



SEÇÃO: ESTUDOS BAKHTINIANOS CONTEMPORÂNEOS

“O que uma criança está fazendo com uma boneca?”: reflexões dialógicas sobre o ato de brincar

“What is a child doing with a doll?”: dialogical reflections about the act of playing

“¿Qué esta haciendo un niño con una muñeca?”: reflexiones dialógicas sobre el acto de jugar

Fernanda Lopes

Bortolini¹

orcid.org/0000-0003-1736-2991

lopesbortolinifernanda@gmail.com

João Augusto Reich

da Silva¹

orcid.org/0000-0003-3252-3490

joaoaugusto.dv@hotmail.com

Patrícia da Silva Valério¹

orcid.org/0000-0003-4664-9625

patriciav@upf.br

Recebido em: 03/04/2021.

Aprovado em: 03/11/2021.

Publicado em: 10/02/2022.

Resumo: Este artigo analisa as relações dialógicas emergentes de uma peça publicitária veiculada nas redes sociais no ano de 2019, que aborda a discussão sobre o universo masculino e o feminino, em torno do ato de brincar das crianças. A partir da perspectiva dialógica da linguagem assumida por Bakhtin e o Círculo (BAKHTIN, 2016a, 2016b, 2018; VOLÓCHINOV, 2018), a análise revela que, mesmo tendo por objetivo vender um produto, uma boneca, a peça publicitária constitui uma grande resposta a um discurso conservador, sexista e heteronormativo emergente no contexto da veiculação da peça, que coincide com discursos vigentes no período pré e pós-eleições presidenciais brasileiras.

Palavras-chave: Relações dialógicas. Ato de brincar. Discurso heteronormativo.

Abstract: This paper analyzes the dialogical relationships emerging from an advertising piece published on social networks in 2019, which addresses the discussion about the male and female universe, around the act of playing performed by children. From the dialogical perspective of language assumed by Bakhtin and the Circle (BAKHTIN, 2016a, 2016b, 2018; VOLÓCHINOV, 2018), the analysis reveals that, even by aiming to sell a product, a doll, the advertising piece constitutes a great response to a conservative, sexist, and heteronormative discourse emerging in the context of the publication of the piece, which coincides with discourses in force in the pre- and post-Brazilian presidential elections.

Keywords: Dialogical relationships. Act of playing. Heteronormative discourse.

Resumen: Este artículo analiza las relaciones dialógicas que emergen de una pieza publicitaria difundida en redes sociales en el año 2019, que aborda la discusión sobre el universo masculino y femenino, en torno al acto de jugar con los niños. Desde la perspectiva dialógica del lenguaje asumida por Bakhtin y el Círculo (BAKHTIN, 2016a, 2016b, 2018; VOLÓCHINOV, 2018), el análisis revela que, incluso con el objetivo de vender un producto, una muñeca, la pieza publicitaria constituye una gran respuesta a un discurso conservador, sexista y heteronormativo que emerge en el contexto de la publicación de la obra, que coincide con los discursos vigentes en las elecciones pre y post presidenciales en Brasil.

Palabras clave: Relaciones dialógicas. Acto de jugar. Discurso heteronormativo.



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

¹ Universidade de Passo Fundo (UPF), Passo Fundo, RS, Brasil.

Introdução

Diante da abundância de discursos de ódio e violência emergentes nas redes sociais e na mídia em geral – sobretudo na última década, em que tais espaços tornaram-se palco de embates sociais de cunho político, econômico, de gênero² e de sexualidade –, optamos por refletir sobre a construção de um texto que reúne características que nos permitem, via perspectiva linguística de Bakhtin e o Círculo,³ estabelecer diálogo sobre um discurso conservador que se encontra enraizado na sociedade brasileira e diz respeito aos papéis tradicionalmente atribuídos aos gêneros masculino e feminino.

Dessa temática derivamos o objetivo de analisar as relações dialógicas geradoras de sentido que constituem a peça publicitária que assumimos como *corpus* deste artigo,⁴ a saber, o vídeo principal da campanha "Todos podemos cuidar", da marca de bonecas de brinquedo *Baby Alive*, apresentada em um filme de um minuto e treze segundos, veiculado⁵ originalmente em 22 de abril de 2019, nas redes sociais da Hasbro, empresa responsável pelo produto. Para tanto, tomamos como marco teórico a Teoria/Análise Dialógica do Discurso,⁶ a partir dos escritos de M. Bakhtin (2016a, 2016b, 2018) e V. Volóchinov (2018, recorrendo a outros textos que contribuem para a discussão sobre as relações de gênero.

Assim, organizamos este artigo buscando responder a questões-chave para a análise do enunciado, a respeito *do que* diz e *como* diz, na primeira seção, onde o vídeo é descrito e interpretado, ob-

servando as relações dialógicas que o constituem e que se atravessam no ato de brincar; e de *quem* diz e *para quem* diz, na segunda seção, em que são abordados aspectos relativos à interação entre os sujeitos do discurso. De imediato, passemos à discussão e à análise propostas.

1 "Menina será princesa e menino será príncipe": a mobilização de discursos antagônicos no enunciado

Ao nos filiar-mos à perspectiva dialógica da linguagem assumida por Bakhtin e o Círculo, em que esta é compreendida como produto da interação discursiva, entre o locutor e seu(s) interlocutor(es), temos em mente alguns princípios constitutivos do pensamento bakhtiniano que potencializam a análise das relações dialógicas que se instauram através do enunciado, quais sejam: a interação discursiva como realidade fundamental da linguagem e a ideia de que a língua só se realiza por meio de enunciados concretos que se estabilizam em gêneros do discurso de diferentes esferas da atuação humana.

À vista disso, salientamos a compreensão, em conformidade com Bakhtin (2016a), do enunciado como real unidade da comunicação discursiva, pois, para o autor, o discurso – entendido como "a língua em sua integridade concreta e viva" (BAKHTIN, 2018, p. 207) – só se encontra fundido na forma de enunciados. Esses são constituídos de peculiaridades específicas que os diferenciam de unidades da língua (como palavras, frases e orações) e que podem ser condensadas em três

² A definição das noções de "sexo" e "gênero" não é simples a ponto de se resumir a sexo como "biologicamente/naturalmente determinado" e gênero como "socialmente estabelecido". Reconhecemos que os atuais debates dessa abrangente área de estudos, que convoca conhecimentos interdisciplinares da Biologia, Sociologia, Psicologia, Filosofia etc., desacomodam algumas certezas, salientando, por exemplo, que a suposta determinação biológica do sexo também é socialmente convencionalizada. Igualmente, parece haver certa flexibilidade terminológica atrelada a essas noções, em que termos como "masculino/feminino" são intercambiáveis entre sexo e gênero. A esse respeito, concordamos com Saussure (2012, p. 46), que afirma: "é um mau método partir dos termos para definir as coisas". Para nossos fins, cabe, sobretudo, fazer a seguinte distinção: o sexo está ligado aos fatores biológicos e genéticos que servem de base para diferenciar homens e mulheres, machos e fêmeas, enquanto gênero corresponde às identidades e aos papéis sociais masculinos e femininos culturalmente atribuídos a cada sexo (sem nos esquecermos das identidades de gênero não-binário). Ainda, não devemos confundir esses conceitos com o de "orientação sexual", que pode ser heterossexual, homossexual, bissexual etc.

³ Adotamos, no decorrer do artigo, os termos Círculo de Bakhtin ou Bakhtin e o Círculo, utilizados pelos pesquisadores contemporâneos, ainda que não de maneira unânime, para nos referirmos aos estudos advindos do pensamento bakhtiniano, decorrentes de trabalhos de Mikhail M. Bakhtin (1895-1975) e outros intelectuais russos, como Valentin N. Volóchinov (1895-1936), Pável N. Medviédov (1891-1938) etc.

⁴ Resultado de pesquisa desenvolvida por João Augusto Reich da Silva enquanto bolsista CNPQ/PIBIC na modalidade iniciação científica, sob orientação da profa. Dra. Patrícia da Silva Valério.

⁵ Para assistir à peça publicitária completa, acesse: https://www.youtube.com/watch?v=T-FbFuS_mxU&t=6s.

⁶ Assumimos o termo Teoria/Análise Dialógica do Discurso filiados à explanação de Beth Brait (2006) que evidencia que a Teoria/Análise Dialógica do Discurso se constitui de noções e princípios que se engendram na arquitetura da concepção de linguagem do Círculo de Bakhtin.

aspectos: a alternância dos sujeitos do discurso, sua conclusibilidade específica e realização sob formas relativamente estáveis de gênero.

Levando em conta essas peculiaridades e sabendo que um enunciado prevê sempre um conteúdo (construção composicional) e dois (ou mais) sujeitos em interação – o locutor e seu(s) interlocutor(es) –, interpretamos e analisamos o vídeo da campanha “Todos podemos cuidar”, respondendo algumas questões norteadoras.

Nesta seção, à luz das noções e princípios bakhtinianos referidos, exploramos as respostas aos seguintes questionamentos: *o que diz o enunciado e, especialmente, como diz?* Para isso, em um primeiro momento, faz-se necessária a descrição dos dois planos de expressão do enunciado em foco, visto que a peça principal da campanha, oriunda da esfera de atuação e circulação da publicidade, se apresenta como um vídeo que une linguagem verbal e não verbal (imagética). Transcrevemos abaixo o texto verbal desse enunciado:

O que uma criança **está fazendo** com uma boneca?

Aprendendo a cuidar.

Aprendendo sobre responsabilidade.

Aprendendo a ser um adulto melhor.

Se cuidar de boneca pode ensinar tanto para uma menina, por que não faria o mesmo para um menino?

Todos podemos cuidar⁷ (HASBRO, 2019, grifo do autor).

Em conjunto, realizamos uma breve descrição do seu plano audiovisual, que contribui para a apreensão de sua totalidade: o vídeo inicia com uma melodia instrumental que lembra canções de ninar, acompanhada depois por uma voz que murmura e canta.⁸ O ambiente é lúdico e colorido, e as crianças que são exibidas demonstram, por sua aparência e expressão, estarem felizes, sob cuidado e proteção. O espaço onde interagem não se limita à sala ou ao quarto que são apresentados, o que pressupõe um ambiente onde elas têm liberdade

para brincar e usufruir do direito de ser criança.

Na primeira cena, ao som de uma melodia suave ao fundo, surge, na tela, em sintagma nominal, seguido do sintagma oracional, a pergunta “O que uma criança **está fazendo** com uma boneca?”. A cena exhibe, em primeiro plano, um menino brincando com uma boneca, em cima de uma mesa de centro de uma sala de estar. Ao lado do menino pardo, uma menina branca atua na cena como uma ajudante, segurando a boneca enquanto o menino troca a fralda. Um robô de brinquedo, com imagem um pouco desfocada, pode ser visto sobre o sofá, ao fundo. A sala onde as crianças estão, além das bonecas *Baby Alive* (sempre em foco), está repleta de brinquedos diversos, dentre eles um conjunto de panelinhas e utensílios de cozinha. A observação desses detalhes é relevante, pois acreditamos, conforme Finco (2003, p. 96), que “os brinquedos são compreendidos como elementos culturais, portadores de significados e de um enredo social e as crianças estão a todo momento recriando novos significados”. Então, além de identificá-los, devemos também reconhecer *o que representam* esses objetos que, não por acaso, aparecem no vídeo, dispostos em lugares e momentos específicos. Chama atenção o destaque (em negrito) ao sintagma verbal “está fazendo” que destaca a ação em detrimento do sujeito, “uma criança”, aspecto que merece ser retomado adiante.

Sabemos que a cultura sexista – ainda fortemente presente na sociedade brasileira – comporta, dentre outras manifestações, a ideia de que existem brinquedos específicos para meninos e para meninas, e que ultrapassar essas fronteiras no ato de brincar traz certas implicações, as quais discutiremos em seguida. Por conseguinte, “como as atribuições e papéis sociais são divididos e determinados pelo critério do gênero, os jogos e as brincadeiras acabam segregando e reforçando uma educação sexista” (MARCON; KAPCZYNSKI; BÖTTKER, 2017, p. 72).

De acordo com Marcon, Kapczynski e Böttker

⁷ Mantivemos os termos sublinhados (sem cor) e grifados em negrito e itálico conforme foram exibidos ao longo do vídeo (vide referências para acesso à forma original do texto).

⁸ A melodia da canção é suave, com a seguinte letra, em inglês: “I take care of you/ you take care of me”, traduzida por nós como “Eu cuido de você/ você cuida de mim”. Esse detalhe, que pode passar despercebido, é essencial, pois irá reforçar o discurso do cuidado, característico do enunciado em questão.

(2017, p. 72, grifo nosso), "às meninas são destinadas brincadeiras de *bonecas*, *panelinhas*, *cozinha*, maquiagem, entre outras atividades que envolvem o *cuidar*, a beleza, a delicadeza", que integram o universo do brilho e da cor, do rosa, das fadas e princesas, das histórias de amor, da emoção e doçura femininas. Por outro lado, "aos meninos são ofertadas brincadeiras que lembram o espaço público [em oposição ao espaço do lar reservado às meninas] e a 'conquista de territórios', a independência, a 'virilidade e a masculinidade'" (MARCON; KAPCZYNSKI; BÖTTKER, 2017, p. 72), incluindo robôs e armas de brinquedo, soldados e monstros, que fazem parte de um mundo cinza, marcado por uma narrativa de guerra e violência, em que emoção e afetividade são sinônimos de fraqueza.⁹

É pensando nesses aspectos que interpretamos a cena, em que, ao focar a brincadeira com a boneca, o menino ultrapassa a barreira que o impediria de usufruir desse tipo de brincadeira restrita às meninas, revelando um ambiente em que tal atividade é aceita e não recriminada pelos pais e responsáveis.

Prosseguindo a análise da cena inicial, reparemos que, ao surgir na tela a questão já mencionada, no momento em que se desenha o sintagma "O que uma criança", a imagem exibida é a de um *menino*, ponto essencial desse enunciado que vai se enredando entre a palavra e a imagem, e assim tocando no contexto extraverbal. A pergunta enunciada, que surge sob forma do sintagma oracional na sequência, pode ressoar na memória da coletividade que assiste ao anúncio, de diferentes formas, observando elementos verbais e não verbais. Quanto ao último aspecto, não seria o caso de se questionar "o que um menino está fazendo com uma boneca", como mostra o vídeo? Em relação à escolha dos elementos verbais, por que a opção pelo texto sobreposto à

cena exibida foi por "uma criança" e não por "um menino"? Não parece fruto de mero acaso tal escolha.

Diante de tais indagações, percebemos a evocação de outras vozes sociais, de outros discursos e contextos em que brincar de boneca é uma atividade restrita a um só gênero, e com os quais o enunciado se liga, inevitavelmente, pelo campo do sentido. Como afirma Bakhtin (2016b, p. 93-94), "duas produções de discurso, enunciados confrontados entre si, entram em um tipo especial de relações semânticas que chamamos dialógicas". Assim, é por meio dessas relações que o enunciado adentra o grande fluxo da comunicação discursiva, pois

Todo enunciado – da réplica suscinta (monovocal) do diálogo cotidiano ao grande romance ou tratado científico – tem, por assim dizer, um princípio absoluto e um fim absoluto: antes do seu início, os enunciados de outros; depois do seu término, os enunciados responsivos de outros (ou ao menos uma compreensão ativamente responsiva silenciosa do outro ou, por último, uma ação responsiva baseada nessa compreensão) (BAKHTIN, 2016a, p. 29).

Eis um dos princípios dialógicos por excelência, que reafirma a ideia, constantemente apontada por Bakhtin (2016a) em seu texto sobre os gêneros do discurso, de que o enunciado se constitui como um elo na corrente da comunicação discursiva porque, de um lado, se liga a enunciados anteriores aos quais responde e, de outro, se conecta com os enunciados posteriores a si, que o respondem.

Essa ligação entre enunciados pode remeter a uma certa continuidade, simples, à primeira vista, que relacionamos ao modo como eles se concretizam, conforme aponta Volóchinov (2018, p. 221), no "fluxo histórico dos enunciados",¹⁰ pois "o enunciado em sua totalidade se realiza apenas no fluxo da comunicação discursiva". Porém, não

⁹ Note-se que, sob a ótica machista, as qualidades associadas às mulheres, como carinho, doçura, cuidado e delicadeza, são assimiladas como falhas e fragilidades no caráter do homem, porque, culturalmente, as mulheres ainda são vistas como seres inferiores.

¹⁰ Ao cotejarmos o trecho de onde retiramos essa citação entre as duas edições brasileiras de *Marxismo e Filosofia da Linguagem* – a primeira traduzida por Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira (2004) e a mais recente, que utilizamos no artigo, traduzida por Ekaterina Vólkova Américo e Sheila Grillo (2018) – notamos uma sutil diferença nos termos utilizados para descrever a instância em que se perpetuam os enunciados. Na tradução de Lahud e Vieira (2004, p. 125), encontramos menção à "cadeia verbal", "curso histórico das enunciações" e "curso da comunicação verbal", enquanto na tradução de Américo e Grillo (2018, p. 221) localizamos, respectivamente, "fluxo da linguagem", "fluxo histórico dos enunciados" e "fluxo da comunicação discursiva". Nosso intento ao fazer essa observação é tão somente o de registrar que, ao nosso ver, o uso da palavra "fluxo" em vez de "curso" não representa mudança prejudicial às ideias expostas: pelo contrário, reforça a noção de que os enunciados se inserem (no acontecimento de sua realização) no movimento histórico dos acontecimentos, o que lhes confere sua historicidade.

são simples as relações dialógicas que aproximam os enunciados pelo campo do sentido. Elas, ao mesmo tempo em que se baseiam nas configurações espaço-temporais imediatas de realização dos enunciados, não se submetem a uma suposta linearidade do fluxo histórico, porque, destacamos, "dois enunciados distantes um do outro, tanto no tempo quanto no espaço, que nada sabem um sobre o outro, no confronto dos sentidos revelam relações dialógicas se entre eles há ao menos alguma convergência de sentidos [...]". (BAKHTIN, 2016b, p. 102), ou seja, as relações de sentido que nascem na interação discursiva são fruto de um diálogo que se estabelece entre enunciados passados (mais ou menos longínquos), apontando para possíveis enunciados responsivos futuros também.

É assim que, na primeira pergunta do vídeo, entre o dito e o não dito, ressoam discursos já enunciados por outros sujeitos em outros contextos, que identificamos como discursos de intolerância e preconceito, enraizados na cultura sexista (e heteronormativa) e que tomam a boneca como um brinquedo exclusivamente feminino. Diante dessas considerações, é possível perceber que o enunciado de *Baby Alive* expressa uma determinada posição na discussão sobre gênero e sexualidade (notadamente, a favor de que todos possam cuidar de bonecas) e, para isso, convoca, dialogicamente, diferentes pontos de vista sobre as relações de gênero na sua construção. Nossa afirmação decorre da compreensão de Bakhtin (2016a, p. 57, grifo do autor), de que "o enunciado ocupa uma posição *definida* em uma dada esfera da comunicação, em uma dada questão, em um dado assunto, etc. É impossível alguém definir sua posição sem correlacioná-la com outras posições". Portanto, interessa-nos reconhecer *de que modo* se define essa posição dialogicamente, identificando suas correlações com outras posições.

Se, como metaforiza Bakhtin (2016a, p. 61), "o falante não é um Adão bíblico, só relacionado com objetos virgens ainda não nomeados, aos quais dá nome pela primeira vez", então o discurso veiculado pela Hasbro em defesa de que

todos podemos cuidar deve vir de um encontro com outros discursos com os quais se relaciona dialogicamente. Como aponta o mestre russo:

O objeto de discurso do falante, seja esse objeto qual for, não se torna pela primeira vez objeto do discurso em um dado enunciado, e um dado falante não é o primeiro a falar sobre ele. O objeto, por assim dizer, já está ressalvado, contestado, elucidado e avaliado de diferentes modos; *nele se cruzam, convergem e divergem diferentes pontos de vista, visões de mundo, correntes* (BAKHTIN, 2016a, p. 62, grifo nosso).

Logo, quem assiste ao vídeo da campanha, ao reconhecer a imagem da boneca, aciona, de imediato, os sentidos que esse brinquedo representa sob seu singular ponto de vista e conforme sua relação com ele. Essa evocação de sentidos está absolutamente ligada aos discursos que envolvem a boneca e com os quais o interlocutor interage, respondendo os enunciados de outros sobre o mesmo tema. Já aí notamos a dinâmica dialógica segundo a qual

a nossa própria ideia – seja filosófica, científica, artística – nasce e se forma no processo de interação e luta com os pensamentos dos outros, e isso não pode deixar de encontrar seu reflexo também nas formas de expressão verbalizada do nosso pensamento. (BAKHTIN, 2016a, p. 62).

Essa observação nos leva a uma das peculiaridades do enunciado, que engloba a conclusibilidade como condição de responsividade, pois, conforme Bakhtin (2016a, p. 35), "alguma conclusibilidade é necessária para que se possa responder ao enunciado". O filósofo russo apresenta e comenta três elementos que determinam essa possibilidade, observando suas especificidades, que não iremos aprofundar aqui, pois, acreditamos, são de conhecimento de leitores desse texto bastante divulgado. Para nossos fins, importa saber que "o primeiro e mais importante critério de conclusibilidade é a possibilidade de *responder a ele* [o enunciado], em termos mais precisos e amplos, de ocupar em relação a ele uma posição responsiva (por exemplo, cumprir uma ordem)" (BAKHTIN, 2016a, p. 36, grifo do autor).

A esse respeito, reconhecemos que a noção de resposta é ampla para o Círculo de Bakhtin,

pois abrange muito mais que a réplica a uma pergunta feita entre dois sujeitos em conversa face a face: responder, nessa perspectiva, representa uma atitude responsiva dialógica, de um sujeito que concorda, refuta, desmente, reafirma, enfim, dialoga com os dizeres anteriores ao seu. Nesse sentido, a opção pelo emprego do termo "uma criança", no texto verbal do primeiro sintagma apresentado sobreposto à cena, em detrimento de "um menino", já nos parece revelar um ponto de vista dialógico importante: o de que se contrapõe ao discurso heteronormativo e machista de que boneca é brinquedo exclusivamente para meninas.

Voltando à análise das ressonâncias dialógicas percebidas na pergunta "O que uma criança está fazendo com uma boneca?", reconhecemos em sua constituição, ainda, uma resposta (na acepção bakhtiniana do termo) a discursos sexistas e heteronormativos, em especial, aos que circulavam à época de veiculação da campanha da Hasbro. Dentre eles, recuperamos as declarações feitas por Jair Messias Bolsonaro, anteriores ao seu atual mandato como Presidente da República, ainda assim, procedentes de uma figura pública com grande influência e formadora de opiniões de muitos brasileiros.

Em um programa de entrevistas da televisão brasileira em julho de 2018, quando questionado sobre acusações de homofobia, misoginia e racismo, o então presidenciável Jair Bolsonaro declarou: "O que não pode é o pai chegar em casa e encontrar o Joãozinho de seis anos de idade brincando de boneca por influência da escola!" (RODA VIVA, 2018). Ao lermos esse enunciado, reconhecemos, ao menos um conteúdo posto e um pressuposto. O posto é que o pai¹¹ *não pode chegar em casa e encontrar o Joãozinho brincando de boneca*. O pressuposto é de que a escola (não a família) é quem influenciaria Joãozinho a brincar de boneca. De todo modo, há *um reforço à ideia de que Joãozinho não "pode" (deve) brincar de boneca*. Encontramos, no anúncio em análise, ressonâncias dialógicas desse discurso.

Quem assiste ao anúncio pode-se perguntar (ou responder, no sentido bakhtiniano): por que "um menino" está brincando com uma boneca? Estaria a publicidade ensinando que "meninos podem brincar com bonecas"? Ou, diferentemente, qual "problema" haveria em um pai (ou uma mãe) encontrar o "Joãozinho" brincando com uma boneca? Seria a brincadeira, de algum modo, prejudicial ao menino?

Segundo o ponto de vista dos discursos heteronormativos e sexistas em viva circulação, o menino que brinca com bonecas está participando de uma atividade típica do universo feminino e, se ele encontrar prazer em cuidar delas com afeto, sensibilidade e delicadeza como o faria uma menina, seu comportamento será visto como um indicativo de homossexualidade, o que, para certos grupos, ainda é algo a ser evitado, pois, é necessário lembrar,

A norma social que vige no terreno do gênero e da sexualidade é a heteronormatividade, também chamada de heterossexualidade compulsiva. Ou seja, a tradição nos legou que o único modo aceitável de pensar a vida sexual e as performances de gênero é aquele que se organiza a partir de duas estreitas conexões: os sujeitos nascem homem ou mulher e organizam sua vida sexual de modo heterossexual [...] (SEFFNER, 2017, p. 27).

Sob esse viés, o homem (ou melhor, o menino) *heterossexual* não poderia brincar com bonecas, pois essa atividade seria considerada uma afronta não só a sua masculinidade, como também a sua heterossexualidade. Em outras palavras, o "problema", segundo os discursos conservadores, sexistas e homofóbicos, está na possibilidade de e em ser *gay*, muito mais do que em apenas se divertir com um brinquedo.

Como exemplo para confirmar a afirmação desse discurso, trazemos outra declaração feita também por Bolsonaro (2011, p. 68), desta vez ao ser entrevistado pela revista *Playboy*, quando afirmou ser "incapaz" de amar um filho homossexual, dizendo que "teria vergonha mesmo", acreditando que um filho *gay* o abalaria política-

¹¹ Há muitas outras ressonâncias que poderiam ser discutidas somente nesse enunciado, como o fato da escolha do sintagma "pai" e não "mãe". Entretanto, em razão do objeto de análise deste artigo e dos limites de espaço, não será possível contemplar essa reflexão, ainda que seja relevante.

mente e "atrasaria" sua vida. Ainda, em resposta à pergunta "Se, por mais que batesse nele, seu filho se tornasse homossexual, o que o senhor faria?",¹² Jair Bolsonaro declarou:

Tem certas coisas que digo que é como a morte. Me daria desgosto, me deixaria triste, e acho até que ele mesmo me abandonaria num caso desses. Para mim é a morte. Digo mais: prefiro que morra num acidente do que apareça com um bigodudo por aí. Para mim ele vai ter morrido mesmo (BOLSONARO, 2011, p. 68).

Como é possível perceber, há várias declarações de uma figura pública importante que reforçam o discurso sexista e homofóbico. Assim, é a partir desses discursos que o enunciado de *Baby Alive* se constitui como resposta e se desenvolve como uma negação aos valores sexistas e homofóbicos, porque defende que não há problema algum em permitir (e até mesmo incentivar) que meninos cuidem de bonecas, como vemos nas cenas seguintes do vídeo, coloridas e afetuosas, que se organizam na tentativa de responder à questão posta inicialmente: elas mostram um menino brincando de médico com uma boneca, cena sobre a qual se sobrepõe o texto verbal: "Aprendendo a cuidar"; um menino alimentando uma boneca com uma mamadeira, com texto verbal: "Aprendendo sobre responsabilidade"; e outro brincando de ninar uma boneca, cobrindo-a com uma manta, com sobreposição de texto verbal: "Aprendendo a ser um adulto melhor". O vídeo segue com uma menina alimentando sua boneca em uma cadeira para crianças, acompanhada da afirmação que surge no texto verbal sobreposto ao lado esquerdo da tela: "Se brincar de boneca pode *ensinar tanto* para uma menina", e, em outra cena, um menino brinca de ninar outra boneca, trazendo o complemento da questão "por que não faria *o mesmo* para um menino?". O vídeo encerra com muitas cenas de atos de brincar arrematadas pela constatação: "Todos podemos cuidar", em texto verbal centralizado na tela.

Essas respostas à pergunta de abertura do anúncio se orientam de modo a refutar a ideia de que

o cuidado com bonecas não serve a meninos e não acrescenta nada ao seu desenvolvimento pessoal; observamos que nelas *não há definição de gênero, mas de sujeitos que*, interagindo durante o ato de brincar, podem aprender sobre cuidado e responsabilidade, o que estimula a possibilidade de se tornarem "um adulto melhor", independente do sexo. O enunciado enaltece essas qualidades – desejáveis para qualquer criança – que são assimiladas como potencializadoras de "pessoas melhores". Em síntese, ser responsável e cuidadoso para com o outro, seja ele quem for: eis o que a brincadeira com a boneca proporciona, segundo a campanha de *Baby Alive* (nos deteremos nessa questão ao final desta seção).

Agora, retomemos a pergunta inicial do enunciado, "O que uma criança está fazendo com uma boneca?", observando outros aspectos relativos à sua visualidade. Notamos que o termo "boneca" vem sublinhado em azul, assim como os posteriores "a cuidar", "responsabilidade", "uma menina", "um menino"; já "adulto melhor" e "cuidar" estão destacados em rosa. Essa escolha de cores e expressões realçadas não parece ser casual e ingênua, pois sua disposição revela significados específicos: hoje, em nosso contexto sociocultural, às cores azul e rosa são atribuídos sentidos que correspondem aos gêneros masculino e feminino, respectivamente.

Tal correspondência entre cor e gênero é tão forte (e arbitrária) que define grande parte do universo estético da criança: do material escolar à roupa, da decoração do quarto aos brinquedos, o rosa e o azul dividem o mundo entre o que é de menina e o que é de menino, até nos mínimos detalhes, afinal, "não há artefato cultural que não possa ser lido em termos de gênero ou sexualidade" (SEFFNER, 2017, p. 28). Um rápido exame de nossas vivências pode trazer à tona casos em que as cores influenciaram nossas escolhas: por exemplo, quem de nós, ao comprar um presente para uma criança e solicitar uma embalagem especial, já não ouviu a pergunta: "é

¹² A pergunta faz referência a uma afirmação de Bolsonaro, enquanto deputado federal pelo Rio de Janeiro, expressa durante discussão em programa da TV Câmara, em novembro de 2010. Na ocasião, disse ele: "O filho começa a ficar assim meio gayzinho, leva um coro [surrá], ele muda o comportamento dele. Tá certo?", completando em seguida: "Já ouvi de alguns aqui: olha, ainda bem que eu levei umas palmadas, meu pai me ensinou a ser homem" (AS FRASES..., 2018).

para menino ou menina?", cuja resposta define a cor e o estilo do pacote que será descartado tão logo seja aberto?

Por isso, devemos reconhecer que essas cores representam mais do que um simples padrão visual: elas estão preenchidas de avaliações de outros (intrinsecamente ligadas a seus contextos socioculturais e históricos) que, na conjuntura brasileira atual, atribuem ao azul propriedades masculinas e tomam o rosa como representante da feminilidade. Essas avaliações, que denotam as posições dos sujeitos sobre a temática de gênero (e sexualidade), encontram sua expressão via discurso, na concretização dos enunciados, como apontado por Bakhtin (2016a, p. 61): "uma visão de mundo, uma corrente, um ponto de vista, uma opinião sempre têm uma expressão verbalizada".

Em 2019, três meses antes da veiculação da campanha de *Baby Alive*, dentre os discursos que circulavam na sociedade brasileira, reafirmando a posição de que meninas deveriam usar rosa e meninos azul, recuperamos o da Ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos, Damare Alves, que, em sua cerimônia de posse em 2 de janeiro de 2019, declarou em pronunciamento oficial: "neste governo, menina será princesa e menino será príncipe" (CERIMÔNIA..., 2019). Após a celebração, em vídeo divulgado nas redes sociais, Damare disse, enfaticamente: "Atenção! É uma nova era no Brasil. Menino veste azul e menina veste rosa!" (DAMARES ALVES, 2019).

Declarações como essas, que vêm de uma representante do alto escalão do governo e que circulam na esfera pública e oficial, corroboram a compreensão de que rosa e azul são cores embebidas em forte simbolismo associado aos papéis de gênero tradicionalmente impostos pela cultura sexista. Quando Damare afirma que meninos serão príncipes e vestirão azul e que meninas serão princesas e vestirão rosa, ela não está apenas se referindo a títulos da realeza e a cores: seus enunciados ecoam discursos conservadores com definições estreitas sobre o que é ser homem/mulher. Sob esse ponto de vista, como já tomamos conhecimento, o menino

é másculo e conquistador como o príncipe dos contos de fadas, enquanto a menina segue submissa em sua fragilidade, à espera do homem que a irá salvar – e, nessas histórias, o príncipe sempre salva a princesa (nunca o contrário).

Tendo em vista essas considerações, somos levados a uma nova interpretação das cores utilizadas para realçar as palavras na peça publicitária. Inicialmente, sob um viés semântico, os termos "boneca", "a cuidar" e "responsabilidade" se ligam como expressão de uma posição sobre o ato de brincar que assim resumimos: meninas cuidam de bonecas para que aprendam sobre responsabilidade. Se esses termos dizem respeito a meninas, por que então não vêm sublinhados em rosa? Por que a própria expressão "uma menina" está em azul, tal como "um menino"? É assim que, desde o princípio e do modo mais sutil, o enunciado de *Baby Alive* mobiliza discursos conservadores sobre gênero para subvertê-los, utilizando o azul (cor popularmente associada ao masculino) para destacar expressões que estão semanticamente associadas ao campo feminino, em que o rosa deveria ser usado (e ele é utilizado, para destacar os termos "adulto melhor" e "cuidar", relacionados ao aprendizado resultante da brincadeira com bonecas). Tais escolhas estilístico-composicionais contribuem para revelar que posição ocupa o autor sobre o tema de seu enunciado, pois, ao inverter a associação entre cores e gêneros, inverteram-se também os valores dos discursos conservadores aos quais a campanha responde, subtraindo a restrição e a discriminação em lugar da liberdade e igualdade. Por conseguinte, a posição sobre os benefícios da brincadeira anteriormente associada às meninas passa a englobar também os meninos, tal é o deslocamento operado pela campanha.

Na peça publicitária que analisamos, as relações dialógicas que se estabelecem parecem, em uma primeira avaliação, dizer respeito somente à negação dos discursos sexistas e heteronormativos em circulação, mas o dialogismo, em sua complexidade, também se configura pelo viés da concordância. Sendo assim, desejamos saber também a que discursos o enunciado em

questão se filia, afinal,

[...] não se pode interpretar as relações dialógicas em termos simplificados e unilaterais, reduzindo-as a uma contradição, luta, discussão, desacordo. A *concordância* é uma das formas mais importantes de relações dialógicas. (BAKHTIN, 2016b, p. 102-103, grifo do autor).

Quando apontamos que o enunciado de *Baby Alive* estabelece o cuidado e a responsabilidade como ensinamentos oportunizados pelo ato de brincar com bonecas, já era possível reconhecer sua vinculação a discursos de certo modo opostos aos que analisamos até aqui. Ao preconceito, ao ódio e à exclusão, o enunciado, cheio de afeto, contrapõe um discurso de igualdade, de aprendizagens, de respeito, em que os sujeitos são acolhidos em sua pluralidade, e não discriminados em suas singularidades. Buscando relacionar as ideias defendidas pela campanha da Hasbro a uma materialidade discursiva que nos permita melhor visualizar as relações dialógicas presentes no enunciado, trazemos para nossa reflexão um estudo recente que analisou a atividade cerebral de um grupo de crianças com idades entre 4 e 8 anos, meninos e meninas, enquanto brincavam – sozinhas ou acompanhadas – com bonecas e com jogos on-line em um *tablet*, monitoradas em um ambiente naturalista (ou seja, com o mínimo possível de interferência e direcionamento por parte dos observadores), buscando compreender quais regiões cerebrais entrariam em evidência durante essas atividades. Os resultados indicaram que a região cerebral associada com o processamento social e empatia foi ativada quando crianças brincaram com um parceiro, seja com bonecas ou com jogos via *tablet*. Curiosamente, apontam os pesquisadores, ao jogarem sozinhas, essa mesma região estava mais envolvida durante a brincadeira com bonecas do que com o *tablet* – o que, na opinião dos autores, dá suporte a estudos que indicam uma relação entre processamento social e raciocínio empático com o brincar de faz de conta (como, por exemplo, brincar com bonecas, em que

uma situação como "piquenique" pode ser simulada mesmo dentro de casa, na interação entre a criança e as bonecas ou entre ela, as bonecas e o parceiro de brincadeira) (HASHMI *et al.*, 2020).

Tendo em vista esses resultados, Hashmi *et al.* (2020, p. 6, tradução nossa) afirmam que "a brincadeira de faz de conta com bonecas providencia, portanto, uma saída única para praticar habilidades sociais e empáticas mesmo quando se brinca sozinho".¹³ Dentre as conclusões elencadas pelos pesquisadores, destacamos a seguinte:

Embora a brincadeira com bonecas seja frequentemente categorizada como uma atividade para meninas em vez de meninos, não encontramos nenhuma diferença de gênero na atividade cerebral ao brincar com bonecas ou tablets. Isso sugere que os benefícios da brincadeira não são exclusivos a nenhum dos gêneros¹⁴ (HASHMI *et al.*, 2020, p. 7, tradução nossa).

Assim, percebemos que, na contramão dos discursos que veem a brincadeira com bonecas por parte de meninos como uma atividade prejudicial ao seu desenvolvimento, esse estudo nos apresenta evidências científicas que apontam para os possíveis *benefícios* da brincadeira com bonecas para meninas e meninos, com base no registro de sua atividade cerebral. Quando Hashmi *et al.* (2020) afirmam que os dados coletados são consistentes com a noção de que a brincadeira de faz de conta permite que as crianças pratiquem a interação social (mesmo quando brincam sozinhas), entendemos que essa prática se dá justamente pela simulação de uma situação da vida, em que a criança poderá tomar parte em outro contexto, natural e não-simulado. Por exemplo, a criança pode ainda não ir ao mercado fazer compras, mas ela pode *fazer de conta* que o seu quarto é um supermercado, que as bonecas são consumidoras, que os brinquedos são produtos alimentícios, que ela trabalha no caixa do estabelecimento e, portanto, deve registrar a mercadoria, calcular o preço, receber dinheiro e dar o troco etc. No caso, "ir ao mercado fazer compras" é uma situação de interação social de que a criança ainda não

¹³ Do original: Pretend play with dolls therefore provides a unique outlet for practicing social and empathic skills even when playing by oneself.

¹⁴ Do original: Although doll play is often categorized as an activity for girls rather than boys, we found no gender differences in brain activity when playing with either dolls or tablets. This suggests that the benefits of play are not unique to either gender.

participa autonomamente (pois não tem idade para ir sozinha ao mercado ou por outro motivo), mas que ela consegue simular na brincadeira, interagindo com as bonecas ou com um parceiro, o que, supomos, de certo modo a prepara para o contexto fora de simulação.

Enfim, a partir de nossa leitura do enunciado de *Baby Alive* a respeito do que diz, podemos afirmar que seu tema central é a avaliação do ato de brincar com bonecas, compreendida como uma atividade irrestrita e benéfica a crianças de qualquer gênero. Quanto ao modo como diz, foi possível reconhecer que o enunciado se constrói na emergência de asseverar que brincar de boneca *proporciona bons ensinamentos* a qualquer criança, porque ensina sobre cuidado e responsabilidade, virtudes próprias de um adulto melhor. Ao expressar essa posição, são convocados, simultaneamente, discursos conservadores, sexistas e heteronormativos (que são rejeitados), e discursos de igualdade, respeito e liberdade (que são acolhidos), em uma dinâmica dialógica em que uma posição só é estabelecida pela sua correlação com outras posições, enunciados e discursos. No entanto, ainda precisamos responder a duas novas questões sobre o enunciado em análise: quem diz e para quem diz?, que integram a discussão sobre a interação entre os sujeitos do discurso, tema de nossa próxima seção.

2 Todos podemos comprar: o estabelecimento da interlocução com o consumidor

Mikhail Bakhtin (2018, p. 210, grifo do autor) entende que as relações dialógicas se baseiam em relações lógicas ou concreto-semânticas mas são irreduzíveis a elas, pois essas necessitam "materializar-se, ou seja, devem passar a outro campo de existência, devem tornar-se discurso, ou seja, enunciado, e ganhar *autor*, criador de dado enunciado cuja posição ele expressa". Sendo assim, compreendemos que as relações dialógicas perpassam toda e qualquer produção discursiva, interligando enunciados através dos sentidos que mobilizam.

Isso posto, para respondermos às duas questões levantadas (de quem e para quem se dirige o enunciado?), devemos pensá-lo e analisá-lo conforme orienta Brait (2013, p. 39):

a partir dos mecanismos dialógicos que o constituem, dos embates e tensões que lhe são inerentes, das particularidades da natureza de seus planos de expressão, das esferas em que circula e do fato de que ostenta, necessariamente, a assinatura de um sujeito, individual ou coletivo, constituído por discursos históricos, sociais e culturais, mesmo nos casos extremos de ausência, indefinição ou simulação de autoria em textos ou conjuntos de textos veiculados, por exemplo, pela Internet.

É justamente essa "assinatura de um sujeito" que desejamos discutir. Ao tecer considerações sobre a singularidade das relações dialógicas, que compreendem (mas vão além das) relações lógicas e concreto-semânticas, Bakhtin (2018, p. 210) afirma que "todo enunciado tem uma espécie de autor, que no próprio enunciado escutamos como seu criador", que pode assumir configurações diversas. Conforme desenvolve o filósofo,

Uma obra qualquer pode ser produto de um *trabalho de equipe*, pode ser interpretada como trabalho hereditário de várias gerações, etc., e, apesar de tudo, sentimos nela uma vontade criativa única, uma posição determinada diante da qual se pode reagir dialogicamente. A relação dialógica personifica toda enunciação à qual ela reage. (BAKHTIN, 2018, p. 210, grifo nosso).

Nessa perspectiva, interpretamos o enunciado em análise como produto de um trabalho em equipe, gestado na esfera publicitária, em que uma coletividade de profissionais do audiovisual e da comunicação se uniram para sua concepção (pois temos ciência de que uma única pessoa não pode ser creditada pela proposta da campanha, pela canção, filmagem, roteiro, edição etc.). Apoiados nessa compreensão, assumimos a autoria desse enunciado como pertencente a uma voz institucional, do grupo Hasbro, empresa que comercializa as bonecas *Baby Alive* e que, nesse caso, vende não somente um produto físico, mas também uma ideia, uma posição sobre determinado tema: cuidar de bonecas proporciona bons ensinamentos a

meninas e meninos.¹⁵ É preciso, então, saber com quem essa voz estabelece interlocução, ou seja, a quem se destina esse discurso?

Lembramos, segundo Bakhtin (2016a, p. 62, grifo do autor), que “um traço essencial (constitutivo) do enunciado é o seu *direcionamento* a alguém, o seu *endereçamento*”, isto é, o enunciado tem autor e destinatário. Visto que o enunciado somente se constitui porque o falante está em relação com o outro, as escolhas estilístico-composicionais, o discurso mobilizado estarão sempre em diálogo com quem esse interlocutor é (ou quem imaginamos que ele seja), que esfera social ele representa e em que está inserido, que relação ele estabelece com o falante – de parentesco, hierarquia etc. –, em suma, com todos os fatores que condicionam a concretização do enunciado, que nele se refratam e que refletem a interação discursiva.

Quando se sistematiza a noção de direcionamento, pode-se elencar níveis de interlocução que se instauram no enunciado (que não necessariamente correspondem a uma ordem hierárquica na produção discursiva), ou, como complementam Brait e Melo (2005), o direcionamento que se constitui no enunciado pode se desdobrar em três modalidades. A primeira compreende o destinatário como interlocutor concreto e imediato, como o participante direto do evento discursivo, estabelecendo-se em um espaço-tempo único e irrepetível que está ligado à situação social mais próxima do enunciado, por exemplo, no diálogo cotidiano face a face. No caso da peça publicitária em foco, podemos distinguir como interlocução imediata os consumidores em potencial das bonecas *Baby Alive* (em outras palavras, quem pode vir a adquirir a boneca). Além de o produto ser destinado a crianças, esse enunciado parece ser direcionado especialmente aos adultos, pais e responsáveis, já que são eles que detêm o poder de compra de brinquedos e de outros itens para as crianças. Sabemos que a compra (ou não) do produto depende de critérios que vão além de financeiros, como, por exemplo, a avaliação que

os adultos fazem desses brinquedos, julgando-os apropriados ou não para suas crianças.

Em seguida, temos a segunda modalidade de destinatário, o presumido, tendo em vista que “o destinatário do enunciado pode, por assim dizer, coincidir *pessoalmente* com aquele (ou aqueles) a quem responde o enunciado” (BAKHTIN, 2016a, p. 62, grifo do autor) *ou não*. Quando a coincidência entre o interlocutor presumido e o real não ocorre, tendemos a direcionar nosso discurso a um interlocutor representante de um determinado grupo social, que se estabelece como um auditório. Esse auditório representa “um certo *horizonte social* típico e estável para o qual se orienta a criação ideológica do grupo social e da época a que pertencemos” (VOLÓCHINOV, 2018, p. 205, grifo do autor), isto é, determinado pelo campo da atividade humana e da vida a que tal enunciado se refere.

Essa segunda dimensão do destinatário é de especial importância para refletirmos sobre o enunciado da campanha “Todos podemos cuidar”, visto que ele é oriundo da esfera da comunicação publicitária, em que as características e preferências do grupo a que se destina o produto são essenciais para mobilização dos recursos argumentativos apropriados.

Pensando nos aspectos visuais do enunciado descritos anteriormente, questionamos se haverá um público que se identifica com essas imagens (dos espaços amplos, dos quartos individuais, da sala cheia de brinquedos e de crianças bem apresentáveis, que dispõem de um ambiente próprio para interação com seus amigos e que podem usufruir da liberdade de brincar com o que quiserem)? Certamente, esse público existe. No entanto, como as cenas sugerem, o produto anunciado não é para qualquer criança, mas para aquela que vive em uma família quase idealizada, com certo poder aquisitivo, considerando que as bonecas *Baby Alive* não se encontram em lojas populares e não são financeiramente acessíveis a toda população.

¹⁵ Podemos nos perguntar, ainda, o que motivaria uma empresa a adotar esse discurso que gera polêmica e motiva boicotes (mas também atrai mais atenção). Não sejamos ingênuos e recordemos que a lógica capitalista faz parte dessa esfera e que, com a inclusão do público masculino no consumo de bonecas, o aumento nas vendas não seria mera coincidência.

Já a terceira possibilidade de direcionamento do enunciado está ligada a um destinatário indeterminado, ou, como nos revela Bakhtin (2016b, p. 104), há sempre um terceiro que participa da interação discursiva, um Outro: "aqui se revela o ponto de vista do 'terceiro' no diálogo (que não participa do diálogo, mas o entende)". O chamado supradestinatário está relacionado à grande temporalidade da cultura, não se estabelecendo no aqui e agora do evento discursivo, mas através dele constituindo relações dialógicas no grande fluxo da comunicação. No caso em análise, o enunciado de *Baby Alive* convoca os possíveis consumidores que *não compactuam* com os discursos sexistas e heteronormativos que disseminam a intolerância e a discriminação, e ainda todos aqueles que assumem um discurso de igualdade e tolerância, sejam eles consumidores ou não da boneca.

Por fim, entendemos, também, segundo o filósofo de Orel, que em qualquer interação – do bate-papo descontraído ao tratado científico – moldamos e adaptamos o nosso dizer, a partir de certas formas relativamente estáveis de enunciados, denominadas gêneros do discurso, que emanam de uma certa esfera da atividade humana em que está atrelada certa situação comunicativa. Para o mestre russo, toda comunicação se dá por meio de gêneros porque "falamos apenas através de certos gêneros do discurso, isto é, todos os nossos enunciados têm *formas* relativamente estáveis e típicas de *construção do conjunto*" (BAKHTIN, 2016a, p. 38, grifo do autor).

Portanto, devemos nos manter atentos ao fato de que os gêneros do discurso correspondem a tipos *relativamente* estáveis de enunciados, logo, não fixos e passíveis de mudanças, que serão observadas pela esfera da atividade humana de onde se originam e em que se realizam. Ao lançarmos nosso olhar para a esfera da comunicação publicitária, em que se fecundou o enunciado de nosso estudo, notamos como ela ensejou o nascimento de uma produção discursiva que buscou acompanhar os discursos conservadores latentes na sociedade brasileira pela veiculação de um vídeo (motivado por uma campanha) que se contrapõe a esses discursos.

Considerações finais

Iniciamos esta reflexão voltados para o enunciado da campanha da empresa Hasbro, que se concretizou em um vídeo que publiciza as bonecas da marca *Baby Alive*, com o objetivo de analisar as relações dialógicas daí decorrentes. Ao longo do percurso de estudo, observamos aspectos fundamentais da constituição do enunciado, considerado uma unidade concreta e real da comunicação discursiva que tem um autor e destinatário(s), e que está vinculado a uma determinada esfera da atividade humana. Pudemos identificar a autoria do vídeo como pertencente a uma voz institucional representada pela Hasbro, visto que as produções da esfera publicitária são, geralmente, fruto de um trabalho em equipe, que se organiza para construir um discurso voltado a seus principais destinatários: os consumidores.

Devido ao caráter único e irrepetível da realização do enunciado, que o difere das unidades (repetíveis) da língua, podemos afirmar que cada enunciado se estabelece como um novo acontecimento no fluxo da linguagem, formando um elo na cadeia complexa e contínua da comunicação, estabelecendo relações de sentido com outros enunciados (anteriores e posteriores a ele) de outros sujeitos, com quem dialoga.

A análise da peça publicitária em questão revelou sua constituição como uma grande resposta a discursos conservadores, sexistas, heteronormativos e homofóbicos, de preconceito e intolerância, que se salientavam no período anterior à veiculação do vídeo, mas que continuam presentes em nossa sociedade, na base de diversas esferas discursivas. Tal resposta se formou, dialogicamente, por duas vias principais: pela negação aos discursos referidos e pela filiação a outros discursos sobre responsabilidade, respeito e aprendizagem, assumidos pelo enunciado que veicula a posição de que é importante que todas as nossas crianças (meninas e meninos) aprendam a cuidar, a proteger, nutrir e compartilhar – aprendizagens que são desenvolvidas a partir do ato de brincar com bonecas, mas que potencializam o amadurecimento de uma "pessoa melhor". O discurso dessa publicidade, nesse sentido, reforça, implicitamente, o argumento de

que crianças que brincam com bonecas tornam-se adultos capazes de cuidar melhor das crianças.

Desse modo, o enunciado de *Baby Alive* se concretiza como outro elo no grande fluxo da comunicação discursiva, como uma nova resposta que se soma a tantas outras, de sujeitos diversos, que prezam pela liberdade do ser, pelo respeito às diferentes existências, pela igualdade humana. Ao recuperarmos os discursos negados pela campanha da Hasbro, notamos como a preocupação com as crianças de nosso país parece repousar com mais força em determinar qual brinquedo e qual cor é mais ou menos "apropriada" para cada gênero, ao passo que a educação pela paz, contra a violência, as armas, a guerra e a morte, deixa de ser prioridade, ainda que sua pertinência se acentue a cada dia.

Referências

- AS FRASES controversas de Bolsonaro. [S. l.: s. n.], 2018. 1 vídeo (2 min 28 s). Publicado pelo canal ElPais. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Kczwx-vO3-iE>. Acesso em: 23 fev. 2021.
- BAKHTIN, M. M. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M. M. *Os gêneros do discurso*. Organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra; notas da edição russa de Serguei Botcharov. São Paulo: Editora 34, 2016a. p. 11-69.
- BAKHTIN, M. M. O texto na linguística, na filologia e em outras ciências humanas: um experimento de análise filosófica. In: BAKHTIN, M. M. *Os gêneros do discurso*. Organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra; notas da edição russa de Serguei Botcharov. São Paulo: Editora 34, 2016b. p. 71-107.
- BAKHTIN, M. M. O discurso em Dostoiévski. In: BAKHTIN, M. M. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Tradução direta do russo, notas e prefácio de Paulo Bezerra. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2018. p. 207-310.
- BAKHTIN, M. M. (V. N. Volochinov). A Interação Verbal. In: BAKHTIN, M. M. *Marxismo e Filosofia da Linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. Tradução de Michel Lahud, Yara Frateschi Vieira. 11. ed. São Paulo: Editora Hucitec, 2004. p. 110-127.
- BOLSONARO, J. M. *Entrevista Jair Bolsonaro*. [Entrevista cedida a] Revista Playboy. *Playboy: a revista do homem*. São Paulo, n. 433, jun. 2011, p. 65-76. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/63263989/playboy-junho-de-2011-entrevista-jair-bolsonaro>. Acesso em 17 mar. 2021.
- BRAIT, B. Análise e teoria do discurso. In: BRAIT, B. (org.). *Bakhtin: outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2006. p. 9-31.
- BRAIT, B. Reflexões dialógicas: de olho no verbal, piscando para a imagem. In: MENDES, E. (coord.). *Imagem e Discurso*. Belo Horizonte: FALE – UFMG, 2013. p. 38-53. Disponível em: <http://www.letras.ufmg.br/padroao/cms/documentos/profs/emilia/Imagem%20e%20discurso.pdf>. Acesso em: 3 mar. 2021.
- BRAIT, B.; MELO, R. Enunciado/enunciado concreto/enunciação. In:
- BRAIT, B. (org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005. p. 61-78.
- CERIMÔNIA de transmissão de cargo à Ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos, Damares Alves. [S. l.: s. n.], 2019. 1 vídeo (31 min 19 s). Publicado pelo canal TV BrasilGov. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=2Qz_tS6zofg. Acesso em: 23 fev. 2021.
- DAMARES ALVES diz que 'menino veste azul e menina veste rosa'. [S. l.: s. n.], 2019. 1 vídeo (43 s). Publicado pelo canal Poder360. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=q6X3-nXjmv4>. Acesso em: 3 mar. 2021.
- FINCO, D. Relações de gênero nas brincadeiras de meninos e meninas na educação infantil. *Pro-Posições*, Campinas, v. 14, n. 3 (42), p. 89-101, 2003. Disponível em: <https://fe-old.fe.unicamp.br/pf-fe/publicacao/2212/42-dossie-fincod.pdf>. Acesso em: 23 fev. 2021.
- HASHMI, S. et al. Exploring the Benefits of Doll Play Through Neuroscience. *Frontiers in Human Neuroscience*, Suíça, v. 14, p. 1-9, 1 out. 2020. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnhum.2020.560176/full>. Acesso em: 17 mar. 2021.
- MARCON, T.; KAPCZYNSKI, A. L.; BÖTTKER, S. B. Políticas educacionais: diversidade e democracia: questões de gênero na escola. In: STURM, L.; BORDIGNON, L. S. (org.). *Quem sabe faz. E quem ensina? Dialogando sobre a docência*. Campinas: Pontes Editores, 2017. p. 69-84.
- RODA VIVA Jair Bolsonaro. [S. l.: s. n.], 2018. 1 vídeo (1 h 21 min 50 s). Publicado pelo canal Roda Viva. Disponível em: http://tvcultura.com.br/videos/65961_roda-viva-jair-bolsonaro-30-07-2018.html. Acesso em: 12 ago. 2019.
- SAUSSURE, F. Curso de linguística geral. Organização de Charles Bally, Albert Sechehaye, Albert Riedlinger; prefácio à edição brasileira de Isaac Nicolau Salum; tradução de Antônio Chelini, José Paulo Paes, Izidoro Blinkstein. 28. ed. São Paulo: Cultrix, 2012.
- SEFFNER, F. Tem nexos não falar sobre sexo na escola? *Revista Textual*, Porto Alegre, v. 1, n. 25, p. 22-29, maio 2017.
- TODOS podemos cuidar. [S. l.: s. n.], 2019. 1 vídeo (1 min 13 s). Publicado pelo canal Hasbro. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=T-FbFuS_mxU. Acesso em: 08 maio 2019.
- VOLÓCHINOV, V. N. A interação discursiva. In: VOLÓCHINOV, V. N. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. Tradução, notas e glossário de Sheila Grillo, Ekaterina Vólkova Américo; ensaio introdutório de Sheila Grillo. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2018, p. 201-225.

Fernanda Lopes Bortolini

Mestra em Letras pela Universidade de Passo Fundo (UPF), em Passo Fundo, RS, Brasil.

João Augusto Reich da Silva

Graduado em Letras, Português-Inglês e Respectivas Literaturas pela Universidade de Passo Fundo (UPF), em Passo Fundo, RS, Brasil.

Patrícia da Silva Valério

Doutora em Linguística Aplicada pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), em São Leopoldo, RS, Brasil; professora do Curso e do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo (UPF), em Passo Fundo, RS, Brasil.

Endereço para correspondência

Universidade de Passo Fundo
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Prédio B4
Secretaria do Programa de Pós-Graduação em Letras
Rodovia BR-285, km 171
São José, 99052-900
Passo Fundo, RS, Brasil

Os textos deste artigo foram revisados pela Poá Comunicação e submetidos para validação do(s) autor(es) antes da publicação.