

**UR I – UNIVERSIDADE REGIONAL INTEGRADA DO ALTO URUGUAI E
DAS MISSÕES
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA, EXTENSÃO E PÓS-GRADUAÇÃO
CÂMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
MESTRADO EM EDUCAÇÃO**

HELOÍSA DERKOSKI DALLA NORA

**SOBRE PRODUÇÕES DISCURSIVAS DE GÊNERO NA INFÂNCIA: O QUE
FALA E FAZ FALAR A PUBLICIDADE NOS CANAIS INFANTIS DO
YOUTUBE?**

FREDERICO WESTPHALEN

2021

HELOÍSA DERKOSKI DALLA NORA

**SOBRE PRODUÇÕES DISCURSIVAS DE GÊNERO NA INFÂNCIA: O QUE
FALA E FAZ FALAR A PUBLICIDADE NOS CANAIS INFANTIS DO
YOUTUBE?**

**Dissertação realizada junto ao
Programa de Pós-Graduação em
Educação da URI - Câmpus Frederico
Westphalen - como requisito parcial
para a obtenção do Título de Mestra
em Educação.**

**Orientadora: Prof^ª Dra. Eliane
Cadoná**

FREDERICO WESTPHALEN

2021

AGRADECIMENTOS

À Helenice, minha mãe, que sempre me inspirou na vida acadêmica e em tantas outras coisas. Quero ser um pouco como você e entendo que já sou. Em tudo, eu vejo a voz de minha mãe, em tudo eu vejo nós. Ao Marcos, meu pai, que me apresentou a vida de uma forma tão linda a partir de nossas músicas. Eu tenho tanto de ti, que você nem sonha e foi você que me deu a ideia de uma nova consciência e juventude. Um muito obrigada aos meus pais. Se sou como sou, sou por causa de vocês.

Ao Rafael, meu irmão, que me inspira desde a infância e é meu exemplo de inteligência e sucesso. À Bárbara, por toda a delicadeza, cuidado e gentileza. Um muito obrigada aos dois.

Ao Willian, por compartilhar tudo comigo e me resgatar de lugares que eu não conseguiria sair sozinha. Nossa casa, nossas noites, nossas conquistas. O meu sucesso é seu também, muito obrigada. E, se um dia eu não puder te levar, quero que você me leve.

À Sabrina, que há anos me ensina uma nova maneira de cuidado. Há coisas que só você sabe. Muito obrigada por me ensinar que felicidade não existe, o que existem são momentos felizes. Esse é um deles e você faz parte dele.

Às minhas avós, Lurdes e Augusta, à Ida e à Tia Nega, à Kika, e à Ega, que me explicaram a força de coisas que talvez eu jamais vá entender. A oração de vocês me incentiva a ser melhor. Muito obrigada.

Ao Heitor e ao Elton, minhas companhias diárias, minhas alegrias e minha inspiração de amar sem esperar nada em troca.

À Universidade Regional Integrada, por ser minha casa, talvez antes, dos 14 anos, quando comecei minha caminhada enquanto aluna. É onde tive minhas maiores alegrias e conquistas, onde eu me tornei sujeito e profissional.

A professora Eliane, por me conduzir até mesmo antes de ser minha orientadora. Pelo conhecimento que adquiri, pela amizade que construímos, eu lhe agradeço.

A todas as outras professoras que passaram pela minha vida, por me ensinarem que sei muito, mas há muito mais a aprender.

A todos os amigos que não citei, mas que me acompanharam até aqui. Obrigada pelas noites de diversão, conversas e trocas.

A todas as crianças com quem tenho contato, especialmente Gabriel, que me ensinam e me lembram todos os dias as dores e as felicidades da infância. Por conta de vocês, eu ressignifiquei minha própria história. Esta dissertação é para vocês.

RESUMO

Por intermédio desta dissertação, apresentamos as investigações frente às produções discursivas de jogos e brinquedos evidenciados em propagandas destinadas ao público infantil, suas relações com as questões de gênero e produção de subjetividade na infância. A partir de nossas escolhas epistemológicas - Construcionismo Social, Estudos de Gênero e Análise de Discurso - foram realizados três estudos. No primeiro, por intermédio de Revisão Narrativa de Literatura, buscamos resgatar os principais conceitos de nossas escolhas epistemológicas e mostrar a construção histórico-social da Infância e da Mídia. Esse estudo oferece a base teórica que sustenta a discussão dos outros dois estudos e é nele que definimos nossos conceitos de ciência e conhecimento e, ainda, estabelecemos uma crítica a modelos científicos que excluem e reproduzem desigualdades. O segundo estudo, Revisão Integrativa de literatura, foi realizado tendo como base artigos presentes no Portal de Periódicos da CAPES, a partir dos descritores “Gênero”, “Infância” e “Publicidade”. O objetivo desse capítulo foi o levantamento de pesquisas realizadas nos últimos cinco anos para entendermos o que pesquisadores estão debatendo sobre o tema. Nele, discutimos protagonismo e visibilidade infantil, não só na publicidade, mas também no mundo acadêmico. O terceiro e último estudo dessa dissertação resultou na realização de análise de discurso dos vídeos de uma *Youtuber* mirim, Valentina Pontes. Dividido em dois eixos, esse capítulo pretende discutir questões acerca da produção de subjetividade na infância, através da publicidade de brinquedos e jogos e a representação de maternidade presente na mídia digital. Nessa pesquisa, problematizamos conceitos que há muito tempo têm sido naturalizados através de discursos presentes, tanto no cotidiano quanto provindos da própria ciência. A ideia foi tensionar as grandes “verdades” instituídas acerca da Infância e questionar como se produz subjetividade através da publicidade infantil.

Palavras-chave: Infância; Mídias digitais; Gênero; Educação.

ABSTRACT

Through this dissertation, we present the investigations regarding the discursive productions of games and toys evidenced in advertisements aimed at children, and their relations with gender issues and the production of subjectivity in childhood. Based on our epistemological choices - Social Constructionism, Gender Studies and Discourse Analysis - three studies were carried out. In the first, through a Narrative Literature Review, we seek to rescue the main concepts of our epistemological choices, and show the historical-social construction of Childhood and the Media. This study provides the theoretical basis that supports the discussion of the other two studies, and it is in this study that we define our concepts of science and knowledge, and also, we establish a critique of scientific models that exclude and reproduce inequalities. The second study, an Integrative Literature review, was carried out based on articles present in the *Portal de Periódicos da CAPES*, using the descriptors “Gender”, “Childhood” and “Advertising”. The purpose of this chapter was to survey research carried out in the last five years to understand what researchers are discussing about the topic. In it, we discuss children's protagonism and visibility, not only in advertising, but also in the academic world. The third and last study of this dissertation resulted in the realization of a discourse analysis of the videos of a young Youtuber, Valentina Pontes. Divided into two axes, this chapter intends to discuss issues about the production of subjectivity in childhood through the advertising of toys and games, and the representation of motherhood present in digital media. In this research, we problematize concepts that have been naturalized for a long time through discourses present, both in everyday life and from science itself. The idea was to stress the great established “truths” about Childhood and question how subjectivity is produced through children's advertising.

Keywords: Childhood; Digital media; Gender; Education.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Descrição da pesquisa.....	15
Tabela 2 – Resultado da Pesquisa.....	16
Tabela 3 – artigos para compor o <i>corpus</i> da pesquisa.....	37

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
Contexto e justificativa de pesquisa	8
Estado do conhecimento.....	14
O que falam as pesquisas sobre Brinquedos, Jogos e Produção de Subjetividade na Infância?	19
Problema	22
Questões Norteadoras	22
Objetivo geral.....	23
Objetivos específicos.....	23
1 VISÕES DE SUJEITO E MUNDO PARA PENSAR A PESQUISA	23
1.1 Construcionismo Social.....	23
1.2 Estudos de Gênero	27
1.3 Infância e suas construções históricas	30
1.4 Mídia enquanto campo de análise.....	32
2 CIÊNCIA E PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADE NA INFÂNCIA: GÊNERO E PUBLICIDADE	34
2.1 A Revisão Integrativa como caminho metodológico	34
3 VALENTINA PONTES: A IDEALIZAÇÃO DA INFÂNCIA A PARTIR DE DISCURSOS PUBLICITÁRIOS DE GÊNERO	46
3.1 A Análise de Discurso como método de análise do cotidiano	46
3.2 A família Pontes	55
3.3 Publicidade, fantasia e gênero: infâncias (re) produzidas e comercializadas... 57	
3.4 A representação de maternidade na mídia: da mãe infantilizada até a menina/mãe	61
4 CONCLUSÃO	69
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
7 APÊNDICES	85

INTRODUÇÃO

Contexto e justificativa de pesquisa

Não há como discutir produção de subjetividade na contemporaneidade sem falar dos avanços tecnológicos e das diversas formas de relações que surgiram com eles. A importância dada aos meios de comunicação no processo de (des)construção da cidadania fez com que a mídia já venha, há um bom tempo, sendo discutida como Quarto Poder, tamanha a sua influência para a manutenção do Estado Democrático de Direito. Isso implica em pensar algumas consequências éticas, no que tange à instauração e à manutenção dos meios de comunicação em nossa sociedade, a exemplo do respeito aos direitos individuais e sociais dos sujeitos frente a esse fenômeno que não só faz parte da realidade, mas a constrói (Pedrinho GUARESCHI, 2006). Para Lucia Santaella (2003) a cibercultura dificulta a diferenciação entre cultura popular e erudita, uma vez muito concreta. Dessa forma, entendemos que a inserção das tecnologias no cotidiano modifica esse conceito de cultura e a forma como damos sentido ao mundo e nos relacionamos com ele.

Atentas a essas discussões, construímos esta dissertação, que faz parte das atividades desenvolvidas pelo Programa de Pós-Graduação em Educação/Mestrado da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – Câmpus Frederico Westphalen. Inserimo-nos na linha de pesquisa *Processos Educativos, Linguagens e Tecnologias*, que discute esses fenômenos não só na educação formal, mas também em diferentes contextos e também no Grupo de Pesquisa em Psicologia. Nossa linha de pesquisa pretende investigar processos educativos associados às reflexões sobre tecnologia como ferramenta e artefato cultural em todos os níveis de formação. Dessa forma, nossa intenção é discutir, através dessa produção, como a mídia, enquanto ferramenta, capaz de veicular discursos de várias áreas do conhecimento e sobre vários saberes (Inês HENNIGEN, 2006), relaciona-se com os atravessamentos de Gênero na produção de subjetividade através da publicidade de brinquedos e jogos infantis.

Rosa Maria Bueno Fischer (2002a) defende que o movimento de analisar a mídia é importante na área da Educação, no sentido de entender a maneira como os discursos pedagógicos ou conceitos relacionados a eles são veiculados em diferentes contextos. A infância e os mais variados modos de sua existência, propostos pelos meios de comunicação, são um exemplo disso. Revistas, jornais, programas de TV ou novelas;

todos transmitem a determinados públicos uma imagem de infância e de criança que, tornando-se visível, torna-se real.

Em outro estudo, essa mesma autora, Rosa Maria Bueno Fischer (2002b), desenvolve o conceito de “dispositivos pedagógicos da mídia”. Ela mostra o modo como esse instrumento opera na construção dos sujeitos e de suas subjetividades, ensinando-lhes maneiras de existir no mundo. Também, defende a ideia de que, ao lado da escola e da família, a mídia também passou a ser um espaço de formação humana, pois permite a circulação de representações e valores sobre, por exemplo, a educação de crianças, como devem ser vistas mulheres, negros e grupos religiosos.

Por isso, é importante pensar na mídia e no acesso aos meios de comunicação como uma maneira do sujeito exercer a democracia. Depois da escrita, podemos dizer que a internet, pela característica interativa que deu aos meios de comunicação, é a tecnologia de cunho mais democratizante que já existiu; afinal, não somos mais passivos no processo de transmissão da informação. Através das redes sociais, nós, sujeitos do cotidiano, podemos produzir conteúdo e participar ativamente desse processo (GINDRE, 2009).

Nesse contexto, até mesmo as crianças ganharam voz. A possibilidade de criação de conteúdo levou esse público a um novo fenômeno, denominado “*youtubers mirins*”: crianças ou adolescentes que, com ajuda, ou não, de adultos, falam sobre uma variedade de assuntos. Brincadeiras, jogos, músicas ou desenhos são apresentados sob a perspectiva infantil ou, também, com fins de criar tal perspectiva.

Em uma pesquisa da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), um mapeamento sobre consumo e produção de vídeos por crianças, Luciana Correa, no ano de 2016, aponta que, dos 100 canais com maior audiência no Youtube Brasil 48 abordam conteúdo direcionado ou consumido por crianças. Baseamo-nos na discussão de Guilherme Canela (2009) para refletir se esses dados são suficientes para dizer que crianças estão sendo protagonistas na promoção de informação para sua faixa etária.

Destacamos que, segundo a Resolução nº 163, de 2014, do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), a publicidade infantil abusiva é proibida nos mais diversos meios de comunicação. A Resolução, ainda, preocupa-se em definir o que é abusividade da publicidade infantil. Entretanto, conforme podemos ver, também nos vídeos de *Youtubers mirins*, ainda há publicidade circulando nos diferentes meios de comunicação. Guilherme Canela (2009, p. 235) aponta que não há “um conjunto de critérios científicos que automaticamente” mostrem o que é ou não é conteúdo de boa

ou má qualidade, mas sim há a possibilidade de construir políticas públicas que regulem democraticamente os conteúdos audiovisuais.

Para discutir essas questões, construímos nosso arcabouço epistemológico, a partir do Construcionismo Social, apresentado pelos/as autores/as citados neste trabalho, como: Emerson Rasesa e Marisa Japur (2005), Lupicínio Iñiguez (2008), Mary Jane Spink (2010), Kenneth Gergen e Mary Gergen (2010), Tomás Ibañez (2004); e, o caminho metodológico da Análise de Discurso, dissertado pelos/as autores/as Lupicínio Iñiguez (2004), Mary Jane Spink (2013), Tomás Ibañez (2004), Mary Jane Spink (2010), Michel Foucault (1996). Não é nossa pretensão apontar, no material analisado, conteúdo de boa ou má qualidade, mas entender quais produções discursivas podem ser evidenciadas. Os Estudos de Gênero, pautados nos autores Judith Butler (2003), Guacira Lopes Louro (2003), Mary Del Priore (1989), Joan Scott (1995), Marlene Neves Strey e Eliane Cadoná (2012) também são uma escolha teórica que nos ajudará a estudar os objetos e a responder os problemas de pesquisa. Ao longo desse percurso, ainda serão trazidos/as autores/as da Educação, Guacira Lopes Louro (2003), Rosa Maria Bueno Fischer (2002a), Fischer (2002b), Alfredo Veiga-Neto (2012).

É importante delimitar os aportes teóricos e metodológicos que usamos, não só para a aplicação da pesquisa, mas também desde a construção do projeto que deu origem a ela. Foi a partir deles que pautamos nossa justificativa, pois os mesmos fazem parte de nossa visão de mundo e o modo como significamos o problema de pesquisa. Escolher uma teoria do conhecimento é escolher uma das infinitas possibilidades de perspectivas acerca de um fenômeno. Portanto, não é nossa intenção esgotar a discussão ou criar uma verdade absoluta sobre o tema, mas sim abrir a discussão para novas possibilidades de enxergar os processos estudados.

Dessa forma, seguindo a lógica desse arcabouço teórico, que será esmiuçado adiante, é impossível falar sobre infância, brinquedos, jogos e gênero, sem falar sobre a construção social desses conceitos. O mais conhecido dos historiadores, que se debruçou em cima das questões da infância, pensando em seu caráter histórico e social, foi Philippe Ariès (1981). Ele aborda, em seus estudos, até o fim do século XIII, que a criança era tratada como uma miniatura do adulto, tendo tarefas muito parecidas com as dele e, portanto, não possuía tempo para jogos e brincadeiras.

Outros/as autores, como Rosilda Souza e Alceu Zóia (2013), trazem a ideia de que, ainda no século XIII, o jogo era visto pela igreja católica como fonte de prazer e

vício, sendo proibido e banido do convívio social. Michelet (1959, p. 100 apud Jane FELIPE, 2000, p. 116) escreveu:

Se deixarmos a menina escolher os brinquedos, ela escolherá certamente miniaturas de utensílios de cozinha e de casa. É um instinto natural, o pressentimento de um dever que a mulher terá de cumprir. A mulher deve alimentar o homem ... Como o homem é chamado aos negócios, ao combate do mundo, a história deve prepará-lo em especial para isso ... para a menina, a história é sobretudo uma base religiosa e moral.

Trazemos a citação acima para problematizar como brinquedos e jogos foram, por muito tempo, naturalizados como reproduções de papéis considerados femininos e masculinos. Às crianças não era dada a oportunidade de subverter essa lógica e esses artefatos já eram considerados como preparação para tarefas do mundo adulto. Devemos deixar claro que a produção de subjetividade, ligada à orientação sexual e à identidade de Gênero na infância, não se dá por um fator único, como, por exemplo, os brinquedos e jogos. Segundo Judith Butler (2003), o sujeito (criança) se constrói em sua relação dialética com discursos e instituições, ou seja, é um constante devir. A autora traz a ideia de que somos influenciados/as a nos identificar com categorias pré-existentes de Gênero que nos são apresentadas pela sociedade, limitando, assim, nossa autonomia e nos aprisionando ao que é mais validado e reconhecido como certo por ela.

Brinquedos e jogos configuram-se como um dos mecanismos que produzem subjetividade no âmbito da orientação sexual e da identidade de Gênero na infância, assim como livros infantis (Andressa BOTTON; Marlene Neves STREY, 2012) e a concepção sobre o tema que os professores/as e as famílias têm (Ana MAIA; Carolina NAVARRO; Ari MAIA, 2011), por exemplo. Todos esses dispositivos agem na criança e influenciam no modo como a mesma lida com determinada questão durante sua vida.

Como já discutido acima, é certo que os conceitos de jogos e brincadeiras mudaram ao longo dos séculos, a exemplo de que hoje não são mais proibidos e os artigos infantis que mais encantam as crianças também não são mais os mesmos da infância de nossos avós. Mas quando falamos em atravessamentos de Gênero, ligados aos jogos e aos brinquedos, será que houve um avanço, no sentido da superação da lógica binária?

“Se brincar com armas não incita a violência, por que vocês têm tanto medo quando menino brinca de boneca? (LESSA, 2019)”¹. Esse argumento viralizou na internet, em

¹ LESSA, Robs. “Se brincar com armas não incita violência, por que vocês têm tanto medo quando menino brinca de boneca?”. 5 jun de 2019, 2h07min. Twitter: @beruta. Disponível em: <<https://twitter.com/beruta/status/1136318734228951041>>. Acesso em: 10 jun. 2021.

redes sociais como Facebook e Twitter, e denuncia o momento de controvérsias e tensionamentos em que vivemos. Gênero e brincadeiras sendo postos em questão, seus diferentes sentidos e como eles atravessam nossas ações cotidianas são cada vez mais colocados em pauta. O poder de produção de subjetividade de algo que antes parecia ser inocente começa a ser, finalmente, questionado.

Pereira e Oliveira (2016) constataram, em sua pesquisa, que meninas continuam brincando com brinquedos considerados “femininos” pela sociedade, que acabam denunciando o papel da mulher na mesma, sendo ele de cuidar das tarefas domésticas, cozinhar, passar roupa, cuidar dos bebês ou, então, de atividades ligadas ao culto à beleza e ao corpo. As mesmas autoras colocam que meninos que subvertem a lógica, brincando de pintar as unhas, por exemplo, causam estranhamento e viram motivo de piada ou preocupação das famílias e da escola.

Discutir esse tema se torna tão importante, pois ele é fator constituinte na vida de todas as crianças e, como já falamos, podem fazer parte de mecanismos que constroem subjetividades marcadas pelo sofrimento e pela segregação. Dessa forma, nos deparamos com o seguinte problema de pesquisa: Quais as produções discursivas de jogos e brinquedos evidenciados em propagandas destinadas ao público infantil e suas relações com as questões de Gênero e produção de subjetividade na infância?

Mas, como as crianças são atraídas a comprar determinados brinquedos e jogos? É conhecido que as propagandas de artigos infantis são estopins para o consumo desenfreado desse público e, muitas vezes, colocam familiares em “saías justas”. No entanto, será que existe algum atravessamento de Gênero posto logo nas propagandas que determina o que cada criança deve comprar?

Ana Olmos (2009) traz a ideia de que a mídia educa a criança para uma lógica de segregação, onde aquele que tem acesso aos bens de consumo compra, enquanto aquele que pouco tem é excluído. Desde muito cedo, a criança é tratada como consumidora e, pelo autor, a propaganda dirigida ao público infantil é considerada “crime invisível mas poderoso” (p. 253).

Dessa forma, a mídia torna-se outro mecanismo de produção de subjetividade na infância. Segundo Jéssica Dantas (2016), ao consumir uma boneca *Barbie*, a criança incorpora a sua identidade e todos os significados relacionados a ela, como certos parâmetros de beleza e de feminilidade. A mídia é responsável por veicular discursos do que é ser criança no mundo de hoje, em uma lógica de verdade absoluta.

Falar sobre Gênero, infância e mídia é falar sobre feminismo, população LGBTQIA+ (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, transgêneros, queer, intersexuais, assexuais e mais), sobre classe social, sobre democratização do ensino e tantas outras batalhas que a sociedade luta há muito tempo, mas, infelizmente, têm pouca visibilidade. Segundo Pedro Demo (2011), a pesquisa deve ser um “projeto de emancipação social”; assim, não deve ser restrita a apenas uma parcela na comunidade. Todos/as devem usufruir da ciência.

Dessa forma, usamos o termo que Alfredo Veiga-Neto (2012) utiliza para descrever a importância de ir além do que está posto como realidade. “Ir aos porões” (Alfredo VEIGA-NETO, 2012, p. 267) significa entender que existe algo por trás das práticas em vigência hoje em dia; significa entender que elas se cristalizaram por algum motivo, por alguma epistemologia que predominou como forma de ver o mundo. “Se podes olhar, vê. Se podes ver, repara” (José SARAMAGO, 1995, p. 9). A pesquisa é a ferramenta que nos dá alicerce para reparar.

No caso das crianças, é muito comum pensarmos que não possuem autonomia em seus processos de produção de subjetividade. Outra vez, José Saramago (2004, p. 285) ajuda-nos a pensar nessa questão quando diz que “nascemos e, nesse momento, é como se tivéssemos firmado um pacto para toda a vida, mas o dia pode chegar e nos perguntaremos: Quem assinou isso para mim”. Essa pesquisa é dedicada a todas as crianças que, de certa forma, ainda sofrem pelas imposições de Gênero atravessadas em suas vidas e todos os adultos que um dia já brincaram e jogaram também.

Fico imaginando uma porção de garotinhos brincando de alguma coisa num baita campo de centeio e tudo. Milhares de garotinhos e ninguém por perto - quer dizer, ninguém grande - a não ser eu. E eu fico na beirada de um precipício maluco. Sabe o que que eu tenho de fazer? Tenho que agarrar todo mundo que vai cair no abismo. Quer dizer, se um deles começar a correr sem olhar onde está indo, eu tenho que aparecer de algum canto e agarrar o garoto. Só isso que eu ia fazer o dia todo. Ia ser só o apanhador no campo de centeio e tudo. Sei que é maluquice, mas é a única coisa que eu queria fazer (SALINGER, 1999, p. 71).

Como mulheres, psicólogas e pesquisadoras sabemos que não é possível salvar todos/as os/as garotinhos/as como J.D Salinger (1999) descreve ser o sonho adolescente de Holden, personagem principal de *O Apanhador no Campo de Centeio*. Entretanto, são esses sonhos utópicos que nos motivaram a escrever esse projeto e continuar na luta por direitos iguais para todos/as. A ideia que explanamos e projetamos aqui é a construção de várias vivências, vários atendimentos, estágios, filmes assistidos, álbuns ouvidos e de

nossa própria infância sendo resgatada através das linhas desse projeto. Como na canção “Velha Roupa Colorida”, “tenho ouvido muitos discos, conversado com pessoas. Caminhado meu caminho, papo, som, dentro da noite. E não tenho um amigo sequer, que ainda acredite nisso, não. Tudo muda. E com toda razão” (BELCHIOR, 1976).

Assim como acreditamos que a diferença, a segregação, a violência e a injustiça foram construídas através do tempo, há nesse projeto um tom de otimismo constante. “Você não sente nem vê, mas eu não posso deixar de dizer, meu amigo. Que uma nova mudança em breve vai acontecer. E o que era jovem e novo, hoje é antigo. E precisamos todos rejuvenescer” (BELCHIOR, 1976).

Sabemos que existem muitos movimentos conservadores agindo na realidade social quando se trata do assunto desse projeto, mas acreditamos que a pesquisa e o conhecimento científico são os únicos que irão direcionar a sociedade a essa mudança. Não quer dizer que devemos abrir mão de todo o conhecimento construído até aqui, mas sim rever o contexto em que cada conceito se tornou verdade e os motivos dela ser mantida como tal até hoje. É através de uma ciência ética, política, comprometida com os sujeitos que estudam, que se chegará a uma transformação real do modo como enxergamos o mundo.

Estado do conhecimento

A busca por dissertações e teses a respeito do tema de pesquisa foi realizada no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior). A escolha se deu já que tal Portal é atualizado anualmente com teses e dissertações de Programas de Pós-graduação de todo o país. A ferramenta possui a possibilidade de refinar as buscas das mais variadas formas; entretanto, para nossa pesquisa só foi utilizado o campo do ano de publicação.

Os anos de 2014 a 2018 foram escolhidos para que os trabalhos resgatados estivessem contextualizados com o tempo em que vivemos. O ano de 2019 não foi incluído, pois foi quando começou a busca e a Plataforma não havia incluído todas as dissertações e teses produzidas até a data. Outros campos de refinamento não foram utilizados, pois o tema de pesquisa é bastante limitado e o seu uso iria restringir ainda mais a possibilidade de encontrar trabalhos na área.

Foram eleitos nove descritores (e suas variações) para a busca, sendo eles: *Infância (Criança), Jogos, Brinquedos, Educação, Produção de Subjetividade, Gênero*

(*Estudos de Gênero*), *Propagandas (Publicidade)*, *Mídia e Youtube*. A busca foi realizada de maneira separada (cada descritor sozinho) e de maneira combinada. Essa última forma foi a que mais rendeu trabalhos que utilizaremos para a parte qualitativa do Estado do Conhecimento.

Pelos descritores serem palavras abrangentes e discutidas em várias áreas, a busca realizada de maneira separada resultou em um número exorbitante de trabalhos para cada descritor; assim, não usaremos essa tabela na dissertação, pois ela não condiz com a realidade da pesquisa. Por exemplo, a palavra Gênero pode ser empregada em vários sentidos e com diferentes significados e, por isso, aparece em uma variedade de dissertações e teses, contemplando muitas áreas.

Dessa forma, quando combinamos os descritores, procurando chegar o mais próximo do tema e do problema de pesquisa, chegamos a um resultado mais fidedigno. A tabela a seguir é uma descrição dessa pesquisa, incluindo a análise qualitativa de quantas pesquisas se aproximam do tema de pesquisa, classificadas pelo item “interessam”.

Tabela 1 – Descrição da pesquisa

Descritores	Total	Doutorado	Mestrado	Interessam
<i>Infância AND jogos brinquedos</i>	20	04	16	0
<i>Infância AND jogos brinquedos AND gênero</i>	02	0	02	01
<i>Infância AND jogos AND gênero</i>	15	06	09	04
<i>Infância AND brinquedos AND gênero</i>	17	03	14	03
<i>Infância AND educação AND brinquedos AND gênero</i>	14	03	11	04
<i>Infância AND educação AND jogos AND gênero</i>	06	02	04	04

<i>Infância AND propaganda AND gênero</i>	03	0	03	01
<i>Infância AND mídia AND gênero</i>	23	03	20	03
<i>Infância AND publicidade AND youtube</i>	02	02	00	02

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 2 – Resultado da Pesquisa

Título	Trabalho	Autor (a)	Área de Conhecimen to	Regi ão	Universi dade	Ano
Brincadeiras infantis no município de São Paulo: Penha e Cangaíba entre o passado e o presente	Dissertação	Daniela Signorini Marcílio	Estudos Culturais	SP	USP	2015
Persuasão nas imagens generificadas nos jogos online infantis do Portal Clickjogos	Tese	Eliana Virginia Vieira de Melo	Ciências Humanas	SC	UFSC	2015
Enredadas na rede: jogos para crianças (re) produzindo relações desiguais de gênero'	Tese	Liliane Madruga Prestes	Ciências Humanas	RS	UFRGS	2014
As relações de gênero entre	Dissertação	Marcelo Salvador Martins	Educação	SC	Unisul	2014

crianças nas brincadeiras						
“Voar fora da asa”: relações entre experiência, criança e subjetividade nos brinc’ares da educação infantil	Dissertação	Lays Nogueira Peretuo	Educação	MG	UFLA	2016
Construção das identidades de gênero na infância: os discursos dos brinquedos e brincadeiras	Dissertação	Karine Natalie Barra Godoy	Educação Física	MG	UFJF	2017
A loja de brinquedos na produção das infâncias contemporâneas: uma leitura a partir dos estudos culturais em educação	Dissertação	Michelle Chagas de Farias	Educação	RS	ULBRA	2017
Brinquedos, culturas infantis e diversidade de gênero: uma análise sobre a 'sexta-feira: dia do brinquedo'	Dissertação	Paloma Oliveira Santos	Educação	SP	UNIFESP	2018

na educação infantil						
Narrativas de professoras de educação infantil sobre gênero em uma escola de Ananindeua: discursos e seus efeitos em práticas pedagógicas	Dissertação	Luciane Tavares dos Santos	Educação	PA	UEPA	2016
Identidades Infantis de Gênero na Publicidade: o que ensinam as propagandas da TV	Dissertação	Jessica Jaciana Silva Dantas	Educação	RN	UFRN	2016
Gênero na publicidade Infantil: Estratégias de Marketing e representações	Dissertação	Julia Santos Rodrigues Dias	Mídia e Cotidiano	RJ	UFF	2016
Infância, gênero e consumo na telenovela Carrossel	Dissertação	Raquel da Silva Alvez	Psicologia	SC	UFSC	2014
A publicidade infantil em canais de youtubers mirins	Dissertação	Alexandra Balbo Papini	Comunicação	SP	FCL	2017

A infância no tubo digital: felicidade via consumo?	Dissertação	Andre Luis do Nascimento Ferreita	Mídia e Cotidiano	RJ	UFF	2018
--	-------------	-----------------------------------	-------------------	----	-----	------

Fonte: Elaborada pela autora.

Como muitos desses trabalhos se repetem, nessas buscas, restaram quatorze dissertações e teses para trabalhar na parte qualitativa do Estado do Conhecimento. Esses trabalhos foram selecionados pela leitura de seus resumos e pela semelhança com o tema de pesquisa. Evidenciamos que a maioria dos/as autores/as que escrevem sobre o assunto são mulheres e que sete dos quatorze trabalhos vieram de Programas de Pós-graduação em Educação e apenas dois deles eram teses, sendo os outros doze, dissertações.

A próxima etapa constituiu-se na leitura das teses e dissertações e compreensão do que elas concluem sobre o assunto. É interessante notar que nenhuma delas traz como objeto de estudo brinquedos, jogos e propagandas e suas relações com as questões de Gênero. Em sua maioria, falam sobre como o brincar, a prática docente e as propagandas podem influenciar na construção da identidade de gênero.

É importante destacar que o Estado do Conhecimento não teve o objetivo de chegar ao número exato de produções que discutiram o tema da pesquisa nos últimos anos. Foram encontrados problemas com a ferramenta de pesquisa do banco de dados e o método correto de utilização dos descritores na mesma. Mesmo que isso não tivesse ocorrido, essa pesquisa passou por um processo de escolha dos descritores por nós, pesquisadoras, que pode ter influência no resultado. Assim, não temos pretensão de mostrar o número exato de pesquisas acerca do tema, mas sim fazer uma discussão sobre os dados resgatados.

O que falam as pesquisas sobre Brinquedos, Jogos e Produção de Subjetividade na Infância?

Daniela Marcílio (2015) traz, em sua pesquisa, a transformação das brincadeiras através do tempo, em uma investigação junto a idosos e crianças. A autora aponta para a influência da mídia nesse processo de mudança e a diferenciação de Gênero na escolha das brincadeiras pelas crianças. É importante destacar que ela sugere, no fim de sua pesquisa, que em futuros estudos sejam evidenciados os conteúdos de brincadeiras para

entender como discriminações são reproduzidas, bem como as diferenciações de Gênero em práticas entre meninos e meninas.

Eliana Melo (2015) mostra, como Marcílio (2015), que houve transformações nos interesses das crianças através do tempo. A autora estuda as representações de Gênero, que são articuladas através de imagens em um dos sites de jogos online mais acessados por crianças na época. A autora apresenta que tais figuras naturalizam determinadas práticas para mulheres e outras para homens, afirmando que tal ferramenta pode servir como um ótimo método de informação e conscientização de Gênero.

Lilian Prestes (2014) investigou os conteúdos de sites voltados para o público infantil, especialmente para meninas. Ancorada nos Estudos de Gênero e sexualidade, a pesquisa apresenta que o avanço da tecnologia e, principalmente, da internet, aumentou as denúncias de casos de pedofilia. A autora conclui que o acesso da criança à internet deve ser concomitante às reflexões sobre políticas públicas que a protejam, assim como sobre família, Estado e outras instituições que também a protegem.

Já, a pesquisa de Marcelo Martins (2014) procurou entender se as crianças em um Centro de Educação Infantil tinham a possibilidade de exprimir suas contradições de gênero, ou, até mesmo, quebrar paradigmas relacionados ao mesmo. O autor aponta para o importante papel do docente de proporcionar momentos em que elas possam construir novos significados de Gênero, saindo da lógica sexista em vigência na sociedade.

É a partir de conceitos foucaultianos, que Lays Perpétuo (2017) investiga as situações em que se manifestam as brincadeiras na vida de crianças da Educação Infantil. A autora lembra, em sua conclusão, que crianças também exercem poder em relação aos tencionamentos de Gênero, classe e religião envolvidos no ato de brincar, e, portanto, há uma possibilidade de superação. Através da imaginação e do desejo, crianças extrapolam aquilo que estava dentro do permitido, do disciplinar.

Karine Godoy (2017) também se propôs a analisar os significados de Gênero que emergem das brincadeiras de crianças da Educação Infantil. A autora evidencia que os papéis de Gênero, vividos em tais brincadeiras, se assemelham muito aos vividos pelos adultos que participam do mesmo contexto social e cultural. Também, conclui que as representações de feminilidade e masculinidade estão de acordo com o que há de normativo na sociedade.

Ainda, Michelle Farias (2017) propõe-se a estudar três lojas de brinquedo distintas, para entender os significados das classificações por idade, Gênero, marcas. Considerando a infância construções social, cultural e histórica, a autora coloca que as

lojas, ao darem destaque a esses ou aqueles brinquedos ou marcas, ensinam as crianças com que artigos devem brincar.

Em uma perspectiva da Pedagogia, mas também dos Estudos de Gênero e da Sociologia da Infância, Paloma Santos (2018) estuda a “sexta-feira do brinquedo”, em uma instituição pública de Educação Infantil. Esse estudo procura entender como os conceitos de feminino e masculino são construídos, a partir dos brinquedos que as crianças escolhem para levar de casa para a instituição e como os mesmos são significados durante a brincadeira. É feita, em meio ao processo investigativo, uma denúncia da desigualdade de Gênero e procura alternativas para uma pedagogia livre de preconceitos.

Luciane Santos (2016) busca entender o efeito dos discursos de Gênero na prática pedagógica. Revela-se que a maioria das professoras segue encarando a questão com um entendimento binário, essencialista e biologicista, não deixando de aparecer discursos em defesa da igualdade dos direitos entre homens e mulheres. A autora descobre que, principalmente no momento da brincadeira, é que aparecem ações pedagógicas relacionadas a normalizar ou desconstruir práticas que afirmam a desigualdade de Gênero.

Procurando olhar o fenômeno por outra perspectiva, Jéssica Dantas (2016) pesquisa as representações de Gênero nas propagandas de TV aberta brasileira e suas influências na construção da identidade da criança de um Centro Municipal de Educação Infantil. O estudo aponta que, de maneira hierarquizada, as propagandas mostram definitivamente os papéis de meninos e meninas na sociedade, trazem a ideia de uma infância feminina cada vez mais erotizada e como há um processo de classe e regionalidade imbricado nas propagandas infantis.

Julia Dias (2016) procura entender como a publicidade e o consumo contribuem para a segregação em categorias de Gênero na infância e se esse processo funciona como uma estratégia de publicitária. Ponderou, em meio ao estudo, que os artigos dos meninos estão relacionados com habilidades como força e velocidade, remetendo a uma ideia de super-herói, enquanto as meninas são levadas a comprar artigos ligados à beleza, à moda e ao consumo.

Raquel Alves (2014) faz análise de uma novela infantil de alto índice de audiência e abrangência nacional, que possuía claras divisões de papéis de Gênero, analisando também as propagandas veiculadas nos intervalos comerciais. Concluiu que a novela reforça estereótipos de Gênero e que estimula o consumo como resolução de conflitos, o

que pode ser visto, tanto pelo roteiro como pelos recursos de câmera, sonoplastia e figurino.

André Ferreira (2017) aproxima-se mais do nosso tema de pesquisa. Ele estuda, utilizando Análise de Discurso e Análise de Conteúdo, a associação da ideia de felicidade à promoção do consumo pelos/as *youtubers* mirins. Papini (2017) também discute o youtube como uma ferramenta para compreender a criança contemporânea. Ela procura, através de uma pesquisa documental, entender como essa rede social está abrindo espaço para a publicidade infantil não regulada.

Dessa forma, podemos dizer que as dissertações e teses resgatadas no Portal dividem-se didaticamente em três grupos. Todas elas têm, como pano de fundo, discussões de Gênero, mas existem aquelas que discutem jogos, brinquedos e o brincar. Outro grupo discute como isso acontece dentro da educação formal e quais são as influências na prática pedagógica; e, por último, existem dissertações e teses que discutem como se dá esse processo através de dispositivos de mídia.

Apesar de olharem para a infância de lugares diferentes e através de teóricos diferentes, alguns pontos importantes podem ser destacados dessas produções. Ficou evidenciado, nos trabalhos, que brincadeiras, jogos, assim como o conceito de infância sofreram alterações através do tempo e continuam modificando-se na contemporaneidade. Outro ponto que os aproxima é a ideia de que existem papéis cristalizados de Gênero em nossa sociedade que são ensinados através de brincadeiras ou veiculados através das mídias.

Problema

Quais as produções discursivas de jogos e brinquedos evidenciados em propagandas destinadas ao público infantil e suas relações com as questões de Gênero e produção de subjetividade na segunda infância?

Questões Norteadoras

Que possíveis noções de sujeito e de mundo as crianças constroem através de brinquedos e jogos veiculados nas redes sociais destinadas ao público infantil?

Que atravessamentos discursivos ligados ao Gênero aparecem no modo como brinquedos e jogos são apresentados para as crianças em propagandas veiculadas em redes sociais?

Objetivo geral

Problematizar possíveis produções de subjetividade no contexto da Educação Informal na infância, a partir de análise, com base nos Estudos de Gênero, de estudos científicos, de brinquedos e de jogos veiculados em propagandas de canais abertos em redes sociais, a fim de colocar em análise quais são as possíveis noções de sujeito e de mundo que a criança apreende a partir desses dispositivos.

Objetivos específicos

Problematizar, por intermédio de revisão de literatura, as articulações entre Infância, Gênero e Mídia na produção de subjetividade infantil.

Analisar quais noções de sujeito e de mundo as crianças constroem através de brinquedos e de jogos veiculados nas redes sociais destinados ao público infantil.

Compreender os atravessamentos de Gênero no modo como brinquedos e jogos são apresentados para as crianças em propagandas veiculadas em redes sociais.

1 VISÕES DE SUJEITO E MUNDO PARA PENSAR A PESQUISA

1.1 Construcionismo Social

Nesse capítulo, preocupar-nos-emos em dissertar a respeito de epistemologias, ou teorias do conhecimento, que guiam nossa pesquisa. Para que fique mais nítido nosso arcabouço teórico, primeiro explanaremos o que queremos dizer quando falamos em epistemologia e nos voltaremos, de início, para as teorias do conhecimento que surgiram no início da Modernidade e que fizeram toda a diferença no modo como os sujeitos pensam e agem no mundo. Depois, introduziremos a discussão acerca do Giro Linguístico e do Construcionismo Social. Esse caminho mostra mudanças históricas, bem como

percursos que levaram a ciência a considerar que a linguagem constrói realidades, noção que rege nossa pesquisa e, principalmente, nosso método.

“O que é conhecimento?”, “O que podemos conhecer?” e “como podemos conhecer o que conhecemos?” (John GRECO, 2012, p. 16). Segundo o autor, essas são questões centrais e que conduzem às teorias do conhecimento. Durante séculos, filósofos/as e cientistas debruçaram-se sobre essas questões; divergiram, mas, acima de tudo, criaram modos de enxergar o mundo e os sujeitos. Escolhemos pontos históricos e filósofos marcantes para exemplificar esse processo e não encontramos melhor forma de começar, se não, por René Descartes (1596-1650).

Descartes propõe que é possível conhecer as coisas verdadeiramente através da razão, desde que essa seja usada da maneira correta. Em *Discurso do Método*, após avaliar a forma como o conhecimento é sistematizado e ensinado, ele declara: “Eu sempre tive um imenso desejo de aprender a distinguir o verdadeiro do falso, para ver claro nas minhas ações e caminhar com segurança nesta vida” (René DESCARTES, 1962, p. 14). Para tanto, ele elabora um método baseado na razão e apresenta quatro passos para a busca do conhecimento verdadeiro.

Dessa forma, o autor propõe que é possível conhecer as dificuldades livres de dúvidas, a partir de um método correto e matemático. Demanda, ainda, que nada seja verdade que não tenha passado pelos rigores do método, critério que a ciência, de um modo geral, segue até hoje (Martin KUHN; Helena CALLAI; Claudia TOSO, 2019).

A partir de Descartes, a filosofia torna-se uma “filosofia da consciência”, que propõe o estudo da interioridade do sujeito e suas ideias, sua razão, com a finalidade de conhecer o mundo exterior. Nesse momento, mais uma vez, se aceita a dicotomia entre “interior” e “exterior” do sujeito e, muitos dos debates filosóficos, depois de Descartes, vão se articular ao redor dessa questão (Tomás IBÁÑEZ, 2004).

Outro autor importante para a construção do pensamento moderno é Francis Bacon (1561-1626). Para ele, o objetivo da ciência era a formulação de leis sobre a natureza, estabelecendo, então, um método para a ciência experimental. Rejeitando a razão como meio de conhecer o mundo, para os empiristas, o conhecimento é “reflexo da estrutura do ambiente, e aprender é reproduzir a informação que recebemos” (GALVÃO, 2007, p. 35).

A proposta das ciências experimentais é conhecer e formular leis universais sobre a natureza para poder dominá-las, controlá-las, prevê-las e, a partir disso, agir antecipadamente aos fenômenos. Para isso, enfatiza-se o valor da experiência e como é

através dela e da observação que é possível encontrar o verdadeiro conhecimento (Martin KUHN; Helena CALLAI; Claudia TOSO, 2019).

Dessa forma, é possível entender que o racionalismo de Descartes e a ciência experimental não se configuram apenas em métodos científicos, mas revolucionam a forma de olhar para o sujeito e para o mundo. Destacamos a célebre frase “penso, logo existo” (René DESCARTES, 1962, p. 23), que marca a máxima do autor ao elevar a razão à prova da existência, dando a ela *status* de indispensável na vida do sujeito.

Tanto o racionalismo quanto a ciência experimental impuseram à ciência moderna o desafio de validar seus estudos através de métodos que procuravam criar leis universais, que explicassem fenômenos e que fossem replicáveis em qualquer lugar do mundo. Segundo Boaventura de Sousa Santos (2008), houve uma tentativa de aplicar tais teorias para as ciências sociais, no intuito de conhecer o ser humano verdadeiramente, mais conhecido como Positivismo.

Não é por acaso que muitas áreas das ciências ditas “humanas” têm uma história muito recente. A Psicologia, por exemplo, apesar de ser um campo amplamente discutido por filósofos/as desde a Grécia antiga, só ganhou caráter de ciência quando foi inaugurado o primeiro laboratório da área, através de Wilhelm Wundt (1832-1920) (José ABIB, 2009).

Apesar disso, alguns estudos direcionados à linguagem possibilitaram um movimento que permitiu a formação de novas epistemologias e formas de ver a ciência. Segundo Tomás Ibañez (2004), o “giro linguístico” é uma expressão usada para denominar uma transformação não só na filosofia, mas nas ciências humanas e sociais, sobre a natureza do conhecimento. A partir do século XX, com a preocupação com a linguagem começando a se tornar mais intensa, surgem novas concepções de mundo e de sujeito.

Em Descartes, a linguagem já era considerada, mas essa não passava de um instrumento para manifestar as ideias. Se o discurso do sujeito não está claro, isso é reflexo de suas ideias. Novamente, fica nítido o dilema da dicotomia “interior/exterior”, que foi base para quase dois séculos e meio de discussões filosóficas e, mesmo assim, sua influência ainda é sentida. A inovação da discussão trazida pelo “giro linguístico” não pode ser ignorada (Tomás IBAÑEZ, 2004).

Segundo Lupicínio Iñiguez (2004), o giro linguístico não é importante apenas por colocar a linguagem em foco, mas por atribuir a devida importância à linguagem cotidiana e questionar a necessidade de se formular outras além dessa, capazes de explicar como é

o mundo. As implicações disso têm dimensões fundamentais: “para que se converta o trabalho da ciência em uma prática social a mais, igual a qualquer outra” (p. 56), já que as pessoas que não fazem ciência têm acesso à linguagem usada pelos/as cientistas; e, portanto, à ciência, já que agora ela não é diferente da linguagem do cotidiano.

Para Tomás Ibañez (2004, p. 33), os/as autores do “giro linguístico” quebraram com a tradição cartesiana ao afirmar que a linguagem não é apenas veículo para representar nossas ideias, “ela é a própria condição de nosso pensamento e, para entender este último, temos que nos concentrar nas características da linguagem em vez de contemplar o suposto mundo interior de nossas ideias.” Mais tarde, filósofos/as de Oxford afirmaram que a linguagem não só “faz pensamento”, como também “faz realidades”.

Com certeza, essa última suposição de que a linguagem faz realidades tem forte influência na teoria do conhecimento Construcionista. Afinal de contas, como conhecemos o mundo? De onde vem o conhecimento? Segundo Emerson Rasesa e Marisa Japur (2005, p. 23), o conhecimento é cultural e historicamente situado. Não há relação de verdade entre as palavras e a realidade, pois “a linguagem não reflete um mundo independente, mas o constrói a todo o momento.”

O Construcionismo Social opõe-se às antigas ideias do racionalismo e das ciências experimentais, na medida em que, segundo Lupicínio Iñiguez (2008), alguns dos elementos que marcam sua crítica à ciência são o antiessencialismo, antirrealismo e o questionamento de verdades geralmente aceitas. Nesse sentido, Emerson Rasesa e Marisa Japur (2005) colocam que, na medida em que o Construcionismo explica o processo de construção social do mundo, também se opõe a uma premissa de que existe uma essência que explica e determina como as coisas e os sujeitos são. Lupicínio Iñiguez (2008) discute que a noção de essencialismo vem atrelada a de “natureza humana”, uma forma correta de ser e de existir no mundo, conceito fortemente criticado pelo Construcionismo Social.

A partir do momento em que os/as Construcionistas adotam a ideia de que o conhecimento se dá a partir de processos sociais que constroem o real, é rejeitado o argumento do realismo, de que a verdadeira natureza da realidade pode ser acessada a partir de determinados procedimentos. Essa premissa já põe em questão o conceito de verdade e dá a possibilidade de se chegar ao conhecimento dela a partir da observação objetiva e imparcial da realidade (Emerson RASESA; Marisa JAPUR, 2005; Lupicínio IÑIGUEZ, 2008).

Mary Jane Spink (2010) explica que, nessa perspectiva, o conhecimento é algo que as pessoas fazem na relação, juntas, por meio de práticas sociais. Dessa forma, não

há a antiga dicotomia sujeito e objeto, já que os dois são construções sociais dadas pelo próprio conhecimento. No que diz respeito a sua metodologia, o Construcionismo Social busca na pesquisa desnaturalizar e desessencializar conceitos enraizados e cristalizados no cotidiano e em nossas práticas.

Para Kenneth Gergen e Mary Gergen (2010, p. 31), “o desafio não é encontrar a ‘única e melhor forma’, mas sim tipos de relações através das quais se possa construir o futuro de maneira colaborativa.” O autor e a autora colocam que, para o Construcionismo, não há uma verdade universal a ser seguida, mas sim uma postura de curiosidade e respeito às diversas tradições que são válidas para determinados grupos sociais em determinados contextos. Ademais, questionam “que aspectos de nossa tradição podem ser compartilhados e úteis para as demais?”

Essa pergunta se faz importante na medida que, para Mary Jane Spink e Frezza (2013), isso não quer dizer que o Construcionismo impõe que vivamos em uma realidade onde não existam verdades, sem certo ou errado, mas que submetamos nossas verdades à esfera da ética. A partir disso, é possível designar coletivamente a relevância, a coerência e a utilidade de cada uma delas para cada contexto social.

Assim, nasce não só uma teoria do conhecimento, mas uma visão de mundo e de sujeito. Iñiguez (2002) aponta a Modernidade como discurso totalizante, na medida em que tinha como proposta a designação de uma verdade absoluta sobre o mundo e os sujeitos. Nessa perspectiva, esse discurso deixou muitas vítimas e pessoas excluídas, ao longo do tempo, por apontar a forma “certa” de ser e agir no mundo, a exemplo da comunidade LGBTQIA+.

O Construcionismo Social não tem pretensão de solucionar todos os problemas do mundo através de sua prática. Entretanto, existem pesquisas (Eliane CADONÁ; Marlene Neves STREY, 2012; Roberto IDE, 2005; Eliane CADONÁ; Helena SCARPARO, 2015; Emerson RASERA; Marisa JAPUR, 2004) acerca das questões de Gênero, do Cooperativismo, da Saúde Pública e da Psicoterapia, por exemplo, que encaram o sujeito como um constante devir, em construção na relação com seus pares e com o mundo. Tais pesquisas se propõem a desconstruir e ressignificar conceitos cristalizados, dando visibilidade às questões que, por muito tempo, não foram discutidas.

1.2 Estudos de Gênero

Assim como o Construcionismo, os Estudos de Gênero e as teorias feministas também fazem crítica a como foi construída a epistemologia na Modernidade. Segundo Helen Longino (2012, p. 511), muitos conceitos como razão e objetividade, tão aclamados pela ciência moderna, estavam impregnados de estereótipos masculinos, já que quem fazia a ciência, nessa época, eram, em maioria absoluta, os homens. A máxima aqui é retratada na frase: “a razão é masculina; a masculinidade inclui a razão.”

Seguindo essa mesma ideia, Ruth Hubbard (1993) ajuda-nos a pensar como, em épocas de tensão, o argumento determinista do inatismo humano é usado para provar diferenças entre mulheres e homens, brancos e negros, ricos e pobres, etc. Segundo a autora, argumentos como a capacidade das mulheres de engravidarem e tornarem-se fisicamente “incapazes” de trabalhar foram usados para as manterem em casa, enquanto seus parceiros participavam da vida laboral e social. Entretanto, fica nítida a fragilidade dessa ciência quando esses mesmos argumentos não foram evocados para protestar contra a exploração do trabalho de mulheres pobres, forçadas a trabalhar por uma longa jornada de trabalho sob condições desumanas.

É por esses motivos que “a epistemologia feminista é uma necessidade” (Helen LONGINO, 2012, p. 506). Como já trouxemos antes, precisamos revolucionar a maneira de entender a relação sujeito e objeto, entender que quem faz a ciência tem uma grande implicação no resultado da mesma, proporcionar que cada vez mais mulheres, negros/as, LGBTQIA+ e outros grupos que, uma vez foram excluídos da academia, tenham acesso a ela e lutar contra discursos deterministas, que reduzem e oprimem sujeitos.

Para isso, analisaremos mais a fundo o processo de produção de sujeitos generificados. Em *História da Sexualidade*, Volume 1, Michel Foucault (1988) descreve como o sujeito é produzido por meio de discursos de limitação, proibição e regulamentação. Instituições como religião e ciência construíram “verdades” sobre a sexualidade (e gênero) através de dispositivos de poder/saber.

Para Judith Butler (2003), descrever ou representar sujeitos como *mulheres* torna-se problemático e um ponto a ser contestado. O termo tem sido usado para atribuir funções, características e papéis específicos que, além de não condizerem com a realidade, não consideram outros atravessamentos, como raciais, religiosos, culturais e de classe social, além de minimizar diferenças de pessoas por séculos,

Além de ter surgido para se diferenciar do termo *sexo* e de todas as implicações que o mesmo trazia, destacando, assim, seu caráter social (Guacira Lopes LOURO, 2003), o termo Gênero - segundo Joan Scott (1995, p. 3) - tem a função de colocar o assunto nas

ciências sociais. A autora discute que ao rejeitar o termo “história das mulheres”, há uma dissociação política do feminismo, já que Gênero inclui mulheres sem as nomear, sendo “um aspecto que poderia ser chamado de procura de legitimidade acadêmica pelos estudos feministas nos anos 80.”

Entretanto, ainda assim, é importante destacar que características físicas e sexuais existem. Apesar disso, não são elas que irão determinar o que é feminino e o que é masculino, mas sim como representamos, valorizamos o que se pensa e o que se faz com tais categorias e quais produções discursivas surgem a partir delas. Gênero se produz na e pela relação de poder (Guacira Lopes LOURO, 2003). Nesse sentido, evocamos a famosa frase de Simone de Beauvoir (2016, p. 11) “Ninguém nasce mulher: torna-se mulher.” Mary Del Priore (1989), historiadora que demarca as raízes do machismo no Brasil, destaca a importância de não centrar a discussão sobre a história das mulheres entre dominação masculina *versus* opressão feminina. A autora traz a ideia de que essa narrativa não é tão linear e é necessário demarcar como se deu a articulação entre subordinação, mas, também, movimentos de resistência.

Entre discursos proferidos pela igreja e pela literatura, no período colonial no Brasil, com o intuito de adestrar a sexualidade feminina sob o pretexto de defesa da família, criaram-se regras muito bem elaboradas para manter a “pureza física e mental das mulheres” (Mary DEL PRIORE, 1989, p. 14). Essas regras incluíam a confissão religiosa, que tinha como objetivo controlar e punir comportamentos indesejáveis, prática já destacada por Michel Foucault (1988). Mary Del Priori (1989) nos traz que, nesse contexto, o marido possuía o poder de castigar sua esposa, caso essa fosse desobediente; entretanto, se isso não acontecesse, ele seria, certamente, divino.

Foucault (2011) destaca que as relações de poder não são lineares, como se alguns as detivessem e outros não. Para ele, o poder não é algo que temos, mas é algo por intermédio do qual produzimos coisas, articulamos relações. Assim, o poder, a partir dessa perspectiva, só pode ser exercido por homens e mulheres livres. Dessa forma, sempre há possibilidade de resistência, sendo que, tratando-se dos processos que envolvem Gênero, esse movimento de enfrentamento, segundo Guacira Lopes Louro (2003), pode ser chamado de subversão. No Brasil, nessa época discutida acima, esses movimentos não demoraram a aparecer.

Segundo Mary Del Priori (1989, p. 17), as mulheres respondem com adultérios e recorrendo aos “tribunais eclesiásticos para separarem-se de maridos que as brutalizam ou lhes dissipam os bens.” A prostituição no Brasil colonial, apesar de ser considerada

um “mal necessário”, já era considerada, pois a ordem familiar dependia dela; também, configurava-se em um movimento de resistência ao discurso religioso, já que expressava uma sexualidade atípica, fora do matrimônio. Apontamos para o fato da história da mulher estar intimamente ligada à história da infância, na medida em que houve um movimento para que as mães ficassem em suas casas, com destaque para a importância do cuidado permanente com seus/as filhos/as. O discurso científico também foi utilizado para convencer a mulher de que sua responsabilidade era a felicidade do lar. Fez parte de um discurso higienista para atingir toda a família, especialmente a criança (Lilian CRUZ; Betina HILLESHEIM; Neuza GUARESCHI, 2005).

1.3 Infância e suas construções históricas

Ao nos referir à infância, examinaremos, primeiro, um dos principais autores que discorre sobre o caráter histórico de tal conceito. Philippe Ariès (1981) data a “descoberta” da infância a partir do século XIII, mas tendo seus sinais mais significativos no fim do século XVI e durante o século XVII. Isso, explica o autor, porque nessa época havia um cuidado maior com questões de higiene e controle da população, através de práticas contraceptivas, que diminuíram as altíssimas taxas de mortalidade infantil.

É importante destacar que, apesar de Ariès (1981) ter usado a palavra “descoberta”, fica claro, em seus escritos, que ele não pressupõe uma etapa natural da vida que passa a ser valorizada de uma hora para a outra (Paulo GHIRALDELLI, 2000). Ao invés disso, o autor fala sobre como diversas instituições vão mudando seus discursos e práticas em relação ao sujeito criança, ou melhor, como o adulto muda sua forma de se relacionar com a infância (Betina HILLESHEIM; Neuza GUARESCHI, 2007).

Ariès (1981) discute que, antes do século XII, as crianças eram vistas como miniaturas dos adultos, não carecendo de nenhum investimento diferente dos destinados ao mesmo. Eram representadas nas obras de artes dessa mesma forma, sendo que até mesmo as primeiras figuras do menino Jesus são apresentadas como uma redução do adulto. Vários fatores marcam a invenção da infância: diminuição da mortalidade, influência do cristianismo, surgimento do afeto na vida familiar, surgimento da escola e da escrita.

O fato é que, para a infância ser narrada como é hoje, muito investimento discursivo houve em cima dela. Filósofos como Santo Agostinho e Descartes entendiam a infância como algo a ser superado. O primeiro, porque ela estava mergulhada no pecado

e o segundo, pois nela não havia nada de razão. Já Rousseau, definiu-a como necessária para a verdade e para a filosofia, já que nela estaria toda a pureza e a inocência (Paulo GHIRALDELLI, 2000).

Betina Hillesheim e Neuza Guareschi (2007) destacam que a origem da palavra “infância” está ligada à ausência da fala. Dessa forma, podemos levar em consideração que sempre o tradutor ou quem sempre produziu discursos sobre as crianças são os adultos. A mesma está ligada a uma questão de alteridade, segundo as autoras, que para responder “quem eu sou?” é sempre necessário tomar como referência “quem eu não sou”. Sendo assim, vários dos termos usados para definir as crianças tomam os adultos como referência: menor, pequeno, moleque (em relação a quem?).

Dessa forma, quando falamos em infância, falamos de produções discursivas não só da criança, mas da família, da escola, da mídia, do Estado, entre outros; que instituem modos de ser e vivê-la, assim como instituem modos de não ser e não vivê-la (Lilian CRUZ; Betina HILLESHEIM; Neuza GUARESCHI, 2005). No Brasil, é importante falar sobre a história da infância, das políticas públicas e das práticas que instauraram não só maneiras de ser criança, mas dividiram infâncias entre “normais” e “anormais” e instauraram questões de violência e desigualdade, resguardadas, muitas vezes, por discursos científicos da Psicologia, Pedagogia, Medicina, entre outros (Ana Maria FROTA, 2007).

Lilian Cruz, Betina Hillesheim e Neuza Guareschi (2005) destacam o interesse do Estado, no Brasil, pela infância, no fim do século XIX e início do século XX, onde, através de uma lógica higienista e eugênica, os governos retiram crianças e adolescentes das ruas para interná-los em instituições denominadas “casas de correção”. A partir daí já é possível ver o que funciona como instituições de sequestro, funcionando dentro da lógica de que algumas crianças estão dentro da “norma” e outras precisam ser “corrigidas”.

Em 1927, com o “Código de Menores”, surge o termo “menor”, usado para caracterizar toda a criança pobre, que pertencia a configurações familiares diferentes das usuais e estavam em risco social, passíveis de se tornarem “marginais”, colocando não só a si, mas também a sociedade em risco (Ana Maria FROTA, 2007). Dessa forma, a ciência, nas mais diversas áreas, preparou um aparato de intervenções para medir, classificar, testar, quantificar; e, por fim, “salvar” esse/a “menor”.

O que acontece é que, descontextualizadas, esvaziando a discussão sobre aspectos sociais que compõem sua vida, áreas do conhecimento como a Psicologia do

desenvolvimento fizeram associações ligeiras sobre pobreza e criminalidade. Esses discursos legitimaram práticas de violência, atitudes de exclusão e desqualificação de crianças e adolescentes que não cumpriam os requisitos do que era considerado “normal”, fazendo recair totalmente sobre o indivíduo a culpa e os reflexos de toda uma sociedade (Lilian CRUZ; Betina HILLESHEIM; Neuza GUARESCHI, 2005).

Em 13 de julho de 2020, o Estatuto da Criança e do Adolescente (BRASIL, 1990) completou trinta anos. A palavra “menor”, por exemplo, no sentido mencionado pelo “Código dos Menores”, foi abolido do documento, já em 1990. Outros avanços importantes constam na Lei, como a criação de Conselhos de direitos das crianças e dos adolescentes, assegurando a participação popular. O propósito é que exista essa participação popular para que a Lei fosse garantida e implementada. Cruz, Hillesheim e Guareschi (2005) ainda destacam que, por mais que tenha havido avanços, o documento continua dividindo infâncias “normais” e “de risco” e, portanto, mostra que foi construído dentro de parâmetros científicos que caracterizavam a infância a partir de um padrão hegemônico.

Inspiramo-nos em Rosa Maria Bueno Fischer (2008), ao lembrarmos que é necessário atentar à cultura como se fosse um “sintoma” de uma doença. Afinal, que imagem a mídia passa de nossas crianças hoje em dia? Segundo a autora, não é difícil visualizar uma divisão entre “nós” e “eles” quando canais de TV, jornais ou emissoras de rádio referem-se a jovens envolvidos/as em casos de violência. A distinção entre infâncias ainda existe e é veiculada dessa forma e, por isso, as particularidades da mídia e sua importância precisam ser estudadas.

1.4 Mídia enquanto campo de análise

Segundo Lucia Santaella (2003), a cultura de massas, produzida por poucos e consumida por muitos, com a explosão dos meios de comunicação, veio substituir a divisão clássica existente, até meados do século XIX, entre cultura das elites e cultura popular. A autora usa o termo “Cultura das mídias” para nomear um processo que veio complementar a cultura de massas, representando o trânsito das informações entre uma mídia e outra e o hibridismo das mesmas.

Segundo Pedrinho Guareschi (2007), dentre todas as transformações ocorridas no último século, destaca-se a aceleração no fluxo de informação. Isso requer dos sujeitos que criem estratégias, não só para lidar com a quantidade de conteúdo cognitivo e

emocional que adentra seus cotidianos todos os dias, mas principalmente para conseguir significá-los. É que a Comunicação não só faz parte significativamente da realidade, ela *constrói* essa realidade.

Para Rosa Maria Bueno Fischer (2002), os meios de comunicação trabalham na constituição do sujeito contemporâneo. Através da veiculação de sentidos e significações, esses dispositivos delimitam maneiras de ser e existir no mundo, verdades a respeito de como se relacionar com a vida. Pedrinho Guareschi (2007) destaca que, além de ditar o que aparece na mídia, ou seja, o que tem visibilidade ou não, os meios de comunicação ainda dão ao conteúdo um caráter de qualidade, delimitando o que ou quem é bom ou não, o que deve ou não ser discutido. Portanto, é necessário prestar atenção não apenas ao que a mídia diz, mas também aquilo que ela silencia.

Inês Hennigen (2006) destaca que, sendo o mundo construído discursivamente, hoje em dia, os modos de ser não são mais construídos apenas através de instituições específicas, como escola e família, mas estratégias e técnicas de governos nos subjetivam sem que nos apercebamos. O sujeito reconhece-se e toma os discursos veiculados da mídia como verdadeiros, explicando a si mesmo e ao mundo a partir deles.

Lucia Santaella (2003) discute que a produção de cultura subdivide-se em três níveis: “o da conservação, o da circulação e o da recepção ou consumo de seus produtos” (p. 57). Dessa forma, meios de comunicação como o jornal e a TV são, além de produtores de cultura, seja ela uma cultura que mistura “entretenimento, farsa, informação e educação informal” (p. 58), divulgadores de outras formas e gêneros de cultura, como teatro, cinema e música.

Pensamos na mídia como um dispositivo que também deveria assegurar e veicular cultura e educação, o que é assegurado pela Constituição Federal, Capítulo V, artigo 221: “A produção e programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios: I) Preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas [...]” (BRASIL, 1988). Nessa perspectiva, a democracia só poderá ser garantida quando a população também tiver acesso aos meios de comunicação para expor seus projetos para a construção da cidade (Pedrinho GUARESCHI, 2007).

A mídia, na medida em que fala por intermédio de especialistas e autoridades ou até mesmo personagens médicos/as, professores/as, psicólogos/as, nos produtos televisivos, traz a ideia de credibilidade e de verdade absoluta do conteúdo que veicula. Produz cultura, mas também constrói significados e representações a respeito da realidade (Inês HENNIGEN, 2006).

Nesse processo, a mídia exclui e promove movimentos de violência contra diversos grupos da sociedade. Maria Aparecida Bento (2009) relata que ações já foram movidas contra emissoras de TV brasileiras pela forma que representavam os/as negros/as em suas novelas e pela forma como tratavam as religiões de matriz africana. Nesse último caso, as emissoras incitavam ódio e preconceito, demonizando religiões como o candomblé e a umbanda, o que a autora se refere como uma produção de subjetividade racista.

Adriano Silva et al (2020, p. 2), ao analisar o jornalismo digital e os crimes de homofobia, destaca que, muitas vezes, a espetacularização dos casos sobrepõe-se às questões sociais envolvidas nos atos. Dessa forma, violências contra a população LGBTQIA+ frequentemente são simplificadas e explicadas por “criminalidade, desvio de norma, pobreza, prostituição e outras imagens negativas.”

Como nosso projeto faz uso do termo “publicidade” para remeter a um dos dispositivos de mídia, usamos Pedrinho Guareschi, Lisie Romanzini e Lúcia Grassi (2008) para diferenciá-lo de “propaganda”. O primeiro é empregado aqui, pois se refere ao ato de tornar um produto público, sendo que em algumas línguas ele já foi substituído pelo termo “comerciais”. Já o segundo é entendido “como qualquer forma de divulgação de uma ideia, filosofia, conjunto de valores” (p. 571), sendo mais empregado na política e na religião.

2 CIÊNCIA E PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADE NA INFÂNCIA: GÊNERO E PUBLICIDADE

2.1 A Revisão Integrativa como caminho metodológico

Nesse capítulo, apresentaremos a Revisão Integrativa de Literatura, construída a partir de uma série de pesquisas realizadas junto ao Portal de Periódicos da CAPES, publicadas nos últimos cinco anos e que serão descritas a seguir. Esse estudo tem como objetivo - indo ao encontro dos objetivos geral e específicos do projeto de pesquisa intitulado “Sobre produções discursivas de Gênero na Infância: o que fala e faz falar a publicidade nos canais infantis do Youtube?”- problematizar as articulações entre Infância, Gênero e Mídia na produção de subjetividade infantil, por intermédio de estudo de revisão. Além disso, buscamos, ao resgatar trabalhos voltados a essas temáticas, entender quais conceitos são veiculados no mundo acadêmico a respeito das mesmas.

Seguindo os objetivos geral e específicos do projeto, esses dados serão usados para posterior comparação e discussão atrelada aos conceitos encontrados no estudo empírico sobre as produções de Gênero e Infância no cotidiano, a partir do discurso das próprias crianças.

Estudar Mídia, Infância e Gênero são importantes, na medida em que se entende que discursos são veiculados como verdades e que funcionam como mecanismos que mantêm a lógica vigente ou a tensionam. A Mídia não só registra, mas constrói e torna reais conceitos de Infância e Gênero, amplificando uma imagem de criança que não existe, contudo que é recomendada, sem sexo, sem gênero e regulada (Rosa Maria Bueno FISCHER, 2002; Pedrinho GUARESCHI, 2006; Alexsandro RODRIGUES et al., 2018).

Ouvir o que a(s) Ciência(s) tem a dizer sobre Gênero, Infância e Mídia não só faz parte dos objetivos de nossa pesquisa, mas vai ao encontro do que discutimos enquanto epistemologia que orienta o desenvolvimento da mesma. É importante entender que os conceitos não se criam apenas no cotidiano, no berço do senso comum, mas que a academia tem uma grande potência para manter ou tensionar relações de poder existentes na vida dos sujeitos. A própria Psicologia, por exemplo, e a forma como ela se constituiu enquanto Ciência, tem forte influência na maneira como a sociedade enxerga os supostos limites entre o normal e o patológico, nas concepções criadas em relação à propaganda e ao marketing e, algo que tem forte relevância em nossa pesquisa, a forma de cuidado estabelecido com as crianças e a educação que proporcionamos a elas (Nikolas ROSE, 2008).

É por isso que optamos por também analisar esses discursos em trabalhos científicos e, assim, além de podermos verificar se eles vão ao encontro do que defendemos nessa dissertação, também entender se são acessíveis à comunidade. Eles revelam o que está sendo feito por nós profissionais/pesquisadores na busca por uma sociedade menos desigual e mais justa.

Por tomar o conhecimento como cultural e historicamente construído (Emerson RASERA; Marisa JAPUR, 2005), abordagens metodológicas de Revisões de Literatura são importantes para entender o processo pelo qual o mesmo vem passando ao longo do tempo. Ao dialogar com outras visões de mundo e de sujeito, o/a pesquisador/a exerce postura crítica sobre a realidade e sobre seu próprio trabalho, exercício indispensável na prática da pesquisa.

É necessário, portanto, questionar até mesmo a própria ciência. Segundo Alfredo Veiga-Neto (2012, p. 267), “é preciso ir aos porões.” Para o mesmo autor, em vários

contextos, na educação formal ou no espaço social mais amplo, conceitos como os que problematizamos aqui são levados como naturais ou como verdades; e, portanto, não são questionados. Ir aos porões significa pensar, epistemologicamente, como damos sentido às relações, às coisas e às disciplinas que nos rodeiam.

Assim, esse estudo tem o intuito de problematizar tanto questões acadêmicas como do cotidiano no sentido de duvidar daquilo que consideramos que já sabemos. “Por que penso o que penso? Que saberes organizam minha maneira de agir e de estar no mundo?” (Anderson FERRARI; Danilo OLIVEIRA, 2018, p. 19). Problematizar pode ser visto como uma maneira de fazer pesquisa em Educação, na medida em que tem como objetivo transformar em um problema aquilo que a princípio não nos chama atenção.

Portanto, nessa pesquisa, atentaremos para aportes teóricos usados pelos/as autores, além de caminhos metodológicos e resultados de seus trabalhos. Tudo isso revela o avanço, ou não, do conhecimento científico em relação aos fenômenos de estudo e, ainda, possibilita uma síntese das publicações, mostrando lacunas importantes que podem ser preenchidas com novos estudos (Karina MENDES; Renata SILVEIRA; Cristina GALVÃO, 2008), o que pode demonstrar ainda mais a relevância social de nossa pesquisa.

Para a análise dos artigos, selecionados na base de dados, usamos os aportes teóricos do Construcionismo Social (Emerson RASERA; Marisa JAPUR, 2005; Lupicínio IÑIGUEZ, 2008; Mary Jane SPINK, 2010; Kenneth GERGEN; Mary GERGEN, 2010; Tomás IBAÑEZ, 2004), autores da Educação com perspectiva teórica Pós-Estruturalista (Michel FOUCAULT, 2011; Guacira Lopes LOURO, 2003; Rosa Maria Bueno FISCHER, 2002a; FISCHER, 2002b; Alfredo VEIGA-NETO, 2012), e dos Estudos de Gênero (Judith BUTLER, 2003; Guacira Lopes LOURO, 2003; Mary DEL PRIORE, 1989; Joan SCOTT, 1995; Eliane CADONÁ; Marlene Neves STREY, 2012). Dessa forma, essas serão as visões de mundo e de sujeito que nos orientarão a procurar os sentidos de Infância, Gênero e Mídia nas produções em discussão. Além disso, a Análise de Discurso, muito inspirada em autores como Michel Foucault (1996), dará recurso metodológico para problematizar os discursos encontrados em tais artigos. Nesse sentido, não nos colocamos em uma posição de especialistas, procurando encontrar verdades ou julgar o certo e o errado nos escritos; mas, sim, tencionar e entender como as práticas discursivas influenciam na maneira como o cotidiano se constrói.

Para isso, a pesquisa levantou artigos dos últimos cinco anos, com os descritores “Infância AND gênero”, “Infância AND publicidade”, e “Gênero AND publicidade” no

Portal de Periódicos da CAPES. Após a leitura dos resumos, foram selecionados dezoito artigos para compor o *corpus* da pesquisa (tabela n). A leitura desses artigos foi feita levando em consideração categorias pré-estabelecidas de acordo com os objetivos do projeto: “Gênero”, “Construção da Infância”, “Mídia e Infância”, “Brinquedos e Jogos” e “Infância e Identidade”.

Tabela 3 – artigos para compor o *corpus* da pesquisa

TÍTULO	AUTORES (AS)	ANO DE PUBLICAÇÃO
A constituição da Infância permeada pelo contexto social, mídia e brinquedo	Ruhena Kelber Abrão; Daniela Ribeiro Abrantes; Daniane dos Santos Beiersdorf; Maria Cristina Louzada	2015
Mídia, consumo e publicidade: refletindo sobre o brincar na Educação Infantil	Fernanda Theodoro Roveri; Ana Carolina Pereira Martins dos Santos	2016
O ponto de vista da criança no debate sobre comunicação e consumo	Maria Isabel Orofino	2015
Representação de infâncias e a produção de sentidos na publicidade	Pamela Caroline Stocker	2015
Sobre a publicidade infantil: discursos em destaque no cenário nacional	Brenda Guedes	2014
A consumidora empoderada: publicidade, gênero e feminismo	Lígia Campos de Cerqueira Lana; Carla Basílio de Souza	2018
Dois corpos objetificados: igualdade nas representações publicitárias?	Ana Filipa da Fonseca Figueiredo; Daniela Filipa de Abreu Pacheco	2018

Publicidade e gênero no Brasil: experiência e formação de públicos nas redes sociais digitais	Letícia Alves Lins	2018
Um mundo de princesas e super-heróis: representações de gênero em encarte publicitário	Patrícia Oliveira de Freitas	2016
Representação do feminino na publicidade: estereótipos, rupturas e deslizes	Milena Freire Oliveira Cruz	2016
Brincar ao gênero: socialização e igualdade na educação pré-escolar	Catarina Sales Oliveira; Andreia Mendes	2017
Estudos sociológicos sobre Infância e Gênero no Brasil: o lugar dos meninos e das meninas em publicações científicas	Ana Claudia Delfini Calpistrano de Oliveira	2017
Gênero, Infância e Periferia	João Rodrigo Vedovato Martins	2016
Infância, gênero e brinquedos: reflexões sobre a construção da domesticidade feminina através das coisas contemporâneas de brincar	Adriana Fraga da Silva	2018
Infância, gênero e brinquedos e brincadeiras de meninos e meninas	Magda Sarat; Miria Izabel Campos; Edilaine de Mello Macedo	2016
Lendo entrelinhas e rodapés: aspectos de gênero em pesquisas com crianças sobre mídias	Gilka Elvira Ponzi Girardello	2015

Magia é de menina, aventura é de menino: os binarismos de gênero na infância pela perspectiva da indústria cultural	Wellington Teixeira Lisboa; Tássio José da Silva; Aline da Silva Borges Rezende	2015
Representações de feminino e masculino em pesquisa com crianças	Lutiane Novakowski; Marisa Vorraber Costa; Fabiana de Amorim Marcello	2016

Fonte: Elaborada pela autora.

Quanto às questões de ordem metodológica, notamos predominância de estudos que fazem uso de Revisões de Literatura para discutir os temas Infância, Gênero e Publicidade. Muito ligadas a uma tendência epistemológica, que será discutida a seguir, de protagonismo infantil, destacam-se algumas pesquisas de campo e etnográficas, com o intuito de dar a voz à criança nesse processo. Na área da comunicação, quando o assunto é Publicidade e Gênero, alguns/as autores fazem uso de estudos de caso para descrever algumas ferramentas de marketing usadas por grandes empresas.

Assim como já analisado no Estado do Conhecimento, há uma prevalência de autoras mulheres nos artigos resgatados na base de dados. Dos dezoito trabalhos selecionados, há apenas três homens como autores e dois deles estão em um mesmo artigo. Nos próprios periódicos, existe a reflexão de que, ainda hoje, são atribuídas características e habilidades distintas para homens e para mulheres. O universo infantil, que remete ao cuidado e, muitas vezes, em uma relação essencialista, à maternidade, tem sido visto como lugar de fala apenas da mulher.

A seguir, discutiremos, sempre trazendo aspectos da epistemologia defendida nessa dissertação, um pouco sobre as bases teóricas encontradas nos periódicos, procurando construir um conceito para Gênero e para Infância. Ainda, serão considerados outros atravessamentos importantes para a construção dessas instituições, como questões de Classe Social e de Educação, em especial no que se refere à Mídia.

2.2 O que diz a ciência sobre os discursos da publicidade sobre Gênero e Infância

É possível notar no referencial teórico da maioria dos artigos resgatados que trata sobre Gênero, o uso de autores como Michel Foucault, Judith Butler, Guacira Lopes

Louro e Joan Scott. Portanto, nas produções utilizadas nessa Revisão Integrativa de Literatura, Gênero adquire conceito muito parecido com o defendido já em nosso projeto de pesquisa e nessa dissertação. Intrinsecamente ligado às práticas discursivas, ele se constrói culturalmente no cotidiano, ao mesmo tempo em que Instituições, como a própria publicidade, validam apenas imagens heteronormativas e binárias de Gênero, impossibilitando a visibilidade de outras maneiras de existir.

João Vedovato Martins (2016, p. 12), em sua pesquisa, faz distinção entre Gênero e sexo biológico. Segundo ele “gênero não está para a cultura, como o sexo está para a natureza”, coloca que sexo também é artefato discursivo, sob o qual se tem uma falsa ideia de que é natural e neutro, através do qual se deve agir a cultura. Dessa forma, gênero não deve ser concebido como “uma inscrição sociocultural em um sexo dado a priori” (p.12).

Guacira Lopes Louro (2008, p. 13) refere-se à construção do sujeito na pós-modernidade através da metáfora da viagem. “Não há um lugar de chegar, não há destino pré-fixado, o que interessa é o movimento e as mudanças que se dão ao longo do trajeto.” A autora define que, nesse contexto, o sujeito passa por processos mais confusos, difusos e plurais; o que realmente importa é o andar e não o chegar.

Catarina Oliveira e Andreia Mendes (2017) defendem, em seu trabalho, que a identidade de Gênero começa a ser construída desde antes do nascimento, já que no ventre, a partir da descoberta do sexo da criança, ela já é tratada, classificada e narrada com estereótipos de Gênero. As autoras ainda discutem como essas estereotípias têm marcado a educação, na medida em que são atribuídas características e habilidades distintas para meninos e meninas; os primeiros sendo há muito tempo associados à aptidão para o mundo científico. A escola, por sua vez, acaba reproduzindo essas desigualdades ao não promover o questionamento dos lugares e papéis ocupados por homens e mulheres na sociedade e reforça essa estrutura ao valorizar certas atitudes de meninas, que são reprovadas se feitas por meninos e vice-versa.

Para Anderson Ferrari e Danilo Oliveira (2018), a escola não é espaço para senso comum. Para eles, trata-se de um lugar onde esses discursos, como Gênero e sexualidade encontram-se, confrontam-se e entram em debate; um espaço de problematização, de combate ao senso comum. É necessário se pensar a escola diretamente ligada aos modos de subjetivação, segundo os autores, para além da relação ensino-aprendizagem, “sem contar que se a resistência é parte da vida, logo ela é parte da escola também” (p. 42).

Intrinsicamente ligado aos processos de produção de subjetividade na Educação, citamos aqui o videoclipe de Another Brick in the “Wall da banda Pink Floyd.” A obra é uma crítica às formas repressivas e autoritárias de educação, que desconsideram e sequestram a subjetividade dos/as alunos/as no momento em que não possibilitam novas formas de ser e existir no espaço escolar. Ainda, evidencia a possibilidade de resistência, mostrando que a educação vai além do processo ensino-aprendizagem, que marca corpos e possibilita processos que podem ser de construção ou de reprodução de realidades.

Pensar nessas questões faz-nos, inevitavelmente, perguntar “Como nos tornamos o que somos?”, ou seja, como as escolas estão diretamente ligadas ao processo de transformar indivíduos em sujeitos? Refletir sobre produção de subjetividade na escola também é refletir sobre questões de Gênero no ambiente escolar, sobre os silêncios e as vozes que ocupam esses espaços (Anderson FERRARI; Danilo OLIVEIRA, 2018).

Podemos ver esse fenômeno sendo discutido por Michel Foucault (1988) quando o mesmo rejeita a hipótese repressiva sobre sexo, no sentido de que não se pode falar sobre o mesmo, mas sim formula sua teoria em cima do fato de que existe uma proliferação de discursos sobre sexualidade. O discurso, por sua vez, contém história, contexto e é proferido por pessoas que não fogem a essas mesmas regras. Produz subjetividade e é produto dessa relação com o mundo e com os sujeitos (Michel FOUCAULT, 1971).

Por mais que discursos como “É menina!” ou “É menino!” instalem um processo, que supostamente marca o curso da viagem, metaforicamente falando, que o sujeito irá seguir. Essa sequência sempre pode ser desobedecida e subvertida (LOURO, 2003). As relações de poder atreladas ao discurso permitem movimentos de resistência, pois não são lineares e rígidas.

No caso da infância, houve sempre a tentativa de a narrar a partir dos olhos do adulto. Ainda há pouco protagonismo infantil em práticas e teorias voltadas à Infância. Então, o que podemos analisar é se esse silêncio também produz subjetividade e que tipo de repercussão ele teve para essa etapa do desenvolvimento.

Tomaz Tadeu da Silva (2012), discutindo a produção social da identidade em um viés pós-estruturalista, afirma que essa sempre acontece através da diferença. Ou seja, para a criança responder quem ela é, ela precisa responder quem ela *não* é, o que define sua diferença com o adulto. É importante ver que a Infância é sempre discutida como uma fase preparatória para a vida adulta e a criança raramente é vista como sujeito integral

como sonhos e desejos para o aqui e agora. Um exemplo disso é a insistente pergunta “o que você quer ser quando crescer?”.

Entretanto, olhando para um conceito de criança protagonista, que apresentaremos mais adiante, é possível dizer que elas também produzem suas próprias culturas e são ativas nesse processo onde se dá o Gênero, como defende Ana de Oliveira (2017, p. 259). Segundo a autora, “as crianças também teorizam, participam da sociedade, tem algo a dizer principalmente sobre as relações de Gênero. A infância precisa ser explicada pelas próprias crianças, a fim de afastar explicações e conceitos previamente estipulados pelos adultos.” Em sua pesquisa, sobre o lugar dos meninos e das meninas em publicações científicas no Brasil, a autora descobre que as crianças ainda são pouco ouvidas, as meninas menos ainda.

O que ocorreu, por muito tempo (e ainda ocorre), é que durante os séculos IX e XX, principalmente através da ciência positivista, a figura do especialista surgiu, tirando dos grupos e comunidades a autoridade de responderem sobre seus desejos e processos que pudessem intervir nos mesmos (Gregório BAREMBLITT, 2002). A figura do expert aparece como alguém neutro no processo científico e, é claro, a infância sofre grandes consequências por ser considerada, ainda, uma etapa do desenvolvimento incapaz de agir sobre sua vida e seus processos de subjetividade.

Para Leonardo Souza et al. (2018), o discurso do desenvolvimento humano surgiu como um dos maiores fardos para a infância na medida em que a aprisiona a ter comportamentos, atingir um certo limiar de inteligência, sucesso e produtividade até determinada idade. A Psicologia do desenvolvimento surge, ao final do século XIX, para categorizar tais medidas e operar como regime de verdade no que diz respeito à infância. É certo que o discurso do desenvolvimento tem o poder de produzir vidas.

Sobre as intervenções voltadas à(s) infância(s), perguntamo-nos: realmente ouvimos as crianças? Por ser considerada inapta a produzir sentido sobre sua própria realidade, sua fala nem sempre é ouvida com interesse atenção pelos profissionais, pais e professores (as). E, quando isso acontece, muitas vezes, existe um motivo que nem sempre é o protagonismo infantil.

No texto “A fábula do garoto que quanto mais falava sumia sem deixar vestígios: cidade, cotidiano e poder”, Luis Antonio S. Baptista (2001) descreve exatamente esse fenômeno. Um menino de periferia, ao relatar sua vida para profissionais da rede vai tendo seu corpo “desbotado”, sumindo em meio à multidão de outros meninos que têm

suas subjetividades resumidas a laudos psicológicos e perícias sociais. Citamos Rodrigues et al. (2018, p. 18), que afirma:

crianças liminares, crianças em fronteiras, crianças em situação de rua, e, condições de guerra, crianças entre “tiro, porrada e bomba”, crianças (des)viadas, crianças cuidadoras de outras crianças, crianças problema, crianças despatrializadas, desterritorializadas e racializadas... Para esses corpos, a alternativa parece sempre desaparecer, enfiar-se em buracos e sair de gaiata. Infâncias que, como a docência insiste em topar, são facilmente esquecidas enquanto crianças.

É por isso que Ana Claudia de Oliveira (2017, p. 244), ancorando-se na Sociologia da Infância, defende que é necessário ouvir as vozes e os silêncios da infância. Reconhecê-los como “um dos elementos constitutivos da cultura de um povo.” é entender que crianças também têm o direito, a capacidade de opinar, de intervir em pesquisas e em suas realidades sociais.

Dentro das tecnologias de Gênero na infância, podemos apontar os brinquedos como “elementos sociais que representam e fomentam/atuam na configuração das ordens de poder”, segundo Adriana Fraga da Silva (2018, p. 183). Muitos podem pensar no brincar como ato libertador, que estimula a imaginação, enquanto o evento pode ser pensado como “formatador”, já que o brinquedo cria, educa e estimula a criança a cumprir expectativas do mundo adulto. Não podemos esquecer que o brinquedo é projetado e pensado por alguém. Alguém que tem uma intenção: educar, entreter, vender?

Abrão et al. (2015) traz como exemplo a boneca *Barbie*. A boneca estimula não apenas a compra do objeto, mas também um padrão de beleza que por anos representava a população branca, loira e de olhos claros. Segundo as autoras, esse brinquedo simboliza todo o universo de luxo, riqueza, onde a boneca aparece como bonita, inteligente, amiga e meiga, que as crianças (principalmente as meninas) querem fazer parte, criando até mesmo uma identidade social que é perceptível no mundo todo.

Fernanda Roveri e Ana Carolina dos Santos (2016) trazem um pouco sobre a história da publicidade infantil em seu trabalho ao destacar que, na década de 1950, principalmente para a população urbana, a televisão consolidava-se não mais apenas como um veículo para adultos, mas também para crianças. Já nessa época, a criança foi percebida como potencial consumidora e a escolha por roupas, brinquedos e outros itens de consumo começaram a fazer parte de suas vidas, impactando diretamente no conceito de infância que temos hoje em dia.

Maria Isabel Orofino (2015) ao discutir o ponto de vista da criança, no debate sobre comunicação e consumo, traz que as discussões sobre o tema ainda se voltam muito em cima da criança enquanto “receptor passivo”. Também, prevalece a ideia de “criança universal, vítima frágil, leitor incompetente, sujeito manipulável, sem questionamentos, corpo dócil e indefeso” (p. 371). A partir disso, é importante definir o conceito de Infância que majoritariamente aparece nos artigos resgatados na base de dados para essa Revisão Integrativa de literatura.

A Infância aparece aqui, também, muito parecida com o que defendemos, como uma construção social que continua a ser (re) criada e (re) definida a todo o tempo. Algumas autoras (Ruhena ABRÃO et al., 2015, p. 80) defendem, até mesmo, um “desaparecimento” da infância, muito ligado às mídias, já que essa revelou às crianças os “segredos” da vida adulta, que foram escondidos na Modernidade, como “cenas de violência, sexo, mentira, traição, corrupção e pedofilia.” O que se torna, por meio da invasiva veiculação de informações e o pouco controle sobre o quais conteúdos as crianças acessam, parte do cotidiano infantil.

Segundo Ana de Oliveira (2017), a infância deve ser considerada pelos seus atravessamentos de classe, etnia/raça, gênero e geração; só assim é possível sair do antigo conceito que engessava as crianças como universais e a-históricas. Para ela, é importante dar visibilidade à criança e reconhecer a sua capacidade de agenciar a própria realidade, ouvindo-a e interpretando-a como ser social pleno. A autora ainda critica a noção de que a criança torna-se apenas um receptáculo do saber-poder adulto, que disciplina a mesma através de discursos de especialistas tais como educadores, psicólogos, médicos, etc.

É importante entender que se o conceito de infância mudou, durante o tempo, é porque também houve um movimento de resistência das próprias crianças. Segundo Alvim e Mação (2018), “uma criança não para de perguntar justamente porque procura, de maneira incessante, pelos meios de criação das coisas”. Há muita potência de mudança na infância, que resiste e ocupa fronteiras uma vez inimagináveis (Alexsandro RODRIGUES et al., 2018).

Brenda Guedes (2014) destaca uma mudança importante na história da infância, quando, no final do século XIX, as crianças deixam as fábricas e começam a ser investidas de outra forma mais sentimental e cuidadosa, ela deixa de ser trabalhadora para ser consumidora. A autora ainda nos apresenta o termo “pediocularidade” (apud COOK, 2004, p. 5), que significa olhar o mundo pelos olhos das crianças e tanto pode ser uma

estratégia de marketing quanto uma possibilidade de intervir nesse público, considerando-os como sujeitos de direitos.

Maria Isabel Orofino (2015) mostrou, em seu trabalho, que as crianças, em relação à publicidade, são capazes também de desprezá-las e criticá-las e não as recebem apenas passivamente. Guedes (2014), ainda, destaca que a publicidade é um campo polêmico de intervenção, quando se trata da infância, na medida em que umas que ainda acreditam no conceito de criança inocente e pura, ela mina esse público; para outros, ela pode ser fonte de produção de conteúdo cultural infantil.

O advento da pós-modernidade, segundo Bauman (1988), vem com a renúncia de conquistas modernas que tinham fortes impactos no cotidiano e na produção de subjetividade de todos os sujeitos, independente de faixa etária ou etapa do desenvolvimento. A segurança, bem do qual os sujeitos modernos usufruíram abundantemente, é incompatível com o bem que a pós-modernidade mais preza, a liberdade pessoal. Por mais que sejamos livres em várias formas, não há mais tanta estabilidade nas relações, tanto pessoais como de trabalho, nos projetos de vida (quando há um projeto de vida) e na forma como nos transformamos sujeitos.

Um exemplo disso é o fato de que é a divisão clássica de fases do desenvolvimento, formada a partir de métodos modernos, tem sido colocada em xeque pelos processos de formação de subjetividade que marcam a pós-modernidade. O crescente desenvolvimento tecnológico e a invasão da mídia no cotidiano dos sujeitos mudaram a forma, que antes parecia linear, de ser criança, adolescente, adulto ou idoso. Debert (2018) destaca que as fronteiras cronológicas, que separavam as etapas do desenvolvimento, estão cada vez mais apagadas, na medida em que, por exemplo, a criança consome conteúdos da vida adulta e incorpora padrões, linguagens e comportamentos para si. Não falamos da mesma criança de vinte anos atrás.

Segundo Abrão et al. (2015), a combinação de Infância, Mídia e Brinquedos ainda traz outro problema na sociedade contemporânea: a exclusão. Crianças de classes menos favorecidas não conseguem acompanhar o mercado de consumo infantil, que exclui crianças que não conseguem ser consumidoras. Martins (2016) destaca que as periferias ainda hoje são discutidas por alguns pelo que não têm, pela ausência, o que materializou uma imagem e estereótipos que se resumem a crime, violência e pobreza. Ele destaca que o ato de brincar está conectado com o contexto sociocultural que a criança está inserida e que lhe é imposta, envolvendo o ato de recriar e ressignificar, não sendo apenas uma cópia da realidade.

A exclusão ainda se dá pela seletividade no que diz respeito à visibilidade na mídia. Segundo Alessandro Rodrigues et al. (2018), crianças que não fazem a “pedagogia da boa imagem” (p. 15) não serão vistas estampando outdoors de planos de saúde. Os autores corroboram que o que traz a mídia é meramente uma infância aconselhada, já que, “a criança real jamais poderia ser recomendada. Afinal, ela faz a próstética neurofamiliar ruir” (p. 34).

Devido à invasão da mídia, na pós-modernidade, no que diz respeito à Infância, as crianças tornam-se consumidoras e produtos de uma sociedade capitalista e seletiva que, por meio de um processo nem um pouco homogêneo, “beneficia” alguns em detrimento de outros. A mídia identifica os sujeitos (nesse caso crianças) pelo que têm e não pelo que são. Essa é outra razão para afirmar que não podemos falar em uma Infância e sim, em Infâncias no plural (Ruhena ABRÃO, et al., 2015).

A ciência moderna produziu inúmeras desigualdades ao narrar a infância do ponto de vista adulto, ao longo do tempo. Ao desconsiderar a subjetividade infantil, elaborou práticas, teorias e políticas públicas voltadas para o interesse da sociedade que, segundo Bauman (1998), buscavam beleza, pureza e ordem. Tais instrumentos preocupavam-se com a “poluição” (p.13) daqueles que estavam fora do lugar e estragavam a lógica de uma sociedade limpa de impurezas. Bauman (1998) também vai trazer que existem coisas, objetos, pessoas que não se encaixam nos ideais de pureza e que precisam ser afastados da sociedade para que a ordem se reestabeleça. Podemos ver isso atravessado nas políticas públicas voltadas à Infância, que procuraram “sequestrar” a subjetividade de crianças que não se encaixavam em um desenvolvimento esperado, desejado, ideal.

Os mecanismos que uma vez tiravam crianças “indesejáveis” da rua, como políticas públicas voltadas para a infância, hoje em dia, podem ser comparadas com o papel que a mídia exerce em nossa sociedade. Na medida em que ela exclui qualquer possibilidade de “novas” infâncias aparecerem em seus dispositivos, a “limpeza” é feita na TV, nas redes sociais, no rádio, nas revistas, impossibilitando que aquilo que não é considerado belo e adequado adentre a casa das pessoas.

3 VALENTINA PONTES: A IDEALIZAÇÃO DA INFÂNCIA A PARTIR DE DISCURSOS PUBLICITÁRIOS DE GÊNERO

3.1 A Análise de Discurso como método de análise do cotidiano

Procuraremos descrever aqui não apenas as ferramentas utilizadas para coleta e análise durante a pesquisa, mas também todo o caminho metodológico em que esse estudo foi construído. Incluímos, nesse processo, todas as indagações, as incertezas e as renúncias que foram feitas ao longo do percurso para se chegar ao *corpus* definitivo da pesquisa. Isso significou um movimento de amadurecimento da mesma e reconhecimento de que esse processo é necessário para estabelecer um projeto conciso e coerente com as necessidades das pessoas.

A Análise de Discurso rege essas ideias e a forma como iremos abordar esse caminho metodológico. Ela não será vista apenas como um método de análise do *corpus* e não daremos às práticas discursivas apenas um caráter de apoio a esse instrumento, mas sim o papel de centralidade em toda a discussão teórico-metodológica (Lupicínio IÑIGUEZ, 2004).

Trabalhamos com autores (as) como Mary Jane Spink (2013), Lupicínio Iñiguez (2004) e Tomás Ibáñez (2004), que procuram estudar a produção de sentido na vida cotidiana, algo que nem sempre foi alvo de pesquisa da ciência. Com fortes influências de autores da Sociologia, de correntes como a teoria dos atos de fala, a Linguística pragmática, a etnometodologia e os estudos sobre o discurso de Michel Foucault, a Análise das Práticas Discursivas vai além de apenas um caminho a ser percorrido na pesquisa, se configura também como uma maneira de ver o sujeito e o mundo.

Outra ferramenta metodológica, que foi incrementada, durante a realização do estudo, foi a Semiótica (Martine JOLY, 1994; Lucia SANTAELLA, 1983; Lucia SANTAELLA; Winfried NOTH, 1997). Segundo Lucia Santaella (1983, p. 9), a Semiótica é a “Ciência de toda e qualquer linguagem”, seja ela verbal ou não verbal. Difere-se de outras ciências que estudam a língua, justamente por essa não ser a única forma de linguagem que somos capazes de produzir para que possamos nos comunicar com os outros. Santaella (1983) destaca, também, que existe um sentimento ilusório de que a língua é a única forma de conhecer, de saber e interpretar o mundo. Podemos ver resquícios desse pensamento em uma ciência que insiste que apenas o estudo da linguagem verbal ou escrita produzirá dados sobre a realidade.

Martine Joly (1994, p. 30), ainda, acrescenta que “abordar ou estudar certos fenômenos, sob seu aspecto semiótico, é considerar o seu *modo de produção de sentido*; por outras palavras, a maneira como eles suscitam significados, ou seja, interpretações.” A ideia de signo, central na teoria semiótica, está ligada exatamente em provocar ideias,

sentimentos e reações naquele que o recebe. Tal definição será importante para entendermos outro conceito importante para a análise do *corpus*, o conceito de imagem.

É importante definir esses conceitos, pois entendemos que nossos fenômenos de análise são produtos/produtores de práticas discursivas. Nós, que lidamos com o conhecimento científico, não estamos imunes ao cotidiano. Escolhemos nossos problemas de pesquisa baseados/as em uma série de inquietações, afetos e preocupações enquanto pesquisadores (a), mas também enquanto sujeitos do cotidiano. Esses, antes de se tornarem concretos, passam por um processo de avaliação quanto a sua relevância social e sua viabilidade prática.

Por esses motivos, decidimos respeitar e contar brevemente a história de como chegamos ao fenômeno de estudo dessa dissertação, quais ideias e por que algumas delas foram deixadas de lado. Entendemos a importância desse relato, pois ele também configura-se em critérios de inclusão e exclusão na escolha do *corpus* da pesquisa.

A ideia inicial, ainda do projeto de pesquisa, propunha-se a discutir os atravessamentos de Gênero na produção de subjetividade através de brinquedos, jogos e suas propagandas na infância. A escola seria o lugar onde os artigos seriam coletados, para que fossem analisados brinquedos e jogos oferecidos para a Educação Básica.

Sabemos que a escola é um lugar onde se atravessam várias instituições e nem sempre brinquedos e jogos oferecidos às crianças são escolhas de professores ou gestores que trabalham na Educação, por questões, muitas vezes, econômicas. Dessa forma, a análise perde seu sentido, já que são escolhas marcadas por relações de saber/poder. Também, refletimos sobre o tamanho do *corpus* e o tempo para a análise do mesmo e concordamos que ele não era viável.

Dessa forma, optamos pela análise da mídia, da publicidade infantil de jogos e brinquedos. Escolhemos esse objeto, também, pelo fato de que, nas propagandas infantis, há uma forma de educação não-formal, um jeito de ensinar as crianças como, quem e onde usar tais artigos, algo que não encontramos tão exacerbado em jogos e brinquedos por si só. A mídia produz personagens, músicas e efeitos especiais para atrair as crianças à compra e, com isso, ensina um modo de ser e viver que interfere na vida de quem se reconhece a partir de seus discursos.

Ana Olmos (2009, p. 262) faz uma pergunta importante a respeito da publicidade infantil: “o mercado, através dos meios de comunicação, cria ou reforça padrões já existentes?” Segundo o autor, o importante é que as crianças e adolescentes, que têm acesso a esses meios de veiculação de informação, seguem padrões pré-estabelecidos que,

muitas vezes não correspondem a seus desenvolvimentos cognitivos e emocionais. Canela (2009, p. 235) também defende que crianças e adolescentes, segundo a Convenção Internacional dos Direitos da Criança, são “prioridades absolutas”. Desse modo, deveriam ter tanto mais acesso às informações e ao entretenimento de qualidade como opinar na produção desses conteúdos.

Nossa primeira ideia era analisar as propagandas dos comerciais de programas infantis da TV aberta, já que boa parte dos brasileiros têm acesso a ela. Entretanto, após pesquisa, foi descoberto que, primeiro, o público-alvo da TV aberta não é mais o infantil e, por isso, há pouquíssimos programas com esses conteúdos. O Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), com a finalidade de fazer cumprir o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), aprovou, em 2014, a Resolução nº 163, “que dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e adolescente” (CONANDA, 2014, p. 4). No referido documento, consta a proibição da publicidade infantil abusiva nos mais diversos contextos midiáticos.

Após assistir aos programas infantis da TV por assinatura, foi possível notar que essa ainda possui publicidade infantil. Por isso, foi feita nova pesquisa sobre a Resolução do CONANDA e descoberto que, apesar de ter força normativa, ser muito válida, há outras formas de olhar para ela e para a publicidade infantil.

O primeiro ponto que é levantado por estudiosos da área do Direito e da Publicidade é o da responsabilidade familiar. A ideia que a família tenha controle do que a criança assiste e possa conversar e mediar seu acesso a esses conteúdos tem ganhado forças em decisões judiciais e discussões acerca das leis que regem o Estado. Afinal de contas, o artigo 220, da Constituição, define que “a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição” (BRASIL, 1988).

O ECA, por sua vez, também traz, em seus artigos 3º e 58º, que crianças e adolescentes “gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, assegurando-se lhes todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social”, “garantindo-se a estes a liberdade da criação e o acesso às fontes de cultura”. Baseado nesses artigos da CF e do ECA já não é possível dizer que a propaganda infantil é proibida. Entretanto, buscamos outro artigo da CF, que diz respeito à proteção integral da criança e do adolescente, para

trazer à tona, não só a responsabilidade da família, mas da sociedade e do Estado sobre o cuidado com esse público.

Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão. (BRASIL. Redação dada Pela Emenda Constitucional nº 65, de 2010).

Pensando sobre o alcance da pesquisa e o público que seria analisado e se o objeto da pesquisa fosse as propagandas da TV por assinatura, já que poucos brasileiros têm acesso a esse tipo de pacote, ele foi descartado como objeto de análise. Foi então que levantamos o *Youtube* como uma possibilidade, já que é uma ferramenta de fácil e vasto acesso, onde existem canais direcionados apenas para o público infantil. Enquanto grupo de pesquisa, também tivemos conversas com profissionais da área da publicidade, que nos auxiliaram a chegar a essa decisão.

Segundo números do próprio *Youtube*, diariamente, no mundo, pessoas assistem a mais de um bilhão de horas de vídeo na plataforma, gerando bilhões de visualizações. Mais de 70% desse tempo de exibição vêm de dispositivos móveis. A ferramenta está disponível em versões locais em mais de cem países e oitenta idiomas diferentes (YOUTUBE, 2020).

Entendemos que o *Youtube* pode estar sendo uma das ferramentas mais importantes na produção de subjetividade infantil e tal indagação nos fez ter curiosidade pela investigação nessa rede social. Em vídeos caseiros, *youtubers* mirins abrem presentes, jogos e brinquedos, reinventando o conceito de publicidade. O *youtuber* infantil Lucas Neto, de 28 anos, até o dia 26/03/2020, data em que foi realizada essa pesquisa, possuía aproximadamente 29,4 milhões de inscritos em seu canal e vídeos em que, com o auxílio de uma criança, mostra sua linha de produtos infantis para seus *viewers*.

Portanto, com esse estudo, pretendemos responder ao problema: quais as produções discursivas de jogos e brinquedos evidenciados em propagandas destinadas ao público infantil e suas relações com as questões de Gênero e produção de subjetividade na segunda infância? Para responder a esse problema, será analisada a publicidade feita por uma *youtuber* infantil em seu canal, tendo essa publicidade fim lucrativo ou não.

No projeto de pesquisa havíamos selecionado cinco *youtubers* infantis para a análise. Primeiro, no dia 26/03/2020, usamos a ferramenta de pesquisa do Google para buscar quais eram os/as criadores de conteúdos para o público infantil, que ele apontava como sendo mais influentes no território nacional. Os quatro primeiros blogs que apareceram nas pesquisas do Google² sugeriram listas muito parecidas e deles foram selecionados onze canais. Como critérios de exclusão, foram usados canais que estavam desativados há mais de um ano, canais que produziam também conteúdos para adolescentes e adultos, canais que possuíam menos de um milhão de inscritos, canais que não fossem brasileiros e que fossem apresentados por personagens.

Uma segunda pesquisa foi feita na “busca avançada” do próprio *Youtube*. Foram usados como filtros os “canais” e como descritor “*youtubers* infantis”. De dezoito canais resgatados, apenas três foram acrescentados à lista, já que os outros ou já estavam nela ou não se encaixavam nos critérios de inclusão.

Com uma lista de treze canais, o critério para a redução do *corpus* foi o número de inscritos no canal. Dessa forma, foram selecionados os cinco canais com mais alcance entre as crianças. São eles: Luccas Neto, com 29,4 mi de inscritos; Valentina Pontes, com 18,6 mi de inscritos; Maria Clara e JP, com 17,3 mi de inscritos; Bela Bagunça, com 11,1 mi de inscritos; e Clubinho da Laura, com 8,67 mi de inscritos (pesquisa feita no dia 26/03/2020).

Ao longo do estudo, visualizamos que a análise de cinco canais seria um *corpus* muito grande e por isso foi optado por reduzi-lo. Nosso critério foi selecionar a criança com maior número de inscritos, o que fez com que Luccas Neto saísse da lista, pois já tem vinte e nove anos e os vídeos de Valentina Pontes tornaram-se *corpus* de nossa pesquisa. Optamos pelo canal onde a própria criança apresentava o conteúdo e era personagem principal, pois durante toda a pesquisa encontramos materiais destacando a importância do protagonismo infantil, tanto na publicidade quanto na pesquisa. Além

² Links para acesso dos blogs:

BEZERRA, Katharyne. **10 melhores youtubers infantis brasileiros**. 2018. Disponível em: <<https://www.estudokids.com.br/melhores-youtubers-infantis/>>. Acesso em: 15 jul. 2020.

CTRLPLAY. 2019 Conheça 5 “crianças youtubers” que fazem muito sucesso. Disponível em: <<https://www.ctrlplay.com.br/conheca-5-youtubers-criancas-que-fazem-sucesso-no-youtube/>>. Acesso em: 15 jul. 2020.

GODINHO, Rafael. **Você não conhece, mas seu filho sim: veja 5 youtubers amados pelas crianças**. Disponível em: <<https://www.bol.uol.com.br/entretenimento/2019/10/12/conheca-cinco-criancas-youtubers-que-somam-bilhoes-de-visualizacoes-na-web.htm>>. Acesso em: 15 jul. 2020.

MEIO&MENSAGEM. 2018. Os canais infantis mais influentes no YouTube. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/10/10/os-canais-infantis-mais-influentes-no-youtube.html>>. Acesso em: 15 jul. 2020.

disso, o foco da análise, com base na análise do conteúdo trazido por um adulto, geraria uma pesquisa totalmente diferente, que teria que reconhecer o olhar do adulto sob o mundo infantil. Estávamos instigadas, entretanto, a analisar o lugar ocupado pela criança nesse processo, quando veiculadora de determinados processos ligados à publicidade.

Foram analisados dois meses de conteúdo publicado nos canais: outubro e dezembro de 2019. Esses dois meses foram escolhidos estrategicamente, já que, por conta do Dia das Crianças e do Natal, o comércio de artigos infantis cresce bastante. Foram analisados apenas os vídeos em que há publicidade, ou seja, o ato de tornar um produto público, segundo Pedrinho Guareschi, Lisie Romanzini e Lúcia Grassi (2008), sendo que como critério de inclusão, consideramos como publicidade os vídeos em que a criança interagia com o brinquedo ou jogo. Assim, restaram dezesseis vídeos para a análise.

Uma das mudanças da troca do objeto de pesquisa para um *Youtubers* infantil, é que os vídeos disponibilizados pelo mesmo são gravados, na sua maioria, amadoramente. O foco de análise foi a linguagem enquanto prática social no cotidiano, pois ao falar ou fazer algo os sujeitos também constroem a realidade em que vivem (Mary Jane SPINK, 2013; Lupicínio IÑIGUEZ, 2004).

Quanto às etapas do processo de análise, não há um passo a passo para a realização da Análise de Discurso a ser seguida rigidamente. O caminho da pesquisa deu-se a partir da familiarização com o conteúdo, da reflexão e da discussão a respeito do mesmo com o grupo de pesquisa, da articulação entre teoria, dados e perspectiva da análise de discurso e, posteriormente, levantamento de eixos temáticos que foram esmiuçados teoricamente esses dados encontrados nos materiais.

Esses eixos temáticos têm como finalidade, também, responder tanto aos objetivos gerais e específicos da pesquisa quanto ao problema proposto. Por isso, projeto de pesquisa e questões definidas nele foram os nortes para a forma como o material foi analisado e exposto nessa dissertação. A Análise de Discurso parte sempre de pressupostos teóricos e conceitos que são resgatados na hora da pesquisa.

É importante destacar que durante a análise do material é feita uma interlocução entre macro e micropolítica (Felix GUATTARI; Suely ROLNIK, 1996). Sabemos que essas duas políticas coexistem e que somos atravessados por ambas, mas analisar relações que se dão na micropolítica, dimensão mais suscetível à transformação da realidade social, relacioná-las com os atravessamentos macro, configura-se como ferramenta imprescindível para entender a produção de sentido no cotidiano.

Ajudam-nos a pensar esse processo conceitos da Análise Institucional, como o de Instituição, definido por Gregório Baremlitt (2002, p. 25) como “árvores de composições lógicas”, que é o que organiza a sociedade, prescreve as leis e as normas a serem seguidas, regula comportamentos. Instituições são o efeito de uma força de movimento, o instituinte, para gerarem um produto, o instituído. Dessa forma, estão sempre em movimento.

A mídia pode ser entendida, nesse sentido, como uma Instituição. Pesquisar dentro do contexto das propagandas de *youtubers* infantis também é entender o que há de movimento instituinte e o que há de instituído em seus discursos. Assim como resgatar outros conceitos do Construcionismo e dos Estudos de Gênero no momento da análise.

Nosso procedimento de análise inspira-se muito em estudos realizados no grupo de pesquisa de Mary Jane Spink e, dessa forma, pretendemos resgatar conceitos como práticas discursivas, produção de sentidos no cotidiano, linguagem em ação e sempre prestar atenção durante as análises em quem fala, como fala, para quem fala, de onde fala, etc (SPINK, 2013; SPINK, 2010).

Outro conceito importante que nos ajudou na análise do material foi o de imagem, resgatado da Semiótica. Martine Joly (1994, p. 43) destaca que “uma imagem é antes de mais algo que se assemelha a qualquer outra coisa.” Dessa forma, existe um ponto importante a ser considerado na análise dessas representações: o fato de ela não ser a coisa em si, mas de evocar significações, sentidos a partir de seu processo de semelhança. Nesse processo, é relevante entender que uma imagem pode se tornar perigosa tanto em se assemelhar demasiadamente como insuficientemente com a realidade.

Por se tratar de imagens em movimento, alguns critérios, baseados na Análise de Discurso e na Semiótica, foram elencados para serem analisados em todos os vídeos. Para começar, foi feito um diário de campo de todas as produções. Trata-se de um breve resumo, onde contamos a história de cada vídeo, situando os personagens em um determinado contexto, não deixando de levar em consideração as percepções do pesquisador. Em um segundo momento, dividimos o “Contexto da história” em três itens: ambiente, objetos e personagens. Nessa categoria estão dados descritivos de onde desenrolavam-se as cenas, quem eram os protagonistas e com o que interagiam.

O próximo item, “Como se narra a história”, descrevemos a maneira como se constrói a narrativa, as ênfases dadas em cada personagem e a forma como a história é contada. Em um último dado descritivo, “Edição (efeitos)”, pontuamos todos os recursos que contribuem para a história ser o que é, música, efeitos especiais, filtros e que, muitas

vezes, ultrapassam os limites da realidade. Por último, pensando no problema e nos objetivos geral e específicos trazidos no projeto de pesquisa, elaboramos o item “Mensagem (produção de subjetividade na infância)”, em que foram analisados, baseado nos dados descritivos, como se dava a produção de subjetividade na infância, a partir da publicidade.

Assim, foi possível criar mapas (Mary Jane SPINK, 2010), que são colunas onde o conteúdo é dividido tematicamente, sintetizam e orientam o processo de análise. Quando pronto esse processo, esses mapas foram submetidos a juízes, pessoas do próprio grupo de pesquisa, que auxiliaram com suas visões a respeito do conteúdo resgatado. Só depois dessa discussão é que foram criados os eixos temáticos para a elaboração das reflexões finais sobre o *corpus*.

É importante destacar que, antes desse estudo empírico, os dois primeiros procedimentos que marcam o método de nossa pesquisa são revisões de literatura, a fim de esclarecer o tema e trazer à tona a discussão acerca de conceitos importantes para responder os objetivos de pesquisa, sempre tomando como base a atenção a quem escreve, de que lugar escreve e como articula suas produções aos tempos e lugares de que fala. A Análise do Discurso a qual nos referimos aqui está estreitamente ligada ao Construcionismo Social e, dessa forma, quando admitimos que os conceitos são construídos social e historicamente, é necessário que se busque na história artefatos para o estudo das práticas discursivas (Mary Jane SPINK, 2013).

Dessa forma, quanto à sua finalidade, nossa pesquisa configura-se como básica e quanto às abordagens dos objetivos é qualitativa e descritiva. Tem um delineamento bibliográfico e documental, na medida em que as fontes usadas são de domínio público. Segundo Mary Jane Spink (2013), estudar esse tipo de material é entender que história e cotidiano não foram simplesmente dados dessa forma como assumimos, é iniciar um processo de desfamiliarização. Os documentos de domínio público permitem-nos a reflexão sobre a transformação de instituições e conceitos que permeiam o nosso dia a dia.

Usamos Michel Foucault (1996) para alertar para os riscos da Análise de Discurso não cair em lógicas de dominação, censura e julgamento do certo e do errado. O método não tem como intuito colocar o pesquisador na posição de especialista para avaliar a “veracidade” de discursos, postura que já fez com que profissionais de diversas áreas produzissem contextos de exclusão e segregação.

Pensando nisso, nos comprometemos em fazer uso ético da ciência, pensando nela não só como um código de normas ou julgamentos morais, a serem seguidos dentro da pesquisa, mas como um compromisso com a reflexão a respeito da construção do conhecimento e das implicações desse processo. Perguntas como “a serviço de quem está meu estudo?” ou “qual é realmente a relevância social de minha pesquisa e como ela mudará a vida do público envolvido?” podem ser questionamentos importantes para definir procedimentos éticos da pesquisa (Mariana CORDEIRO et al., 2014).

De acordo com a Resolução nº 466, de 2012, como nossa pesquisa é documental, com materiais de domínio público e não envolvem diretamente seres humanos, ela não passou pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade, nem foi inserida na Plataforma Brasil, tampouco precisou de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Mesmo assim, nossa pesquisa continua respeitando a Resolução já citada e a nº 510, de 2016.

3. 2 A família Pontes

A família nuclear de Valentina constitui-se por ela, o irmão Vitor Gabriel, a mãe, Erlânia e o pai (não há menção ao seu nome nos vídeos analisados). Valentina em 2019 (data que constituí o *corpus* da pesquisa) tinha sete anos, ela sempre é a personagem principal das histórias do canal, e, a julgar pelo que foi analisado, gosta de brincar de boneca, de se fantasiar de princesa, de colorir e, por vezes, aparece também com brinquedos eletrônicos caros, como o *Hoverboard* e o *iPad*. Na casa de Valentina, todos os cômodos têm algum objeto que trazem a lembrança de que a menina mora ali. Por exemplo, na sala há uma cozinha cor de rosa das princesas que aparece em todos os vídeos filmados nessa área; no jardim existem duas casinhas de brinquedo, uma em formato de castelo cor de rosa, também das princesas, e uma toda colorida.

As cores que Valentina usa tanto nas roupas quanto as que aparecem em seus brinquedos dizem muito sobre como estabelecem algumas relações de Gênero em sua infância. O quarto da menina é todo rosa e branco e, ao redor de sua cama, há um escorregador, também rosa, em formato de castelo. Os objetos que decoram o quarto são, em sua maioria, rosa e combinam com o tema do quarto, que passa um ar de quarto de princesa. Ao lado da escrivaninha, Valentina possui uma arara com muitas fantasias, segundo ela, a mãe “comprou todas as fantasias das princesas que tinha no meu tamanho” (sic), que vão de Cleópatra até Sininho.

Quanto ao que Valentina veste nos vídeos, o que mais chama a atenção é que em quase todos eles, ela aparece com uma fita no cabelo, normalmente rosa ou vermelha, combinando com a calça ou a camiseta. É importante destacar que sua mãe muitas vezes também aparece com fitas no cabelo em diversos vídeos. Em um deles, as duas aparecem vestidas iguais, de camiseta branca e calça vermelha; e, em outro, com a mesma cor de fita (rosa) e a mesma estampa de camiseta (de unicórnio). Em três vídeos analisados, Valentina coloca fantasias; em um deles de Princesa, outro de Cleópatra e em um terceiro de Sininho. O que chama também atenção é a habilidade com que a menina maquia-se sem a ajuda de ninguém.

Vitor Gabriel tinha doze anos em 2019 e está presente em apenas cinco vídeos analisados. O menino sempre aparece quando são brincadeiras de correr e outras atividades físicas; e, em um vídeo, ele aparece como o personagem que “rouba” a bebê *reborn* de Valentina. Vitor usa óculos e sempre aparece vestindo camiseta e bermuda. No vídeo em que Valentina e a mãe estão as duas com camiseta branca e calça vermelha, Vitor está invertido, de camiseta vermelha e bermuda branca.

Erlânia, a mãe de Valentina, é apresentada nos vídeos como uma mãe amiga. É ela que sempre está com a menina e acompanha boa parte das atividades e brincadeiras dela. É uma figura que impõe limites em diversos momentos, fazendo Valentina cumprir tarefas antes dos momentos de diversão, apontando quando a menina está errada e também pedindo desculpas quando comete algum equívoco. Erlânia, nos vídeos analisados, parece direcionar seu papel na família para cumprir tarefas domésticas e cuidar dos filhos.

O pai de Valentina apareceu em apenas três vídeos analisados; em um deles, ele estava gravando e não apareceu e em nenhum vídeo foi mencionado o seu nome. No primeiro momento em que aparece, ele cumpre uma função de entregar uma tarefa para a mãe e ir trabalhar; e, em outro, faz um personagem caricato que tenta roubar a boneca de Valentina enquanto ela não está vendo. É pela ausência do pai que aprendemos sobre ele.

Outros personagens recorrentes nos vídeos são as amigas e primas de Valentina, todas meninas. Elas aparecem fantasiadas de princesas, brincando no *playground* da casa da família, na piscina, dançando. Quando não estão presentes, a menina fala com elas por telefone e combina festas à fantasia. Há apenas um vídeo em que aparece um primo, de idade muito inferior a dela.

3.3 Publicidade, fantasia e gênero: infâncias (re) produzidas e comercializadas

Para pensar mídia e publicidade, nos tempos de hoje, é necessário entendê-las, não mais apenas como produtos de alienação ou dirigidos para a venda de determinado produto, mas como peças pedagógicas, produtoras de saberes, que produzem sujeitos ao comunicar determinados discursos em detrimento de outros. Para Rosa Maria Bueno Fischer (1997), o que não passa na mídia tona-se cada vez mais estranho aos olhos do sujeito contemporâneo, o que denuncia o poder dos meios de comunicação na organização da vida social.

Sandra dos Santos Andrade (2013) define os espaços pedagógicos em um conceito amplo que inclui a escola, mas não fica apenas nisso. Para ela, a educação acontece em qualquer espaço onde há a possibilidade de traduzir experiências e produzir verdades. Essa autora entende que diariamente somos bombardeados de informações que nos chegam, principalmente, através da mídia e que se pretendem como verdadeiras e universais. Dessa forma, ela define os espaços pedagógicos como “aqueles lugares onde o poder é organizado e difundido” (p. 111).

Para Rosa Maria Bueno Fischer (1997), a importância da pesquisa nessa área reside justamente em compreender como funciona a linguagem audiovisual, que não se apresenta de forma linear e instrumental. Na mídia audiovisual, seja na televisão ou no *youtube*, como é o nosso caso, é necessário entender a construção da peça, a estruturação de texto, a seleção e o encadeamento de imagens, sons, palavras, trilhas sonoras. Só assim é possível “assumir também um papel de críticos da cultura, nesse processo fundamental de pensar a história do próprio tempo” (p. 63).

Julia Dias (2016) destaca que a publicidade infantil ganhou força, a partir de 1950, com a popularização da televisão e a criação de programas direcionados especificamente ao público infantil. Antes disso, as propagandas eram voltadas muito mais a quem cuidava da criança, normalmente a mãe, que exercia esse papel na esfera doméstica. Com o surgimento da televisão, um novo nicho de mercado foi criado, já que através dela não é necessário que se saiba ler ou tampouco falar, para que se compreendam suas mensagens. A criança passa então a ter produtos, além de brinquedos, direcionados diretamente para ela.

Novamente, Julia Dias (2016) ajuda-nos a pensar em nossa sociedade capitalista e como as consequências dessas mudanças foram importantes. A criação e a comunicação de uma identidade social, atrelada à constituição da individualidade na infância, a partir

desse momento, vê no consumo uma de suas esferas essenciais. As crianças diferenciam-se umas das outras, desde muito cedo, por aquilo que possuem. Assim, “escolhas feitas pelos pais ou pelas próprias crianças enviam mensagens sobre o que é ser criança e quem é essa criança, sua classe social, seus gostos, seu gênero, entre outras características” (p. 53).

As publicidades infantis prometem mais do que a alegria de comprar, elas prometem a felicidade. Essa felicidade está ligada ao pertencer a uma sociedade, ser aceito como consumidor/a e se afastar daqueles que não podem consumir. As crianças que consomem são marcadas por práticas discursivas publicitárias que associam momentos de felicidade e diversão a noções de como ser e existir dentro de uma lógica binária, feminina e masculina (DANTAS, 2016).

As peças publicitárias utilizam-se de inúmeros recursos e artifícios para chamar a atenção das crianças e lhes prometer a realização de sonhos e desejos que parecem impossíveis. Vemos nos vídeos de Valentina Pontes, todos produzidos no ano de 2019, citados no decorrer dessa sessão, o uso da edição de vídeo, dos efeitos especiais, um mecanismo importante para acessar as crianças e lhes inculcar a ideia de que através de certos brinquedos até mesmo coisas do plano da fantasia são capazes de acontecer.

No vídeo “Luccas Neto transformou eu e minhas amigas em sereias aquáticas” esse mecanismo fica evidente na medida em que não se trata do *youtuber* Luccas Neto e sim de seu boneco. O boneco, que fala através de um terceiro, através de efeitos de edição, usa seus superpoderes para transformar Valentina e suas três amigas em sereias. É nítido, a partir da análise dos outros vídeos e do contexto em que esses se desenrolam, que ser sereia é uma das fantasias mais presentes no cotidiano de Valentina, pois é uma narrativa muito presente em seu canal.

O boneco real do Luccas Neto não possui esse poder, tampouco tem a habilidade de se comunicar como aparece no vídeo; no máximo consegue repetir cerca de vinte frases prontas. Entretanto, a mensagem publicitária passada pelo vídeo é a de que através dele a criança poderá justamente realizar suas maiores fantasias e desejos. E, até certo ponto, o incentivo à fantasia não deixa de ser positivo, mas precisamos entender quais fantasias são encorajadas no canal de Valentina.

No início desse mesmo vídeo Valentina e suas amigas aparecem todas vestidas de princesas, antes de serem, então, transformadas em sereias. Parecem fazer parte de um universo feminino onde meninos não são permitidos, já que não aparecem nesse ou em

outro vídeo de Valentina (com exceção de seu irmão) e onde brincadeira e desejo mais cobijados são ser princesa/sereia.

Precisamos pensar que são inúmeros os dispositivos de controle ligados à produção de meninas e do feminino, quando falamos em consumo. Entretanto, essa também é uma categoria que necessita de vários mecanismos de controle para se tornar o que se quer que ele seja. Publicidade, brinquedos, fantasias (roupa) e contos de fada fazem parte de estímulos direcionados às meninas para que conduzam para a lógica binária vigente.

Segundo Judite Guerra (2005), refletir sobre brinquedo, brincadeira e ludicidade, a partir da modernidade, não é apenas pensar neles como formas de entretenimento e prazer, mas como estratégias de regulação e captura dos sujeitos infantis, ou seja, como instrumentos de pedagogização. Em relação à publicidade, a autora destaca que as questões de Gênero aparecem para demarcar espaços e lugares sociais de mulheres e homens. Através das brincadeiras, meninas ainda são posicionadas no espaço privado, como donas de casa ou mães e meninos ao espaço público, aprendendo a ter uma profissão e a valorizar o desenvolvimento físico.

No vídeo “Valentina Pontes vira boneca gigante da Sininho” vemos outro exemplo de como os efeitos de edição são importantes para a mensagem publicitária. Aqui, a menina é convidada para uma festa à fantasia e decide vestir-se igual a sua boneca da Sininho. Ela e a mãe procuram em uma arara de fantasias o vestido da fada, quando Erlânia pergunta para a menina se ela tem certeza de que o tem e ela responde “acho que sim, mamãe, porque a senhora comprou todas as fantasias das princesas que tinha no meu tamanho”.

Para se transformar em Sininho, a menina vai para o meio de seu quarto e apenas roda. Então, os efeitos de edição fazem o resto do trabalho. Como “em um passe de mágica”, a menina aparece vestida de fada e o próximo passo é se maquiar, algo que ela mostra ter muita habilidade já para sua idade. Há uma diferença no discurso desse vídeo para o primeiro, pois a frase apresentada acima, de Valentina, denuncia que sua transformação dessa vez não está ligada a nenhum poder sobrenatural da boneca e sim ao poder aquisitivo da família, que comprou todas as fantasias de princesa que tinham o número da menina.

É importante entender que o discurso publicitário modifica a forma como as crianças e as famílias no geral vivenciam diversas questões, como, por exemplo, as de Gênero. Mas, mais do que isso, ao se identificar com esse discurso e reproduzi-lo, pais,

crianças, professores ajudam na manutenção dessa lógica e dão continuidade a ele, seja na hora da brincadeira ou na hora da educação (Jessica DANTAS, 2016).

Um exemplo disso é no vídeo “Fantasias e maquiagens para crianças”, onde Valentina precisa ir para uma festa à fantasia, mas sua mãe não pode lhe ajudar a se arrumar, pois precisa limpar a casa. A menina, então, decide ajudá-la com seus materiais de limpeza de brinquedo (vassoura, aspirador de pó, rodo), todos cor de rosa e azul bebê. Depois de limpar a casa com a mãe, Valentina veste-se de Cleópatra e maquia-se para a festa.

Nesse vídeo, assim como em tantos outros onde Valentina faz coisas do “universo feminino”, notamos a ausência de qualquer figura masculina, principalmente de seu irmão Vitor. Ele, quando aparece, é sempre em um lugar de travessuras, correndo, escondendo-se, brincando com o *Hoverboard* ou com o trator, sem se importar com aquilo que não lhe diz respeito: o cuidado com bebês, limpar a casa, o universo de princesas ou de maquiagens. A ele, não é negada a possibilidade de brincar, mesmo sendo mais velho. A ela, é inculcada, desde cedo, a lógica de que o brincar já é um exercício para a maternidade, para a vida doméstica e para o cuidado com o corpo.

A bebê *reborn* tem papel importante nos vídeos de Valentina. Essa boneca imita e assemelha-se muito com os traços de um bebê real e como é dito em um vídeo do próprio canal, pode custar mais de R\$ 3.000. No vídeo “A menina que não tinha amigas aprendeu uma lição”, a mãe de Valentina é substituída por outra atriz que interpreta o papel de uma mãe que não compreende a filha e acha que pode comprar tudo com dinheiro, inclusive amizades. Em determinado momento, essa mãe verbaliza sobre a boneca bebê *reborn* “Não é para qualquer criança, só para as especiais, como você”. Contudo, a mãe acaba arrependendo-se e aprendendo que precisa deixar a filha brincar com outras crianças. No fim do vídeo, a família reúne-se e anuncia que tudo não passou de uma brincadeira, invalidando o discurso anteriormente proferido pela mãe.

Entretanto, todos os vídeos em que aparece a bebê *reborn*, ela é disputada, roubada ou muito cobiçada. O vídeo “Valentina brincando com a bebê *reborn* completo” é dividido em quatro histórias. Em uma delas, o seu irmão rouba a boneca; em outra, o seu pai rouba a boneca; e, no último, Valentina e a mãe competem como duas crianças para ver quem vai brincar com a bebê *reborn*. E esses são apenas alguns exemplos de como o produto é retratado nas produções.

A publicidade em torno da boneca denuncia que, de fato, é um produto cobiçado e que não é para qualquer criança ou quiçá, qualquer pessoa, já que sabemos que os bebês

também se direcionam ao público adulto por simularem perfeitamente um bebê de verdade. O discurso da “mãe má” do vídeo anteriormente mencionado faz-se valer, na medida em que é reforçado através de outros tipos de linguagem, por outros tantos vídeos.

Outra discussão que levantamos através da análise dos vídeos diz respeito ao produto que o canal pretende, de forma consciente ou não, vender. Em vídeos como “Valentina em uma história engraçada de uma nova irmã (13/10/2019)” e “Valentina em uma história engraçada de uma nova irmã (19/12/2019)” Valentina aparece extremamente irritada e com ciúmes de sua mãe, por vezes até triste. O divertimento do vídeo parece estar acima das emoções negativas da menina, que faz os outros personagens darem risada.

Levantamos a hipótese de que muitas vezes, para que o canal tenha cada vez mais inscritos e visualizações, o produto que é vendido, talvez de maneira inconsciente pela família, é Valentina. Não conseguimos entendê-la como protagonista, no conceito levantado por nossa pesquisa, em que ela apropria-se de seus direitos e tem a garantia deles. As produções parecem ser orquestradas pela família e, muitas vezes,, colocam Valentina em um lugar de “criança ciumenta” ou “criança birrenta”.

3.4 A representação de maternidade na mídia: da mãe infantilizada até a menina/mãe

Ao se falar em maternidade, é necessário analisá-la em relação a outros papéis importantes e contextualizá-la dentro da história da família e da sociedade. Segundo Elisabeth Badinter (1980), em um contexto ocidental, só é possível pensar a mãe como mulher, na relação com o pai e o (a) filho (a). Isso, segundo a autora, significa entender que ela possui desejos e aspirações próprias que podem nada ter a ver com as dos outros dois, mas que não há possibilidade de entendê-la longe dessa relação.

Se analisarmos a história, quando interesses e necessidades da sociedade voltam-se para o pai/homem, a mãe, então, passa a ter uma condição semelhante a da criança. Ao contrário, quando o foco da história está sob as crianças, por questões de sobrevivência e educação, a mãe passa a ser um personagem essencial na organização familiar (BADINTER, 1980).

Portanto, segundo Solange Maria Moura e Maria de Fátima Araújo (2004), estudar a história da maternidade e das práticas maternas é conseqüentemente olhar para as transformações que ocorreram com as famílias nos mais distintos contextos. Para as autoras, essas transformações articulam-se com modificações nas esferas econômicas e

sociais que acompanharam o surgimento de uma ordem econômica burguesa, a partir do século XVII, constituindo as chamadas sociedades disciplinares, o que possibilitou a produção de subjetividade no que diz respeito à maternidade e tantas outras formas de controle.

Segundo Elisabeth Badinter (1980), quanto mais longe olharmos para a história, mais longe encontraremos as raízes do poder paternal que acompanha sempre a autoridade marital na família ocidental. Essa mesma autora procurou na história três discursos que justificavam esse domínio e encontrou a resposta no discurso de Aristóteles, de que a autoridade era natural; o da Teologia, que afirmava ser divina, justificada por vários trechos bíblicos; e, dos políticos, que garantiam ser tanto natural como divina ao mesmo tempo.

Elisabeth Badinter (1980), também, chama-nos atenção para a ausência do sentimento de amor nas relações familiares, antes do século XVIII, não que esse não existisse, mas não lhe era dado o mesmo significado que atribuímos hoje em dia. Ela discorre sobre as burocracias do casamento da época, muitas relacionadas à igreja ou às questões financeiras, que nada tinham a ver com amor. Ariés (1981) corrobora a ausência desse sentimento relacionado à infância.

Segundo Valeska Zanello (2016), no século XVII, era muito comum, e uma prática amplamente aceita, que mulheres entregassem seus filhos para o cuidado de amas de leite e outros cuidadores, já que essa não era uma prioridade em suas vidas. Ainda, no Brasil colonial, destacamos o surgimento da Roda dos Expostos, uma das primeiras iniciativas que juntava o público e o privado, em um dispositivo onde as mães poderiam abandonar seus filhos/filhas para as casas de misericórdia, por quem esses seriam cuidados (Lilian CRUZ; Betina HILLESHEIN; Neuza GUARESCHI, 2005).

No século XVII, ao considerar a criança símbolo do pecado original, muitos autores e pedagogos prescrevem castigos físicos como forma de salvar a alma desse pequeno sujeito que já veio ao mundo corrompido pelo mal. Mais longe que isso, esses autores condenam as mães que tratam com amor seus filhos ou que sentem prazer ao amamentá-los, vendo essas atitudes maternas como atos de frouxidão e pecado (Elisabeth BADINTER, 1980).

Portanto, notamos que o valor dado à relação mãe-filho/filha nem sempre foi o mesmo ao longo do tempo. Concepções e práticas relacionadas a essas variações, além da maternagem muito têm a ver com uma série de agenciamentos sociais, práticas e discursos, tanto do cotidiano quanto científicos, que foram investidos na dupla,

influenciando na maneira como essa percebe o mundo e aprende os sistemas de valores em vigência. Em resumo, a produção de subjetividade, em cima da maternidade, acontece desde sempre e transforma-se conforme o investimento de novas práticas discursivas e mecanismos de poder (Solange MOURA; Maria ARAÚJO, 2004).

Ao analisar os vídeos de Valentina Pontes, encontramos uma representação de maternidade contemporânea. Erlânia e Valentina, ambas remetem-nos a atitudes maternas relacionadas ao amor e ao cuidado com os/as filhos/as; também, o conceito de infância, presente nas produções, está muito atrelado ao protagonismo de Valentina dentro da família. Dessa forma, explicaremos brevemente como essa mudança de perspectiva relacionada à maternidade ocorreu.

Segundo Valeska Zanello (2016), no século XIII, com a mudança do olhar sob a criança, a maternidade começa a se configurar como um ideal para as mulheres, no sentido de que essas não possuíam direitos políticos ou reconhecimento social como os homens; e, portanto, a perspectiva de reconhecimento foi sedutora. Os índices de mortalidade devido à fome, às guerras e às doenças da Europa eram muito grandes; dessa forma, recaía sobre as mulheres a incumbência de cuidar do futuro do Estado: as crianças.

Elisabeth Badinter (1980) destaca que houve uma associação das palavras “amor” e “materno” que não fala apenas sobre a promoção de um sentimento, mas também sobre a mulher enquanto mãe. Ainda traz que

Inconscientemente, algumas delas perceberam que ao produzir este trabalho familiar necessário à sociedade, adquiriam uma importância considerável, que a maioria delas jamais tivera. Acreditaram nas promessas e julgaram conquistar o direito ao respeito dos homens, o reconhecimento de sua utilidade e de sua especificidade. Finalmente, uma tarefa necessária e ‘nobre’ que o homem não podia, ou não queria, realizar. Dever que, ademais, devia ser a fonte da felicidade humana (Badinter, 1980, p. 146).

Também, segundo Solange Maria Moura e Maria de Fátima Araújo (2004), foi possível notar a modificação do discurso científico investido nas mulheres, que agora naturalizava o papel de mãe e o cuidado aos filhos. Médicos, administradores e cientistas atestavam que esse era um destino “natural” à mulher, já que só ela poderia gestar e parir. Com isso, transformava-se parte da “natureza feminina” a educação e o cuidado da prole.

Ainda, é necessário contextualizar essa transformação no Brasil. No período colonial, mulheres casadas, abandonadas, solteiras, lutavam para criar seus filhos, adaptando o discurso, que trazia o amor materno e a entrega ao filho como uma missão,

a realidade. Segundo Mary del Priori (1989, p. 47), “as mulheres no período colonial viviam a maternidade na luta pela vida e adaptavam os destinos de seus filhos às suas condições materiais.”

Mais tarde, segundo Elisabeth Badinter (1980), foi tarefa da Psicanálise atribuir à mãe o papel de “grande responsável” pela felicidade da prole. Esse papel atribuído à mãe já não era mais passível de ser rejeitado pelas mulheres, sob forte pena de condenações morais da sociedade, que vigiavam tanto essas quanto aquelas que não tinham ou desejavam ter filhos.

Nos vídeos de Valentina Pontes, vemos que a mãe da família, Erlânia, parece disponibilizar seu tempo integral ao cuidado dos dois filhos. Ela é a personagem secundária que mais aparece nas produções e tem papel importante na educação da menina, pois através do desenrolar das histórias é o discurso dela que vai apontar os erros de Valentina e pontuar as lições de cada vídeo.

No vídeo “Valentina em uma história engraçada de uma nova irmã” podemos notar uma das configurações familiares modernas que perdura há muito tempo. O pai de Valentina aparece carregando uma bebê *reborn* nos braços, enquanto a menina e a mãe assistem TV e anuncia: “Filha, a Daniele pediu para *tu* cuidar um pouquinho da bebê.” Instantaneamente, quem se levanta para pegar a “criança” no colo e quem cuidará dela o vídeo inteiro, é Erlânia. O pai se retira dizendo “Eu vou lá, *tá?* Que eu tenho que trabalhar” e dá um beijo na filha. Ele não aparece mais na produção.

Nesse vídeo, Erlânia faz de tudo para cuidar da bebê *reborn*, que na história assume um papel de personagem real, até manter Valentina longe, pois ela não saberia cuidar de um bebê, o que desperta os ciúmes da mesma. A menina, por sua vez, tem várias atitudes para chamar atenção da mãe, como ligar a música alta e bater a porta do quarto. Ao final do vídeo, a mãe irrita-se com Valentina e diz que ela não é mais o bebê da casa e sim a boneca. Percebendo seu erro, Erlânia pede desculpas à Valentina.

“A mamãe errou, mas você também errou”, diz Erlânia, assumindo seu erro, mas pontuando as atitudes erradas da menina. Aqui, a maternidade aparece com atitudes de cuidado e educação, imperfeita e disposta a aprender. Também, notamos um interesse prioritário na primeira infância, que se repete em outros vídeos, como exemplificaremos mais adiante.

Muito da organização familiar vigente originou-se na divisão dicotômica de gênero entre a esfera privada e a pública. Mariana Marcondes (2012) discute que a esfera privada foi atribuída à mulher e são de sua responsabilidade o cuidado dos filhos e a

organização doméstica. Na pública, exercida pelo homem, estão as atividades sociais e o trabalho. Segundo esse autor, esse modelo é pautado na assimetria de Gênero, onde o masculino exerce dominação sobre o feminino e que até hoje deixa marcas nas relações sociais e familiares.

Eliane Cadoná e Marlene Neves Strey (2014) também destacam que o sujeito materno, construído na lógica moderna, está pautado em processos de hierarquização e desigualdade de Gênero, em modelos sociais que designam à mulher papéis concebidos como naturais, de cuidadora e educadora das crianças. Essas mesmas autoras afirmam que a mãe é figura carregada de sentidos e significações, responsabilizada por essas tarefas e pelo futuro de seus/as filhos/as. Esses sentidos fazem-se presentes e são veiculados de diversas maneiras, através da mídia impressa, de políticas públicas, da TV. A representação de maternidade, nos vídeos de Valentina Pontes, não apenas é a veiculação de sentidos sobre ser mãe, mas também mecanismo de produção de subjetividade voltado à infância, na medida que ajuda a manter a lógica em vigência.

Discutindo a maternidade dentro de uma perspectiva Construcionista Social, Renata Leite Moreira e Emerson Raserá (2010) defendem que há muitas formas de produzir conhecimento; e, esse processo é algo que as pessoas fazem juntas por meio de suas práticas sociais. Os sentidos de maternidade também se constroem dessa forma, de maneira dialógica e implicam em um entendimento da linguagem enquanto ação. Dessa forma, a análise dos vídeos de Valentina Pontes é mais um recurso para entendermos um pouco mais sobre quais são esses sentidos de maternidade veiculados na mídia e direcionados, principalmente, à infância.

Em “Mãe de Valentina Pontes vira babá de dois bebezinhos de verdade”, Erlânia aparece no início do vídeo, dizendo que sente saudades de ter um bebê em casa, pois seus filhos já cresceram. Mais uma vez, demonstrando interesse na primeira infância. Ela decide que, quando o pai chegar do trabalho (mais uma vez o pai aparece na esfera pública), eles vão planejar ter outro filho. Valentina e Victor armam para se comportarem como bebês para que a mãe veja que crianças pequenas dão muito trabalho e desista.

“Mas a senhora não se lembra? O bebê faz muito trabalho” diz Valentina. A mãe responde: “Não, mas é muito bom, eles ficam brincando assim no chão, dependem da gente pra tudo”. Esse discurso e o modo como Erlânia age, durante todo o vídeo, reforçam a ideia de uma mãe disponível 100% do tempo para os filhos e que firma a sua identidade por intermédio da dependência que os filhos possuem dela. A própria identidade da mãe é explicitada com base nessa lógica, na medida em que ela está vestindo a mesma roupa

que Valentina (uma camiseta de unicórnio e uma fita cor de rosa no cabelo). O desejo pessoal de Erlânia de ter outro filho, logo é esquecido através do discurso de convencimento de Vitor e Valentina.

Zeidi Trindade e Sônia Enumo (2002) destacam que ainda está fortemente presente no pensamento social que a maternidade é o ideal maior para a mulher. A partir desse pensamento, surge necessidade de anulação pessoal, devotamento, sacrifício e esse processo passa a ser encarado como um sofrimento voluntário e indispensável na vida de uma mulher. Em uma pesquisa sobre a representação social da infertilidade, essas mesmas autoras encontraram falas de mulheres que naturalizam o valor social da maternidade: “...as mulheres têm instinto materno, necessidade de ser mãe”, “Porque o sonho de toda mulher é ter um filho”, “...é triste, a realização da mulher é pelo filho, independente de ser casada. Faz parte da mulher”.

Segundo Valeska Zanello (2016), “o dispositivo materno diz respeito, assim, a um lugar de subjetivação no qual as mulheres são constituídas como cuidadoras natas” (p. 16). A culpa, tão presente na fala atual das mães, é a denúncia de que anos de investimentos discursivos, de várias instituições, deram certo. As mães culpam-se por cuidarem demais, por cuidarem de menos, por não desejarem ser mães, por não poderem ser mães.

Na pesquisa de Renata Moreira e Emerson Raseira (2010) sobre quais repertórios interpretativos sobre maternidade mulheres usam para descrever essa experiência, os pesquisadores identificam a “maternidade romântica”, que se configura como um padrão de respostas que aproxima a maternidade a um evento divino, majestoso, pleno. Nesse repertório, o discurso das mulheres volta-se a resumir sua felicidade ao evento de se tornarem mães, com frases que aproximam esse processo a algo essencialista e natural.

No vídeo “A menina que não tinha amigas aprendeu uma lição”, a personagem, mãe de Valentina, é substituída por outra atriz, que mais tarde descobrimos ser dinda da menina. Nessa produção, a mãe assume uma postura mesquinha, que não deixa Valentina brincar com outras crianças por elas não possuírem tanto dinheiro como ela. “Não sei nem se tomaram banho hoje” e “Sai, vão para lá, vão perturbar outro, não tenho dinheiro não” diz a mãe, referindo-se às meninas que estão brincando no parquinho. No final do vídeo, ela entende que Valentina precisa de amigos e que isso é a única coisa que o dinheiro não compra.

Ficamos com a sensação de que a troca de atriz, nesse vídeo específico, foi justamente para não colar a imagem de Erlânia a de uma mãe pouco compreensiva, que

não entende as reais necessidades da filha. A “real” mãe de Valentina sempre aparece colada a uma imagem de mãe/amiga, mãe que escuta e que acolhe. No fim do vídeo, quando a história já está esclarecida, as personagens e atrizes já foram apresentadas e a moral explicada, Erlânia aparece reivindicando a maternidade, dizendo: “eu que sou a mãe de minha filha”.

Para Lisandra Moreira e Henrique Nardi (2009) existe um discurso muito comum ainda de quem “mãe é tudo igual, só muda o endereço”. Os autores procuram entender como se configurou um modo tão semelhante de ser mãe para mulheres inseridas em contextos e situações tão distintas como no nosso país. Levanta-se a hipótese que existem estratégias que atuam diretamente no corpo das mulheres antes mesmo de se tornarem mães. “A biologia torna-se alvo da política. O poder centrado na vida tem como efeito uma sociedade normalizadora que constrói parâmetros de conduta e julgamento que investem o corpo” (p. 572).

Dessa forma, precisamos pensar que Erlânia não é a única referência materna que os vídeos apresentam. Valentina assume o papel de mãe em relação às suas bonecas diversas vezes. No vídeo “Ficamos escondidos e a Valentina é médica e salva a bebê”, Valentina, Erlânia e Vitor estão brincando de esconde-esconde quando a menina encontra sua boneca *Baby Alive* e começa a brincar com ela. Valentina refere-se à boneca como sua “filhinha”, mesmo que o título do vídeo tenha sugerido que ela seria médica e cuidaria da boneca.

Apesar de a boneca *Baby Alive* ter acessórios de médico (a), como estetoscópio e otoscópio, Valentina tem atitudes maternas diante da boneca. Entendemos a confusão da menina, na medida em que, além desses acessórios, a boneca ainda vem com fraldas e copinho de água, objetos facilmente associados na infância à maternidade e não à profissão médica. Problematizamos o papel dos brinquedos na produção de subjetividade infantil, na medida em que o que é apresentado às meninas está normalmente atrelado à maternidade ou às tarefas domésticas, como veremos mais adiante.

Brinquedos, livros, filmes, funcionam como dispositivos que produzem subjetividade na infância, no sentido de instaurar, desde cedo, a ideia nas meninas de que há um instinto materno e uma obrigatoriedade de ser mãe. Nos vídeos de Valentina Pontes, não vemos isso sendo questionado ou flexionado, mas sim reforçado, na medida em que a menina o faz através da publicidade, que, intencional ou não, acaba por demonstrar para o público uma maneira “correta” de se brincar com cada brinquedo.

Em um vídeo muito semelhante ao descrito antes, “Brincando de pique pega com minha boneca”, Valentina, Vítor e Erlânia combinam de brincar de pique-pega quando, de repente, a menina encontra uma *Baby Alive* no caminho e vai interagir com a boneca. É interessante pensar que essa boneca não tem roupas de bebê, possui um tênis que brilha e uns óculos muito estilosos, que nenhum bebê usaria. Entretanto, nos seus acessórios, novamente estão uma fralda e um copinho de água, remetendo à primeira infância. A boneca também verbaliza “eu te amo, mamãe”, o que faz Valentina a chamar também de “filhinha”.

Podemos pensar nesses estereótipos como ferramentas de controle social e dominação. Não são a causa da desigualdade de Gênero e da violência; entretanto, funcionam como mecanismos que ajudam a manter essa lógica, narrativas que justificam e naturalizam determinados comportamentos em detrimento de outros. Não é possível pensar nesses discursos como pura coincidência ou frutos da ignorância, pois, como podemos notar, muitas vezes, eles partem do próprio mundo acadêmico (DIAS, 2016).

Segundo Ariana Kelly Silva (2013), meninos e meninas são educados de maneiras diferentes, até mesmo, no que diz respeito aos brinquedos e brincadeiras. A boneca oferecida à menina, personificação de um bebê no colo, e o carrinho, que nos remete a um homem ao volante, demarcam muito bem os espaços ocupados por cada Gênero na sociedade e denunciam uma lógica de dominação masculina ainda vigente nos dias de hoje, que começa a ser produzida muito cedo nos sujeitos, ainda na infância.

O vídeo “Valentina brincando com o bebê *reborn* completo” é dividido em quatro histórias. Em uma dessas histórias, Valentina aparece empurrando a boneca em um carrinho pelo jardim da casa, enquanto seu pai, que interpreta um personagem caricato, um estranho, com muitos trejeitos, espia a brincadeira para roubar a boneca quando ela não estiver vendo. Em determinado momento, a menina decide que precisa dar comida para a boneca e pede a ajuda para mãe e é quando seu pai sai do esconderijo e pega a bebê *reborn*. A história acaba quando Valentina descobre que Diana, a boneca, não está mais no carrinho.

A dinâmica familiar, revelada por esse vídeo, associa a mãe e Valentina, mulheres, às figuras de cuidado e carinho; enquanto o pai, homem, é associado a algo perigoso. O personagem interpretado pelo pai, que pouco aparece em outros vídeos, reforça algo que ainda é muito forte em nossa sociedade que, ao contrário da mulher, homens não possuem algo natural relacionado ao cuidado e, pior, é arriscado deixar um bebê/criança sob a tutela do pai.

Segundo Rosely Gomes Costa (1995), enquanto a maternidade apresenta-se como um desejo que sempre existiu na vida das mulheres e vai se atualizando ao longo do tempo, a paternidade para os homens é apresentada como um plano para o futuro, que se concretiza em um determinado momento de sua trajetória, o casamento. Em sua pesquisa, com homens, sobre masculinidade e paternidade, a autora não encontrou, em seus discursos, elementos que mostrassem a paternidade como um evento natural em suas vidas. Um exemplo disso, é que analisando a esterilidade, o fenômeno tem consequências diversas para homens e mulheres. Enquanto para homens essa questão ameaça a sua virilidade e está muito ligada à sexualidade, para mulheres o que está em jogo é não poder cumprir sua vocação, a maternidade.

Andressa Botton (2010), em sua dissertação, analisando livros infantis premiados nacionalmente, chegou à conclusão que ao propagar discursos sobre Gênero, esses livros também produzem subjetividade a respeito do que as categorias de maternidade e paternidade. Nas histórias, mães, madrastas e avós são muito associadas ao cuidado, ao amor, ao zelo, à vocação inata para o exercício da maternagem. O homem, por sua vez, enquanto pai, é associado ao provedor da família ou, então, demonstra a sua ausência ao não o referenciar.

O ideal de paternidade é reforçado por questões físicas e morais. Atributos físicos podem ser comprovados através da capacidade de “fazer filhos”; entretanto, conseguir educá-los e sustentá-los são os dois quesitos que embasam a moralidade da paternidade e reforçam a paternidade como um projeto (Rosely Gomes COSTA, 1995).

4 CONCLUSÃO

Nesta dissertação, procuramos responder ao problema: Quais as produções discursivas de jogos e brinquedos, evidenciados em propagandas, destinadas ao público infantil, e suas relações com as questões de Gênero e produção de subjetividade na segunda infância? Para isso, realizamos Revisão Narrativa de literatura, Revisão Integrativa de literatura e estudo empírico.

Não temos a pretensão de encerrar a discussão dos temas discutidos nessa dissertação, muito menos declarar esgotadas as possibilidades de reflexão acerca dos mesmos. Novamente, destacamos que toda nossa argumentação e discussão sobre os fenômenos evidenciados nos três estudos realizados, ao longo da pesquisa, passam pelo prisma das epistemologias escolhidas por nós para realizar esse debate, para fazer um

paralelo entre Teoria do Conhecimento e cotidiano. São elas: Construcionismo Social, Estudos de Gênero, Análise de Discurso e autores/as da Educação com perspectivas pós-estruturalistas. Sendo assim, acrescentamos que existem outras possibilidades de se olhar e se debruçar sobre esses mesmos eventos, produzindo novas formas de conhecimento.

Também, não foi nossa intenção produzir conceitos fechados e essencialistas a respeito do tema apresentado no projeto. Lucia Santaella (1983, p. 9) já escreveu que “Toda definição acabada é uma espécie de morte, porque, sendo fechada, mata justo a inquietação e curiosidade que nos impulsionam para as coisas, que, vivas, palpitam e pulsam.” Portanto, uma espécie de enquadramento dos fenômenos em uma definição fechada desrespeitaria nossas escolhas epistemológicas e iria contra toda a argumentação que sustenta a pesquisa. O que procuramos fazer foi articular, a partir de um método, os dados evidenciados em obras, pesquisas e cotidiano, com as visões de sujeito e de mundo que defendemos.

Dessa forma, a própria estrutura do texto justifica-se em desenvolver a noção de que primeiro precisamos entender o contexto e explicar a necessidade de se realizar essa pesquisa nesse momento. Em vista disso, nossa justificativa ancora-se em descrever um pouco sobre como a mídia tornou-se não apenas um mecanismo de registro da realidade, mas também uma poderosa maneira de produzir a mesma, através da veiculação de discursos de verdade, segundo Rosa Maria Bueno Fischer (2002) e Pedrinho Guareschi (2006).

Apontamos, ainda, na justificativa, o crescimento de um fenômeno intitulado *Youtubers* infantis, crianças que produzem conteúdo voltado à infância, a partir da plataforma *Youtube*. Apesar do CONANDA (2014), através da Resolução nº 163, de 2014, ter proibido a publicidade infantil abusiva, ela ainda é muito forte nesses meios de comunicação, o que é tema de nossa pesquisa.

Nosso Estado do Conhecimento mostra que embora existam pesquisas sobre os temas “infância”, “mídia”, “Gênero” e outros descritores pesquisados na base de dados, nos últimos anos, além de não discutirem todos os temas ao mesmo tempo, cada pesquisa possui o seu pano de fundo teórico, o que modifica a forma como o conhecimento é produzido. Nossa pesquisa torna-se única na medida em que reúne todos esses descritores e é discutida a partir de uma visão de sujeito e mundo específica.

O primeiro capítulo se configura em Revisão Narrativa de literatura, onde buscamos resgatar os principais conceitos de nossas escolhas epistemológicas: Construcionismo Social e Estudos de Gênero e mostrar a construção histórico-social da

Infância e da Mídia. Esse é o primeiro capítulo, justamente, pois oferece a base teórica que sustenta a discussão dos outros dois. É nele que definimos nossos conceitos de ciência e conhecimento e, ainda, estabelecemos uma crítica a modelos científicos que excluem e reproduzem desigualdades.

A importância desse capítulo está em demarcar o que acreditamos e definir precisamente que caminhos iremos seguir ao longo da pesquisa. Esse é um trecho mais denso da dissertação, justamente porque buscamos obras antigas, procurando fazer um resgate histórico das bases teóricas, realizando, muitas vezes, contrapontos com outras teorias para estabelecer relação entre o que a ciência já foi e, muitas vezes, é e o que acreditamos que pode ser.

O segundo capítulo foi a realização de Revisão Integrativa de literatura, realizada no Portal de Periódicos da CAPES, onde utilizamos os descritores “Gênero”, “Infância” e “Publicidade”. O objetivo desse estudo foi o levantamento de pesquisas realizadas nos últimos cinco anos para entendermos o que novos pesquisadores estão discutindo sobre o tema. Ao todo foram analisados dezoito trabalhos, escolhidos a partir da leitura do resumo e relevância com o tema de pesquisa.

Nesse momento da pesquisa ficou evidenciado que os textos, que discutem o tema, usam referencial teórico muito similar a epistemologia adotada por nós. Gênero, por exemplo, é concebido intrinsecamente ligado às práticas discursivas e pensado em uma construção cultural e social que acontece no cotidiano. Dentro dessa pesquisa, os autores defendem o protagonismo infantil não só na mídia, como nas pesquisas com crianças, no sentido de que esse público faz parte da produção de conhecimento de nossa sociedade e são atores sociais com desejos e sonhos próprios.

Nossa discussão nesse capítulo, também abordou sobre que tipo de visibilidade a publicidade infantil dá à infância. Qual infância é retratada na mídia? Segundo Alexandro Rodrigues et al. (2018), ainda existe uma ideia de criança muito ligada à felicidade e à pureza veiculadas nos discursos midiáticos, que exclui e torna estranhas, a nossos olhos, outras possibilidades de existência. Entretanto, as próprias mudanças que a infância vem sofrendo, ao longo do tempo, são a denúncia de que existe subversão por parte desse público. Afinal, segundo Anderson Ferrari e Danilo Araujo de Alveira (2018), a resistência faz parte da vida.

O terceiro e último capítulo da dissertação é a realização de uma análise de discurso dos vídeos de uma *Youtuber* mirim, Valentina Pontes. Os vídeos, que foram postados no canal nos meses de outubro e dezembro de 2019, foram escolhidos após uma

série de etapas em que foram avaliados critérios de inclusão e exclusão e selecionados dezesseis dos mesmos para a análise. Esse capítulo descreve desde o método, onde relatamos ainda quando estávamos no processo de confecção do projeto de pesquisa até a análise dos dados, uma breve contextualização sobre a família Pontes e dois eixos de discussão dos dados levantados, intitulados: “Publicidade, fantasia e gênero: infâncias (re) produzidas e comercializadas” e “A representação de maternidade na mídia: da mãe infantilizada até a menina mãe”.

No primeiro eixo, que discute um pouco sobre publicidade infantil e produção de subjetividade na infância, falamos sobre como a mídia veicula discursos que reforçam os papéis de Gênero vigentes. Mais especificamente, nos vídeos de Valentina Pontes, a publicidade parece prometer, através de várias estratégias, com os efeitos de edição, realizar fantasias e desejos mais cobiçados das crianças.

Uma das coisas que analisamos nesse eixo é quais são as fantasias encorajadas por esse discurso publicitário, o que se mostra diferente para meninos e meninas. Após essa discussão, fica claro que o brinqueado, inserido em um determinado contexto e veiculado a partir de determinado discurso midiático, não pode ser encarado apenas como um objeto de entretenimento, mas sim como mecanismo de produção de subjetividade infantil. Nos vídeos de Valentina Pontes, as meninas são encorajadas às brincadeiras que muito tem a ver com uma preparação para a maternidade, ao culto ao corpo e à beleza e às práticas ligadas às tarefas domésticas. Já, os meninos têm o direito de correr, fazer travessuras e explorar habilidades físicas sem se preocupar com coisas consideradas do universo feminino.

O segundo eixo de discussão começa com uma breve contextualização acerca da história da maternidade no Ocidente. É correto afirmar que o sentimento materno foi se transformando ao longo dos séculos até se tornar o que hoje entendemos por maternagem, que é a representação que nos foi transmitida pelos vídeos de Valentina Pontes.

Em a primeira imagem de mãe, presente nos vídeos, identificamos a figura de Erlânia, mãe de Valentina. Ela representa uma mulher que parece ter aberto mão, muitas vezes, da própria identidade em prol dos filhos e que, em determinados momentos, aparece até infantilizada na relação com a filha. Erlânia, em todos os vídeos, cumpre o papel de cuidar dos filhos e da casa; enquanto o pai é notado apenas pela sua ausência, já que aparece em dois vídeos e em um deles, afirmando a posição de provedor da casa.

A segunda representação de mãe que encontramos nos vídeos é a da própria Valentina, que desde cedo é incentivada, a partir das brincadeiras, a exercer a maternidade

de suas bonecas. O papel desempenhado pela menina reforça a ideia de que a maternidade sempre está presente na vida das mulheres, de que existe um instinto materno, uma essência que inclina as meninas a buscarem o caminho de ser mãe. Nossa discussão é de que a própria história da construção da maternidade denuncia que esse sentimento é uma construção social e cultural e tanto o brinquedo quanto a publicidade, que é veiculada sobre ele, ajuda a manter essa lógica.

Problematizar, refletir, discutir são tarefas importantes que vêm com a função de ser pesquisador. Entretanto, essa dissertação foi pensada visando, quem sabe, a superação e a transformação de alguns conceitos. Sabemos muito bem que um não existe sem o outro, que não há transformação sem problematização, mas acreditamos que o conhecimento científico deveria servir para superar problemas cotidianos existentes na realidade social.

Citamos mais uma vez José Saramago (1995, p. 204), em *Ensaio sobre a Cegueira*, quando ele diz que “cegueira também é isto, viver em um mundo onde se tenha acabado a esperança”. Nossa dissertação é fruto da esperança de que consigamos inspirar práticas que possam transformar relações e mudar o rumo de infâncias. Vivemos tempos, enquanto país, sombrios para a discussão das questões de Gênero, onde quanto mais refletimos e fazemos ouvir nossas vozes, mais sofremos pressões para retroceder os avanços conquistados pelas lutas dos movimentos Feministas e LGBTQIA+. É nesse contexto que crianças formam-se enquanto sujeitos, aprendendo a existir em um mundo que não dá visibilidade a todas as formas de ser e sentir questões como a própria sexualidade e identidade de Gênero.

Perguntamo-nos por que o canal de Valentina Pontes é tão acessado e possui tantos inscritos, fator de relevância para a escolha do *corpus*. Seria a família Pontes considerada a família ideal aos olhos dos/as brasileiros/as? Seria a maternidade representada por Erlânia, a que abre mão, a que cuida acima de tudo, a maternidade que nosso país escolheu como exemplo a ser seguido pelas crianças, público que assiste aos vídeos? Muitas dessas perguntas não têm uma única resposta certa, mas é correto dizer que essa família tem sido balizadora de muitas infâncias brasileiras nos dias de hoje.

Também não é preciso fazer uma vasta pesquisa para afirmar que a infância e a família de Valentina Pontes não representam a realidade social do Brasil. A mídia é muito seletiva em dividir os que merecem sua visibilidade e que tipo de visibilidade será dada. Para Alexsandro Rodrigues (2018, p. 22), “a carrocinha que recolhe crianças levadas nesse momento assume o formato de instituições de sequestro que não suportam vê-las

circulando por aí.” O bicho-papão das crianças hoje em dia é não fazer parte dos discursos higienistas da mídia, pois dessa forma não participam enquanto sujeitos de nossa sociedade.

Trazemos o livro *O Touro Ferdinando* (Munro LEAF, 2017) para discutir a diversidade na infância. No livro, Ferdinando é um touro que destoa de seu “destino” por negar a agressividade e preferir ficar sentado embaixo das árvores, cheirando flores. “Até onde sabemos ele continua lá, sentado embaixo de sua árvore preferida, bem quietinho, cheirando flores. E é muito feliz”. Essa dissertação é em homenagem a todas as crianças que, assim como Ferdinando, identificam-se a partir da diferença e trazemos em nossos escritos a esperança que elas também possam ser felizes.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRÃO, Ruhena Kelber et al. A constituição da infância permeada pelo contexto social, mídia e brinquedo. **Zero-A-Seis**, Florianópolis, v. 31, n. 17, p. 79-90, jan./jun. 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/zerosais/article/view/1980-4512.2015n31p79/28941>>. Acesso em: 28 abr. 2021.

ALVIM, Davis Moreira; MAÇÃO, Izabel Rizzi. Uma filosofia das crianças: forças, meios e invenções. In: RODRIGUES, Alessandro (org). **Crianças em dissidências: narrativas desobedientes da infância**. Salvador: Editora Devires, 2018.

ALVES, Raquel da Silva. **Infância, gênero e consumo na telenovela Carrossel**. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2014.

ANDRADE, Sandra dos Santos. Mídia impressa e educação de corpos femininos. In: LOURO, Guacira Lopes et al (Org.). **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2013

ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

BADINTER, Elisabeth. **Um amor conquistado: o mito do amor materno**. Rio de Janeiro, 1980.

BAREMBLITT, Gregorio. **Compêndio de análise institucional e outras correntes: teoria e prática**. 5. ed. Belo Horizonte: Instituto Felix Guattari, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BELCHIOR. Antonio Carlos. **Apenas um rapaz latino-americano**. Alucinação: Polygram, 1976.

BELCHIOR. Antonio Carlos. **Velha roupa colorida**. Alucinação: Alucinação: Polygram, 1976.

BENTO, Maria Aparecida da Silva. Mídia e produção de subjetividade. In: BOCK, Ana Mercês Bahia, et al. **Mídia e psicologia: produção de subjetividade e coletividade**. 2d. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 2009.

BOTTON, Andressa. **“E o prêmio vai para...”**: esteriótipos de gênero nos livros infantis premiados na última década. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Faculdade de Psicologia. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011.

BOTTON, Andressa; STREY, Marlene Neves. As influências do gênero na infância: como produzimos meninos ou meninas. In: STREY, Marlene Neves, et al. **Gênero e ciclos vitais: desafios, problematizações e perspectivas**. EDIPUCRS: Porto Alegre, 2012.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. **Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990**. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069Compilado.htm>. Acesso em: 29 jun. 2020.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: Feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CADONÁ, Eliane; STREY, Marlene Neves. A produção da maternidade nos discursos de incentivo à amamentação. **Estudos Feministas**, n.22, v.2, ago, 2014. Disponível em:
<<https://www.scielo.br/j/ref/a/VB9vpRhtqxP4n3sdyVS3wrc/abstract/?lang=pt#>>
Acesso em: 16. jul. 2021.

CANELA, Guilherme. Mídia e produção de subjetividade: questões na infância e na adolescência. In: BOCK, Ana Mercês Bahia, et al. **Mídia e psicologia: produção de subjetividade e coletividade**. 2d. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 2009.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. **Resolução nº 466 de 13 de junho de 2012**. Disponível em: <<https://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2012/Reso466.pdf>> Acesso em: 29 jun. 2020.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. **Resolução nº 510 de 07 de abril de 2016**. Disponível em: <<http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2016/Reso510.pdf>> Acesso em: 29 jun. 2020.

CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE. **Resolução nº 163 de 04 de abril de 2014**. Disponível em:
<http://www.crianca.mppr.mp.br/pagina-1635.html#resolucao_163> Acesso em: 29 jun. 2020

CORDEIRO, Mariana Prioli. et al. Como pensamos ética em pesquisa. In: SPINK, Mary Jane (org). et al. **A produção de informação na pesquisa social: compartilhando ferramentas**. Rio de Janeiro, 2014.

CORREA, Luciana. Geração Youtube: Um mapeamento sobre o consumo e a produção de vídeos por crianças de 0 a 12 anos – Brasil – 2005/2016. **Seminário crianças e tecnologia: publicidade em ambientes digitais**. ESPM, 2016

COSTA, Rosely Gomes. Reprodução e gênero: paternidades, masculinidades e teorias da concepção. **Estudos Feministas**, 1995. Disponível em:
<<https://www.scielo.br/j/ref/a/WK3fcbGQkXxkGygZtFgGhzd/?format=pdf&lang=pt>>
Acesso em: 16 jul. 2021.

CRUZ, Lilian. HILLESHEIN, Betina. GUARESCHI, Neuza Maria de Fatima. Infância e políticas públicas: um olhar sobre as práticas psi. **Psicologia & Sociedade**, Porto

- Alegre, v. 17, n. 3, p. 42-49, set/dez. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v17n3/a06v17n3.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2020.
- DANTAS, Jéssica Jaciana Silva. **Identidades infantis de gênero na publicidade: o que ensinam as propagandas de TV?** Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2016.
- DEBERT, Guita Grin. Mudanças no curso da vida. **Comciencia**. Set/ 2018. Disponível em: <<https://www.comciencia.br/mudancas-no-curso-da-vida/>> Acesso em: 23 nov. 2020.
- DEL PRIORE, Mary. **A mulher na história do Brasil**. Contexto, 1989.
- DEMO, Pedro. **Pesquisa: princípio científico e educativo**. 14. ed. São Paulo: Cortez, 2011
- DESCARTES, René. **Discurso do método**. 2.ed. São Paulo: Difel, 1962.
- DIAS, Julia Santos Rodrigues. **Gênero na publicidade infantil: estratégias de marketing e representações**. Dissertação (Mestrado em Mídia e Cotidiano) – Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2016.
- FARIAS, Michelle Chagas de. **A loja de brinquedos na produção das infâncias contemporâneas: uma leitura a partir dos estudos culturais em educação**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Luterana do Brasil. Canoas, 2017.
- FELIPE, Jane. Infância, gênero e sexualidade. **Educação e Realidade**, São Paulo, v. 25, n.1, p 115-131, jan/jun. 2000. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/48688/30332>> Acesso em: 31 jan. 2020.
- FERRARI, Anderson; OLIVEIRA, Danilo Araujo de. O caso do aluno gay expulso da escola: moral, verdade e ética nas construções das homossexualidades masculinas no contexto escolar. In: RODRIGUES, Alexsandro (org). **Crianças em dissidências: narrativas desobedientes da infância**. Salvador: Editora Devires, 2018.
- FERREIRA, André Luis do Nascimento. **A infância no tubo digital: felicidade via consumo?** Dissertação (Mestrado em Mídia e Cotidiano) – Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2017
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. O estatuto pedagógico da mídia: questões de análise. **Educação e Realidade**, n. 22. jul/dez, 1997. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71363>> Acesso em: 16. jul. 2021
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. Problematizações sobre o exercício de ver: mídia e pesquisa em educação. **Revista brasileira de educação**. n. 20. mai/jun/jul/ago, 2002. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rbedu/n20/n20a07>> Acesso em: 29 jun. 2020

FISCHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. **Educação e pesquisa**. São Paulo, v. 28, n.1, p 151-162, jan/jun. 2002. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/ep/article/view/27882/29654>> Acesso em: 29 jun. 2020

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Mídia, Juventude e Memória cultural. **Educação e Sociedade**, Campinas, v. 29, n.104, p. 667-686, 2008. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/es/v29n104/a0329104.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 3ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

FROTA, Ana Maria Monte Coelho. Diferentes concepções da infância e adolescência: a importância da historicidade para sua construção. **Estudo e pesquisa em psicologia**, Rio de Janeiro, v.7, n.1, 2007. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812007000100013>. Acesso em: 10 ago. 2020.

GERGEN, Kenneth J. O movimento do construcionismo social na psicologia moderna. **Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis**, Florianópolis, v. 06, n.1, p. 299-325, jan/jul. 2009. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article/view/1807-1384.2009v6n1p299/10807>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

GERGEN, Kenneth J; GERGEN, Mary. **Construcionismo Social: um convite ao diálogo**. Rio de Janeiro: Instituto Noos, 2010.

GINDRE, Gustavo. A tecnologia das mídias: a relação dos sujeitos com os meios de comunicação. In: BOCK, Ana Mercês Bahia, et al. **Mídia e psicologia: produção de subjetividade e coletividade**. 2d. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 2009.

GHIRALDELLI, Paulo Jr. As concepções de infância e as teorias educacionais modernas e contemporâneas. **Educação e realidade**, v, 25, n. 1, 2000. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/47411>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

GODOY, Karine Natalie Barra. **Construção das identidades de gênero na infância: os discursos dos brinquedos e brincadeiras**. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2017

GUARESCHI. Pedrinho. Mídia e cidadania. **Conexão – comunicação e cultura**. Caxias do Sul, v. 5, n. 9, p. 27-40. Jan/jun. 2006. Disponível em: < <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/202/193>> Acesso em: 29 jun. 2020.

GUARESCHI, Pedrinhi. Mídia e democracia: o quarto versus o quinto poder. **Revista debates**, Porto Alegre, v.1, n.1, p. 6-25, 2007. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/debates/article/view/2505>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

GUARESCHI, Pedrinho; ROMANZINI, Lisie Polita; GRASSI, Lúcia Biavaschi. A “mercadoria” informação: um estudo sobre comerciais de TV e rádio. **Paidéia**, v.18, n.41, p. 567-580, 2008. Disponível em: < https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-863X2008000300012&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 10 ago. 2020.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica**: cartografias do desejo. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

GUEDES, Brenda. Sobre a publicidade infantil: discursos em destaque no cenário nacional. **Extraprensa**, n. 15, dez, 2014. Disponível em: < <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/epx15-a3/96690>>. Acesso em: 21 jun. 2021.

GUERRA, Judite. **Dos “segredos sagrados”: gênero e sexualidade no cotidiano de uma escola infantil**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005.

HENNIGEN, Inês. Subjetivação como produção cultural: fazendo uma outra psicologia. **Psicologia & Sociedade**, Porto Alegre, v. 18, p. 47-53, maio/ago. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v18n2/06.pdf>>. Acesso em: 29 jun. 2020.

HILLESHEIN, Betina; GUARESCHI, Neuza Maria de Fátima. De que infância nos fala a psicologia do desenvolvimento? Algumas reflexões. **Psicologia da educação**, São Paulo, v. 25, p. 75-92, 2ºsem. 2007. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psie/n25/v25a05.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

HUBBART, Ruth. Algumas ideias sobre a masculinidade das ciências naturais. In: GERGEN, Mary McCanney (ed). **O pensamento feminista e a estrutura do conhecimento**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1993.

IBAÑEZ, Tomás. O “giro linguístico”. In: IÑIGUEZ, Lupicínio (Coord.). **Manual de análise do discurso em ciências sociais**. Petrópolis: Vozes, 2004

IÑIGUEZ, Lupicínio. A Pós-modernidade: O novo Zeitgeist de Nosso Tempo. In: MARTINS, João Batista (Org.). **Temas em análise institucional e em construcionismo social**. São Carlos: Fundação Araucária, 2002.

IÑIGUEZ, Lupicínio. Os fundamentos da análise de discurso. In: IÑIGUEZ, Lupicínio (coord). **Manual de análise do discurso em ciências sociais**. Petrópolis: Vozes, 2004

IÑIGUEZ, Lupicínio. La psicología social en la encrucijada post-construccionista: historicidade, subjetividad, performatividad, acción. In: GUARESCHI, Neuza (org). **Estratégias de invenção do presente**: a psicologia social no contemporâneo. Rio de Janeiro: Centro Eldelstein de Pesquisas Sociais, 2008.

KUHN, Martin; CALLAI, Helena Copetti; TOSO, Cláudia Eliane Ilgenfritz. Pressupostos epistemológico dos círculos concêntricos. **E-curriculum**, São Paulo, v. 17, n.2, p. 472-491, 2019. Disponível em: < <http://dx.doi.org/10.23925/1809-3876.2019v17i2p472-491>> Acesso em: 10 ago. 2020.

- LEAF, Munro. **O touro Ferdinando**. 1.ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.
- LONGINO, Helen E. Epistemologia Feminista. In: GRECO, John; SOSA, Ernest (org). **Compêndio de Epistemologia**. 2.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2012.
- LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.
- MAIA, Ana Claudia Bortoluzzi; NAVARRO, Carolina; MAIA, Ari Fernando. Relação entre gênero e escola no discurso de professoras do ensino fundamental. **Psicologia e Educação**, São Paulo, n. 32, jun. 2011.
- MARCILIO, Daniela Signorini. **Brincadeiras infantis no município de São Paulo: Penha e Cangaíba entre o passado e o presente**. Dissertação (Mestrado em estudos culturais) – Escola de artes, ciências e humanidades, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2015.
- MARTINS, João Rodrigo Vedovato. Gênero, infância e periferia. **Caderno de gênero e diversidade**, v. 02, n. 01, jan/jun. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/cadgendiv/article/view/16538/13011>>. Acesso em: 21 jun. 2021.
- MARTINS, Marcelo Salvador. **As relações de gênero entre crianças nas brincadeiras**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade do Sul de Santa Catarina. Tubarão, 2014.
- MELO, Eliana Virgínia de. **Persuasão nas imagens generificadas nos jogos online infantis do portal clickjogos**. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2015.
- MENDES, Karina Dal Sasso; SILVEIRA, Renata Cristina de Campos Pereira; GALVÃO; Cristina Maria. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. **Texto & Contexto Enfermagem**. Florianópolis, v. 17, n. 4, p 758-764, out/dez. 2008.
- MOREIRA, Lisandra; NARDI, Henrique. Mãe é tudo igual? Enunciados produzindo maternidade (s) contemporânea (s). **Estudos feministas**, n. 17, v. 2, mai/ago. 2009.
- MOREIRA, Renata Leite; RASEIRA, Emerson. Maternidades: os repertórios interpretativos utilizados para descrevê-las. **Psicologia e Sociedade**, n. 22, v. 3, dez. 2010.
- MOURA, Solange Maria; ARAÚJO, Maria de Fátima. A maternidade na história e a história dos cuidados maternos. **Psicologia, ciência e profissão**, n. 24, mar. 2004.
- OLIVEIRA, Ana Claudia Delfini Calpistrano de. Estudos Sociológicos sobre Infância e Gênero no Brasil: o Lugar das Meninas e dos Meninos em Publicações Científicas. **Mediações**, Londrina, v. 23, n. 1, p. 243-262, jan./jun. 2017.

OLIVEIRA, Catarina Sales; MENDES, Andreia. Brincar ao gênero: Socialização e igualdade na educação pré-escolar. **Ex aequo**, n. 36, p. 167-186, 2017.

OLMOS, Ana. Mídia e produção de subjetividade: questões na infância e na adolescência. In: BOCK, Ana Mercês Bahia, et al. **Mídia e psicologia: produção de subjetividade e coletividade**. 2d. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 2009.

OROFINO, Maria Isabel. Point of view of the child in the debate about communication and consumption. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud**, [S.L.], v. 13, n. 1, p. 369-381, 31 jan. 2015..

PAPINI, Alexandra Balbo. **A publicidade infantil em canais de youtubers mirins**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero. São Paulo, 2017.

PEREIRA, Angélica Silvana; OLIVEIRA, Ericka Marcelle Barbosa de. Brincadeiras de meninos e meninas: cenas de gênero na educação infantil. **Revista Reflexão e Ação**, Santa Cruz do Sul, v. 24, n. 1, p 273-288, jan/abr. 2016. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/reflex/article/view/7061/pdf>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

PERPÉTUO, Lays Nogueira. **Voar fora da asa: Relações entre experiência, criança e subjetividade nos brincares da educação infantil**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal de Lavras. Lavras, 2017.

PONTES, Valentina. **Luccas Neto transformou eu e minhas amigas em sereia aquática**. Youtube, 06 out. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yofRfp3TcQM>>. Acesso em: 15 maio 2021.

PONTES, Valentina. **Valentina Pontes vira boneca gigante da Sininho**. Youtube, 22 dez. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=M0eFbA-Zdac&t=40s>>. Acesso em: 15 maio 2021.

PONTES, Valentina. **Fantasia e maquiagens para crianças**. Youtube, 28 out. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=GIhstcesgA&t=154s>>. Acesso em: 15 maio 2021.

PONTES, Valentina. **A menina que não tinha amigas aprendeu uma lição**. Youtube, 14 dez. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=T6OAw-fGk6o&t=37s>>. Acesso em: 15 maio 2021.

PONTES, Valentina. **Valentina brincando com a bebê reborn completo**. Youtube, 30 dez. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ueerHmn6lZw>>. Acesso em: 15 maio 2021.

PONTES, Valentina. **Valentina em uma história engraçada de uma nova irmã**. Youtube, 3 out. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kj4Zp_54Q6o&t=136s>. Acesso em: 15 maio 2021.

PONTES, Valentina. **Valentina em uma história engraçada de uma nova irmã.** Youtube, 19 dez. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UHV7giblb4o&t=1s>>. Acesso em: 15 maio 2021.

PONTES, Valentina. **Mãe de Valentina Pontes vira babá de dois bebezinhos de verdade.** Youtube, 22 out. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DqnmRawU_Ow&t=83s>. Acesso em: 15 maio 2021.

PONTES, Valentina. **Ficamos escondidos e a Valentina é médica e salva a bebê.** Youtube, 02 out. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Zth8FCqarUo&t=50s>>. Acesso em: 15 maio 2021.

PONTES, Valentina. **Brincando de pique pega com minha boneca.** Youtube, 17 dez. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kZN7OIol9H8&t=2s>>. Acesso em: 15 maio 2021.

PRESTES, Lilian Madruga. **Enredadas na rede : jogos para crianças (re) produzindo relações desiguais de gênero.** Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2014.

RASERA, Emerson Fernando; JAPUR, Marisa. Os sentidos da construção social: o convite construcionista para a psicologia. **Paidéia.** São Paulo, v. 15, p. 21-29, 2005. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/paideia/v15n30/05.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2020

RODRIGUES, Alexsandro; et al. Para te assombrar, aqui estamos: corpos não recomendados de crianças demasiadamente reais. In: RODRIGUES, Alexsandro (org). **Crianças em dissidências:** narrativas desobedientes da infância. Salvador: Editora Devires, 2018.

ROSE, Nikolas. Psicologia como uma ciência social. **Psicologia & Sociedade**, v. 20, n. 2, p. 155-164, 2008.

ROTHER, Edna Terezinha. Revisão sistemática X revisão narrativa. **Acta Paulista de Enfermagem**, São Paulo. v. 20, n.2, abr/jun. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-21002007000200001> Acesso em: 29 jun. 2020.

ROVERI, Fernanda; SANTOS, Ana Carolina. Mídia, consumo e publicidade: refletindo sobre o brincar na educação infantil. **Espaço pedagógico.** Passo Fundo, v. 23, n. 1, p. 157-170, 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.5335/rep.v23i1.6362>>. Acesso em: 14 abr. 2021

SALINGER. J.D. **O apanhador no campo de centeio.** 15.ed. Editora do Autor, 1999.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, Luciane Tavares dos. **Narrativas de professoras da educação infantil sobre gênero**: discursos e seus efeitos em práticas pedagógicas. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade do Estado do Pará. Belém, 2016

SARAMAGO, José. **Ensaio sobre a cegueira**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SARAMAGO, José. **Ensaio sobre a lucidez**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SCOTT, Joan. Gênero: Uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, v.20, n. 2, jul/dez, 1995. Disponível em:

<<https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71721/40667>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

SILVA, Adriana Fraga da. Infância, gênero e brinquedos: reflexões sobre a construção da domesticidade feminina através das coisas contemporâneas de brincar. **Revista de arqueologia**, v. 31. n. 2, 2018. Disponível em:

<<https://revista.sabnet.org/index.php/sab/article/view/597/109>>. Acesso em: 21 jun. 2021

SILVA, Adriano da et al. A violência homofóbica no Rio de Janeiro a partir do jornalismo digital. **Interface**, Botucatu, vol.24, 2020. Disponível

em:<https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832020000100227>. Acesso em: 10 ago. 2020

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

SILVA, Ariana Kelly Leandra da. Diversidade sexual e de gênero: a construção do sujeito social. **Revista NUFEN**, n. 1, v.5. São Paulo, 2013. Disponível em: <

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-25912013000100003>. Acesso em: 16 jul. 2021.

SOUZA, Leonardo Lemos et al. A vida pode ser escrita por linhas tortas: quando infâncias, gêneros e sexualidades interrogam o desenvolvimento. In: RODRIGUES, Alexandro (org). **Crianças em dissidências: narrativas desobedientes da infância**. Salvador: Editora Devires, 2018.

SOUZA, Rosilda Maria Socorro de; ZÓIA, Alceu. O jogo e a brincadeira no cotidiano infantil. **Eventos Pedagógicos**, v. 04, n.2, p 191-199, agt/dez. 2013. Disponível em:

<<http://sinop.unemat.br/projetos/revista/index.php/eventos/article/view/1280/949>> Acesso em: 31 jan. 2020.

SPINK, Mary Jane. **Linguagem e produção de sentidos no cotidiano**. Rio de Janeiro, 2010

SPINK, Mary Jane. **Práticas discursivas e produção de subjetividade no cotidiano**. Rio de Janeiro: Cortez, 2013.

SPINK, Peter. Análise de documento de domínio público. In: SPINK, Mary Jane. (Org.). **Práticas discursivas e produção de subjetividade no cotidiano**. Rio de Janeiro: Cortez, 2013.

CADONÁ, Eliane; STREY, Marlene Neves. A construção do sujeito materno: problematizando práticas à luz dos estudos feministas. In: STREY, Marlene Neves et al. (Orgs.). **Gênero e ciclos vitais: desafios, problematizações e perspectivas**. Porto Alegre: Edipucrs, 2012.

TRINDADE, Zeide Araujo; ENUMO, Sônia Regina. Triste e incompleta: uma visão feminina da mulher infértil. **Dossiê família**, n.13, v.2. 2002. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pusp/a/jR8vxx3VJBfcQcppNcwhztj/abstract/?lang=pt&format=html>> Acesso em: 16. jul. 2021.

VEIGA-NETO, Alfredo. É preciso ir aos porões. **Revista Brasileira de Educação**, v. 17, n. 2, p 267-282, mai/agt. 2012. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/118331>> Acesso em: 23 jan. 2020.

ZANELLO, Valeska. Dispositivo materno e processos de subjetivação: desafios para a Psicologia. In: CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Aborto e (não) desejo de maternidade (s): questões para a psicologia**. Brasília, 2016.

7 APÊNDICES

ANÁLISE DOS VÍDEOS VALENTINA PONTES

OUTUBRO

Nome do vídeo: “Ficamos escondidos e a Valentina é médica por um dia e salva a bebê”
Data: 02/10/2019
Diário de campo: Valentina, seu Irmão e sua Mãe começam o vídeo, anunciando que irão brincar de esconde-esconde. Enquanto Valentina brinca com a casinha de brinquedo em uma perspectiva atrás dos outros dois personagens, a mãe de Valentina anuncia que ela e o irmão terão uma capa da invisibilidade (efeito de edição). Valentina começa a contagem regressiva para a brincadeira e os outros dois se escondem com a capa. Enquanto a menina procura, começa a chover no ambiente de fora da casa (efeito de edição) e então ela encontra sua “filhinha”, uma <i>Baby Alive</i> “cuida de mim”, deitada na chuva, diz que ela está com febre e a leva para dentro. Valentina começa a cuidar da boneca com seus acessórios, termômetro, estetoscópio, otoscópio e chega à conclusão que ela não está nada bem. A menina coloca a fralda na boneca e lhe dá água, reforçando a importância dos acessórios com a fala “ainda bem que você vem com todos esses acessórios, para eu cuidar de você”. Ela ainda mostra o quão bonita a boneca é, descrevendo-a. Valentina então decide procurar sua família. O tempo todo, os dois estavam ao lado, embaixo da capa, observando. A perspectiva de câmera muda para o irmão que sugere que talvez Valentina tenha se esquecido dos dois e precise de ajuda com sua “filhinha”. Mas os dois chegam à conclusão que pode ser uma armadilha para pegá-los. Valentina escorrega na capa e encontra os dois. É anunciado que o vídeo acabou.
Contexto da história: Ambiente: A história passa-se na casa de Valentina. No ambiente de fora, existem aparecem duas casas de brincadeira, uma toda colorida e um castelo cor-de-rosa das princesas. Na parte de dentro, existe uma cozinha de brinquedo, cor-de-rosa, também das princesas. Objetos: Existem vários objetos dentro da casa, mas os que mais se destacam na cena são os brinquedos de Valentina. <i>Baby Alive</i> “Cuida de mim”: é uma boneca branca, loira, dos olhos verdes. Ela tem um vestido azul bebê com corações brancos e um coração verde na cabeça. A caixa do produto aparece ao lado de Valentina enquanto ela brinca. Personagens: Valentina; Mãe; Irmão.
Como se narra a história: A história tem uma introdução, onde a família conta o que vai acontecer no vídeo; um desenvolvimento, que se desenrola a cena; e, uma conclusão, onde eles agradecem os telespectadores por terem assistido e pedem por <i>likes</i> e para que se inscrevam no canal. Apesar da ênfase maior ser dada à Valentina, existe ainda uma outra perspectiva de câmera no estilo selfie, onde o irmão e a mãe da menina seguram a câmera e é possível que se veja e escute por baixo da capa da invisibilidade.
Edição (efeitos): A capa da invisibilidade é um lençol que a mãe e o irmão colocam sobre si e desaparecem da imagem. Existe ainda uma perspectiva de câmera no estilo “selfie”, que permite que o telespectador assista os dois conversando embaixo da capa. Quando a menina vai procurar os familiares, ao girar, aparecem efeitos cor de rosa na tela.

A chuva faz Valentina achar a boneca na área de fora da casa; também é um efeito de edição.

Enquanto a menina cuida da boneca aparem corações e no fundo são reproduzidos áudios de batidas do coração e outros efeitos sonoros.

Mensagem (produção de subjetividade na infância): A partir desses dados, analisamos a relação da publicidade com a produção de significados da maternidade logo na infância. Apesar da boneca *Baby Alive* ter acessórios de médico, como estetoscópio e otoscópio, Valentina a chama de “filhinha” e a cuida como tal. Entendemos a confusão da menina, na medida em que, além desses acessórios, a boneca ainda vem com fraldas e um copinho de água, objetos facilmente associados na infância à maternidade e não à profissão médica.

Ao descrever a boneca e dizer o quão bonita ela é, Valentina está descrevendo um padrão de beleza eurocêntrico, que a própria protagonista do vídeo não tem. Uma breve busca no google nos diz que existem outras bonecas *Baby Alive* “cuida de mim”, o que nos faz questionar a escolha de determinada boneca para o vídeo.

Nome do vídeo: “O boneco do Luccas Neto transforma mamãe em sereia aquática”

Data: 04/10/2019

Diário de campo: Valentina e sua mãe iniciam o vídeo, brincando de peteca. Logo aparece o boneco do Luccas Neto, em uma perspectiva muito próxima à câmera, se apresentando dizendo que vai transformar Valentina novamente em sereia aquática. A mãe de Valentina diz que não, apesar da menina estar pedindo. Então, aparece um efeito de edição na cena, como se Luccas Neto tivesse feito um “feitiço” e a mãe de Valentina se joga na frente e ela acaba virando sereia aquática (aparece com uma calda de fantasia). Ela diz que está com muito calor, Valentina vai atrás de água e o boneco diz que vai atrás de ajuda. A menina pega um pote de água na piscina e joga na calda de sua mãe. A mãe pede para ser levada para a piscina e sugere que Valentina traga o trator de brinquedo. A mãe então sobe em cima do trator e Valentina vai dirigindo-o até a piscina. Ela coloca a calda na água e agradece Valentina pela ajuda, dizendo que é muito bom ser sereia. O boneco de Luccas Neto retorna à cena e com outro efeito de edição transforma a mãe ao normal. Luccas se despede e Valentina encerra o vídeo.

Contexto da história:

Ambiente: A história se passa na parte de fora da casa de Valentina, aparecem duas casas de brincadeira, uma toda colorida e um castelo cor-de-rosa das princesas. Ainda, é importante para o contexto da história a piscina em que a mãe de Valentina banha a calda.

Objetos: No vídeo chamam atenção uma bicicleta azul e a peteca que Valentina e a mãe estão brincando.

Boneco do Luccas Neto: O boneco veste a roupa que Luccas normalmente usa em seu canal do Youtube e no vídeo alguém imita sua voz para que ele fale. O real boneco do Luccas Neto fala apenas algumas frases prontas.

Personagens: Valentina; Mãe.

Como se narra a história: A história tem um desenvolvimento onde acontece a cena e um final, em que Valentina diz que a brincadeira acabou e pede que as pessoas se inscrevam no canal e deem *like* no vídeo.

Quando o boneco aparece a ênfase da câmera é dada para ele.

Edição (efeitos): Os efeitos desse vídeo envolvem a cena em que a mãe se transforma em sereia aquática e volta ao normal de novo. A edição faz parecer que o boneco tem super poderes e fez um feitiço para que isso aconteça.

Mensagem (produção de subjetividade na infância): Os efeitos de edição desse vídeo são fundamentais para a publicidade envolvida nele. Eles fazem com que o telespectador tenha a sensação de que o boneco do Luccas Neto possui poderes especiais, incluindo um sonho de Valentina, que aparece em muitos outros vídeos, virar uma sereia aquática. É importante analisar a ausência de um personagem nesse vídeo, o irmão de Valentina, que não aparece quando o assunto é esse, o que podemos apenas assumir que esse não é um tema relacionado a meninos e por isso apenas sua mãe poderia se transformar também em sereia aquática.

Nome do vídeo: Luccas Neto transformou eu e minhas amigas em sereia aquática

Data: 06/10/2019

Diário de campo: Valentina aparece com suas amigas, todas vestidas de princesas, perto da piscina e pede se elas querem dar um mergulho. Todas respondem que sim. O boneco do Luccas Neto logo aparece se apresentando e perguntando se elas querem ser sereias aquáticas. As meninas respondem que sim e aparece um efeito de edição e todas aparecem fantasiadas com calda de sereia. As crianças começam a reclamar e Luccas Neto responde que vai chamar a mãe de Valentina. As meninas se arrastam para dentro da piscina e Valentina chama a sua mãe que parece surpresa por elas terem se transformado em sereias novamente. Valentina explica o que aconteceu e a sua mãe diz que, enquanto Luccas Neto recupera as forças elas podem aproveitar a piscina. A mãe de Valentina busca então bóias e um saco de bolas para as meninas se divertirem na piscina; elas começam a dizer que estão gostando de ser sereias. Ela explica que as crianças não podem ser sereias para sempre, pois precisam estudar, tomar banho, dormir e então chama o boneco do Luccas Neto para transformá-las ao normal novamente.

Contexto da história:

Ambiente: O vídeo se passa no ambiente de fora da casa de Valentina, onde há uma piscina e um jardim.

Objetos: A mãe de Valentina distribui uma bóia de unicórnio e outra de picolé para as meninas brincarem na piscina, além de dois sacos de bolinhas que boiam na água.

Boneco do Luccas Neto: O boneco veste a roupa que Luccas normalmente usa em seu canal do Youtube e no vídeo alguém imita sua voz para que ele fale. O real boneco do Luccas Neto fala apenas algumas frases prontas.

Personagens: Valentina; Mãe; Três amigas.

Como se narra a história:

A história possui um desenvolvimento onde acontecem os fatos, um final em que Valentina apresenta suas amigas e encerra a história.

Quando o boneco aparece, a ênfase da câmera é dada para ele.

Edição (efeitos): Os efeitos de vídeo se dão quando as meninas são transformadas em sereias aquáticas e depois voltam ao normal.

Ainda há a voz de Luccas Neto que é imitada como se ele pudesse falar.

Mensagem (produção de subjetividade na infância): O vídeo já é anunciado como um ambiente de meninas quando as três aparecem vestidas de princesas caminhando perto da piscina. Novamente notamos a ausência de um personagem muito comum nos

vídeos de Valentina, o irmão. É como se ele não fizesse parte desse universo de princesas e sereias aquáticas. Outra vez, a publicidade do boneco de Lucas Neto se ancora ao fato de que ele teria poder de realizar os desejos mais profundos das crianças, já que virar uma sereia aquática é tema constante nos vídeos de Valentina.

Outro fato importante a ser analisado é a superioridade do discurso da maternidade sobre qualquer outro. Quando Valentina pede porque o boneco Lucas Neto a transformou de volta ao normal, ele responde “Porque sua mãe mandou”; essa parece uma resposta que não precisa de mais explicações. Até os poderes sobrenaturais do boneco estão limitados ao que diz a maternidade.

Nome do vídeo: Valentina em uma história engraçada de uma nova irmã

Data: 13/10/2019

Diário de campo: O pai de Valentina aparece no vídeo com uma boneca *reborn* no colo enquanto Valentina e a mãe assistem TV. Ele diz que a “Daniele” pediu que Valentina cuidasse um pouco da “bebê” e avisa que está indo trabalhar. A mãe de Valentina pega a boneca e começa a cuidar dela, enquanto a menina demonstra interesse em olhar e ela diz para ter cuidado, pois é muito frágil. Quando Valentina vai encostar na boneca, um efeito sonoro representa que teria sido muito rude e a mãe a proíbe de encostar nela, fazendo Valentina ficar chateada. A mãe pede que coloque uma música para a bebê, o que deixa a menina irritada, sendo representado por uma nuvem chovendo em sua cabeça (efeito de edição). Valentina busca a atenção da mãe, que pede para que ela dê espaço para a bebê. A menina retruca dizendo que ela é sua filha, enquanto a criança seria apenas sobrinha. Valentina vai para o seu quarto reclamando da situação, que a menina teria roubado a sua mãe e começa a jogar em um *iPad*. Enquanto isso, em outra cena, a mãe de Valentina diz que a bebê pegou no sono e que a vai colocar para dormir no quarto da filha. Chegando lá, ela vê que Valentina está fazendo barulho e pede que ela vá novamente para a sala. A menina então explode de raiva contrariada e a mãe diz que ela teria acordado a bebê. Valentina sai do quarto e a mãe coloca a bebê dormir na cama. Em outra cena, na sala, Valentina volta a ouvir música em um volume muito alto e a dançar. A mãe sai do quarto e vai pausar a música e pedir silêncio. Novamente, Valentina fica irritada. A mãe então diz que “ela é a bebezinha dessa casa e não você” para a menina, que reflete que sempre foi a bebê da mãe e que o que a mãe falou foi errado. Subindo as escadas, a mãe percebe que não deveria ter dito isso e volta conversar com a menina, explica que naquele dia está cuidando de uma bebê menor e que precisa dar mais atenção para ela. Também diz que errou, mas aponta as atitudes erradas da menina, como bater a porta e colocar música alta. As duas fazem as pazes e vão brincar de peteca na parte de fora da casa. No fim do vídeo, Valentina explica que não se pode ter muito ciúmes, apenas um pouquinho. A mãe complementa que não pode ficar com raiva porque tem um bebezinho em casa para cuidar e que sempre tem que ajudar a mãe nessa tarefa.

Contexto da história:

Ambiente: Boa parte do vídeo se passa na sala da casa da família, onde o foco é em um sofá de dois lugares e uma TV de tela plana bastante grande. No quarto de Valentina, as cores predominantes são o rosa e o branco e, ao redor da cama, existe um escorregador em formato de castelo.

Objetos: Bebe *reborn* – é uma boneca que se parece muito com um bebê de verdade. Nesse caso, a boneca usa rosa e tem um top rosa na cabeça. A pele é branca e os olhos e o cabelo castanhos.

Personagens: Pai; Valentina; Mãe.

Como se narra a história: A história se divide em desenvolvimento e conclusão, onde Valentina e a mãe apresentam como se fosse uma moral do vídeo.

Ainda, durante o vídeo as cenas cortam entre o que Valentina está fazendo e o que a mãe está fazendo (sala e quarto).

Edição (efeitos): Os principais efeitos de edição dizem respeito aos relacionados ao humor de Valentina. Toda a vez que ela fica mal humorada ou irritada, isso é representado, por exemplo, com uma nuvem negra chovendo em sua cabeça.

Mensagem (produção de subjetividade na infância): Dessa vez, na fantasia relacionada à boneca, Valentina não assume o papel de cuidadora ou mãe (apesar de no início do vídeo seu pai ter lhe designado essa função), ela aparece como uma criança com ciúmes de sua mãe. Podemos pensar que talvez essa incumbência não lhe seja dada, pois o bebê *reborn* simula muito bem a aparência física de um bebê de verdade, que necessita de cuidados que vão além do que Valentina é considerada capaz de oferecer.

Também é necessário analisar a figura do pai, que desempenha um papel muito breve de aparecer, segurando a criança, entregar para a mãe e sair para trabalhar, deixando muito nítida a separação de papéis domésticos e públicos na família.

Nome do vídeo: Valentina se transformou em uma pequena sereia aquática

Data: 16/10/2019

Diário de campo: O vídeo começa com Valentina vestida com uma calda de sereia, a mãe passando um tipo de espuma na menina e as duas falando que algo não estava funcionando. Logo a cena corta para as duas caminhando no pátio da casa e Valentina falando que queria muito ser sereia de verdade, pois vê nos filmes. A mãe explica que isso não é possível, que filme é ficção, mentirinha, para entreter. Então, elas vão entrando na casa e a mãe diz que tem uma surpresa para a menina; pede que ela espere um minuto. Então, ela volta com uma *Barbie* sereia. A menina diz que a boneca é linda e que queria uma cauda daquele jeito. Valentina então tem a ideia de jogá-la na piscina para ver se ela vai nadar. As duas saem novamente de casa e vão até a piscina, onde Valentina coloca a boneca na água. No início, não dá certo, a *Barbie* não nada, mas quando ela a joga mais para o fundo, para a surpresa das duas, a boneca começa a nadar (efeito de edição). Valentina tira a boneca da piscina e algo começa a acontecer com a *Barbie* (efeito de edição). Valentina aparece então com uma cauda, como se tivesse se transformado em sereia. Ela entra na piscina com a boneca e começa a nadar. A *Barbie* começa a falar e diz que Valentina será sereia para sempre. A mãe de Valentina implora para a boneca transformá-la ao normal novamente e a sereia diz que o único jeito é passar espuma de barbear por toda a sua cauda. A mãe busca a espuma e passa em Valentina, mas não funciona. A sereia então diz que tem que colocar uma luz na cauda. As duas fazem isso e não funciona. A sereia diz que Valentina tem que comer uma banana para voltar ao normal, mas continua não funcionando. A *Barbie* então diz que ela precisa tomar um copo de água, o que mesmo assim não funciona. A boneca manda as duas lavarem a cauda inteira novamente com água, o que faz com que Valentina volte ao normal. A menina e a mãe encerram o vídeo.

Contexto da história:

Ambiente: O vídeo se passa no ambiente de fora da casa de Valentina, onde há uma piscina e um jardim. Um pequeno pedaço também se passa na sala de estar da família.

Objetos: *Barbie* sereia – a boneca é branca e tem o cabelo loiro com mechas rosa. Sua roupa, assim como a cauda, são verdes.

Personagens: Mãe; Valentina.
Como se narra a história: A história começa mostrando um pedaço de uma cena do meio do vídeo. Depois existe o desenvolvimento e a conclusão, onde Valentina diz que não gostou de ser sereia por muito tempo.
Edição (efeitos): Os efeitos de edição estão relacionados aos “super poderes” da sereia, como fazer ela nadar e transformar Valentina em sereia.
Mensagem (produção de subjetividade na infância): Mais uma vez a publicidade do brinquedo o associa a poderes sobrenaturais através dos efeitos de edição. A Barbie sereia, apesar de ser apenas uma boneca, é capaz tanto de nadar, como de falar e transformar Valentina em uma sereia aquática, um dos seus maiores sonhos. Novamente notamos a ausência do irmão de Valentina nesse vídeo ou de qualquer outro personagem masculino.

Nome do vídeo: Mãe da Valentina Pontes vira babá de dois bebezinhos de verdade
Data: 22/10/2019
Diário de campo: Mãe de Valentina começa refletindo que está com saudades de seus bebês quando eles eram pequenos. As crianças então chegam e falam para ela que bebês dão muito trabalho, mas ela diz que não se importa e que quando o pai deles voltar do trabalho eles iram planejar mais um filho para o próximo ano. Valentina e Vítor se juntam e planejam se comportar como bebês para que a mãe se lembre como era e desista de ter outro filho. Os dois começam a gritar, como se estivessem chorando e pedem comida, obrigando a mãe a cuidá-los e atender suas necessidades. Durante o vídeo eles leem um livro, escutam música e dançam, brincam com brinquedos de pelúcia, com um trator de brinquedo, e com um <i>Hoverboard</i> , mas nada parece satisfazer as crianças. Muito do que os dois falam não é possível, entender, pois os dois gritam muito. Até que em certo ponto a mãe decide que não vai mais ter outro filho. Os dois então contam sobre seu plano para a mãe e ela concorda que outro bebê daria muito trabalho. Os três encerram o vídeo dizendo que não é que bebês se comportam mal, mas que eles necessitam de mais cuidado.
Contexto da história: Ambiente: O vídeo se passa principalmente na sala de estar da casa da família e na parte de fora, onde fica a piscina. Objetos: Os objetos publicitários que chamam atenção são um trator verde de brinquedo, e um <i>Hoverboard</i> branco. Personagens: Mãe; Vítor; Valentina.
Como se narra a história: Se mostra tanto a mãe conversando sozinha, pensando na saudade de seus filhos pequenos, como a conversa que os irmãos tiveram para armar o plano. Ainda, a história se divide em desenvolvimento e conclusão, onde Valentina explica o que quiseram dizer com o vídeo.
Edição (efeitos): Não há efeitos de edição.
Mensagem (produção de subjetividade na infância): Nesse vídeo em que os objetos da publicidade são um trator de brinquedo e um <i>Hoverboard</i> vemos o irmão de Valentina aparecer novamente.

Nome do vídeo: Fantasias e maquiagens para crianças. Play with royal princess dresses
Data: 28/10/2019

<p>Diário de campo: A mãe de Valentina aparece limpando a casa. Valentina surge pedindo se a mãe lembra-se da festa na casa de sua amiga Letícia, mas a mãe diz que está muito ocupada no momento. Valentina disse que tem uma ideia e corre para o quarto, pega um aspirador de pó de brinquedo, desce e vai ajudar a mãe. As duas aparecem aspirando a casa. A mãe de Valentina diz que ainda tem que tirar o pó da casa, então a menina vai no quarto e pega uma vassoura e uma pá de brinquedo para ajudar a mãe. Enquanto limpam, a mãe de Valentina vai lhe dando dicas de como limpar melhor. Terminando de tirar pó, a mãe de Valentina avisa que precisam limpar os vidros, a menina vai no quarto e pega um rodo. As duas parecem se divertir enquanto limpam a casa. A mãe anuncia que terminaram e elas vão se arrumar para a festa de Valentina. Em uma arara cheia de fantasias, Valentina escolhe um vestido da Cleópatra para vestir. A menina ainda faz, ela mesma, uma maquiagem para combinar com a roupa.</p>
<p>Contexto da história: Ambiente: O vídeo se passa nas salas de estar e de jantar da casa da família. Objetos: Os objetos que chamam atenção no vídeo são o rodo, o aspirador de pó e a vassoura, todos rosa. Ainda, existe a arara de fantasias de Valentina, que tem uma quantidade muito grande de peças. Personagens: Mãe; Valentina.</p>
<p>Como se narra a história: Se divide em desenvolvimento e conclusão, onde as duas se despedem e pedem <i>likes</i> e inscrição.</p>
<p>Edição (efeitos): Enquanto as duas limpam aparecem efeitos que dão a impressão de que as coisas estão muito limpas.</p>
<p>Mensagem (produção de subjetividade na infância): A cor dos brinquedos domésticos de Valentina chama atenção justamente por ser rosa, uma cor que normalmente é considerada do universo feminino.</p>

<p>Nome do vídeo: Desenho do Luccas Neto. Desafio com 3 cores.</p>
<p>Data: 30/10/2019</p>
<p>Diário de campo: Valentina inicia o vídeo dizendo que hoje ela e a mãe farão o desafio das três cores, e que “hoje tem o Luccas Neto e o unicórnio”, mostrando desenhos dos dois. O primeiro desenho que as duas escolhem para pintar é o de Luccas Neto, então Valentina mostra o boneco do <i>youtuber</i> que está ao lado da mesa, a mãe dá risada porque a menina teria trocado o tênis dele pelo de outra boneca. Valentina explica que o pai teria dito que aquele calçado era mais “chique”. A mãe abre um estojo de lápis de cor e giz de cera e fala sobre a infinidade de cores que há, mas que ela deseja pegar apenas o azul. Valentina complementa que precisam de amarelo e marrom (as cores do boneco). A mãe dá risada da possibilidade de ter que pintá-lo de verde, por exemplo. Valentina então explica a brincadeira, que consiste em pegar cores aleatórias e só poder pintar o desenho com elas. Na hora de tirar os lápis dentre os quais irão sortear, as duas colocam vários tons de azul e uma canetinha rosa, o que a mãe faz dando risada. Na hora que a mãe de Valentina tapa seus olhos para que ela escolha as cores, a menina frisa sua vontade de tirar a cor azul várias vezes, mas ela acaba tirando verde, amarelo e marrom. Na hora da mãe pegar as coras, ela acaba pegando rosa, roxo e laranja, o que provoca frustração e um tom de deboche por parte do pai que está filmando o vídeo. Enquanto pinta, a mãe pede desculpas para Luccas Neto, por pintar sua roupa de rosa e Valentina faz várias menções aos “aventureiros”, do canal de Luccas Neto. Ainda, a mãe de Valentina faz algumas piadas com o desenho dela, a menina responde que é</p>

<p>feito falar mal do desenho do amigo, fazendo com que a mãe se desculpe e fale em tom de deboche que está lindo. No fim do vídeo, quando a mãe vai mostrar o seu desenho, ela diz que Luccas Neto é o aventureiro rosa e Valentina a corrige dizendo que ele é a aventureira. Apontando para o desenho, a menina ainda diz “ela tem cílios”, que foi a mãe que desenhou. Já Valentina pintou o <i>Youtuber</i> em uma espécie de fantasia do Brasil, verde e amarela.</p>
<p>Contexto da história: Ambiente: O vídeo se passa na sala de estar da família, aparece apenas uma mesa, uma árvore de Natal e uma cozinha de brinquedo rosa atrás. Objetos: Boneco do Luccas Neto. Personagens: Mãe; Pai; Valentina</p>
<p>Como se narra a história: Dessa vez fica nítido que quem está gravando o vídeo é o pai de Valentina, pois ele interage com a história, conversando com as duas várias vezes.</p>
<p>Edição (efeitos): Existem sons de risada ou de frustração que acompanham as reações das duas durante todo o vídeo.</p>
<p>Mensagem (produção de subjetividade na infância): A graça do vídeo parece girar em torno do fato de ser impossível e até mesmo ridículo Luccas Neto aparecer com roupas cor de rosa e roxo. Quando Valentina fala sobre os aventureiros dos vídeos de Luccas Neto, entende-se que cada um tem uma cor, ligado a um poder; entretanto, nota-se que a aventureira rosa é uma menina na história de Luccas Neto. Nesse vídeo fica nítido um engessamento da imaginação da infância, na medida em que não se permite que saia do esperado nem para desenhar.</p>

DEZEMBRO

<p>Nome do vídeo: Levaram minha bebê reborn</p>
<p>Data:</p>
<p>Diário de campo: Valentina aparece brincando com uma bebê <i>reborn</i> em um lugar fora de sua casa, com bancos, elogiando, dizendo que a boneca tem os olhos azuis. Chama a boneca de “irmãzinha”. De repente, a voz de sua mãe surge lhe chamando para pedir se já havia escovado os dentes após o almoço, Valentina avisa a boneca que já volta e a deixa em um banco. Aparece, então, a parte de baixo do corpo de alguém retirando a boneca de lá enquanto Valentina não vê. Valentina e a mãe aparecem conversando sobre ela não ter escovado os dentes e quando ela diz que estava brincando com a boneca, a mãe pergunta onde ela está. Quando a menina responde que a deixou no banco, a mãe parece ficar brava, diz que a boneca é muito cara e que se levaram embora não vai comprar outra. As duas vão procurar a boneca, chegando lá Valentina anuncia “Alguém já roubou ela!”. Caminham para procurar o brinquedo, Valentina ainda diz “to vendo um homem por ali, mamãe” e sua mãe responde “se ele estiver eu vou pegar”. As duas não encontram, mas voltam pelo mesmo caminho, encontram Vítor, o irmão de Valentina, com a boneca na mão. Ele explica que viu a boneca sozinha e pegou. A mãe anuncia que foi só uma confusão. O vídeo é encerrado.</p>
<p>Contexto da história: Ambiente: O vídeo se passa fora da casa da família. O ambiente parece uma pousada, cheio de casas, árvores e bancos. Objetos: Bebê <i>reborn</i> – boneca branca, dos olhos azuis e cabelo castanho. Vestida de rosa e deitada em um bebê conforto rosa. Personagens: Mãe; Valentina; Vítor</p>

Como se narra a história: Quando a boneca é “roubada” aparece apenas a parte de baixo do corpo de Vítor, para não mostrar quem a pegou.
Edição (efeitos):
Mensagem (produção de subjetividade na infância): Pelo fato de a boneca ser cara, Valentina e a mãe logo associam o seu sumiço a um possível furto. Mais do que isso, Valentina diz “to vendo um homem ali” e as duas não acham nenhuma pessoa, o que passa a sensação de que, pelo menos a menina já havia criado um estereótipo em relação à pessoa que havia pegado a boneca.

Nome do vídeo: A menina que não tinha amigas aprendeu uma lição
Data:
Diário de campo: Valentina aparece passeando com sua mãe (que nesse vídeo é representada por outra atriz), enquanto três meninas brincam do lado e tem a ideia de a chamar para brincar junto. Valentina parece querer ir, mas a mãe diz que não e fala “não sei nem se tomaram banho hoje”; afugenta as meninas com “sai, vão para lá, vão perturbar outro, não tenho dinheiro não”. Depois que elas vão embora, as meninas aparecem falando sobre a mãe de Valentina, que ela não a deixa brincar, que queriam brincar e que tomam banho. Então, tomam a decisão de que não querem mais brincar com Valentina. A cena corta e aparece Valentina conversando com sua mãe, diz que queria brincar com as meninas e a mãe diz que tem algo muito melhor para ela, uma surpresa. Elas aparecem no quarto e a mãe dá a Valentina uma bebê <i>reborn</i> dizendo que é o melhor brinquedo de todos, que custa 3 mil reais; que não é para qualquer criança, só para as especiais como ela. Valentina diz que não queria o brinquedo, que queria um amigo, e a mãe diz que teve uma ideia. Ela traz, então, outro bebê <i>reborn</i> , e diz que eles podem ser amigos. Valentina diz que queria um amigo de verdade. A mãe traz agora um <i>Hoverboard</i> , Valentina vai testar o brinquedo e diz que é chato brincar sozinha. A mãe pede que ela diga qualquer coisa que ela sonha, pois a mãe comprará, pois seu dinheiro compra tudo. Valentina pede que ela compre um amigo, a mãe responde que amigo não se compra, se conquista, em um tom de tristeza e fala que elas podem tentar ir atrás do prejuízo. Valentina tem a ideia de ir ao parquinho onde as meninas no início do vídeo estavam. A mãe assume que errou e que toda criança merece ter amigos. Chegando lá, as outras crianças não querem brincar com ela, pois ela teria dito que as meninas não tomavam banho. Enquanto isso, a mãe aparece arrependida, pensando o que teria feito com sua filha. Ela vai conversar com as meninas e diz que os bens materiais não têm sentido em nossa vida, o que precisamos é de amigos. As meninas aceitam Valentina como amiga e elas começam a brincar. A mãe fica surpresa com a felicidade da filha, que diz que esse é o melhor dia de sua vida. No fim do vídeo, todos se apresentam e dizem seus <i>Instagrams</i> . Valentina revela que a atriz que faz sua mãe é, na verdade, sua dinda.
Contexto da história:
Ambiente: A história se passa pela casa da família de Valentina, no ambiente do jardim e em seu quarto.
Objetos: Duas bebês <i>reborns</i> . Uma com a pele branca, olhos azuis e cabelo castanho, vestindo roupas rosa e outra negra, com o cabelo escuro, vestindo roupa branca.
Personagens: Mãe (representada por outra atriz)/ Valentina/ Amigas
Como se narra a história: A história mostra a perspectiva de todos os personagens, mostra tanto o que pensam as amigas de Valentina, quanto o que ela e a mãe estão refletindo e conversando.

No final da história há um comentário do pai de Valentina, que sugere que ele esteja gravando o vídeo. A mãe verdadeira de Valentina também aparece no fim do vídeo.
Edição (efeitos): O mais relevante dos efeitos de edição são as músicas, principalmente, tristes que acompanham o humor de Valentina durante boa parte do vídeo.
Mensagem (produção de subjetividade na infância): A mensagem que a família parece querer passar através do vídeo é de que bens materiais não são tão importantes quanto coisas materiais. Entretanto, é muito forte o discurso de que a boneca custa 3 mil reais e que só crianças especiais a podem ter, principalmente, porque em outros vídeos Valentina aparece diversas vezes brincando com ela. Existe também nesse vídeo a ligação imediata da riqueza com a má educação da mãe, que ofende as crianças no início do vídeo. É importante lembrar que todos os itens apresentados no vídeo, que a mãe teria dado para Valentina em uma tentativa de comprá-la, são da própria menina, pois ela aparece brincando com eles em outros vídeos analisados. A substituição da mãe de Valentina por uma atriz parece ser estratégica, já que a verdadeira mãe da menina sempre aparece ligada a uma imagem de mãe/amiga, mãe que compreende.

Nome do vídeo: Brincando de pique pega com a minha boneca
Data:
Diário de campo: Valentina, Vítor e a mãe começam apresentando o vídeo do dia dizendo que vai ser sobre pega-pega e que Valentina começará pegando os outros, enquanto quem fica com a câmera será a mãe e a “produção”. Nisso, Erlânia (mãe) chega bem perto da câmera enquanto a menina está longe e fala que o que ela não sabe é que os dois, a mãe e Vítor terão tênis da velocidade da luz (efeito de edição). Valentina começa a contar e os dois correm. Ela conta até dez enquanto os dois correm, até que eles decidem se esconder. Quando Valentina para um pouco para descansar aparece uma voz de boneca no fundo e ela diz que está ouvindo barulho de sua filha. Ela começa a procurar e encontra uma <i>Baby Alive</i> sentada na cadeira. A menina começa a brincar com os acessórios da boneca, colocar os óculos, dar água com uma garrafinha, pentear o cabelo, trocar sua fralda, enquanto a boneca responde “eu te amo mamãe”. Valentina mostra que os tênis da <i>Baby Alive</i> brilham e os elogia. Vítor e a mãe aparecem como se tivessem se desequilibrado de seu esconderijo e caído e Valentina os pega. Eles explicam que ela não estava conseguindo os pegar, pois estavam com o tênis da velocidade da luz, igual ao da filhinha de Valentina. Mais uma vez os três falam sobre as características da boneca e o vídeo é encerrado.
Contexto da história: Ambiente: O vídeo se passa na área de fora da casa de Valentina. Objetos: <i>Baby Alive</i> – boneca branca, com vestido rosa, amarelo e azul, com flores. Possui como acessórios uma garrafa de água, fralda, óculos amarelo e escova de cabelo. Personagens: Mãe; Valentina; Vítor
Como se narra a história: Existe uma câmera que filma os três e outra que fica com Erlânia em perspectiva de selfie que pega só ela e Vítor. O vídeo possui uma introdução, onde os três apresentam a brincadeira; um desenvolvimento, em que a história se desenrola; e, uma conclusão, que é encerrado o vídeo e Valentina pede likes e inscrições.

Edição (efeitos): Além dos efeitos sonoros enquanto eles correm e brincam existe um efeito para fazer com que os tênis de Erlânia e Vítor fiquem como os da boneca <i>Baby Alive</i> .
Mensagem (produção de subjetividade na infância):

Nome do vídeo: Valentina em uma história engraçada de uma nova irmã
Data:
Diário de campo: O vídeo começa com uma mulher caminhando na rua, que até então não havia aparecido em outras produções, segurando duas meninas pelas mãos, dizendo que elas ficariam na “casa da tia Erlânia”. Chama-as de princesas. A cena corta para o interior da casa de Valentina, onde ela e sua mãe assistem TV abraçadas, a menina diz que gostaria de ficar a tarde toda assim, dizendo “a senhora é só minha”, o que a mãe responde “hoje a mãe é só sua, meu amor”. Do lado de fora, as três tocam a campainha da casa e Erlânia vai atender. A mãe das meninas frisa que elas precisam se comportar, sempre as chamando de princesas e quando a mãe de Valentina abre a porta parece ter tido uma surpresa agradável com a visita. As duas mães conversam que as meninas ficariam para brincar com Valentina e Erlânia garante que ela adorará. Chegando no interior da casa, onde está Valentina, é revelado que as garotas são suas primas e ela imediatamente tem uma reação adversa a situação, demonstrando não ter gostado da visita. Durante todo o vídeo, ela tenta chamar atenção da mãe, que só quer agradar as sobrinhas, sempre contrariando Valentina. Ao buscar comida, Erlânia dá pacotes grandes de bala para as visitas e um pequeno para a filha. As primas de Valentina dão risada dela. Ao buscar água para as crianças, Erlânia se recusa a trazer para Valentina, pede que ela mesma pegue, alegando que só tem duas mãos e ao trazer dá a água para as visitas no copo da filha, o que a deixa muito contrariada. Erlânia ameaça deixá-la de castigo. As meninas seguem rindo de Valentina. A mãe sobe com as visitas para o quarto da filha dizendo “fiquem a vontade, hoje o quarto é de vocês”. Então, ela dá uma bebê <i>reborn</i> para cada uma e elas começam a brincar. Erlânia diz que é a babá das bebês e pede se pode cuidá-las, para que elas vão trabalhar. Valentina aparece abrindo a porta e fica chocada ao vê-las brincando com suas bebês <i>reborn</i> e com sua mãe. Vai até o meio do quarto e diz que elas não podem brincar com aquele brinquedo e que também quer brincar, pois é dela. A mãe então diz que também tem uma para ela e entrega para a menina uma boneca toda quebrada, com as pernas desmontadas. Ao ver isso, Valentina reclama e a mãe diz “finge que ela quebrou a perna e a gente vai engessar”. A menina solta a boneca e diz que vai brincar com um unicórnio. Erlânia convida as sobrinhas para escorregar no castelo que existe no quarto. Enquanto isso Valentina também sobe no escorregador e quando vai descer grita “pega eu mamãe”, mas ela não escuta e dá as costas. O vídeo fica em preto e branco e começa a tocar uma música triste, focando no rosto de decepção de Valentina. Ela fala “eu acho que a mamãe me esqueceu”. Erlânia convida as meninas para dançar, enquanto Valentina fica sentada triste do lado. Novamente, por duas vezes, o vídeo foca no rosto dela e começa a tocar uma música triste. Da segunda vez, sua mãe percebe o que está acontecendo e pergunta o que houve, Valentina explica que Erlânia não dá mais bola para ela, só para as visitas. A mãe pede desculpas e diz que não devia ter feito isso, diz que agora vão brincar juntas e que a ama juntas. Ainda, convida Valentina para pedir desculpa para as primas. A menina pede desculpa para as primas por ter ficado com ciúmes, que fazem o mesmo por ter ficado rindo dela. Todas vão brincar juntas e o vídeo é encerrado. No fim do vídeo Erlânia e Valentina explicam que não pode ter

<p>ciúmes da mamãe, só um pouquinho, que não pode rir da amiguinha e que essas seriam as lições do vídeo.</p>
<p>Contexto da história:</p> <p>Ambiente: O vídeo se passa em vários ambientes da casa de Valentina, a sala, o quarto, a cozinha. No início também aparece a rua em frente sua casa.</p> <p>Objetos: Duas bebês <i>reborns</i>. Uma com a pele branca, olhos azuis e cabelo castanho, vestindo roupas rosa e outra negra, com o cabelo escuro, vestindo roupa branca.</p> <p>O escorregador no quarto de Valentina – ao redor de sua cama, no formato de castelo, cor de rosa. Toma toda uma parede do quarto.</p> <p>Boneca que Erlânia deu para Valentina brincar – boneca branca, com o cabelo castanho despenteado, roupas azul bebê, com a perna desmontada.</p> <p>Personagens: Mãe das crianças; Malu e Valentina (primas); Valentina; Erlânia</p>
<p>Como se narra a história: Nesse vídeo foca-se bastante nas reações de Valentina, através de closes em seu rosto que são acompanhados de efeitos de edição (música, som, figuras) que procuram demonstrar o quão triste, irritada ou decepcionada a menina está.</p>
<p>Edição (efeitos): As músicas, o efeito em preto e branco, e as figuras de nuvem chovendo em cima do rosto de Valentina são efeitos escolhidos para reafirmar as emoções da menina.</p>
<p>Mensagem (produção de subjetividade na infância): Nesse vídeo Erlânia tem várias atitudes que deixam Valentina irritada, decepcionada ou com ciúmes; entretanto, no fim do vídeo, apesar de ela pedir desculpa, a lição da história acaba se tornando a respeito do que as crianças não podem fazer (sentir ciúmes e rir dos amigos). As emoções de Valentina não são validadas em momento algum, sendo que o vídeo faz um esforço muito grande para mostrar esses sentimentos através de efeitos de edição como música, efeito preto e branco e desenhos. Fica a sensação de que as provocações da mãe são justamente para fazer as crianças que assistem aos vídeos rirem de como Valentina está se sentindo.</p> <p>Sobre a publicidade, apenas demonstra que o que foi dito em tom de brincadeira no outro vídeo, de que as bonecas <i>reborn</i> são para crianças especiais, é verdade. Elas seriam o melhor brinquedo para se oferecer a Valentina, que acabou ficando com uma boneca velha e comum.</p>

<p>Nome do vídeo: Virei cabelereira da minha boneca por um dia</p>
<p>Data:</p>
<p>Diário de campo: Valentina começa o vídeo mexendo em assessórios de cabelereiro dizendo que naquele dia não atendeu nenhum cliente. Logo aparece uma <i>Baby Alive</i> e alguém falando como se fosse ela, dizendo que precisa cortar o cabelo. Então, a própria <i>Baby Alive</i> diz em voz mecânica “meu cabelo está ficando comprido”, a outra voz intercala “eu vou lá no salão da Valentina”. Valentina recebe a cliente (boneca) parecendo entusiasmada, pede que ela sente na mesa e diz que vai cortar a sua franja para que ela fique mais “estilosa” do que já é. Quando ela passa a tesoura de brinquedo no cabelo da boneca sua franja vai subindo e Valentina, que parece assustada, diz que cortou errado. A menina anuncia que tem uma escova especial, que é só pentear que o cabelo cresce novamente. Enquanto ela penteia o cabelo, a boneca, em voz mecânica diz “meu cabelo está ficando muito comprido” e dá risada. Valentina pergunta para boneca o que ela achou e a pessoa que está a dublando diz que amou, que ficou maravilhoso. A menina então coloca outros assessórios no cabelo da boneca, uma flor</p>

e uma orelha na tiara, e a vira diante o espelho para que ela veja como ficou. Valentina encerra o vídeo.
Contexto da história: Ambiente: Vídeo se passa no quarto de Valentina, na frente de uma penteadeira cor de rosa, onde estão todos os acessórios da <i>Baby Alive</i> e mais alguns objetos, como um telefone cor de rosa. Objetos: <i>Baby Alive</i> – boneca branca, dos olhos azuis, cabelo comprido castanho (com o recurso de poder cortar e crescer novamente). Vestido azul e rosa e uma faixa azul no cabelo. Personagens: Valentina; <i>Baby Alive</i>
Como se narra a história: A personagem <i>Baby Alive</i> , apesar de ser uma boneca que fala, nessa história, lhe é dada uma dublagem, que se reconhece facilmente ser a mãe de Valentina, Erlânia, apesar de ela não aparecer no vídeo.
Edição (efeitos):
Mensagem (produção de subjetividade na infância):

Nome do vídeo: Valentina pontes vira boneca gigante da Sininho
Data:
Diário de campo: Valentina aparece deitada no chão de seu quarto quando o telefone toca. Não se escuta o que a outra pessoa diz, mas ela anuncia que estão a convidando para uma festa fantasia. Parecendo animada, ela desliga o telefone, diz que já sabe que roupa vai vestir: “A da Sininho”. Pega a boneca da Sininho, mostrando que a boneca bate as asas. Ela chama a sua mãe e Erlânia chega lá e diz que o quarto está uma bagunça. Valentina explica da festa, mas a mãe diz que primeiro precisa arrumar o quarto. As duas começam a arrumar, enquanto Valentina organiza, Erlânia aspira com um aspirador cor de rosa de brinquedo. Quando as duas terminam, Valentina vai se arrumar, mostrando novamente a boneca, e a mãe dizendo que Sininho é uma de suas princesas favoritas. Erlânia pergunta se ela tem a fantasia da Sininho e ela responde “acho que sim, mamãe, porque a senhora comprou todas as fantasias das princesas que tinha no meu tamanho”. Elas começam a procurar em uma arara cheia de fantasias de princesas até acharem a da Sininho. Então, Valentina vai até o meio do quarto, começa girar e com efeitos de edição aparece fantasiada já. A próxima coisa que Valentina faz é a maquiagem, explicando o que está fazendo. Ela passa um perfume e mostra novamente a maquiagem. Por último, Erlânia lhe entrega sua varinha e a peruca.
Contexto da história: Ambiente: A história se passa no quarto de Valentina. Objetos: Boneca da sininho – com o vestido verde de fada. Fantasia da sininho – muito parecida com a boneca, com varinha que pisca e peruca. Personagens: Valentina; Erlânia
Como se narra a história:
Edição (efeitos): Quando Valentina aparece vestida e enquanto se maquia, os efeitos de edições têm muito brilho e cor, lembrando muito a fada Sininho do filme Peter Pan.
Mensagem (produção de subjetividade na infância): Nessa publicidade o fato de Valentina se transformar em uma boneca gigante da Sininho, como diz o título do vídeo, não está ligado a nenhum poder sobrenatural da boneca e sim ao poder aquisitivo da família, que comprou todas as fantasias de princesa que tinham o número da menina. É possível notar o interesse da menina por princesas e o desejo de transformar tudo nesse tema, no momento em que paramos para pensar que a Sininho não é uma princesa

e sim uma fada. Outra fantasia que estava na arara era a de Cleópatra, que também não é uma princesa.

Novamente, aparece como lição a necessidade da criança cumprir com suas obrigações antes da diversão.

Nome do vídeo: Meu primo jogou a boneca Giovana e o Luccas Neto no buraco

Data:

Diário de campo: Valentina aparece gritando com uma criança pequena no início do vídeo “Você enterrou os dois bonecos, da Gi e do Luccas!”, enquanto o menino está sentado em uma caixa de areia. Logo o vídeo corta para o interior da casa, onde Valentina e a mãe estão dançando e aparece uma mulher segurando a mesma criança do início do vídeo, dizendo que ele veio brincar um pouco com Valentina. Seu nome é Caio e ele está segurando um boneco do Luccas Neto. Valentina diz que também tem um dele e um da Gi, e mostra para ele. A mãe de Caio diz que tem algo para contar para Erlânia, mas que as crianças não podem ouvir e as duas saem da sala e deixam os dois brincando. Valentina diz que vai pegar um carro para colocar os bonecos dentro e deixa Caio sozinho, que pega os brinquedos, leva para fora e os joga na areia. Quando Valentina volta, ela não encontra o menino na sala, vai procurar a tia e a mãe para ajudarem a procurar Caio. Enquanto isso, ele está do lado de fora da casa enterrando os bonecos na caixa de areia. As três vão procurá-lo e quando Valentina o acha, ela desenterra os bonecos da areia e pede que ele nunca mais faça isso. O vídeo é encerrado

Contexto da história:

Ambiente: O vídeo se passa na casa da família, na sala e no ambiente de fora. Quando Valentina procura a tia e a mãe elas estão conversando em seu quarto.

Objetos: Boneco do Luccas Neto e Gi – os bonecos usam a mesma roupa que os *youtubers* em seus vídeos.

Personagens: Caio; Valentina; Tia; Erlânia

Como se narra a história:

Edição (efeitos):

Mensagem (produção de subjetividade na infância):

Nome do vídeo: Valentina brincando com o bebe reborn completo

Data:

Diário de campo: O vídeo recapitula todo o vídeo “Levaram minha boneca *reborn*”. No minuto 2:32 outra história começa, com Valentina na parte de fora de sua casa empurrando um carrinho de boneca com uma bebê *reborn* dentro. O seu pai aparece escondido atrás de um castelo cor de rosa de brinquedo, usando óculos e fazendo careta, espiando a menina brincar. Valentina acha uma bicicleta e diz para sua “filhinha” (boneca) que vai andar nela um pouco e a deixa no carrinho por algum tempo. O pai de Valentina sai de trás do castelo e diz que vai pegar a boneca, fazendo caretas. Quando Valentina senta na bicicleta, logo lembra da boneca, diz que está com saudades e que vai lá com ela. A câmera muda para o pai de Valentina que está prestes a pegar a boneca, mas quando a vê chegando, se atrapalha e sai correndo. A menina pega a boneca no colo e diz que ela está com fome, saindo para ir pegar comida, deixando a boneca, mais uma vez, nas mãos de seu pai. Erlânia aparece e diz para Valentina preparar a comida em sua própria cozinha. O pai sai de trás do castelo e pega a boneca no colo, a levando consigo. Quando Valentina e Erlânia voltam se perguntam onde está “Diana”, a boneca.

A cena muda para o quarto de Valentina, onde existe uma bebê *reborn* sentada em uma cadeira. Ela e Erlânia, cada uma puxa a boneca para um lado, dizendo ser sua boneca. A mãe engana Valentina dizendo que viu um avião e sai correndo porta a fora com a bebê. A menina vai atrás. Chegando na sala, Erlânia entra dentro de uma casinha dos Minions e Valentina a perde de vista. As duas continuam correndo pela casa, até que a filha engana a mãe dizendo que viu um helicóptero para pegar a boneca. Continuam correndo pela casa e se escondendo. Valentina acaba ficando com a boneca no fim, pois fala que é criança, o que não impede Erlânia de chorar (efeitos de edição). Valentina então decide compartilhar com a mãe.

A cena corta para o supermercado, onde Valentina parece ser mais nova, e está empurrando um carrinho com uma bebê *reborn*. Ela corre dentro da loja e acaba se perdendo. Diz para Catarina, a boneca, não ter medo. Ela continua correndo dentro do supermercado procurando a mãe, enquanto toca uma música de suspense. Valentina acha a mãe, que no fim disse que era só brincadeira, que não é para ninguém correr no supermercado, e que o pai estava filmando o tempo todo. O vídeo acaba.

Contexto da história:

Ambiente: Existem quatro histórias nesse vídeo. O primeiro, já analisado, parece se passar em uma pousada. O segundo se passa na parte de fora da casa da família. O terceiro, no quarto de Valentina e no resto da casa da família. E o último, em um supermercado.

Objetos: Bebês *reborn*.

Personagens: Pai; Valentina; Mãe; Vítor.

Como se narra a história: O vídeo é dividido em quatro histórias que não parecem ter relação alguma entre si a não ser a bebê *reborn*.

Edição (efeitos):

Mensagem (produção de subjetividade na infância): As três primeiras histórias reforçam a ideia de que todo mundo quer possuir uma bebê *reborn*. No primeiro vídeo a boneca é roubada, no segundo, o pai faz de tudo para tentar pegar ela do carrinho, e no terceiro Valentina e a mãe brigam o tempo inteiro pela boneca.

Esse parece ser um vídeo produzido especificamente para publicidade, desde o título, até a escolha das quatro histórias, todas estão ligadas à boneca.