedos, catálogos, e de *WebPages*. Discutiremos brevemente como os significados ideacionais, através da classificação e da avaliação, fazem distinções de gênero no discurso explícito da propaganda.

Geralmente, bonecos e bonecas são nomeados e, portanto, classificados em termos de papéis sociais. Brinquedos para meninos apresentam algumas classificações muito estranhas, mas, implicitamente, situam os pseudo-atores em cenários orientados em termos profissionais ou de ação. Action Man é:

**Dr. X, Pollar, Polar Mission (Missão Polar), Bowman (Arqueiro), Roller Extreme, Bungee Jumper (Saltador de Bungee), Ninja.**

Essas classificações apontam para relações de poder (Dr.), para super habilidades (Roller Extreme, Bungee Jumper), ou para o poder sobrenatural (Ninja). Em todas elas, portanto, algum tipo de poder é transmitido.

Por outro lado, bonecas para meninas são classificadas de acordo com profissões e papéis 'femininos', mas nenhuma avaliação super humana ou colocação em práticas de prestígio social estão associadas às classificações: elas são *shoppers* (consumidoras), **bailarinas, mães, enfermeiras, cabeleireiras**, e os contextos em que são colocadas estão, de modo geral, dentro do espaço doméstico ou nas praias da Flórida (nos perguntamos por que?!). Mais uma vez, os nomes são muito estranhos, cômicos, na verdade, mas apontam para construções românticas e idealizadas da feminilidade, como os tons rosa nas casas e na mobília.

Barbies, por exemplo, podem receber nomes como:

**Noiva Orquídea Ruborizada (Blushing Orchid Bride), Rosa do Campo (Country Rose), Anjo Harpista (Harpist Angel), Ilusão (Illusion), Rosa (Rose), Sonho de Verão (Summer Dream), Sinfonia em Chiffon (Symphony in Chiffon), Esplendor de Verão (Summer Splendour).**

Os textos abaixo constituem outro exemplo de como, através de avaliações e da construção da ação no discurso, representações textuais sinalizam diferenças de gênero. Considere o que se segue (textos tirados de <<http://www.actionman.com>> e <<http://barbie.com>>):

**Noiva Orquídea Ruborizada (Blushing Orchid Bride) (TM) Barbie(R)  
Coleção Flor de Casamento (Wedding Flower Collection)**

A Barbie Noiva Orquídea Ruborizada é a terceira Edição Limitada de bonecas de porcelana na Coleção Flor de Casamento

Celebrando a beleza e o significado da orquídea na cerimônia de casamento, ela veste um vestido de noiva de um macio cetim cor de rosa, com cauda e camadas de tule brilhante enfeitadas com fita. Um bordado iridescente recobre o corpete, que se afila dramaticamente em longas pétalas simulando uma orquídea. Seu rosto delicado, pintado à mão, é adornado por um véu cor de rosa, que flui em camadas de um círculo duplo de pérolas de imitação, combinando com suas jóias e até com as pequeninas pérolas de imitação em suas luvas e em seu buquê.

**Glória do Outono (Autumn Glory) (TM) Barbie(R)  
Coleção Estações Encantadas (Enchanted Seasons Collection)**

A Barbie Glória do Outono, da Coleção Estações Encantadas, é um tributo estonteante às maravilhas do outono. Seu corpete bem ajustado com apliques metálicos prende-se a um longo vestido de *chiffon* tremeluzindo em tons de cobre e castanho avermelhado, adornado com folhas de outono e acentuado com toques de púrpura e dourado. Seus brincos têm a forma de graciosas folhas douradas. Sobre seu longo cabelo castanho avermelhado repousa um chapéu cor de vinho escuro, enfeitado com penas e folhas, acrescentando um toque final a este maravilhoso retrato do outono.

**Barbie Austríaca (Austrian Barbie)**

Grüss Gott (Saudações) da Áustria! A Barbie Austríaca é tão adorável quanto o país que representa, em sua saia rosa-floral, blusa branca e jaqueta imitação de feltro adornada em verde com lindas flores bordadas nas lapelas. Seus acessórios incluem um lenço de pescoço cor de rosa com ilhós nas bordas, meias brancas, sapatos pretos, brincos de “pérola” e um anel de “pérola”. Seu autêntico traje austríaco colorido faz lembrar as cores vibrantes dos belos vales nevados dos Alpes do país, luxuriantes florestas verdes e alegres flores alpinas.

Compare, agora, com o que se segue:

**Action Man Bungee**

Action Man é o maior herói de todos! Action Man salta para o desconhecido com seu fabuloso *bungee jumping kit*, que inclui um arnês de dois estágios, arpéu e óculos escuros super-cool.

**Action Man Mergulhador do Ártico (Arctic Diver)**

Action Man é o maior herói de todos! Action Man entra em ação mais uma vez; desta vez, em uma excitante missão no fundo do mar, com equipamento de mergulho ‘descolado’ e um fantástico e realista treinamento debaixo d’água.

**Action Man Pára-quadista (Sky Diver)**

Action Man é o maior herói de todos! Agora, Action Man salta para a glória com um magnífico equipamento de pára-quadismo! Ele abre seu glorioso pára-quadas e desce em segurança até a terra usando seu prático traje de vôo e seu capacete.

Os textos da Barbie, possivelmente endereçados para um público de colecionadores adultos (considerando itens léxicos como – ‘iridescente’, ‘camadas de tule’, ‘que se afila’, etc...) estão interpretando, ideacionalmente, um mundo mental e relacional – a boneca. Os processos selecionados incluem **é, veste, representa**, e o leitor é **‘lembrado’**.

Os longos grupos nominais avaliam positivamente o que a Barbie **é**: uma participante ocasional nos processos. Qualquer parte de seu corpo, ou partes de suas roupas são ‘identificadas’ nos processos relacionais: **o bordado, a mão/rosto pintado, seu corpete, seus brincos**, etc. Isto significa que ela é descrita simplesmente como ‘existindo’ sem controle sobre o que está acontecendo com seu corpo.

Os textos do Action Man, por outro lado, interpretam o mundo em termos de ações: Action Man ‘salta’, ‘entra em ação’, ‘abre’, ‘desce’. Ele é o ator principal nos processos materiais descritos e está no controle de suas ações.

A Barbie (e suas roupas) é avaliada/apreciada (ver WHITE, 1999, MARTIN, 2000) em termos de valores estéticos – **ficando corada, estonteante, luzindo, iridescente, macia, brilhante, delicada, graciosa**, etc., enquanto o Action Man é avaliado de acordo com o **juízo social: super-cool, excitante, fantástico, prático, realista**.

As estruturas de gênero textuais nas descrições da Barbie e do Action Man também são bastante diferentes – o texto da Barbie poderia ser incluído em um gênero de passarela, onde as modelos são descritas e os adultos estão interessados nos atributos e características da boneca. Os textos do Action Man, ao contrário, poderiam pertencer a um tipo de gênero de comercial de TV, dirigido a uma criança interessada em brincar de faz de conta.

No mundo da publicidade de brinquedos, o texto que se segue seria incongruente, para dizer o mínimo:

O estonteante homem californiano, em suas brilhantes botas negras Caterpillar, calças de marca de imitação de feltro em tom carmesim e um sensual fraque com colete, estampado com desenhos abstratos em laranja e prata, é tão adorável quanto o Estado que ele representa. O fraque, justo no peito, afila-se dramaticamente para enfatizar sua cintura delgada. Seus acessórios incluem um anel de ouro com um brilhante solitário, um finíssimo relógio de ouro com pulseira de ouro branco, um colar de ouro maciço e um brinco desenhado como uma graciosa pétala de rosa. Seu rosto delicadamente pintado transmite a firmeza de sua personalidade. Em cima de seus negros cabelos belamente penteados repousa um chapéu cor de vinho, adornado com penas de cauda de cisne, acrescentando um toque final ao maravilhoso retrato da masculinidade americana.

A incongruência se deve ao fato de que atribuímos a um ator social masculino os mesmos tipos de escolhas lexicais e de transitividade usados nos textos da Barbie. Isto mostra como significados ideacionais e as avaliações usados a partir de certo ponto de vista ideológico põem em evidência um mundo caracterizado por relações de gênero.

## **6 CONCLUSÕES**

No mundo dos brinquedos, divisões de gênero se perpetuam em suas representações: os homens têm a ver com o mundo público, são orientados para a ação e possuem poderes superiores. O mundo das mulheres, por outro lado, está ligado à domesticidade: as mulheres são avaliadas em termos de valores estéticos e geralmente estão envolvidas com as profissões humanitárias e educacionais – até mesmo a professora Playmobil está vestida de rosa!

Apesar dos brinquedos serem considerados pela maioria das pessoas como trivialidades que não devem ser levadas a sério, como sugere Sutton Smith (1986),

estes objetos, aparentemente inócuos, são repositórios de valores sociais que podem determinar o modo como a criança vê o mundo.

Esperamos ter demonstrado, através de nossa análise, que os brinquedos estão intimamente relacionados a importantes padrões culturais na sociedade em geral, e continuam a projetar um mundo perigoso, desigual e marcado por relações de gênero. Bonecas para meninas são representadas como fisicamente limitadas na maneira como se movem, são romantizadas (através de códigos de cor, da linguagem e, às vezes, sexualizadas de modos específicos), e são basicamente ancoradas em um ‘mundo real’ de afazeres domésticos. Elas também são convencionalmente restringidas a certas atividades e papéis sociais. Os brinquedos para meninos e suas representações, por outro lado, constroem ação, risco e poder. O mundo dos brinquedos e suas muitas representações constroem os seres humanos de modos bastante diferentes – o mundo ‘real’ e o ‘mundo da imaginação’ são diferentes para meninos e meninas. Se meninos e meninas são expostos desde cedo a uma versão tão diferente do mundo, suas identidades também serão construídas sobre esta diferença. E isto é assustador.

## REFERÊNCIAS

BARTHES, R. **Mythologies**. St. Albans: Paladine, 1973.

\_\_\_\_\_. **Image, music and text**. London: Fontana, 1977.

BERNSTEIN, B. Codes, modalities and the process of cultural reproduction: a model. **Language and Society**, n. 10, p. 327-63, 1981.

BUTLER, J. **Gender trouble: feminism and the subversion of identity**. London: Routledge, 1990.

CALDAS-COULTHARD, C. R. Cross-cultural representation of ‘otherness’ in media discourse. In: WEISS, G.; WODAK, R. (Eds.). **Critical Discourse Analysis: theory and interdisciplinary**. London: Macmillan, 2002. p. 272-296.

\_\_\_\_\_; COULTHARD, M. (Eds.). **Texts and practices: readings in critical discourse analysis**. London: Routledge, 1996.

\_\_\_\_\_; VAN LEEUWEN, T. Baby’s first toys e the discursive construction of childhood. **Folia Linguistica**, Vienna, AUS, v. 35, n. 1-2: WODAK, R. (Ed.). **Critical Discourse Analysis in post modern societies**, p. 157-182, 2001.



- FEATHERSTONE, M. **Consumer culture & Postmodernism**. London: Sage Publications, 1993.
- FLEMING, D. **Powerplay**. Toys as popular culture. Manchester: Manchester University Press, 1996.
- GREY, M.; GREY, G. **Teddy bears**: the collector's guide to selecting, restoring and enjoying new and vintage teddy bears. London: The Apple Press, 1994.
- HALL, S. (Ed.). **Representation**: cultural representations and signifying practices. London: Sage; The Open University, 1997.
- HALLIDAY, M. A. K. **Language as social semiotic**. London: E. Arnold, 1978.
- \_\_\_\_\_. **Functional grammar**. London: Edward Arnold, 1994 [1985].
- HODGE, R.; KRESS, G. **Social semiotics**. London: Polity Press, 1988.
- KLINE, S. **Out of the garden**. toys and children's culture in the age of TV marketing. London: Verso, 1993.
- KRESS, G. Against arbitrariness: the social production of the sign as a foundational issue in critical discourse analysis. **Discourse and Society**, London: Sage, v. 4, n. 2, p. 169-192, 1993.
- \_\_\_\_\_; VAN LEEUWEN, T. **Reading images**: the grammar of visual design. London: Routledge, 1996.
- \_\_\_\_\_; VAN LEEUWEN, T. **Multimodal discourse**: the modes and media of contemporary communication. London: Arnold, 2001.
- MARTIN, J. Beyond exchange: appraisal systems in English. In: HUNSTON, S.; THOMPSON, G. (Eds.). **Evaluation in text**. Oxford: OUP, 2000. p. 142-175.
- MURRAY, P. e L. **The art of the Renaissance**. London: Thames and Hudson, 1963.
- SCOLLON, R **Mediated discourse as social interaction**: a study of news discourse. London: Longman, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Mediated discourse**: the nexus of practice. 2000. (Unpubl. Manuscript)
- SUTTON-SMITH, B. **Toys as Culture**. Nova York: Gardner, 1986.
- VANDENBERG, B. Play Theory. In: FEIN, G.; RIVKIN, M. (Eds.). **The Young Child at Play**, Reviews of Research Volume 4. Washington D. C: National Association for the Education of Young Children (NEYC), 1986.

Discurso crítico e gênero no mundo infantil:

WHITE, P. An introductory tour through appraisal theory. 1999. Disponível em: <[www.gramatics.com/appraisal](http://www.gramatics.com/appraisal)>.

(Texto republicado – sem data de tramitação.)

---

**Title:** Stunning, Shimmering, Iridescent: toys as the representation of gendered social actors

**Author:** Carmen Rosa Caldas-Coulthard e Theo van Leeuwen

**Abstract:** The aim of this paper is to focus on toys which represent human beings (social actors) and communicate specific gendered meanings. We will make reference to the connection between material objects, images and textuality. Our main interest is in the potential social meanings which specifically differentiate girls' and boys' toys and the values attached to these representations. Feminist research seems not to have given sufficient consideration to toys as an extremely important area in terms of representation. Our aim therefore is to start to expose and challenge sexist meanings and to put toys as communication on the feminist agenda.

**Keywords:** discourse; social semiotics; gender; toys.

**Tître:** Discours critique et genre dans le monde infantile: Jouets et la représentation d'acteurs sociaux

**Auteur:** Carmen Rosa Caldas-Coulthard e Theo van Leeuwen

**Résumé:** L'objectif de cet article est celui d'analyser des jouets qui représentent d'êtres humains et qui transmettent des significations spécifiques de genre. On fera des références à la connexion existante entre objets matériels, images et textualité. Notre intérêt principal concerne les significations potentielles qui, spécifiquement, font la différence entre les jouets pour les filles et les jouets pour les garçons, et les valeurs liées à ces représentations. Les recherches féministes donnent l'impression de n'avoir pas fait attention suffisante aux jouets comme un domaine d'extrême importance en termes de représentations sociales. Notre objectif, donc, est celui d'exposer et de défier les significations sexistes qui ne donnent pas assez d'attention aux jouets, et d'insérer, dans l'agenda féministe, une vision des jouets, selon une forme de communication.

**Mots-clés:** discours; sémiotique sociale; genre social; jouet.

**Título:** Discurso crítico y género en el mundo infantil: juguetes y la representación de actores sociales

**Autor:** Carmen Rosa Caldas-Coulthard e Theo van Leeuwen

**Resumen:** El objeto de ese artículo es hacer el análisis de juguetes que representan a seres humanos (actores sociales) y que transmiten significaciones específicas de género. Se hace referencia a la conexión entre objetos materiales, imágenes y textualidad. Nuestra principal atención se dirige, principalmente, no sólo a las significaciones sociales potenciales que específicamente hacen la distinción entre los juguetes para niñas y los para los niños, sino también a los valores vinculados a dichas representaciones. Las investigaciones feministas, según las apariencias, no han dado suficiente atención a los juguetes para considerarlos pertenecientes a una área de extrema importancia en lo

que respecta a las representaciones sociales. Por lo tanto, nuestro objetivo es intentar exponer y desafiar las significaciones sexistas subyacentes a los juguetes, e insertar, en el memorial feminista, una visión de los juguetes como forma de comunicación.

**Palabras-clave:** discurso; semiótica social; género social; juguete.