

RELAÇÕES DIALÓGICAS EM REVISTA INFANTIL: PROCESSO DE ADULTIZAÇÃO DE MENINAS

Cristhiane Ferreguett

Introdução

E tudo em mim – cada movimento, cada gesto, cada experiência vivida, cada pensamento, cada sentimento – deve ser um ato responsável, é somente sob esta condição que eu realmente vivo, não me separo das raízes ontológicas do existir real. (BAKHTIN, 2010b, p. 101)

Apresentaremos no capítulo desse livro a síntese da nossa tese de doutorado, defendida em agosto de 2014 na PUCRS. Pontuamos sobre os objetivos da pesquisa e destacamos a metodologia que criamos para analisar as reportagens da *Revista Recreio Girls*, nosso objeto, e os resultados dessas análises. Aproveitamos a oportunidade para convidar o leitor para uma leitura detalhada de toda a pesquisa; o trabalho encontra-se disponível para *download* no site do Repositório Institucional da PUCRS¹. Na tese será possível visualizar as imagens, recortes das revistas, que por questões legais – direitos autorais da Editora Abril – não podemos publicar aqui.

A tese intitulada *Relações dialógicas em revistas infantis*: o processo de adultização de meninas discute o discurso midiático dirigido às meninas na faixa etária de seis a onze anos de idade e a forma como esses discursos impactam na formação dessas crianças. Compreendemos que a construção da identidade da cultura contemporânea baseia-se, de modo

¹ *Relações dialógicas em revista infantil*: processo de adultização de meninas. Disponível em: <<http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/6929>>. Acesso em: 23-02-2019.

especial, no consumo; crianças, jovens e adultos são compelidos a comprar; vivemos na era do dever da aquisição.

O consumismo contemporâneo foi implantado através de um aprimorado trabalho de *marketing*, como uma estratégia de sobrevivência do capitalismo moderno. Segundo Benjamin R. Barber (2009, p. 92), a nossa é uma era de narcisismo capitalista, em que “os negócios comandam gastos libertinos em falsos desejos enquanto ignoram as reais necessidades humanas”. Bens supérfluos são produzidos de forma homogênea e em grande quantidade. A economia global produz mais bens do que as pessoas de fato necessitam e por isso sempre há demanda de compradores, uma saída para a produção intensiva de produtos foi iniciar as crianças, ainda muito cedo, no mundo do consumo.

O censo do IBGE em 2010 demonstrou que no Brasil existem 45.932.295 milhões de crianças com idade até quatorze anos, ou seja, 24% da população do nosso país. A grande maioria dessas crianças, 78%, vive na região urbana, região com farta oferta de bens de consumo industrializados e fácil acesso aos meios de comunicação.

O sistema industrial/comercial sabe que muitas crianças têm dinheiro para gastar, ou seja, elas são um importante mercado consumidor no presente e um mercado consumidor em potencial no futuro – quando se tornarem adultas. Além disso, são capazes de influir nas compras realizadas pela família, a criança de seis a onze anos é alguém com forte poder de influência sobre a escolha, mesmo com os pais exercendo (na maioria das vezes) o papel de finalizador da compra.

Parodiamos da célebre frase de Simone de Beauvoir (1967, p. 09) – “não nascemos mulheres, tornamo-nos mulheres” – para afirmar que ninguém nasce consumista, torna-se consumista. Os anúncios de publicidade seduzem a criança no momento espontâneo de desenvolvimento emocional e lhes

apresentam um mundo infinito de objetos que devem ser adquiridos para que seja aceita. Lembro aqui que a inclusão ou a exclusão de determinado grupo social é questão de importante relevância nas diversas fases da vida humana e de modo especial na infância.

Há pouco tempo, a criança que se destacava era aquela que tinha uma habilidade que atraía as outras crianças: era o menino bom de bola, a garota que dava show pulando corda ou jogando vôlei. Hoje se destaca no grupo a criança que tem o último modelo de celular, a roupa ou o tênis de marca, ou seja, aquela que tem a posse do bem material ditado pela moda e pelo *marketing*. Um dos jargões que nos chama a atenção diz que vivemos na era do ter e não do ser; hoje as pessoas são identificadas pelo que consomem e possuem e não pelo que são.

Acreditamos que meninas não precisam de salto alto, não precisam de *kits* de maquiagem, de joias ou de bijuterias. Todas essas necessidades são criadas pela mídia e pela sociedade de consumo. Uma menina que vive sua infância, sem se preocupar com o que dita o mercado da moda, consome muito menos que uma menina que se importa em seguir os modelos pré-estabelecidos pelo mercado do consumo.

As mudanças sociais provocadas pelo *marketing* capitalista precisam ser mais pesquisadas e compreendidas. Acreditamos que cabe a nós, pesquisadores dos fenômenos linguísticos, a responsabilidade de estudar e analisar a forma como o texto é estruturado e utilizado a serviço da publicidade nesse processo.

Para compreender quais são os recursos utilizados pela publicidade no processo de adultização precoce da criança, pensamos, inicialmente, em trabalhar com análises de peças publicitárias impressas que seriam destacadas da revista semanal *Recreio*. A proposta era selecionar publicidades de roupas

e acessórios voltados para a menina, assim como de produtos considerados supérfluos – maquiagem, bijuterias etc. Quando, em dezembro de 2010, nos deparamos com o lançamento de um número especial para meninas, a *Revista Recreio Girls* nº 01, ficamos exultantes, pois imaginamos que iríamos encontrar uma grande quantidade de anúncios dentro da especificidade que procurava.

Para nossa surpresa, praticamente não havia anúncios que pudessem ser destacados da *Revista*, uma vez que a publicidade se encontrava diluída nas diversas reportagens da *Recreio Girls*. As atrizes e cantoras, aparentemente de uma faixa etária superior, eram apresentadas como modelos que a menina de seis a onze anos (público-alvo da *Recreio Girls*) deveria imitar. Dessa forma, as reportagens acabaram ocupando o lugar de objeto da presente pesquisa.

Nossos questionamentos diante desse novo objeto foram:

- Que características do discurso publicitário podem ser observadas em distintas reportagens da *Revista Recreio Girls*?
- Como os sentidos são produzidos, via aspectos verbo-visuais, no que se refere à aproximação e influência às leitoras de *Recreio Girls*?
- Como se constrói discursivamente a adultização precoce de meninas em reportagens da *Revista Recreio Girls*?

Com o propósito de buscar respostas para essas questões, definimos o seguinte objetivo geral para o trabalho: analisar como o discurso publicitário se engendra na tessitura discursiva de reportagens da *Revista Recreio Girls* e que efeitos de sentidos produz no que se refere à adultização precoce da menina. Traçamos ainda outros três objetivos específicos: a) analisar características do discurso publicitário em diferentes

reportagens da *Revista Recreio Girls*; b) analisar como os sentidos são produzidos nos discursos, via aspectos verbo-visuais, no que se refere à aproximação e influência às leitoras de *Recreio Girls*; e c) analisar como se constrói discursivamente a adultização precoce de meninas em reportagens da *Revista Recreio Girls*.

Para as análises, selecionamos três reportagens, uma amostragem que pudesse representar, de certo modo, o conjunto das revistas publicadas, tendo em vista a comercialização de cinco números, entre 2010 e 2012². Desse montante, foram escolhidas: uma reportagem da primeira revista, outra da terceira (a revista do meio) e uma reportagem da quinta e última revista. Um dos critérios de seleção foi a escolha de reportagens que apresentavam a presença marcante de imagens de bens de consumo. Outro critério de seleção das reportagens foi evitar a repetição de temas, por isso selecionei uma reportagem sobre moda, outra sobre cabelos e outra sobre perfil. No entanto, a reportagem sobre perfil é uma reportagem ampliada; ela inicia como reportagem do tipo perfil seguida de duas outras (uma de moda e outra de maquiagem e cabelo), como uma espécie de sequência. Para evitar o prejuízo da compreensão da reportagem sobre perfil como um todo, analisamos também as duas outras que a complementam, o que acabou totalizando cinco reportagens.

A primeira reportagem é de moda e o título é “Vire Estrela!” A segunda é um especial sobre cabelos e o título é “10 dicas para ter fios lindos”. A terceira reportagem recebe o título de *Queridinha do Country* e apresenta o perfil da cantora

² Mesmo já tendo concluído a seleção do *corpus*, continuamos atentos ao lançamento das novas edições, sempre perguntando nas bancas pelo sexto exemplar. Curiosamente, até julho de 2014, o sexto exemplar não foi colocado à venda. Pode-se inferir que o formato não agradou às meninas ou não deu o retorno esperado/desejado aos empresários, mas esta questão não será alvo deste estudo. Como se trata de uma edição especial, pode retornar a qualquer momento.

Taylor Swift, seguida de mais duas: uma sobre moda “Menina Estilosa” e outra sobre maquiagem e cabelo “Fique Linda como Taylor”.

Como embasamento para a reflexão, buscamos apoio no referencial teórico-metodológico do Círculo de Bakhtin, que considera todo ato comunicativo dinâmico e contextual, situado por sujeitos, instituições, tempos e espaços definidos. A concepção de linguagem do Círculo leva em conta a alteridade, os papéis interativos dos interlocutores, os modos e as circunstâncias da interação verbal. Por essas razões, a teoria se mostra adequada para discutir o objeto de estudo em questão.

A fim de atender aos objetivos propostos, organizamos nosso estudo em quatro capítulos, seguido das considerações finais. Os dois primeiros capítulos são de contextualização, sendo o primeiro sobre a criança e o segundo sobre cultura de massa, mídia e propaganda. O terceiro é essencialmente teórico. Estes três primeiros capítulos forneceram as bases para as análises realizadas no quarto e último capítulo do trabalho.

O primeiro capítulo contempla um estudo sobre a criança, devido a necessidade de desenvolver uma reflexão mais abrangente sobre o leitor da *Revista Recreio Girls*. Para compreender a criança, é preciso compreender a imagem que o adulto faz da criança e como se relaciona com ela. Discutimos a infância, numa perspectiva histórica e social por ser a opção mais coerente e em sintonia com o pensamento bakhtiniano. Trata-se de um capítulo de caráter documental e contextual.

No segundo capítulo, apresentamos questões sobre a cultura e mídia de massa, além de uma discussão sobre o discurso publicitário e as especificidades do discurso publicitário direcionado para as crianças. Discutimos pontos de vista de alguns publicitários sobre a publicidade, bem como o de pessoas e instituições que se opõem ao discurso publicitário dirigido diretamente a crianças. Apresentamos ainda a legislação

nacional que regula a publicidade para o público infantil, bem como a proposta do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR).

No terceiro capítulo, apresentamos os principais conceitos, discutidos pelo Círculo de Bakhtin, que foram utilizados para nortear este trabalho: signo ideológico, palavra, enunciado, discurso, gênero, acento de valor, alteridade, relações dialógicas, ato responsável e compreensão responsiva. Ainda nesse capítulo, apresentamos uma proposta de metodologia que sistematizamos para as análises das reportagens da *Revista Recherche Girls* – quarto capítulo – a partir das concepções linguísticas apresentadas pelo Círculo de Bakhtin.

No último capítulo da tese, apresentamos as análises das reportagens. Seguimos as orientações metodológicas sistematizadas no terceiro capítulo e utilizamos o aporte teórico fornecido pela teoria bakhtiniana bem como as informações sobre criança, mídia e publicidade infantil para discutir detalhes das reportagens selecionadas.

Proposta de análise

Em *Marxismo e Filosofia da Linguagem*, Mikhail Mikhailovich Bakhtin/Valentin Nikolaevich Volochinov (2004) apresenta duas propostas de regras metodológicas: a primeira na página 44 e, a segunda, na 124. Na primeira proposta, é dito que “cada época e cada grupo social têm seu repertório de formas de discurso na comunicação sócio ideológica. A cada grupo de formas pertencentes ao mesmo gênero, isto é, cada forma de discurso social corresponde a um grupo de temas” (BAKHTIN/ VOLOCHINOV, 2004, p. 43). Compreendemos que se trata de um embrião da ideia de gênero discursivo que será desenvolvida posteriormente por Mikhail Mikhailovich Bakhtin. O termo *forma*, que aparece como sendo “forma de discurso social”, vai estar presente tanto na ordem metodoló-

gica da p. 44, quanto na outra da p. 124, com leves modificações no registro escrito, mas conservando o sentido de enunciado discursivo. A primeira ordem metodológica traz as seguintes recomendações:

1. *Não separar a ideologia da realidade material do signo* (colocando-a no campo da “consciência” ou em qualquer outra esfera fugidia e indefinível).
2. *Não dissociar o signo das formas concretas da comunicação social* (entendendo-se que o signo faz parte de um sistema de comunicação social organizada e que não tem existência fora deste sistema, a não ser como objeto físico).
3. *Não dissociar a comunicação e suas formas de sua base material* (infraestrutura) (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2004, p. 44)

No primeiro item, Mikhail Mikhailovich Bakhtin/Valentin Nikolaevich Volochinov assinala que não se deve separar a ideologia da realidade material do signo, ou seja, todo signo ideológico é também um signo linguístico e ambos estão marcados pelo horizonte social em que se realizam. O signo ideológico não deve ser colocado no campo da consciência “ou em qualquer outra esfera fugidia e indefinível”. Para Mikhail Mikhailovich Bakhtin/Valentin Nikolaevich Volochinov (2004, p. 49), a consciência constitui um fato socioideológico, o fenômeno psíquico deve ser compreendido e interpretado exclusivamente por fatores sociais, que determinam a vida concreta do indivíduo nas condições do meio social:

a atividade psíquica constitui a expressão semiótica do contato entre o organismo e o meio exterior. Eis porque o *psiquismo interior não deve ser analisado como uma coisa; ele não pode ser compreendido e analisado senão como um signo.*

Segundo Mikhail Mikhailovich Bakhtin/Valentin Nikolaevich Volochinov, o signo faz parte de um sistema de comunicação social e só tem existência quando se realiza dentro desse sistema; fora dessa realidade concreta ele é apenas um objeto físico, sem vida. Outro aspecto a ser considerado é o da

valoração; a inserção do enunciado em um processo de comunicação faz com que ele ganhe um valor diferente do que ganharia se estivesse inserido em outro processo de comunicação. Cada enunciado se torna único e com uma valoração própria, índice de valor que ganha sentido na relação entre os interlocutores do processo comunicativo e a inserção em um dado contexto histórico-ideológico-social. Para que “desencadeie uma reação semiótico-ideológica”, é indispensável que o objeto esteja relacionado com as condições socioeconômicas para que os sentidos tomem forma. (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2004, p. 45)

Mikhail Mikhailovich Bakhtin/Valentin Nikolaevich Volochinov (2004, p. 46) lembra que “em todo signo ideológico confrontam-se índices de valor contraditórios”, uma vez que o signo se situa na arena social. Os falantes podem falar a mesma língua, todavia isso não garante a produção dos mesmos sentidos no uso de formas idênticas ou equivalentes: “*em todo signo ideológico confrontam-se índices de valor contraditórios*” (p. 46), ou seja, existe uma espécie de tensão entre os diversos índices de valor do signo ideológico. Somente no uso, na interação social, é que os sentidos refletidos e refratados pelo signo ideológico irão se concretizar.

A terceira recomendação é não separar a comunicação da infraestrutura – base material/econômica de uma sociedade. Lembramos que para os autores existe uma “*relação recíproca* entre a infraestrutura e a superestrutura”. (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2004, p. 41)

Na p. 124, Mikhail Mikhailovich Bakhtin/Valentin Nikolaevich Volochinov (2004) apresenta a segunda ordem metodológica, antecedida por considerações sobre a realização da língua no sistema de comunicação concreto, da vida real e não no plano abstrato:

A língua vive e evolui historicamente na *comunicação verbal concreta*, não no sistema linguístico abstrato das formas da

língua nem no psiquismo individual dos falantes.

Disso decorre que a ordem metodológica para o estudo da língua deve ser o seguinte:

1. As formas e os tipos de interação verbal em ligação com as condições concretas em que se realiza.
2. As formas das distintas enunciações, dos atos de fala isolados, em ligação estreita com a interação de que constituem os elementos, isto é, as categorias de atos de fala na vida e na criação ideológica que se prestam a uma determinação pela interação verbal.
3. A partir daí, exame das formas da língua na sua interpretação linguística habitual. (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2004, p. 124)

A ordem apresentada representa um modo de se considerar a língua em situações verbais concretas, inseridas em contexto sócio- histórico-ideológico. Em primeiro lugar, Mikhail Mikhailovich Bakhtin/Valentin Nikolaevich Volochinov apresenta a ligação entre as formas e tipos de interação verbal em relação com as condições em que se realizam, ou seja, dentro das suas esferas do contexto sócio-histórico.

Em seguida, assinala sobre “as formas das distintas enunciações”. Compreendemos que aqui está implícita a ideia de gêneros, o embrião da ideia de gênero discursivo que será desenvolvida posteriormente por Mikhail Mikhailovich Bakhtin. Essas formas das distintas enunciações devem estar em relação com outros elementos ideológicos/contextuais. O terceiro e último ponto focaliza que, após serem considerados os itens anteriores, procede-se à “interpretação linguística habitual”.

Observa-se que a palavra – material verbal – se destaca dentre os diversos signos, pois está presente em todas as relações (entre indivíduos, do cotidiano, de caráter político etc.) e graças à faculdade de estar, concomitantemente, presente em todos os lugares e em toda parte é o melhor indicador das

transformações sociais. A palavra possui o privilégio de organizar os diversos campos da vida social. Mesmo as transformações que ainda estão por vir, que não estão estruturadas nos sistemas ideológicos, são passíveis de um registro por parte da palavra: “a palavra é capaz de registrar as fases transitórias mais íntimas, mais efêmeras das mudanças sociais”. (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2004, p. 41)

Para Mikhail Mikhailovich Bakhtin/Valentin Nikolaevich Volochinov, “é nessa mesma ordem [metodológica] que se desenvolve a evolução real da língua”:

as relações sociais evoluem (em função das infraestruturas), depois a comunicação e a interação verbais evoluem no quadro das relações sociais, as formas dos atos de fala evoluem em consequência da interação verbal, e o processo de evolução reflete-se, enfim, na mudança das formas da língua. (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2004, p. 124)

Essa ordem metodológica se contrapõe à abordagem feita pela linguística da época, década de 1920, que trabalhava com a segmentação dos elementos linguísticos descontextualizados: “o que falta à linguística contemporânea é uma abordagem da enunciação em si. Sua análise não ultrapassa a segmentação em constituintes imediatos”. (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2004, p. 124)

A palavra na vida, em ação entre os interlocutores, faz parte da criação ideológica ininterrupta. As conversas que travamos no trabalho, no teatro, em uma reunião social ou até mesmo o nosso discurso interior são diferentes modos de discurso e estão intimamente relacionadas às outras interações de natureza semiótica (gestos, mímicas etc.). Todas essas formas de interação verbal e não verbal estão vinculadas às condições da situação social em que se materializam:

enquanto um todo, a enunciação só se realiza no curso da comunicação verbal, pois o todo é determinado pelos seus limites, que se configuram pelos pontos de contato de uma determinada enunciação com o meio extra verbal e verbal (isto é, as outras e-

nunciações). (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2004, p. 125)

Associando essas reflexões aos discursos destinados às crianças, observamos que as imagens ganham espaço privilegiado, uma vez que chamam muito a atenção dos pequenos e falam tanto ou muito mais do que as palavras. Em publicidade infantil, normalmente, a imagem é fator de destaque. Em nossa dissertação de mestrado (FERREGUETT, 2008), verificamos que as peças publicitárias publicadas em revistas infantis eram caracterizadas pela presença predominante de imagens acompanhadas por textos curtos para facilitar a compreensão da mensagem pelas crianças menores que estão ensaiando os primeiros passos no mundo da leitura, além de serem atraentes para uma leitura rápida da garotada que não quer perder tempo.

As reportagens da *Revista Recreio Girls* lembram a estrutura de uma peça publicitária: predominância de imagens e textos sintéticos. A fim de seduzir o público infantil, a revista apresenta uma onipresença de textos verbo-visuais, onde palavra e imagem se completam e ao mesmo tempo se mesclam, formando uma trama de palavras e imagens. A linguagem verbal acompanha a imagem, atribuindo-lhe sentidos; a imagem se insere nas linhas e entrelinhas dando sentidos às palavras. Elementos visuais e elementos verbais estão em relação dialógica, não podendo ser separados, sem risco de amputação dos sentidos. Não podemos excluir um ou outro elemento. A articulação entre imagens e palavras exige do analista percepção e compreensão da trama do verbo-visual, que se materializa como enunciado.

Mikhail Mikhailovich Bakhtin, ao longo de suas obras, faz diversas menções aos enunciados visuais enquanto lugar de produção de sentidos. Na obra sobre François Rabelais – *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: o Contexto de François Rabelais* (1993), o autor aborda o sistema de imagens culturais – funcionamento de tipos de linguagem hu-

mana não verbais. Dos sete capítulos, três explicitam em seus títulos a ênfase dada ao estudo das imagens, sendo o capítulo terceiro – “As formas e imagens da festa popular na obra de Rabelais”; o capítulo quinto – “A imagem grotesca do corpo em François Rabelais e suas fontes” – e o capítulo sétimo: “As imagens de Rabelais e a realidade de seu tempo”. Ao longo da obra, é dada atenção às diversas imagens descritas na obra de François Rabelais (BAKHTIN, 1993) – “imagem do médico” (p. 155); “imagens de banquete” (p. 250); “imagens da sepultura” (p. 286); “imagem do inferno” (p. 346); “imagem da festa popular” (p. 400) etc. Seleccionamos um trecho sobre a “imagem da morte renovação” na obra de François Rabelais, sob a perspectiva de Mikhail Mikhailovich Bakhtin:

A terra era, portanto, singularmente fértil “em nêspas”. Ora, os que comeram desses frutos foram vítimas de bem estranhos acidentes: sobreveio-lhes ao corpo um inchaço horrível, cada um num local diferente. Rabelais aproveita a ocasião para descrever essas diversas deformidades tipicamente que atingem uma parte qualquer do corpo, ignorando completamente as outras. Ele esboça de certa maneira um quadro do corpo despedaçado, onde algumas de suas partes tomaram dimensões desproporcionais. [...] Em seguida, Rabelais descreve pessoas afligidas por *bossas* de incrível tamanho, *narizes* monstruosos, *pernas* de extraordinário comprimento, orelhas gigantescas. Descreve detalhadamente alguns que desenvolveram um *falo* maravilhosamente longo (a tal ponto que eles podiam servir-se dele como cinto, enrolando-o pelo corpo seis vezes) e os dotados de testículos enormes. Temos diante dos olhos a imagem de um corpo grotesco, grandioso, ao mesmo tempo que toda uma galeria de figuras carnavalescas (os bonecos confeccionados por ocasião do carnaval apresentam geralmente as mesmas anomalias) (BAKHTIN 1993, p. 286-287).

Observamos, no texto destacado, a atenção dada à descrição. Mikhail Mikhailovich Bakhtin (1993) elabora um detalhamento fotográfico feito com palavras, proporcionando ao leitor a visualização das figuras descritas na imaginação. Embora não haja elementos visuais aparentes, o texto verbal descritivo constrói discursivamente a visualidade a partir do atri-

buto de características do corpo de diferentes pessoas.

Em “O Problema do Texto na Linguística, na Filologia e em Outras Ciências Humanas”, que na versão brasileira se encontra no livro *Estética da Criação Verbal*, Mikhail Mikhailovich Bakhtin discute o texto no sentido amplo, que ele denomina por “texto subtendido”, um “conjunto coerente de signos” que abrange diversas expressões artísticas. Em uma perspectiva ampla, até a atitude humana é “um texto em potencial e pode ser compreendida (como atitude humana e não ação física) unicamente no contexto dialógico da própria época” (BAKHTIN, 2010a, p. 312). Afirma que cabe às ciências humanas “o estudo dos elementos extralinguísticos e ao mesmo tempo extrassemânticos (artísticos, científicos etc.) do enunciado” (p. 313). Mikhail Mikhailovich Bakhtin compreende que os elementos extralinguísticos penetram no enunciado linguístico e transformam-se em uma só plenitude:

o enunciado em sua plenitude é enformado como tal pelos elementos extralinguísticos (dialógicos), está ligado a outros enunciados. Esses elementos extralinguísticos (dialógicos) penetram o enunciado também por dentro. (*Idem, ibidem*)

Ainda nesse texto, Mikhail Mikhailovich Bakhtin discute a ideia de autoria, que é analisada como constitutiva não apenas de obras verbais, mas também em obras de pintura:

encontramos autor (percebemos, compreendemos, sentimos, temos a sensação dele) em qualquer obra de arte. Por exemplo, em uma obra de pintura sempre sentimos o seu autor (o pintor), contudo, nunca o *vemos* da maneira como vemos as imagens por ele representadas. (BAKHTIN, 2010a, p. 314)

Em *Marxismo e Filosofia da Linguagem* (2004), a imagem, assim como a palavra, é considerada como produto ideológico:

e toda imagem artístico-simbólica ocasionada por um objeto físico particular já é um produto ideológico. Converte-se, assim, em signo o objeto físico, o qual, sem deixar de fazer parte da realidade material, passa a refletir e a refratar, numa certa medida,

uma outra realidade. (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2004, p. 31)

Sheila Vieira de Camargo Grillo (2012) discute os fundamentos bakhtinianos para a análise de enunciados verbo-visuais. A autora lembra que, para Mikhail Mikhailovich Bakhtin, a investigação em ciências humanas envolve compreensão e não explicação; diálogo e interrogação – e não monólogo – e a interpretação dos significados e dos signos. Para a linguista, a análise de enunciados verbo-visuais em uma perspectiva bakhtiniana

deve se pautar, por um lado, no seu caráter real e objetivo e na sua capacidade, enquanto manifestação humana, de determinar o modo de análise, e por outro, nas questões e categorias teóricas previamente definidas pelo pesquisador. (GRILLO, 2012, p. 237)

É no diálogo, por um lado, do pesquisador e sua teoria com, por outro, seu objeto falante, que está o fundamento epistemológico da teoria de Mikhail Mikhailovich Bakhtin e do seu Círculo. Apropriamo-nos na reflexão feita pela linguista para também nortear a nossa proposta de análise.

Diante da necessidade de organizar um fio condutor para as análises do texto verbo-visual, *corpus* desta pesquisa, retomamos conceitos teóricos que foram discutidos inicialmente para sistematizar passos metodológicos que serão utilizados nas análises no próximo capítulo.

Apesar da apresentação de um roteiro metodológico, numa sequência ordinal, isso não significa que nossa percepção e análise sejam estanques. Também não significa que seja um roteiro invariavelmente fixo, mas sim que o nosso olhar sobre o objeto levará em consideração as recomendações apresentadas.

Considerar a relação do contexto social na produção do sentido semiótico e ideológico

Tendo em vista que “sem signo não existe ideologia” e que “tudo que é ideológico possui um valor semiótico” (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2004, p. 31-32), todos os signos que circulam em nosso espaço social estão impregnados de ideologia. Os signos refletem e refratam uma realidade exterior, ou seja, a realidade do contexto social onde circulam. É preciso considerar a relação do contexto social na produção do sentido semiótico e ideológico. Assim, para uma melhor compreensão dos sentidos, temos que ter um olhar ao mesmo tempo minucioso e amplo; estarmos atentos tanto aos detalhes presentes no discurso – aqui e agora, quanto às questões postas pelo contexto sócio-histórico. Dentre as noções discutidas por Mikhail Mikhailovich Bakhtin, destacamos as noções de signo ideológico, palavra, enunciado, discurso e gêneros do discurso.

Considerar as relações dialógicas entre os enunciados

Os sentidos nascem das relações dialógicas entre enunciados/discursos passados que já foram produzidos e formas de enunciação/discursos futuros que poderiam vir a ser produzidos. Mikhail Mikhailovich Bakhtin (2010a, p. 331) afirma que “a compreensão do enunciado pleno é sempre dialógica” e que “não pode haver enunciado isolado” (p. 371). Todo enunciado pressupõe enunciados que o antecedem e o sucedem, e nenhum enunciado pode ser o primeiro ou o último. O enunciado é um elo na cadeia e fora dessa cadeia não pode ser estudado. Para a compreensão dos sentidos do enunciado verbal, é necessário considerar a significação linguística, os elementos reiteráveis do enunciado, como classes de palavras, sinais de pontuação etc., que juntamente com o tema revelam as produções dos sentidos. As noções que estão em relevo nesse item são: enunciado, discurso e relações dialógicas.

Considerar as relações dialógicas do verbal e do não verbal

O diálogo é o princípio da vida social. Estar vivo significa falar, ouvir, responder, concordar, discordar, interrogar etc. Estamos em constante diálogo com o nosso interlocutor e com os signos que circulam em nossa sociedade. Os signos também dialogam entre si. Como dissemos inicialmente, as palavras e as imagens constituem uma trama simbólica em nosso objeto, mas, se por um lado precisamos ver o todo, por outro, precisamos observar o papel de cada detalhe e sua função na constituição dessa trama.

Precisamos compreender o que a palavra diz, bem como o que ela não diz, o que deixa para que o enunciado verbo-visual fale por si. A cor é um dos aspectos do enunciado visual que consideraremos nas análises que compõem os enunciados verbo-visuais. Seleccionamos as obras de Luciano Guimarães (2000 e 2003) e Modesto Farina, Clotilde Perez e Ivan Santo Barbosa (2006) para discutir questões específicas sobre a cor como elemento de informação e sentido no processo de comunicação. Luciano Guimarães (2000, p. 12) apresenta a seguinte concepção de cor: “é uma informação visual, causada por um estímulo físico, percebida pelos olhos e decodificada pelo cérebro”. Luciano Guimarães (2000, p. 16) considera que a cor equivale a um texto, cumprindo o papel de apresentar informações culturais, parte da “sintaxe visual”.

Modesto Farina, Clotilde Perez e Ivan Santo Barbosa (2006, p. 7) entendem que “cor é uma onda luminosa, um raio de luz branca que atravessa nossos olhos” e que os costumes sociais intervêm na escolha da cor, uma vez que o significado de cada cor está enraizado na cultura de um povo. Para Mikhail Mikhailovich Bakhtin/Valentin Nikolaevich Volochinov (2004, p. 52), toda a reação aos estímulos exteriores pode ser considerada como “material para a expressão da atividade psíquica, posto que tudo pode adquirir um valor semiótico, tudo pode tornar-se expressivo”. A cor possui um valor semiótico,

faz parte do enunciado verbo-visual do discurso publicitário e contribui para a construção dos sentidos do discurso como um todo enquanto signo dialógico e ideológico. As noções bakhtinianas que consideramos para essa discussão são: signo ideológico, enunciado, dialogismo, ato responsável e compreensão responsiva.

Considerar as relações dialógicas entre os diferentes gêneros

O projeto enunciativo do locutor orienta a escolha do gênero mais apropriado para se enunciar. O enunciador antecipa a resposta do seu interlocutor e escolhe determinado gênero para a materialização do seu discurso. Os discursos da esfera jornalística (entre eles a reportagem) e o da esfera publicitária pertencem à esfera midiática. As esferas – jornalística e publicitária – se entrecruzam e os gêneros também. A heterogeneidade não está restrita aos enunciados, está também nas esferas e nos gêneros; nada é isolado. Num enunciado vemos marcas de outros e nos gêneros também vemos indícios de outros gêneros. Para Mikhail Mikhailovich Bakhtin (2010a, p. 263), “os grandes gêneros publicísticos são gêneros discursivos secundários”, ou seja, aquele que apresenta e conserva a presença de outros gêneros em si. As noções que estão em relevo nesse item são: enunciado, discurso, esferas de comunicação, gêneros do discurso e relações dialógicas.

Considerar as relações dialógicas empreendidas entre locutor e interlocutor

No processo de efetivação das análises, estaremos, como terceiro participante da interlocução, compreendendo os possíveis sentidos que se efetivam nas relações dialógicas entre o locutor – *Revista Recreio Girls* – e o interlocutor – a menina/interlocutora. Segundo Mikhail Mikhailovich Bakhtin, o

locutor tem a capacidade de colocar-se no lugar do interlocutor e de antecipar as suas possíveis respostas. Essas respostas projetadas orientam na construção de um projeto enunciativo que influenciam as escolhas do locutor com relação à seleção dos enunciados e a valoração que será dada a esses enunciados: “a escolha de *todos* os recursos linguísticos é feita pelo falante sob maior ou menor influência do destinatário e da sua resposta antecipada”. (BAKHTIN, 2010a, p. 306). Lembramos que “toda compreensão é prenhe de resposta” (BAKHTIN, 2010a, p. 271); a resposta do interlocutor ao locutor pode não ser a esperada/pretendida, mas sempre será uma resposta ativa, não existe passividade nas relações dialógicas na perspectiva bakhtiniana. As noções bakhtinianas que se destacam aqui são: dialogismo, alteridade, ato responsável e compreensão responsável.

Considerações sobre as análises e a conclusão

No primeiro capítulo da tese, fizemos um percurso histórico, a fim de compreender a criança em uma perspectiva histórica e social. Vimos que, apesar de os registros históricos, de modo geral, terem ignorado a participação da criança na construção da nossa história, sabemos que ela sempre esteve presente em todos os momentos. Os papéis sociais que são atribuídos às crianças são construídos historicamente e modificam-se junto com as transformações da nossa sociedade.

Compreendemos que, durante um longo período³, as crianças foram vistas como adultos em miniatura e não existia

³ De modo geral este período se refere à Idade Média, mas sabemos que a ordem cronológica usada para definir períodos históricos não significam – necessariamente – o fim de um processo. As mudanças sociais, geralmente, acontecem em processos lentos. Philippe Ariès (1981) afirma que somente partir do fim do século XVII, a criança deixou de aprender sobre a vida através do contato direto com os adultos e a escola passou a ser o principal local de aprendizagem.

nenhuma reserva diante delas. Elas usavam roupas iguais às dos adultos, participavam de brincadeiras e jogos sexuais, trabalhavam e presenciavam acontecimentos sociais sem distinção. Os adultos nutriam pouca afeição por elas, devido ao alto índice de mortalidade e à ausência de um sentimento de família. A criança passava do estatuto de criança pequena para o estatuto de adulto sem passar por fases intermediárias, numa espécie de adultização precoce.

Lentas transformações sociais fizeram com que as crianças passassem a receber mais cuidado e proteção por parte dos adultos. A necessidade de escolarizar as crianças foi fundamental para o sentimento familiar e por uma distinção dos adultos em relação a elas. Para as meninas essas mudanças chegaram mais lentamente tanto no que toca ao acesso à escola, quanto à distinção pelas roupas em relação à mulher adulta.

Neil Postman (1999) afirma que, no período entre 1850 e 1950, moldou-se o estereótipo da família moderna; a criança se tornou alvo da atenção dos adultos e aconteceu um movimento para retirá-la das fábricas e colocá-la dentro das escolas. A indústria e o comércio passaram a produzir produtos especializados para as crianças: roupas, jogos, literatura, mobiliário etc. e centenas de leis foram criadas a fim de darem proteção à infância. A incrementação dos meios de comunicação fez emergir um novo mundo simbólico e quebrou as barreiras entre crianças e adultos. A informação homogênea e acessível para todas as faixas etárias favoreceu a formação de “crianças adultizadas” e “adultos infantilizados” (POSTMAN, 1999, p. 113).

David Buckingham (2006) argumenta que as crianças não podem mais ser excluídas ou protegidas do mundo adulto da violência, do comercialismo e da política, mas temos a responsabilidade de prepara-las a lidar com isso. Os teóricos da sociologia da infância compreendem que devemos considerar as crianças enquanto atores sociais, percebê-las enquanto su-

jeitos plenos, com direitos que precisam ser garantidos e respeitados. E esse respeito se estende na percepção da infância como plural e na valorização de sua diversidade, marcada pela classe social, gênero, cultura, etnia e demais fatores que marcam o mundo onde vive.

No que toca à questão específica do gênero, os adultos – na convivência familiar, através de instituições ou da mídia – ditam as regras de comportamento para os meninos e as meninas. Para as meninas é ofertada uma perspectiva de felicidade que só se realizará através do matrimônio e uma obrigação de seguir uma padronização de beleza imposta pelos meios de comunicação social de massa.

No segundo da pesquisa, discutimos questões sobre a mídia, sobre o discurso publicitário e o discurso publicitário específico para o público infantil. Compreendemos que existe uma tendência, incentivada pela mídia, em padronizar gostos e comportamentos quebrando as barreiras entre as diversas faixas etárias. Entendemos que o *marketing* estimula o processo de adultização da criança ao incentivar o consumo de produtos normalmente desnecessários para uma criança e que, além dos produtos, a mídia comercializa atitude e valores. Criança com o comportamento de criança consome menos, a mídia solicita que as meninas se vistam como uma mulher adulta e usem maquiagem.

Através do referencial teórico-metodológico do Círculo de Bakhtin, compreendemos que todo ato comunicativo é dinâmico e contextual, situado por sujeitos, instituições, tempos e espaços definidos. Os conceitos bakhtinianos que selecionamos – signo ideológico, palavra, enunciado, discurso, gênero, acento de valor, alteridade, relações dialógicas, ato responsável e compreensão responsiva – e a nossa proposta metodológica foram essenciais para a realização das análises, para responder aos nossos questionamentos iniciais e atender aos objetivos que foram traçados para este trabalho.

O nosso primeiro questionamento foi no sentido de identificar as características do discurso publicitário nas reportagens. Compreendemos que as reportagens da *Revista Recherche Girls* que foram analisadas apresentaram diversas características do discurso publicitário. Na reportagem publicada na primeira revista – documental sobre moda – o discurso publicitário fica mais evidente, pois no fim de cada página aparecem as marcas e os respectivos preços de cada produto apresentado. Apesar de isso evidenciar uma marca do gênero publicitário, normalmente não acontece nas publicidades que são divulgadas em revistas. Divulgar preço é mais comum em panfletos especiais de ofertas que são distribuídos nas portas das lojas e dos supermercados ou em encartes de jornais. Na reportagem “Vire Estrela”, percebemos que o discurso publicitário estava embaralhado (CASTRO, 2008) na reportagem, mas, mesmo assim, ele era perceptível.

A reportagem especial sobre cabelos – publicada na terceira revista – e a reportagem de perfil ampliada – publicada na quinta revista – seguiram um mesmo padrão; ambas são longas (seis páginas) sendo dois terços usados para apresentar as celebridades internacionais e somente nas duas últimas páginas o discurso publicitário fica mais evidente, pois as marcas dos produtos são colocadas em destaque. Ainda assim o discurso publicitário, em uma e na outra, é mais sutil em relação ao que foi usado na reportagem “Vire Estrela”.

Nas quatro primeiras páginas das reportagens “Igual a uma Celebridade” e “Queridinha do *Country*”, o discurso publicitário se apresenta como “não publicidade” (MAINGUENEAU, 2010, p. 168), o camaleão que – neste caso – imita o discurso jornalístico. A reportagem especial sobre cabelo “Igual a uma Celebridade” inicia mostrando uma menina com semelhanças físicas a artista Victoria Justice e em seguida mostra outras quatro celebridades – Ashley Tisdale, Vanessa Hudgens, Avril Lavigne e Selena Gomez – com penteados di-

ferentes para a menina/interlocutora copiar. Alguns produtos que precisarão ser utilizados na produção são citados na descrição dos penteados, mas as marcas só serão mencionadas nas duas últimas páginas.

Quanto a outra indagação sobre os sentidos que são produzidos, via aspectos verbo-visuais, no que se refere à aproximação e influência às leitoras de *Recreio Girls*, observamos que essa aproximação se deu de várias formas, a começar pelos títulos escolhidos para as reportagens.

O título da primeira reportagem é “Vire Estrela!”, da segunda é “Igual a uma Celebridade” e o da terceira – a reportagem ampliada – é “Queridinha do *Country*”. Todos os títulos fazem referência ao glamoroso mundo artístico. O primeiro é imperativo; quer que a menina/interlocutora vire estrela; o segundo, que ela se torne igual, que tenha o mesmo valor que uma celebridade e o terceiro aproxima a menina/interlocutora da cantora do *country*. De qualquer forma, todos os três títulos remetem ao mundo das celebridades, um universo de riqueza, conforto e beleza.

Neusa Demartini Gomes (2008) afirma que uma comunicação massiva de sucesso é aquela que consegue a melhor forma de despertar a empatia no maior número de pessoas. O discurso publicitário se insere de modo discreto nas reportagens da *Recreio Girls* e desse modo procura evitar uma reação de prevenção ou ceticismo que poderia acontecer se o interlocutor estivesse diante de um discurso publicitário convencional. O locutor antecipa a resposta de resistência por parte do seu interlocutor e opta por quebrar a estabilidade do discurso jornalístico inserindo o discurso publicitário sutilmente. Ao tornar o discurso publicitário menos ostensivo, o interlocutor busca a empatia e a adesão da menina/interlocutora.

Sabemos que a criança não é um ser passivo, porém ela tem suas fragilidades diante do bem elaborado discurso – pre-

viamente planejado – para lhe inculcar valores e desejos. A criança não sabe que está dialogando com uma equipe de profissionais qualificados na arte da sedução e venda. Um discurso publicitário que usa o gênero reportagem para vender produtos está usando de estratégias com o seu interlocutor, uma vez que se utiliza de um mascaramento das verdadeiras intenções.

As páginas iniciais da reportagem “Queridinha do *Country*” são dedicadas à construção da imagem da cantora. O locutor aproxima a cantora, de 22 anos, da menina/interlocutora narrando sobre detalhes do início da carreira dela, aos 11 anos de idade. Depois fala dos amigos famosos, do sucesso e prêmios que ela conquistou. Em seguida apresenta o estilo de roupas que ela veste e compara Taylor Swift com uma princesa – sonho da maioria das garotas. Depois da encantadora apresentação, aparecem os produtos que, supostamente, Taylor Swift usa para pintar as unhas, para se maquiar e se pentear.

Outro artifício para conquistar a confiança da criança é a presença de uma voz protetora, de tom maternal/paternal, que eventualmente vem à tona e busca cuidar da sua saúde e proteção: “com cuidado, coloque a *headband* e você está pronta!”⁴; “proteja a cabeça contra o sol utilizando um chapéu ou boné”⁵ e “tome cuidado com as peças que pedir emprestadas e antes de devolvê-las verifique se estão em ordem”⁶. Todas estas falas soam familiares à menina/interlocutora que, possivelmente, já as ouviu através de seus pais ou cuidadores.

Além da voz do adulto, a voz da criança também aparece, principalmente na reportagem “Vire Estrela!”. Discursos colocados entre aspas ao lado de meninas de 10 anos (Rocio

⁴ *Recreio Girls*, n. 5, p. 09.

⁵ *Recreio Girls*, n. 3, p. 19.

⁶ *Recreio Girls*, n. 1, p. 08.

Santosola e Beatriz Thomaz) e 11 anos (Amanda A. Duarte). Na reportagem “Igual a uma Celebridade” a menina Isabella Ramblas representa uma versão criança da atriz Victoria Justice. Apesar de não existir uma fala destacada, o discurso está no texto verbo-visual.

Como se constrói discursivamente a adultização precoce de meninas em reportagens da *Revista Recreio Girls*? Esse foi o nosso terceiro e último questionamento. Compreendemos que, assim como no discurso publicitário, as reportagens da *Recreio Girls* só mostram mulheres jovens, belas, felizes e bem-sucedidas. Trabalhamos com vários autores para discutir questões sobre o discurso publicitário. De modo geral, existe uma unanimidade dos estudiosos em relação ao fato de que a publicidade vende valores e influencia comportamentos. As reportagens analisadas também vendem valores, estilo de vida e visam influenciar os comportamentos das crianças. Ressaltamos que todas as três reportagens apresentaram modelos adultos para a criança como referência de como ela deve se vestir, se maquiar, se pentear e como ela deve ser. Dessa forma, as crianças são estimuladas a ingressar mais cedo no universo adulto, absorvendo seus hábitos, maneira de se vestir e comportamentos.

A reportagem da primeira revista, dezembro de 2010, apresenta como referência três artistas: Miley Cyrus, de 18 anos; Selena Gomez, de 18 anos; Miranda Cosgrove, de 17 anos. A reportagem especial sobre cabelos, novembro de 2011, exibe cinco possibilidades de penteados através de Victoria Justice (18 anos); Ashley Tisdale (26 anos); Avril Lavigne (27 anos); Selena Gomez (19 anos) e Vanessa Hudgens (23 anos). E a reportagem ampliada do perfil da cantora Taylor Swift (22 anos) tem a própria cantora como centro das atenções, modelo para diversos estilos de roupas, penteados e maquiagens.

Das oito celebridades, apenas uma é menor de 18 anos; ainda assim, Miranda Cosgrove (17 anos) está bem acima da

faixa etária do público alvo da revista – meninas de 6 a 11 anos. Os modelos de roupas apresentados como inspiração para a criança na reportagem *Vire Estrela!* são de três personagens de seriados da televisão: Hannah Montana e Miley Stewart (interpretadas por Miley Cyrus), Alex Russo (vivida por Selena Gomez) e Carly Shay (por Miranda Cosgrove); os limites entre o mundo real e o mundo encenado nos seriados não são bem delimitados. Nas demais reportagens, as artistas são apresentadas por elas mesmas e não pelos personagens que representam, mas todas já atuaram em diversos filmes e famosos seriados de televisão. Existe grande possibilidade de a criança relacionar a artista com as personagens dos filmes e seriados; mundo real e mundo onírico se misturam, as fronteiras não são delimitadas. Ao copiar o penteado da Selena Gomez, a criança também está copiando o penteado da jovem feiticeira Alex Russo.

As reportagens da *Revista Recreio Girls* usam o mesmo padrão de beleza que a mídia utiliza para a mulher adulta: ser magra, ter cabelos lisos e vestir-se como dita a moda. Apesar de não ser nosso objetivo um estudo sobre preconceitos raciais, é importante registrar que nenhuma artista negra foi escolhida para ser referência nas reportagens, e o cabelo crespo ou naturalmente cacheado também não teve espaço na escolha das celebridades. Com relação às meninas, esse padrão é quebrado na primeira reportagem; a menina Beatriz Thomaz de Paula, de 10 anos, diverge um pouco do padrão das demais meninas e artistas. Sua pele tem a tez morena e o cabelo preto, aparentemente liso, está trançado. Beatriz aparenta ser gordinha e tem o rosto bem redondo. Rocio Santosola, de 10 anos, é magra e branca, mas está com os cabelos cacheados, porém parecem ser cachos produzidos artificialmente e não cachos naturais. De modo geral, as reportagens não apresentam a diversidade humana.

Na primeira reportagem, observamos a presença de três modelos mirim, que reproduzem o jeito de ser e de vestir das

celebridades adultas. Na reportagem “Igual a uma Celebridade” aparece apenas uma menina/modelo e, na “Queridinha do *Country*”, só aparece a artista Taylor Swift. Do mesmo modo como o discurso publicitário vai se diluindo nas reportagens e ficando cada vez mais invisível, a presença da criança também sofre esse processo. As meninas tiveram destaque nos textos verbo-visuais da primeira reportagem; na reportagem da terceira revista a presença da criança é tímida – apenas uma única vez em seis páginas – e, na reportagem da última revista, ela não existe, sendo totalmente substituída pela mulher adulta.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) – no capítulo V, das práticas comerciais – apresenta uma seção com três artigos especiais para tratar sobre a publicidade. Observamos que todas as inserções publicitárias nas três reportagens analisadas desrespeitaram o artigo 36 – Seção III da Publicidade – do Código de Defesa do Consumidor (CDC). A reportagem “Queridinha do *Country*” ignorou ainda o artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor:

SEÇÃO III – Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e expe-

riência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste Código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (Vetado).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina. (BRASIL, 1990, p. 09)

Observamos que o § 2º, do artigo 37, afirma que é abusiva a publicidade que “se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança”. Para Isabella Vieira Machado Henriques (2007, p. 01), esta assertiva está pontuando que a criança não tem experiência e apresenta uma “deficiência de julgamento” diante do trabalho publicitário. Ela considera que toda publicidade dirigida à criança deve ter limites restritos porque o infante, diferentemente do adulto, não possui discernimento para compreendê-la em sua magnitude:

Para a criança, é mais difícil, até mesmo, reconhecer a mensagem publicitária como prática comercial que é, ainda que não seja clandestina, subliminar ou disfarçada. Ao contrário do adulto, que possui mecanismos internos para compreender as diversas artimanhas utilizadas pela publicidade, a criança não tem condições de se defender dos instrumentos de persuasão criados e utilizados pela tão poderosa indústria publicitária. Deve, por isso, ser cuidadosamente protegida. (HENRIQUES, 2007, p. 01)

Se as crianças têm dificuldade de reconhecer uma propaganda explícita, maior ainda será sua dificuldade diante de uma publicidade clandestina. O Ministro Carlos Ayres Britto (2010, p. 101) entende como publicidade clandestina aquela dissimulada que “se realiza de forma a dificultar a capacidade do destinatário de identificá-la como tal”. O advogado compreende que o Código de Defesa do Consumidor proíbe este tipo de publicidade. Para ele, as leis buscam proibir as práticas abusivas do *marketing*, sendo que uma delas é a manipulação

da vontade do consumidor através da publicidade que dificulta a sua identificação.

Será que esse fato está diretamente relacionado com a suspensão das edições da *Recreio Girls*? Essa é uma dentre várias outras possibilidades: a revista pode não ter dado o retorno financeiro esperado pela Editora Abril, por falta de adesão do público alvo ou dos patrocinadores. Apesar de ser uma questão instigante, ela não poderá ser respondida por nós. Outras revistas do mesmo estilo, desta editora e de outras editoras, continuam no mercado.

Gleyci Nascimento (2014, p. 01), em um artigo sobre a revista *Barbie magazine*, publicado no site do Movimento Infância Livre do Consumismo (MILC), teceu a seguinte consideração sobre a referida revista:

é o texto preparatório, o manual de treinamento básico para meninas que mais tarde irão ler revistas para adolescentes, tal como *Revista Capricho*. Estas, por sua vez, preparam as adolescentes para a revista de moda destinadas aos adultos, tal como a *Revista Nova*, *Vogue*, *Claudia* etc.

Compreendemos que podemos reproduzir o mesmo discurso para falar sobre a *Revista Recreio Girls*: ela e outras similares trabalham na mesma cartilha midiática da padronização.

A criança adultizada é uma criação da mídia ou é o perfil da criança contemporânea que produz revista para uma criança-adulto? A criança, de seis a onze anos de idade, exige do sistema de produção cultural uma revista que lhe ensine o passo a passo de uma maquiagem? Ou o sistema de produção é que precisa vender um produto que a criança, de fato, não precisa? As reportagens da *Revista Recreio Girls* parecem uma espécie de guia de comportamento para o consumo de produtos que a criança não precisa consumir. Falsas necessidades que substituem relações e valores humanos autênticos e de promover a crença em que nossa identidade está alicerçada sobre os bens

que possuímos ou consumimos.

A partir do trabalho desenvolvido, chegamos à tese de que o discurso publicitário, mais ou menos aparente, se engendra em diferentes materialidades discursivas e estimula, por meio de enunciados verbais e não-verbais, o processo de adultização precoce da menina, a fim de promover e incentivar o consumo de produtos normalmente desnecessários para uma criança.

Sabemos que alguns pais incentivam as próprias filhas em práticas que são mais apropriadas para os adultos. Sempre nos deparamos com pais postando fotos de filhas pequenas nas redes sociais, meninas menores de 10 anos em manicure, salão de beleza, maquiadas, com roupinhas justas e acessórios em excesso. De modo geral, os outros adultos apoiam a iniciativa dos pais; as falas são sempre no tom valorativo de aplauso: “que linda”, “tá ficando mocinha”, “vaidosa como a mãe” e outras com semelhante valor discursivo. Mas eles estão de certa forma reproduzindo, sem criticidade, o discurso midiático.

A escola também precisa inserir a leitura crítica e a discussão de textos midiáticos, especialmente os publicitários, em suas atividades rotineiras, além de desenvolver projetos para capacitar melhor o professor nesse sentido. Uma educação séria e comprometida com um futuro mais humano e menos consumista pode produzir um discurso contrapondo com o discurso midiático.

Esperamos que este estudo possa contribuir para que outras discussões relacionadas com a temática mídia e infância, além de estimular movimentos e atos responsáveis para a promoção e a defesa dos direitos das crianças frente às relações de consumo e consumismo. Certamente a finalização desta tese não encerra nossas reflexões e ações nesse sentido, pois somos movidos pela paixão pelo assunto e pelo princípio da alteridade bakhtiniana...

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

ABREU, Alzira Alves de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (Orgs.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

AERSETH, Espen J. *Cybertext: perspectives on ergodic literature*. Baltimore: JHU Press, 1997.

ALLAN, Dennis. In: _____. *O que a bíblia diz? O que quer dizer “Filho do Homem”?* Disponível em: <<http://www.estudosdabiblia.net/bd78.htm>>. Acesso em: 21-02-2019.

ALVARENGA, Ana Cristina Santos. *Música na cosmologia maxakali: um olhar sobre um ritual do Xîñîm – uma partitura sonoro-mítico-visual*. 2007. Dissertação (Mestrado em Música) – Escola de Música, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/ECOAE-7KGNTL/m_sica_na_cosmologia_maxakali.pdf?sequence=1>. Acesso em: 21-02-2019.

ALVES FILHO, Sebastião Carlúcio; SILVA, Sílvio Ribeiro da. Algumas contribuições de Mikhail Bakhtin, Schneuwly e Adam para os estudos sobre gêneros. *Soletras*, São Gonçalo: UERJ, ano X, n. 20 – Suplemento, p. 17-28, 2010. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/soletras/article/view/5188>>

AMARAL, Maria de Fátima Carvalho do. Bakhtin e o discurso do romance: um caminho para a releitura da narrativa brasi-

leira. 2000. Dissertação (de mestrado em letras). Universidade Católica de Pelotas, Pelotas. Disponível em:

<[http://pos.ucpel.edu.br/ppgl/wp-content/uploads/sites/4/2018/03/Bakhtin e o discurso do roman ce-Maria do Amaral.pdf](http://pos.ucpel.edu.br/ppgl/wp-content/uploads/sites/4/2018/03/Bakhtin_e_o_discurso_do_roman-ce-Maria_do_Amaral.pdf)>. Acesso em: 21-02-2019.

ANAI (Associação Nacional de Ação Indigenista). Disponível em: <http://www.anai.org.br/povos_mg.asp>. Acesso em: 01-05-2015.

ANDI; MEC; UNESCO. *A educação na imprensa brasileira*. Responsabilidade e qualidade da informação. Brasília: Agência de Notícias do Direito da Infância e Ministério da Educação, 2005.

ANDRADE, Mara Lucia Fabrício de. Gêneros e tipos: uma aproximação. *Solettras: Revista do Departamento de Letras da UERJ*, São Gonçalo: UERJ, ano 1, n. 2, p. 83-92, 2001. Disponível em: <<http://www.es-publicacoes.uerj.br/index.php/solettras/article/view/4419/3224>>. Acesso em: 21-02-2019.

ARANHA, Simone Dália de Gusmão. O dialogismo em gêneros retóricos o papel ativo do “outro” no texto publicitário escrito. *Revista Philologus*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, ano 6, n. 18, p. 38-54, 2003. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/revista/18/08.pdf>>. Acesso em 21-02-2019.

ARIÈS, Philippe. *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1981.

ARISTÓTELES. *Retórica*. Prefácio e introdução de Manuel Alexandre Júnior. Tradução e notas de Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. 2. ed. rev. Lisboa: Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa/Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005 [1. ed. Lisboa:

INCM, 1998]. Disponível em:

<https://sumateologica.files.wordpress.com/2009/07/aristoteles_-_retorica2.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

ASSIS, Machado de. *Dom Casmurro*. São Paulo: Ciranda Cultural, 2003.

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. *Palavras incertas: as não coincidências do dizer*. Campinas: Unicamp, 1998.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. *A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais*. 2. ed. São Paulo: Hucitec; Brasília: Universidade de Brasília, 1993.

_____. *Estética da criação verbal*. Trad.: Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2011. (2. ed. 1997; 3. ed., 2003; 4. ed. 2004; 5. ed. 2010a;)

_____. *Para uma filosofia do ato responsável*. São Carlos: Pedro e João, 2010.

_____. *Problemas na poética de Dostoiévski*. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Univesitária, 2010.

_____. *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance*. São Paulo: HUCITEC, 2014. (1. ed. 2002; 6. ed. 2010)

_____; DUVAKIN, Viktor. *Bakhtin em diálogo: conversas de 1973 com Viktor Duvakin*. São Carlos, Pedro & João, 2008.

_____; VOLOCHINOV, Valentin Nikolaevich. *Discurso na vida e discurso na arte*. Tradução para fins didáticos de Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza. [1926].

_____; (VOLOCHINOV, Valentin Nikolaevich). *Marxismo e Filosofia da Linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. 14. ed. Trad.: Michel Lahuc e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 2010 (1. ed. 2002; 11. ed. 2004).

BANDOLI, Giselda Maria Dutra; RAMOS, Ingrida da Silva. A natureza dialógica da linguagem: discursos sobre o índio na literatura brasileira. *Revista Philologus*, Rio de Janeiro: CiFE-FiL, ano 21, n. 63 – Supl.: Anais da X JNLFLP, p. 241-252, set./dez.2015. Disponível em:

<<http://www.filologia.org.br/rph/ANO21/63supl/016.pdf>>.

Acesso em: 21-02-2019.

BARBER, Benjamin R. *Consumido: como o mercado corrompe crianças, infantiliza adultos e engole cidadãos*. Rio de Janeiro: Record, 2009. 473 p.

BARREIROS, Liliame Lemos Santana. *Causos sertanejos em Bahia Humorística: enunciados da vida cotidiana sob a ótica de Mikhail Bakhtin*. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XVII, n. 1, p. 116-131, 2013. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/xvii_cnlf/cnlf/01/09.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Ática, 2003.

BEAUVOIR, Simone de. *O segundo sexo II: a experiência vivida*. 2. ed. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1967.

BECHARA, Evanildo Cavalcante. *Moderna gramática portuguesa*. edição revista e ampliada. Rio de Janeiro: Lucerna, 2001.

BENITES, Marcello Riella; MOURA, Sérgio Arruda de; LUQUETTI, Eliana Crispim França. Disputas linguísticas e ideológicas no Facebook acerca da variação do uso linguístico à luz de Bourdieu e Bakhtin. *Revista Philologus*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, ano 20, n. 60 – Supl.: Anais da IX JNLFLP, p. 1001-1014, 2014. Disponível em:

<<http://www.filologia.org.br/rph/ANO20/60SUP/079.pdf>>.

Acesso em: 21-02-2019.

BÍBLIA de Jerusalém. São Paulo: Paulus, 2002.

BIZERRA, Carine Camara. Gêneros textuais e sua contribuição no ensino de línguas: algumas considerações. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XV, tomo 1, p. 602-608, 2011. Disponível em:

<http://www.filologia.org.br/xv_cnlf/tomo_1/51.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

BLAST Theory. I'd Hide You. 2012. Disponível em: <<http://www.blasttheory.co.uk/projects/id-hide-you>>. Acesso em: 21-02-2019.

BLAST Theory. Our history & approach, 2015. Disponível em: <www.blasttheory.co.uk/our-history-approach>. Acesso em: 19-02-2019.

BRAIT, Beth. (Org.). *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance*. São Paulo: HUCITEC, 1990.

BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. São Paulo: UNICAMP, 1986.

BRASIL. *Código de defesa do consumidor: Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990*. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 21-02-2019.

BRITTO, Carlos Ayres. *O humanismo como categoria constitucional*. Belo Horizonte: Forum, 2010.

BRONCKART, Jean-Paul. *Atividade de linguagem, textos e discursos: por um interacionismo sociodiscursivo*. São Paulo: Educ, 2003.

BUCKINGHAM, David. *Crescer na era das mídias: após a morte da infância*. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis. 2006. Disponível em:

<<http://www.horacio.pro.br/fmp/2012-1/buckingham.pdf>>. Acesso em: 23-07-2012.

BUSSELLE, Rick; BILANDZIC, Helena. Fictionality and

perceived realism in experiencing stories: A model of narrative comprehension and engagement. *Communication Theory*, vol. 18, n. 2, p. 255-280, 2008.

CÁLIS, Orasir Guilherme Teche. *Quando as memórias são a matéria: memoriais de professoras alfabetizadoras e instabilidade genérica*. 2005. Tese (de doutorado). – Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em:

<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8142/tde-29072015-150637/publico/2015_OrasirGuilhermeTecheCalis_VOrig.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

CÂMARA JR. Joaquim Matoso. *Introdução às línguas indígenas brasileiras*. 2. ed. Rio de Janeiro: Acadêmica, 1965.

CAMPOS, Maria Inês Batista. Questões de literatura e estética: rotas bakhtinianas. In: BRAIT, Beth. *Bakhtin: dialogismo e polifonia*. São Paulo: Contexto, 2012.

CANETTI, Elias. *Massa e poder*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

CARVALHO, Maria Angélica Freire de. Os gêneros do discurso e o texto escrito na sala de aula: uma contribuição ao ensino. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. VI, 2002. Disponível em:

<<http://www.filologia.org.br/vicnlf/anais/os%20generos.html>>. Acesso em: 21-02-2019.

CASTELLIANO, Tania Regina. Linguagem e poder: uma análise do discurso através da entonação dos candidatos à Presidência da República em 2006. *Cadernos do CNLF*, vol. XIII, n. 4, 717-726, 2009. Disponível em:

<http://www.filologia.org.br/xiiicnlf/XIII_CNLF_04/language_m_e_poder_uma_analide_do_discurso_tania.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

CASTRO, Ângela Cristina Rodrigues de. Léxico e discurso: a construção da intertextualidade e da interdiscursividade. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XVIII, n. 2, p. 228-241, 2015. Disponível em:

<http://www.filologia.org.br/xviii_cnlf/cnlf/02/016.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

CASTRO, Maria Lília Dias de. Práticas publicitárias: o embaalhamento do discurso promocional. p. 41-53. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. *Em torno das mídias: práticas e ambiências*. Porto Alegre: Sulina, 2008. 287p.

CASTRO, Mário Ferreira de. *O debate sobre a educação no jornal "A província de São Paulo" entre os anos de 1875 – 1889*. 1997. Dissertação (Mestrado em Educação). Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. Disponível em:

<http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/252632/1/Castro_MarioFerreirade_M.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

CEREJA, Willian Roberto; MAGALHÃES, Tereza Cochar. *Português: linguagens*. 1. ed. São Paulo: Atual, 2003.

CESARINO, Pedro. Poéticas indígenas. *Revista Babel Poética*. São Paulo, ano II, n. 6, p. 37-41, agosto/setembro, 2011.

CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador: conversações com Jean Lebrun*. São Paulo: UNESP/Imprensa Oficial, 1998.

CIMI LESTE – CPT – CREQUI. *maxakali na luta pela vida*. Teófilo Otoni: CPT, 1984.

CITELLI, Adilson. *Linguagem e persuasão*. São Paulo: Ática, 2004.

CONTADOR de Palavras: Analisador linguístico de textos. Grupo de linguística da Insite Soluções Internet. Disponível

em: <<http://linguistica.insite.com.br/corpus.php>>. Acesso em: 10-05-2016.

CORRÊA, Manoel Luiz Gonçalves. Bases teóricas para o ensino da escrita. *Linguagem em (Dis)curso*, Tubarão, vol. 13, n. 3, 2013, p. 481-513. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ld/v13n3/03.pdf>>. Acesso em 21-02-2019.

_____. Espaço e espacialidade na produção escrita escolar: a reflexão linguístico-discursiva no ensino de escrita. *Scripta: Filologia e linguística*. Belo Horizonte: PUC-Minas, vol. 16, n. 30, 2012, p. 91-113. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/scripta/article/download/4242/4395>>. Acesso em: 21-02-2019.

_____. Heterogeneidade da escrita: a novidade da adequação e a experiência do acontecimento. *Filologia e Linguística Portuguesa*, São Paulo: Humanitas, n. 8, p. 267-286, 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/flp/article/view/59756/62865>>. Acesso em: 21-02-2019.

_____. *Linguagem e comunicação social: visões da linguística moderna*. São Paulo: Parábola, 2002.

COURTINE, Jean-Jacques. *Metamorfoses do discurso político: derivas da fala pública*. São Carlos: Claraluz, 2006.

DAVALLON, Jean. A imagem: uma arte da memória? In: ACHARD, Pierre et al. *O papel da memória*. Campinas: Pontes, 1999.

DIAS, Luís Antônio. Plural e Singular: análise da mobilização pelo Fora-Collor. *Estudos de história*, Franca, vol. 1, n. 1, p. 141-165, 2004.

DISCINI, Norma. *Comunicação nos textos*. São Paulo: Contexto, 2012.

DUMMAR, Demócrito Rocha. O papel dos meios de comunicação na divulgação dos resultados da avaliação. In: TIANA, Alejandro. *Anais do seminário internacional de avaliação educacional*. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais, 1998.

ELECTRONIC Literature Organization. Disponível em: <<http://eliterature.org>>. Acesso em: 21-02-2019.

ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano: a essência das religiões*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

FARACO, Carlos Alberto. *Linguagem & Diálogo – as ideias linguísticas do Círculo de Bakhtin*. São Paulo: Parábola, 2009.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (Orgs.). *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 5. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

FERNANDES, Reynaldo. *Índice de desenvolvimento da educação básica (IDEB)*. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), 2007.

FERREGUETT, Cristhiane. *A criança consumidora: propaganda, imagem e discurso*. 2008. Dissertação (mestrado em estudos de linguagens). – Universidade do Estado da Bahia/Departamento de Ciências Humanas. Colegiado de Letras. Campus I. Salvador.

FERREIRA, Marco Túlio da Silva e MAIA-BARBOSA, Paulina Maria. *O Fogo como Facilitador da Invasão Biológica por *Megathyrus maximus* (Poaceae: Panicoideae) na Terra Indígena Maxakali (MG): Propostas para um Manejo Agroecológico Integrado e Adaptativo*. Revista Biodiversidade Brasileira, 3(2): 159-174. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade, 2013. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/revistaelectronica/index.php/BioBR/article/download/348/371>>. Acesso em: 22-02-2019.

FIORIN, José Luiz. *Elementos de análise do discurso*. São

Paulo: Contexto, 2011.

_____. Interdiscursividade e intertextualidade. In: BETH, Brait (Org.). *Bakhtin: outros conceitos-chave*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2014.

_____. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2008.

FOLHA de S. Paulo. Pesquisa revela perfil do leitor da Folha. 1998. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc21069826.htm>>.

Acesso em: 20-02-2019.

FONSECA, Francisco César Pinto da. *O consenso forjado: a grande imprensa e a formação da agenda ultraliberal no Brasil*. São Paulo: Hucitec, 2005.

FRANÇA, Vinícius Sales do Nascimento. *A Folha de S. Paulo e os protestos pelo impeachment de Collor*. 2015. 102f. Dissertação (mestrado em história social) – Faculdade de Formação de Professores, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, São Gonçalo, 2015. Disponível em:

<http://ppghsuerj.pro.br/ppg/c.php?c=download_dissert&arq=128>. Acesso em: 21-02-2019.

_____. *Impeachment de Collor e agenda de governo em editoriais da grande imprensa*. In: XXVIII Simpósio Nacional de História – Lugares dos Historiadores: velhos e novos desafios, 2015, Florianópolis. *Anais Eletrônicos*. Florianópolis: ANPUH, 2015. Disponível em:

<http://snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1443808918_A_RQUIVO_Viniccius_Franca.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

GAYDECZKA, Beatriz. *Questões de estilo e de gênero: um estudo sobre enunciados memorialistas da Olimpíada de Língua Portuguesa Escrevendo o Futuro*. 2012. Tese (de doutorado). – Departamento de Linguística da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo,

São Paulo.

GERALDI, João Wanderley. (Org.). *O texto na sala de aula*. São Paulo: Ática, 2002.

GINZBURG, Carlo. *Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história*. São Paulo: Companhia das letras, 1989.

GOLDSTEIN, Norma. *Versos, sons, ritmos*. São Paulo: Editora Ática, 2004.

GOMES, Neusa Demartini. *Publicidade: comunicação persuasiva*. Porto Alegre: Sulina, 2008. 237p.

GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do Cárcere*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

GREENSPAN, Brian. The new place of reading: Locative media and the future of narrative. *Digital Humanities Quarterly*, vol. 5, n. 3, 2011.

GRILLO, Sheila Vieira de Camargo. *A produção do real em gêneros do jornal impresso*. São Paulo: Humanitas, 2004.

_____. Esfera e campo. In: BRAIT, Beth. *Bakhtin: outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2010. p. 133-160.

_____. *Fundamentos bakhtinianos para a análise de enunciados verbo-visuais*. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/flp/article/view/59912/63021>. Acesso em: 21-02-2019.

GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores*. São Paulo: Annablume, 2000.

_____. *As cores na mídia: a organização da cor informação no jornalismo*. São Paulo: Annablume, 2003.

HAYLES, N. Katherine. *Electronic literature: new horizons for the literary*. University of Notre Dame Press, 2008.

_____. *How we became posthuman: Virtual bodies in cybernetics, literature, and informatics*. University of Chicago Press, 2008.

HENRIQUES, Isabella Vieira Machado. *A ilicitude do marketing infantil*. Disponível em: <http://artigos.netsaber.com.br/resumo_artigo_46010/artigo_sobre_a-crianca-na-mira-da-propaganda>. Acesso em: 21-02-2019.

_____. *Fabricando consumidores*. Disponível em: <<http://www.cartafundamental.com.br/single/show/240/fabricando-consumidores>>. Acesso em: 10-01-2014.

_____. *Publicidade abusiva dirigida à criança*. Curitiba: Juruá, 2006.

HIGHT, Jeremy. *Views from above: Locative narrative and the landscape*. Leonardo Electronic Almanac, v. 14, n. 7-8, 2006.

HOBSBAWN, Eric J. *A era dos impérios. 1875-1914*. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

HOLQUIST, Michael. *Dialogism: Bakhtin and his world*. Psychology Press, 2002.

HOMERO. *A odisseia*. São Paulo: Nova Cultural, 2002.

HORN, Sonia Regina Nascimento. Heteroglossia bakhtiniana: estratégias discursivas no texto para crianças. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. VIII, n. 5, 2004. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/viiiicnlf/anais/caderno05-13.html>>.

HOUAISS, Antônio. *Dicionário Houaiss*. Instituto Antônio Houaiss; Universo On-line, 2012. Disponível em: <<http://houaiss.uol.com.br>>. Acesso em: 21-02-2019.

INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). *Censo 2010*. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/tabelas_pdf/Brasil_tab_1_12.pdf>. Acesso em: 20-03-2013.

_____. *PNAD'S*, 1976-2014. Disponível em: <<http://www.fflch.usp.br/centrodametropole/1148>>. Acesso em: 10-05-2016.

JAMESON, Fredric. Reificação e utopia na cultura de massa. *Revista Crítica Marxista*. São Paulo: Brasiliense, vol. 1, n. 1, p. 1-25, 1994. Disponível em:

<https://www.ifch.unicamp.br/criticamarxista/arquivos_biblioteca/artigo43Artigo1.1.pdf>. Publicado, anteriormente, na *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n. 4 / 5, p. 17-46, 1980. Disponível em:

<https://www.ifch.unicamp.br/criticamarxista/arquivos_biblioteca/artigo43Artigo1.1.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

JERÔNIMO SOBRINHO, Patricia. A teoria de gêneros bakhtiniana em textos orais de publicidade e propaganda. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XVI, n. 04, t. 2, p. 1481-1493, 2012. Disponível em:

<http://www.filologia.org.br/xvi_cnlf/tomo_2/132.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

KARAPANOS, Evangelos; BARRETO, Mary; NISI, Valentina; NIFORATOS, Evangelos. Does Locality Make a Difference? Assessing the effectiveness of location-aware narratives. *Interacting With Computers*, vol. 24, n. 4, 2012. Disponível em: <http://ekarapanos.com/IwC_Locality_cp.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça e TRAVAGLIA, Luiz Carlos. *A coerência textual*. São Paulo: Contexto, 1992.

KRISTEVA, Julia. *Introdução à semântica*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

KUCINSKI, Bernardo. *A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Fundação Perseu A-

bramo, 1998.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. *A imprensa faz e desfaz um presidente: o papel da imprensa na ascensão e queda do fenômeno Collor*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

LEMONS, André. *Mídia locativa e territórios informacionais*. Information media, 2007. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemons/midia_1ocativa.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

_____. Mídias locativas e territórios informacionais. In: SANTAELLA, Lucia; ARANTES, Priscila. (Org.). *Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir*. São Paulo: Educ, 2008, p. 207-230.

LIMA, Ana Maria Oliveira; ALVES, Valdirene de Jesus; SANTOS, Verônica Maria Araújo dos. Gramática e ensino de língua: considerações e provocações. *Revista Philologus*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, ano 21, n. 63 – Supl.: Anais da X JNL-FLP, p. 265-1001, set./dez.2015. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/rph/ANO21/63supl/070.pdf>>. Acesso em: 21-02-2019.

LOPES, Edilaine Vieira; PIRES, Vera Lúcia. O Círculo Bakhtiniano e o jornal na sala de aula. *Revista Philologus*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, ano 20, n. 60 – Supl.: Anais da IX JNLFLP, p. 1597-1605, 2014. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/rph/ANO20/60SUP/RPh60-Supl-01.pdf>>. Acesso em: 21-02-2019.

LOPES, Edward. Discurso literário e dialogismo em Bakhtin. In: BARROS, Diana Luz Pessoa de; FIORIN, José Luiz (Orgs.). *Dialogismo, polifonia, intertextualidade*. São Paulo: Edusp, 2003.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. *Doze conceitos em análise de discurso*. São Paulo:

Cortez, 2010. 207p.

_____. *O contexto da obra literária*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MANSO, Guilherme Brambila; VIDON, Luciano Novais. A condução do estudante para a construção da subjetividade: a perspectiva bakhtiniana dentro e fora do ambiente escolar. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XVIII, n. 03 – Ensino de língua e literatura. Rio de Janeiro: CiFEFiL, p. 32-43, 2014. Disponível em: http://www.filologia.org.br/xviii_cnlfnlfnl/03/002.pdf. Acesso em: 21-02-2019.

_____; _____. O artigo de opinião na prática escolar: subjetividade, ensino e responsividade. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XIX, n. 01 – Análise do discurso, linguística textual e pragmática, p. 383-393, 2015. Disponível em: http://www.filologia.org.br/xix_cnlfnlfnl/01/Cad_CNLF_XI_X_01.pdf. Acesso em: 21-02-2019.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: Dionísio, Angela Paiva; Machado, Anna Rachel; Bezerra, Maria Auxiliadora. (Orgs.). *Gêneros textuais e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.

MARINS, Anderson Rodrigues. Dialogismo bakhtiniano em *Esau e Jacó*. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XIII, n. 4, tomo 1, p. 539-544, 2009. Disponível em: http://www.filologia.org.br/xiiicnlfnl/XIII_CNLF_04/dialogismo_bakhtiniano_anderson.pdf

MARX, Karl. *Contribuição para a crítica da economia política*. São Paulo: Expressão Popular, 2008.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985.

MENEZES, Ulpiano Toledo Bezerra de. *História, cativa da*

memória? para um mapeamento da memória no campo das ciências sociais. In: *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, São Paulo, vol. 34, p. 9-23, 1992.

MORSON, Gary Saul; EMERSON, Caryl. *Bakhtin: criação de uma prosaística*. São Paulo: Edusp, 2008.

MÜLLER, Regina Polo. *Os Assurini do Xingu: história e arte*. Campinas: Unicamp, 1990.

MURRAY, Janet H. *Hamlet on the Holodeck. The Future of Narrative in Cyberspace*. New York: The Free Press, 1997.

NAPOLITANO, Marcos. *Foi golpe ou não foi golpe? O teatro da política entre o nome e a coisa*, 2016. Disponível em: <<http://capadocianas.blogspot.com/2016/10/foi-golpe-ou-nao-foi-golpe-por-marcos.html>>. Acesso em: 21-02-2019.

NASCIMENTO, Gleyci. *Talvez os brinquedos sejamos nós*. Disponível em: <http://milc.net.br/2014/05/6244/#.U8mat_lDVu5>. Acesso em: 21-02-2019.

NEGRÃO, Ana Cristina de Araújo; MENDONÇA, Simone Cristina. O ensino do gênero textual na abordagem sociointeracionista a partir da reescrita do gênero conto na 4ª etapa da EJA. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XIX, n. 01 – Análise do discurso, linguística textual e pragmática, p. 394-408, 2015. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/xix_cnlf/cnlf/01/ Cad CNLF XI X 01.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

NIMUENDAJÚ, Curt. Índios machacari. *Revista de Antropologia*. São Paulo, v. 6, n.1, p. 53-61, jun., 1958.

OLIVEIRA, Ivana Maria Dias; PEDROSA, Cleide Emília Faye O enunciado do *outro*: marcas polifônicas no discurso jurídico. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XI, n. 3, 2007. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/xicnlf/3/08.htm>>. Acesso em: 21-

02-2019.

OLIVEIRA JÚNIOR, Osvaldo Barreto. Anúncios e letreiros do comércio popular: gêneros em discussão. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XIV, tomo 2, p. 1740-1759, 2007. Disponível em:

<http://www.filologia.org.br/xiv_cnlf/tomo_2/1740-1759.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

ORGANIZAÇÃO para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. Disponível em: <<http://www.oecd.org>>. Acesso em: 20-02-2019.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *A materialidade do gesto de interpretação e o discurso eletrônico*. [1996?] Disponível em: <https://www.labeurb.unicamp.br/livroEurbano/volumeII/arquivos/pdf/urbanoVol2_EniOrlandi.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

OTTONI, Teófilo Benedito. *Companhia do Vale do Mucuri*, administrada por Teófilo Benedito Ottoni, particularmente seus relatórios de atividades dos anos de 1853, 1856 e 1857. [s.l]: [s.n], 1957 (Relatório).

PAREDES, Elena Méndez García de. Análisis de las formas de introducir el discurso ajeno en los textos periodísticos: el contexto reproductor. *Lengua, discurso, texto*: I Simposio Internacional de Análisis del Discurso, volume II. Madrid, p 2081-2098, 2000.

PEDROSA, Cleide Emília Faye. Dialogismo, aspecto constitutivo do discurso: uma releitura de Bakhtin a partir de autores nacionais. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XI, n. 4, p. 63-70, 2007. Disponível em:

<<http://www.filologia.org.br/xicnlf/4/06.htm>>. Acesso em: 21-02-2019.

_____. Gênero textual: uma jornada a partir de Bakhtin. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. X, n. 3, 2006.

Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/xcnlf/3/09.htm>>. Acesso em: 21-02-2019.

PEDROSA, Kleber Faye; _____. Intergêneros no domínio jornalístico. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. VIII, n. 7, 2004. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/viiiicnlf/anais/caderno07-06.html>>. Acesso em: 21-02-2019.

PENA, João Luiz. Os índios *maxakali*: a propósito do consumo de bebidas de alto teor alcoólico. *Revista de Estudos e Pesquisas*, FUNAI, Brasília, vol. 2, n. 2, dez. 2005.

PEREIRA, Deuscreide Gonçalves. *Alguns aspectos gramaticais da língua maxakali*. 1992. Dissertação (mestrado em linguística) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. Disponível em: <http://etnolinguistica.wdfiles.com/local--files/tese%3Aapereira-1992/pereira_1992.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

PILAGALLO, Oscar. *História da imprensa paulista: jornalismo e poder de D. Pedro I a Dilma*. São Paulo: Três Estrelas, 2012.

PINHEIRO, Petrilson Alan. Bakhtin e as identidades sociais: uma possível construção de conceitos. *Revista Philologus*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, ano 14, n. 40, p. 77-85, 2008. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/rph/ANO14/40/06.pdf>>. Acesso em: 21-02-2019.

PIRES, Eliane Muniz. *Imprensa, ditadura e democracia: A construção da autoimagem dos jornais do Grupo Folha*. 2008. Dissertação (mestrado em história). – Pontifícia Universidade Católica, São Paulo.

POLACOW, Patrícia Ozores. O caderno Folhetim e o jornalismo cultural da Folha de São Paulo (1977-1989). 2007. Tese (Doutorado em Comunicação Social). – Programa de Pós-

Graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

PONTES, José Alfredo Vidigal. *O Estado de S. Paulo*. Disponível em:

<<http://www.estadao.com.br/historico/print/resumo.htm>>. Acesso em: 21-02-2019.

POPOVICH, Frances Blok. *A organização social dos maxakali*. Brasília: Sociedade Internacional Linguística, 1992.

POPOVICH, Harold. *maxakali supernaturalism*. Summer Institute of Linguistics, 1976.

POSTMAN, Neil. *O desaparecimento da infância*. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

RAMIRES, Vicentina. Panorama dos estudos sobre gêneros textuais. *Investigações*, Recife, vol. 18, n. 18, p. 39-67, 2005. Disponível em:

<<http://www.repositorios.ufpe.br/revistas/index.php/INV/articula/view/1479/1152>>.

REID, Josephine; RICHARD, Hull; CATER, Kirsten; FLEURIOT, Constancel. Magic moments in situated mediascapes. In: *Proceedings of the 2005 ACM SIGCHI International Conference on Advances in computer entertainment technology*. ACM, 2005, p. 290-293.

REIS, Daniella Rocha. A língua que “curte” as evoluções tecnológicas do século XX e “compartilha” mudanças significativas para o mundo linguístico do século XXI. *Revista Philologus*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, ano 21, n. 63 – Supl.: Anais da X JNLFLP, p. 219-228. set./dez.2015. Disponível em:

<<http://www.filologia.org.br/rph/ANO21/63supl/014.pdf>>.

REVISTA Especial Recreio Girls. São Paulo: Abril, ano 1, n. 01, 42 p., dez. 2010 (ano 2, n. 03, 42 p., nov. 2011; ano 3, n. 05, 42 p., jun. 2012).

RIBAS, Ka W. *A ciência sagrada dos Incas*. São Paulo: Madras, 2008.

RIBEIRO, Rodrigo Barbosa. *Guerra e paz entre os maxakali: devir histórico e violência como substrato da pertença*. Tese (doutorado em ciências sociais – antropologia) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, PUC-SP, São Paulo, 2008.

_____. O Yãmiyxop como forma de conhecimento: formas do imaginário *maxakali*. *Avá*, vol. 19, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-16942011000200004&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 21-02-2019.

RODRIGUES, Rosângela Hammes. Os gêneros do discurso na perspectiva dialógica da linguagem. In: MEURER, José Luiz; BONIONI, Adair; MOTTA-ROTH, Désirée. (Orgs). *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola, 2005, p. 152-183.

RODRIGUES, V. M. *Caras-pintadas: Estudantes na festa e na política*. 1997. Dissertação (Mestrado em antropologia social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas.

ROJO, Roxane. Gêneros do discurso e gêneros textuais: Questões teóricas e aplicadas. In MEURER, José Luiz; BONINI, Adair; MOTTA-ROTH, Désirée (Orgs.). *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola, 2007.

ROSSI, Paolo. *O passado, a memória e o esquecimento: sete ensaios da história das ideias*. São Paulo: UNESP, 2010.

RUBINGER, Marcos Magalhães; AMORIM, Maria Stella; MARCATO, Sônia de Almeida. *Índios maxakali: resistência ou morte*. Belo Horizonte: Interlivros, 1980.

SALLUM JR, Brasílio; CASARÕES, Guilherme Stolle Paixão e. *O impeachment do presidente Collor: a literatura e o processo*. *Lua Nova*, São Paulo, n. 82. p. 163-200, 2011. Disponível

em: <<http://www.scielo.br/pdf/ln/n82/a08n82.pdf>>. Acesso em 21/02/2019.

SANTIAGO, Silviano. *Uma literatura nos trópicos*. São Paulo: Perspectiva, 1978.

SANTOS, Camila Antonia da Silva; SANTOS JUNIOR, Antonio José dos. O conceito de interdiscurso na propaganda da "Operação Lei Seca". *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XV, tomo 3, 2011. Disponível em:

<http://www.filologia.org.br/xv_cnlf/tomo_3/175.pdf>. Acesso em: 21-02-2019.

SANTOS, Marlene Eliane dos; CHAVES, Aline Saddi. A circulação do conceito de gênero do discurso em duas instâncias mediadoras do ensino e aprendizagem da língua portuguesa. *Revista Philologus – Supl.: Anais da VIII JNLFLP*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, ano 19, n. 57, set./dez., p. 24-35, 2013. Disponível em:

<<http://www.filologia.org.br/revista/57supl/02.pdf>>.

SANTOS, Morgana Ribeiro dos. O dialogismo e a tradição no forró. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XV, tomo 1, 2011. Disponível em:

<http://www.filologia.org.br/xv_cnlf/tomo_1/65.pdf>.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de linguística geral*. São Paulo: Ed. Cultrix, 1975.

SEMED. Prefeitura Municipal de Campo Grande (MS). *Referencial curricular da rede municipal de ensino: 3º. ao 9º. ano do ensino fundamental*. Campo Grande, 2008.

SILVA JÚNIOR, Silvio Nunes da; FERNANDES, Gabriela Ulisses. Linguagem e enunciação: uma abordagem dos gêneros textuais no ensino de língua materna. *Revista Philologus*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, Ano 21, N° 63 – Supl.: Anais da X JNLFLP, p. 1237-1248. set./dez.2015. Disponível em:

<<http://www.filologia.org.br/rph/ANO21/63supl/087.pdf>>.

SILVA, Cassio Evangelista da. *Minas Indígena: levantamento sociocultural e possibilidades de abordagens missionárias nos grupos indígenas de Minas Gerais*. 2002. Dissertação (Mestrado em Missiologia). Programa de Pós-Graduação em Missiologia da Escola de Missões Transculturais do Centro Evangélico de Missões. Viçosa.

SILVA, Gisele Batista da. Autobiografia e dialogismo: uma abordagem afetiva da linguagem. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XI, n. 3, 2007. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/xicnlf/3/04.htm>>. Acesso em: 20-02-2019.

_____. Discurso pedagógico: polifonia e interação. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. VI, n. 6, 2002, Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/vicnlf/anais/caderno06-07.html>>. Acesso em: 20-02-2019.

SILVA, Odete dos Santos. Linguagem, ideologia e poder no processo de formação do leitor: os signos linguísticos representados pelos sujeitos históricos das escolas municipais de Vitória da Conquista – BA. *Revista Philologus*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, Ano 21, N° 63 – Supl.: Anais da X JNLFLP, p. 1249-1258, set./dez.2015. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/rph/ANO21/63supl/088.pdf>>. Acesso em: 20-02-2019.

SILVA, Sílvio Ribeiro da. *Teoria aplicada sobre gêneros do discurso/textuais*. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CiFEFiL, vol. XI, n. 04 – Livro dos minicursos, p. 137-155, 2008. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/xiicnlf/livro_dos_minicursos/teoria_aplicada_sobre_generos.pdf>. Acesso em: 20-02-2019.

_____; RAUBER, Bárbara Battistelli; TELES, Lanilda. A estrutura composicional nos gêneros textuais a escrever: estudo de caso. *Soletras*, São Gonçalo: UERJ, ano VI, n. 11, jan./jun.,

p. 14-23, 2006. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/soletras/article/view/4640/3422>>. Acesso em: 20-02-2019.

SIMANOWSKI, Roberto. What is and Toward What End Do We Read Digital Literature? In: RICARDO, Francisco J. *Literary Art In Digital Performance: Case Studies in New Media Art and Criticism*. Ed. Continuum: New York, 2014.

SOARES, Doris de Almeida. Bakhtin e a aula de redação acadêmica em língua inglesa: um diálogo possível. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro: CIFEFiL, vol. IX, n. 17, 2005. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/ixcnlf/17/07.htm>>. Acesso em: 20-02-2019.

SOARES, Geralda Chaves. *Os maxakali e a questão do alcoolismo: contribuição para uma discussão Interna*. CIMI/ CEDEFES. [s.l.]: [s.n.], 1998. (mimeo).

SOERENSEN, Claudiana. *O mez da gripe: a Babel carnava-lizada*. 2008. Dissertação (de Mestrado). Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

TASCHNER, Gisela. *Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

TUGNY, Rosângela Pereira de. (Org.). *Cantos tikmũ'ün para abrir o mundo*. Belo Horizonte: UFMG, 2013.

VAL, Gisela Maria do. *A chamada da educação: sobre a governamentalização pedagógica nos textos jornalísticos*. 2011. Dissertação (Mestrado em Educação). Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo.

VILLAMÉA, Luíza. Revolução tecnológica e reviravolta política. In: LUCCA, Tania Regina; MARTINS, Ana Luíza. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

WEYLAND, Kurt. The rise and fall of president Collor and its impact on Brazilian democracy. *Journal of Interamerican Studies and World Affairs*, 1993, vol. 35, n. 1, p. 1-37.

SOBRE OS AUTORES

ALINE MARIA SANTOS PEREIRA

Mestra em Letras: linguagens e representações pela Universidade Estadual de Santa Cruz/UESC; especialista em Leitura, Interpretação e Produção de Texto pela FACSUL/UNIME e licenciada em Letras e Artes-Espanhol pela UESC. Professora Assistente da UNEB, Campus XXI – Ipiaú. Membro do grupo de Estudos Interdisciplinares em Cultura, Educação e Linguagens (GEICEL). E-mail: allinemaria@hotmail.com

CELSO KALLARRARI

É doutor em ciências da religião pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC-Goiás, mestre em educação, especialista em língua portuguesa, licenciado em letras e graduado em teologia, professor adjunto da Universidade do Estado da Bahia – UNEB, Campus X, nos cursos de letras e no Programa de Pós-graduação *Lato Sensu* em Linguística Aplicada ao Ensino de Língua Portuguesa. Membro do grupo de Estudos Interdisciplinares em Cultura, Educação e Linguagens (GEICEL). Cofundador e membro do conselho editorial da revista científica *Mosaicum*, membro do conselho consultivo e parecerista da revista científica NUPEX – UNEB. E-mail: celsokallarrari@terra.com.br

JOSÉ PEREIRA DA SILVA

É mestre em linguística e filologia e doutor em linguística pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, especialista em língua e literatura em Portugal no século XVI pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro e metodologia do ensino superior pela Universidade Estácio de Sá, e licenciatura em letras (portu-

guês/ literatura) pela Faculdade de Humanidades Pedro II. É aposentado como professor adjunto pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro e diretor-presidente do Círculo Fluminense de Estudos Filológicos. E-mail: jpsilva@filologia.org.br

CRISTHIANE FERREGUETT

Doutora em linguística pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Mestre em Estudos de Linguagens pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Pós-graduada em Psicopedagogia (UESC) e especialista em linguística aplicada à produção de texto (UESB). Integra, como pesquisadora, grupos certificados pelo CNPQ: Tessitura: vozes em (Dis)curso e Enunciação em Perspectiva. É professora assistente do *Campus X* (Teixeira de Freitas – BA) da Universidade do Estado da Bahia (UNEB). E-mail: cristhiane-fe@gmail.com

VINÍCIUS SALES DO NASCIMENTO FRANÇA

Mestre em história social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), especialista em história social pela Universidade Norte do Paraná (UNOPAR), bacharel e licenciado em história pela Universidade de São Paulo (USP), professor auxiliar substituto na Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Campus V, no curso de licenciatura em história e membro do Grupo de Estudos Interdisciplinares em Cultura, Educação e Linguagens (GEICEL). E-mail: yifranca@gmail.com

ORASIR GUILHERME TECHE CÁLIS

Mestre e doutor em filologia e língua portuguesa pela Universidade de São Paulo (USP, Graduado em Letras pela Universidade Católica de Santos (UNISANTOS) e professor concursado

do da Rede Pública de Ensino de Cubatão (SP), integra o grupo de pesquisa "Práticas de leitura e escrita em português língua materna", ligado à Universidade de São Paulo (USP). E-mail: bionicalis@uol.com.br.

ADRIANA SANTOS BATISTA

Doutora e mestre em letras: filologia e língua portuguesa pela Universidade de São Paulo; bacharel e licenciada em letras: português e linguística pela Universidade de São Paulo. Professora assistente da Universidade do Estado da Bahia, *Campus X* – Teixeira de Freitas. Membro do Grupo de Estudos e Pesquisa Produção Escrita e Psicanálise (GEPPEP) e coordenadora do Grupo de Estudos Interdisciplinares em Cultura Educação e Linguagens (GEICEL). E-mail: drisb11@yahoo.com.br.

VÂNIA LÚCIA MENEZES TORGA

Doutora em linguística pela Universidade Federal de Minas Gerais, mestre em linguística aplicada pela Universidade Federal de Minas Gerais, especialista em psicopedagogia pela Universidade Estadual de Minas Gerais, especialista em leitura e produção de textos pela PUC-Minas, graduada em letras pela UFV, professora adjunta aposentada pela UESC, professora do quadro permanente do metrado em letras: Linguagens e Representações, coordenadora do grupo de pesquisa Estudos bakhtinianos, registrado no CNPq, parecerista da revista *EId&a*, *EPED/ Usp*. E-mail: vlorga@uol.com.br

VINÍCIUS VITA GORENDER

Mestre em letras: linguagens e representações na área de concentração de linguística pela Universidade Estadual de Santa

Cruz (UESC), especialista em comunicação e *marketing* em mídias sociais pela Faculdade de Tecnologias e Ciências (FTC-Itabuna), graduado em comunicação com habilitação em jornalismo pelo Centro Universitário Unijorge.

E-mail: vgorender@gmail.com

HELÂNIA THOMAZINE PORTO

Professora e pesquisadora da Universidade do Estado da Bahia – Campus X. Licenciada em letras (FAFIC-ES), especialização em linguística aplicada ao estudo de português (UESB-BA) e em psicopedagogia (UESC-BA), mestre em educação, administração e comunicação (UNIMARCO-SP). Membro do Grupo de Pesquisa Processos Comunicacionais: Epistemologia, Miatização, Mediações e Recepção – PROCESSOCOM (CNPq/CAPES/UNISINOS) e do Grupo de Estudos Interdisciplinares em Cultura, Educação e Linguagens – GEICEL (CNPq/CAPES/ UNEB). Realiza pesquisa acerca das temáticas: educação, linguagem e identidades culturais; semiótica e processos midiáticos em comunidades indígenas.