



Televisão e brinquedos-personagens: mediações simbólicas *Superpoderosas*?¹

Juliana Pereira de SOUSA²
Centro Universitário Curitiba, Curitiba, PR

RESUMO: O presente artigo reconhece o brinquedo como um objeto de comunicação capaz de traduzir a identidade da infância contemporânea circunscrita pela sociedade midiática propondo-se ao exame dos processos significacionais constituídos entre a televisão e os brinquedos-personagem a partir do desenho animado *Meninas Superpoderosas (The Powerpuff Girls)*. Verifica-se a participação do brinquedo como produto da indústria cultural infantil integrando-o a um possível sistema de moda, de consumo do efêmero e das imagens vistas na tevê.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; educação; brinquedos; televisão; *As Meninas Superpoderosa*.

TEXTO DO TRABALHO

1. A imanência do brinquedo contemporâneo.

Sabe-se que nos dias de hoje a experiência de ver televisão é um hábito das sociedades ocidentais replicado insistentemente em todas as classes econômicas e idades. Esse meio eletrônico de mediação fundou um novo sistema de cultura divulgando símbolos, valores, mitos e imagens capazes de convocar uma mesma conexão, integrando as diferentes sociedades que estão ao alcance das potentes transmissões dos sinais midiáticos no mundo. Nesse contexto, as condições sociais e históricas específicas da infância dessa sociedade contemporânea podem revelar nos brinquedos as marcas de um sistema cultural que se apóia em imagens midiáticas e que age sob a lei das experiências simuladas.

Manifesto em sua forma concreta, o brinquedo é o sujeito da infância capaz de apontar marcas de uma relação comunicativa da sociedade. Tridimensional, com volume e matéria, criado à imagem e significação da criança em cada cultura:

¹ Trabalho apresentado à Divisão Temática Interfaces Comunicacionais do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Blumenau.

² Mestre em Comunicação e Linguagens pela UTP, coordenadora do CST em Design Gráfico e docente adjunta do Centro Universitário Curitiba, desenvolve estudos interdisciplinares em comunicação com ênfase em mídias, educação, personagens e brinquedos circunscritos na produção cultural para a infância contemporânea. E-mail: juli.cp@uol.com.br



O brinquedo surge como forma de uma cultura popular destinada à infância, traduzindo, às vezes, de modo redundante, nas formas e nos motivos decorativos, as características atribuídas à criança e à afeição que lhe é destinada..BROUGÈRE, 2004, p.28.

Os brinquedos alemães do século XVIII, por exemplo, procuravam imitar de forma miniaturizada o mundo dos adultos. Estabeleciam relações de semelhança com as práticas e posições sociais destinadas a homens e mulheres. A criança era inteiramente desconhecida como um ser inteligente, e o pai, na figura do educador, fazia seu filho à semelhança do ideal que pretendia formar. Assim, os brinquedos caracterizavam antes aquilo que o adulto concebia para a criança do que as exigências da criança em relação ao brinquedo. De certa forma, eram impostos pelos adultos como objetos de culto:

Demorou muito tempo até que se desse conta que as crianças não são homens e mulheres em dimensões reduzidas – para não falar do tempo que levou até que essa consciência se impusesse em relação às bonecas. É sabido que mesmo as roupas infantis só muito tardiamente se emanciparam das adultas. Foi o século XIX que levou isso a cabo. BENJAMIN, 2002, p. 86.

Nesse sentido, esses brinquedos atuavam como um universo lúdico oferecido à criança cuja função principal objetivava a assimilação dos hábitos e das regras sociais vigentes. Surgiram soldadinhos de chumbo, bonecas de cera com traços realistas, animais talhados em madeira. Era um mundo de coisas minúsculas “que faziam então a alegria das crianças nas estantes de brinquedos e dos adultos nas salas de arte e maravilhas” (*id. ibid.*, 2002, p. 91).

O conceito moral de criança como uma classificação específica de seres humanos que requerem um tratamento especial só foi estabelecido à medida que o protótipo da família moderna se desenvolveu no final do século XIX, quando o comportamento dos pais com seus filhos se consolidou em noções de carinho, responsabilidade e bem-estar. “*Não se pensava, como normalmente acreditamos hoje, que a criança já contivesse a personalidade de um homem*” (ARIÉS, 1981, p. 57).

STEPHEN KLINE (1993) divide a história sócio-cultural do brinquedo em três fases: a. os *folk-toys* -- brinquedos provenientes do folclore e concebidos por um imaginário sobre a criança; b. os *toys-making* -- primeiros brinquedos da industrialização seriada adequados às fases do desenvolvimento infantil; e c. os *character-toys* -- podem ser entendidos como brinquedos-personagem na sociedade contemporânea cuja essencial característica é a de estarem ancorados a personagens de desenhos animados divulgados na televisão e agendados no sistema da moda pelo



consumo de massa. A proposição de KLINE para esta divisão sociocultural do brinquedo não trata, contudo, da análise de uma determinada cultura, mas identifica as diferentes formas em que o brinquedo se traduz como expressão de um produto sociocultural.

Os *Folk-toys* ou brinquedos folclóricos, segundo KLINE, fazem parte da história sociocultural da infância dos meados do século XVIII até o início do século XX, quando as brincadeiras se caracterizavam por representações sociodramáticas. Sobre elas a expectativa social conduzia à formação do adulto e a criança desde a infância, era de uma certa forma treinada para essa formação por meio de jogos de regras, canto, teatro, barbante, jogos de cartas, cantigas de roda, sem no entanto separar a família, amigos e a comunidade das brincadeiras. Todos participavam reciprocamente. Os brinquedos muitas vezes eram feitos pela própria criança, que, investida de imaginário e fantasia, via uma espada em um pedaço de madeira e em um retalho, uma boneca. Não se tratava de um mundo de objetos manufaturados e sim de uma vivência sensorial com o mundo natural ao redor da criança: borboletas, animais, galhos de árvores, rios e poças... Qualquer coisa era passível de se transformar em brinquedo. Os brinquedos produzidos artesanalmente eram destinados a três momentos específicos: 1. para presentear as crianças; 2. para as coleções dos adultos (miniaturas); ou 3. para festas e ocasiões especiais (confeitos de açúcar). Contudo, não estavam necessariamente associados à infância; estavam antes na esfera dos brinquedos culturais (*folk-toys*) cujo design inspirava-se nas formas arquetípicas sociais, ou seja, tratavam-se de brinquedos de imitação do mundo adulto com o objetivo de formar crianças “utilitárias” (*look-alike*). Têm-se então as bonecas de cerâmica, soldadinhos de guerra, as boneca-bebê, caçadores e animais selvagens, prego e martelo, cenários de casas, panelas de cozinha, etc. Figurativizam literalmente o universo das funções adultas, como enfatiza BARTHES (2003) sobre os brinquedos franceses da primeira metade do século XX:

Os brinquedos vulgares são, portanto, essencialmente um micro-cosmo adulto; são reproduções em miniatura de objetos humanos, como se, para o público, a criança fosse apenas um homem pequeno, um homúnculo a quem só se podem dar objetos proporcionais ao seu tamanho (...) o brinquedo francês sempre significa alguma coisa (...) inteiramente socializada: o Exército, a Rádio, o Correio, a Medicina (estojo em miniatura de instrumentos médicos, sala de operação para bonecas), a Escola, o Penteador Artístico (secadores, bôbis), a Aviação (para-quadristas), os transportes (trens, postos de gasolina), a Ciência (brinquedos marcianos). BARTHES, 2003, p. 59-60.

A segunda fase a que se refere KLINE (1993), a dos *toys-making* ou brinquedos industriais, surge a partir de segunda metade do século XX quando, na sociedade pós-moderna, de simples entidade biológica a criança passa a ser vista como uma fase do desenvolvimento humano moldado por forças sociais, culturais, políticas e econômicas que atuam sobre ela: “(...) no fim do século XIX, pequenas indústrias começam a se estabelecer também no Brasil e o brinquedo-mercadoria passa a fazer parte do universo infantil” (PRIORE, 2000, p.252). Como uma fase específica do desenvolvimento humano que requer atenção e cuidados especiais, a infância passa a ser conceituada como uma nova classe para a qual produtos e necessidades são produzidos e inventados. Uma comunidade de coisas manufaturadas para que desde a primeira infância a criança possa “amadurecer” adequadamente: chocalhos, aparelhos para auxiliar nos primeiros passos, bichos de pelúcia. Criando o vínculo brinquedo--idade, os *toys-making* constituíram-se em ferramentas para desenvolver as habilidades psico-sociais e motoras adequando-os ao crescimento da criança. Nessa fase, o brinquedo como imagem especular da cultura de uma época sofre também modificações tanto na sua técnica quanto na sua matéria prima, tanto na sua representação quanto na sua função sociocultural. De materiais naturais como madeira, ossos, tecidos e argila passaram a ser fabricados em materiais mais resistentes e artificiais como o plástico, nylon, metal e a borracha. Produtos de uma química e não de uma natureza, segundo BARTHES:

(...) muitos são moldados em massas complicadas: a matéria plástica tem assim uma aparência simultaneamente grosseira e higiênica, matando o prazer, a suavidade e a humanidade do tato. Um signo espantoso é o desaparecimento progressivo da madeira, matéria, no entanto, ideal pela sua firmeza e brandura, pelo calor natural do seu contato (...) é uma substância familiar e poética, que deixa a criança permanecer numa continuidade tátil com a árvore, a mesa, o assoalho. BARTHES, 2003, p. 61.

A terceira fase dos brinquedos proposta por KLINE surge no final do século XX, quando a indústria dividiu a história do brinquedo ocidental em duas eras, antes e depois da televisão. Tratam-se dos *character-toys*, ou brinquedos-personagem, aqueles que surgem de uma série de televisão e que concernem às crianças brincar com os mesmos brinquedos contribuindo, ainda, para a construção de uma certa idéia subjetiva de massa de uma geração “cuja referência está ancorada no fato de terem visto a mesma coisa, na mesma idade, na televisão” (BROUGÈRE, 2004, p.38).



Já no início dos anos oitenta, a indústria de brinquedos passou a fabricar réplicas de personagens da televisão com os quais a criança podia simular universos fantásticos e maravilhosos *vistos na televisão*:

(*By the late 1980's, 70 per cent of gross toy sales consisted of "promotional toys" – those plastic replicas of television characters with children simulate the contours of the universe "as seen on television"*³). KLINE, 1995, p.145.

Os *brinquedos-personagem* passaram a ser ferramentas tanto para projetar a trama narrativa dos personagens na imaginação das crianças quanto para os pais demonstrarem o quanto a infância pode ser especial e preciosa oferecendo estes brinquedos como o objeto de desejo pelo novo dentro de uma lógica de consumo e da moda.

Levando-se em consideração o tipo de representação ou brincadeira que pretende evocar, o tipo de matéria-prima e o processo de produção, o que se pode observar é que em todas as sociedades o brinquedo parece ser o objeto que mais está sujeito a ser integrado às concepções de infância e aos “regimes” de socialização a que estão sujeitas as crianças, constituindo-se como parte da trama de conhecimento e projeção de cultura de que a história do homem se reveste.

Na medida em que os programas de televisão foram se especializando em produções para o público infantil e, sobretudo, na tecnologia da computação gráfica que permitiu a criação de desenhos animados dirigidos a tal audiência, pôde-se observar o advento de fatores que inauguraram um *modo de infância* próprio das cidades contemporâneas. Intensamente ligada à natureza de produto industrial e a um ritmo de consumo cotidiano, a televisão passou a fazer parte da vida e do imaginário das crianças oferecendo a elas um conjunto de referências imaginárias representadas pelos personagens em universos fantásticos capazes de englobar significados e valores que surgem e se difundem nos grupos e nas práticas sociais. As produções infantis veiculadas pela *mídia* televisão passaram a oferecer às crianças uma alternativa de diversão e lazer em uma sociedade crescentemente urbana que já não dispõe de espaços naturais ou segurança suficiente para permitir o brincar livremente de bola, amarelinha, pega-pega. Elas estão cercadas em condomínios ou em *playgrounds* de edifícios, em

³ Tradução: “No final dos anos 80, setenta por cento do valor bruto em vendas de brinquedos consistiam em “brinquedos promocionais” – réplicas de plástico de personagens da televisão com os quais as crianças podem simular o universo “visto na televisão”.



quadra de grama sintética sob a vigilância de um adulto, em espaços artificiais (PRIORE, 2000).

O brinquedo surge como simulacro da imagem da televisão estabelecendo uma conexão entre a criança e o sistema midiático vigente. Apresenta-se como produto exterior ao meio que lhe dá origem (a televisão) e está passível de revelar as mudanças de significações da criança na cultura. Entendendo-se o termo cultura como “*um conjunto de hábitos, práticas e sistemas de regras geradoras de textos*” (WOLF, 1999, p. 108) os meios de comunicação de massa desempenham um papel importante “na medida em que agem como elementos ativos dessas mesmas estruturas, vinculando ou libertando as mensagens dentro das práticas produtivas e através delas”(id.ibid., p. 108). Contextualmente, a televisão se apresenta como um agente de transformação não só de práticas determinantes para a elaboração da cultura e da realidade social da infância, mas também como agente de transformação dos temas para a fabricação dos brinquedos; e o brinquedo, conseqüentemente, pode se apresentar como o *meio* pelo qual a metáfora do *modo de presença* da criança se materializa também na sociedade contemporânea (SODRÉ, 2004). Produtos *de e para* uma classe urbana e midiática da civilização estão relacionados a um imaginário que tem como suporte o filme ou desenho animado: “*a indústria do brinquedo tornou-se, em parte, uma indústria de criação de personagens e de histórias, num contexto de concentração e de evolução de multinacionais*”.(BROUGÈRE, 2004, p. 27).

1. Uma imagem que se transformou em brinquedo.

Em 1998, uma matéria publicada no caderno especial FOLHINHA do JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO trazia como tema de capa: “*O sonho vira brinquedo – saiba como seu desejo é transformado em brinquedo e de que forma você é convencido a comprar esses produtos*”⁴. A matéria publicada com o título “*Cinema Inspira Fabricantes*” revelava o sucesso de algumas fábricas ao adotar como tema para fabricação personagens dos desenhos animados: “*os fabricantes procuram nos filmes de cinema, nas histórias em quadrinhos e na TV, os personagens que fazem sucesso entre as crianças. Na TV, eles consideram ainda a audiência que o programa tem*”⁵. Dentro desse contexto, a televisão modificou o brinquedo suscitando novas percepções. Transformando-o em produto de uma indústria da imagem. Por sua vez, a criança

⁴ Cinema Inspira Fabricantes. Jornal Folha de São Paulo, Caderno Folhinha, 07/03/1998, p.4.

⁵ Id. Ibid., p.5.



espectadora, para quem se entrega a chave do imaginário, tornou-se um ator, não só porque ela brinca e representa, mas também porque a televisão ofereceu o palco do seu universo lúdico. Multiplicando o emprego da imagem, criou-se uma linguagem inteligível e atraente para a criança.

Propostos como um texto plástico da personagem “fora da tela” da televisão ou do cinema, os brinquedos-personagem abrem a possibilidade de estender o acesso dessa experiência a outros sujeitos. Tornam-se referências estéticas e multisensoriais comuns entre crianças de uma dada audiência, imersas em uma determinada cultura urbana. Conseqüentemente, como uma imagem-mercadoria, o brinquedo-personagem amplia sua presença significativa na infância ao estabelecer, entre outros fatores, a *mediação* do sentimento de pertença a um grupo, favorecendo, sobretudo, o consumo do brinquedo idêntico, o consumo do brinquedo inserido no sistema da moda uma vez que “*a moda contribui para reforçar a consciência de pertencer a uma mesma comunidade política e cultural*” (LIPOVETSKY, 2003, p.43).

Nesse sentido, portanto, com mais de dois milhões de domicílios-assinantes do canal *Cartoon Network*⁶, o desenho animado *As Meninas Superpoderosas* passou a ser referência de uma classe privilegiada da sociedade que se impôs como eixo temporal de uma fase superficial e prestigiosa da elite infantil.

Peças de um jogo proposto entre televisão e criança, as bonecas “*Superpoderosas*” incitam o desejo por meio de discursos enunciativos do próprio desenho animado. Com a estrutura de um modelo tradicional constituído por um percurso narrativo *bem versus mal*, e uma fórmula também já conhecida da relação entre três heroínas, *Lindinha*, *Florzinha* e *Docinho* lançam-se como um espelho para a criança enunciatária, investidas de um conjunto de manifestações pertinentes à contemporaneidade imagética, com a competência de disseminar valores de culto ao *feminino*, de uma atrofia da agressividade na qual a agilidade mental tem mais peso do que a própria força física. *As Meninas Superpoderosas* lutam “diariamente” na trama ficcional contra o mal figurativizado em personagens masculinos sugerindo, sobretudo, que nessa disputa a força feminina sempre prevalece, é superior, *é a parte que vence*. Refletindo sobre este cenário, o homem também perde seu papel de herói transformando-se no vilão.

⁶ Fonte: PTS 94 Dezembro 2008. Departamento de Pesquisa da TBSI/Distribuição Outubro 2008.

Além da incorporação do “lugar” do masculino na narrativa, elas são também vaidosas, preocupadas com a aparência, delicadas, sensíveis e altruístas, remetendo-se a um híbrido de personalidade masculino-feminina. Onipotentes, elas transmitem a sensação de serem mais fortes e potentes que o próprio corpo: superforça, supersalto, visão além do alcance humano.

Desproporcionais na forma física, intensas nas manifestações cromáticas, as personagens exibem uma imagem especular: uma criança imaginada, ficcional, sobre a qual se projetam as expectativas dos adultos. De uma infância que, por isso, requer cuidados específicos de lazer, segurança, saúde, educação; e de um adulto que não cuida apenas, mas que se torna refém dessa criança assim atribuída de “superpoderes”.

2. A representação social no “entre” televisão – infância.

Como agentes de integração dessa família *Superpoderosa*, encontram-se as três heroínas, protagonistas da ficção narrativa⁷, instituídas do papel actancial “crianças”. *Lindinha*, *Florzinha* e *Docinho* nascem da experiência do *Professor Antônio* já com a idade aproximada de seis anos e freqüentam diariamente o nível correspondente ao “jardim de infância” da Escola de Townsville.

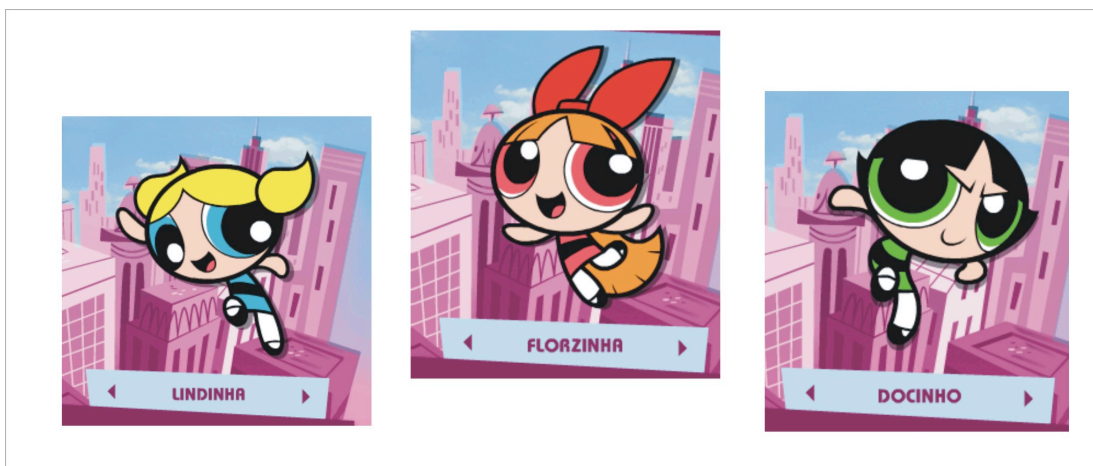


Figura 1: Personagens da série " As Meninas Superpoderosas" . Disponível em www.cartoonnetwork.com.br

A representação “criança” integrante de uma “família” parece apontar a presença da infância na trama narrativa, além de reforçar as referências intertextuais atualizadas pelo espectador infantil por verossimilhança. No entanto, o que se deixa perceber é um “modo próprio de infância” inaugurado pela contemporaneidade capaz de subverter os

⁷ *The Powerpuff Girls – The Movie*. Trad. As Meninas Superpoderosas – o filme. Cartoon Network Production. Warner Bros: 2004. 1 DVD.



conceitos de um imaginário coletivo social datado no século XIX: “... até recentemente, uma das diferenças importantes entre crianças e os adultos residia no fato de os adultos estarem de posse de informações que não era consideradas adequadas às crianças”(POSTMAN, 1999, p.63). A idéia de infantilização que permeava o imaginário coletivo instituiu uma atenuada diferença entre a idade adulta e a idade infantil. Ao restringir a criança ao conhecimento livresco e à supervisão de professores e pais “*fechou-se o mundo dos assuntos cotidianos com os quais os jovens estiveram tão familiarizados na Idade Média*”(Id. Ibid.,p.63). O conhecimento desses “segredos culturais” passou a ser uma das características da idade adulta e, na medida em que avançavam na idade, esses “segredos” eram-lhes revelado por etapas, culminando no “esclarecimento sexual” (ARIÉS, 1986). A criança era vista como um adulto informe que precisava ser civilizada, treinada nos moldes do adulto.

Em oposição a essa linha demarcada entre as fases “infância” e “vida adulta”, o que se pode observar, contemporaneamente, parece ser um rompimento dos padrões de infantilização, capacitando a criança a uma espécie de agente de transformação social participativo da vida adulta, o que a torna cada vez mais indiferenciada: ela decide, opina e conhece praticamente todos os assuntos do cotidiano.

Na trama ficcional, as *Meninas Superpoderosas* deixam-se corresponder ambigualmente a um conceito de infância que escapa de uma conceitualização bem definida. Se por um lado freqüentam as práticas educacionais e moralistas da escola⁸ vivenciando práticas e ações daquilo que se considerava próprio da infância, tal como brincar, conhecer em etapas, socializar, moralizar; por outro, estão instituídas da obrigação de “*salvar o dia todos os dias*” após freqüentarem a escola. O que se pode perceber é a instituição de um espaço “*in*” que se configura “*dentro*” do jardim de infância permitindo às três heroínas *Lindinha, Florzinha e Docinho*, agirem e se comportem tal como crianças de acordo com os conceitos antes permeados sobre a infância; e um espaço “*out*”, uma janela que se inaugura “*fora*” do jardim de infância, ou seja, um espaço “*fora*” do mundo infantilizado pelo imaginário social no qual a elas passam a ser permitidas – e exigidas – atitude e participação, como agentes de transformação, nos problemas de ordem social. As heroínas transitam assim, “entre” o mundo simbólico da criança e do adulto, “*dentro e fora*” do jardim de infância



compartilhando a linguagem, o aprendizado, os gostos, os apetites, a vida social de um adulto.

As *Meninas Superpoderosas* parecem metaforizar um modelo “novo” de infância, consolidada vagarosa e imperceptivelmente com o advento da mídia eletrônica. A presença especificamente da televisão nos lares a partir de 1950 inaugura o momento da acessibilidade da criança à informação controlada, desmistificando a aprendizagem seqüencial. Torna-se “*impossível reter qualquer segredo, sem segredos, não pode haver infância*”(POSTOMAN,1999, p.94) já que se trata de uma tecnologia para a qual não há restrições físicas, econômicas, cognitivas ou imaginativas. A televisão está assim colocada como uma “janela para o mundo”, um espaço “out” disponível para todos independente da idade. Está assim colocada como um espaço que se utiliza da imagem como linguagem comportando significados cruciais e exigindo, sobretudo, habilidades elementares para ser compreendida: “*a televisão destrói a linha divisória entre a infância e adulto de três maneiras todas relacionadas com sua acessibilidade indiferenciada: primeiro porque não requer treinamento para aprender sua forma, segundo porque não faz exigências complexas nem à mente nem ao comportamento, terceiro porque não segrega seu público*” (Id.Ibid.,p. 94).

Desta maneira, “*vê-se um paradigma de uma estrutura social emergente que deve fazer desaparecer a infância*”(Id. Id.Ibid., p. 94). A janela que se abre em um espaço “fora” da escola freqüentada pelas três heroínas na narrativa ficcional parece ser o espaço inaugurado também pela presença da televisão, eliminando a exclusividade do conhecimento mundano e, portanto, eliminando uma das principais diferenças entre a infância e a vida adulta.

Estas considerações permitem assim enfatizar a leitura das metáforas dos *superpoderes* a partir da trama ficcional: *sopro de gelo e de chamas, raio infravermelho e amplo campo de visão, potência e velocidade para a corrida e para o salto*. Mediando o mundo simbólico da criança e do adulto, as *superforças* apresentadas como habilidades específicas das personagens, se por um lado procuram distingui-las como heroínas das demais crianças figurativizadas no mundo imaginário da ficção, por outro aproximam-nas das potencialidades do mundo adulto, sobrepondo-as às condições do homem infante visto como um “ainda não”. Os *superpoderes* passam a ser a chave que permite a participação das *Meninas Superpoderosas* nas obrigações e responsabilidades da sociedade de *Townsville*. Encontram-se significantes, entre o nível da manifestação dos superpoderes e o fundamental, que articulam a leitura da criança contemporânea,

diferenciando-as das demais determinações históricas antes estabelecidas pelo imaginário social: ela sabe mais, é mais esperta, determinada e ágil, observa mais, exige mais, é menos infantilizada pelo adulto e pelas instituições moralistas. Desta maneira, na trama narrativa, permite-se incorporar à cidade de *Townsville* um “novo olhar” sobre a infância: a criança como sujeito de demandas legítimas, contemporânea de si mesma, sempre aberta ao novo. Ou seja, a criança como sujeito vivo e inventivo da História.

Por conseguinte, das histórias de personagens do gênero feminino, *Lindinha*, *Florzinha* e *Docinho* assumem “uma outra vez” a função de ruptura e proposta de “modelos” capazes de romper o paradigma da mulher encerrada em seu papel tradicional destinada à reprodução, a cuidar dos filhos e do marido (PRIORI, 2004). *As Meninas Superpoderosas*, assim como a grande maioria das heroínas oriundas dos quadrinhos, acentuam a identidade feminina propondo uma oposição à que se restringia ao instinto materno, à vida doméstica, à pureza e resignação.

Florzinha, *Lindinha* e *Docinho* validam um percurso de significação do gênero feminino capaz de adjetivá-lo com a imanência da *feminilidade* e da mulher *autoprovedora* em *Lindinha*, mais dedicada à casa e aos cuidados maternos; a *autosuficiente* em *Docinho*, cuja personalidade está marcada pelo espírito de aventura e força física; e a *autoconfiante* em *Florzinha*, cuja sabedoria e perspicácia propõe soluções e estratégias para derrotar os inimigos.

Essas características determinantes das personagens são capazes de construir enunciados referentes à mulher “moderna” e “independente”, comumente veiculada pela mídia de massa na sociedade contemporânea, delineando um modelo *neofeminista* que entende a imagem da mulher no século XX como uma construção elaborada “*não apenas sobre a reivindicação de igualdade em todos os domínios do masculino, mas também sobre a reivindicação da identidade feminina, sobre uma feminilidade existencial, que a contracultura ou revolução cultural contribui para afirmar.*”(MORIN, 2001, p. 169).

Nesse sentido e fazendo-se ainda como uma reiteração intertextual de heroínas antecessoras, *As Meninas Superpoderosas* têm por objetivo a luta, a aventura e as ações próprias do gênero masculino. Configuram-se como identidades e atores sociais de um discurso *do feminino* constituído, entre outros fatores, pela busca não apenas de igualdade de gênero, mas, sobretudo, de uma superação sobre o gênero masculino. Isto pode ser observado na narrativa, quando são intercaladas atitudes e *fazeres* culturalmente determinados *para meninos* e *para meninas*. As personagens *participam*

do mercado de trabalho pela responsabilidade de *salvar o mundo* diariamente intuídas de força física e de espírito de aventura. Organizam e *arrumam o quarto* como provedoras dedicadas ao lar. Frequentam a vida social na escola em grupos mistos de amizade e integram-se como em uma família constituída da presença apenas do pai -- o que pode demonstrar a passagem da grande estrutura patriarcal para a família restrita “*as quais condicionam e favorecem a evolução da condição feminina*”(Id.Ibid.,p.165).

Como em *Luluzinha e Turma da Mônica*, nas *Meninas Superpoderosas* a existência de três personagens (ou de uma turma) pode sugerir que, apesar de apresentarem facetas diferentes contextualizadas pela figurativização de aspectos da infância contemporânea, todas são comuns às crianças. Talvez, como se vários aspectos presentes na infância passassem dissociados, permitindo ao espectador infantil contemplar e elaborar uma de cada vez. *Florzinha*, a líder da relação parental das *Superpoderosas* é tão confiante e habilidosa quanto *Luluzinha* e *Mônica*, e , além de manter características semelhantes de personalidade, apresenta ainda um vestidinho rosa figurativizado por traços simples em formato trapézio, que lembra em muito suas “colegas” personagens⁹ mirins. Entretanto, poderes extranaturais lhes são atribuídos enquanto *Lulu* e *Mônica* revelam apenas astúcias e características inerentes ao homem (diga-se à criança). Em *As Meninas Superpoderosas* , as narrativas giram em torno de ações e lutas contra monstros que ameaçam a cidade de *Townsville*, enquanto em *Luluzinha e Turma da Mônica* as disputas (e lutas) giram em torno, geralmente, da relação menina *versus* menino.

3. A imagem de brinquedo: uma *mídia* que se dirige à criança.

Da ficção ao brinquedo, o discurso de referenciação pode então ser identificado em dois níveis: o primeiro, nos enunciados que circunscrevem a interioridade e a plasticidade das personagens no desenho animado; o segundo, nos enunciados narrativizados em cenários constantemente associados a ambientes urbanos e localidades de diversão e lazer em conjunção com os ambientes do próprio enunciatário infantil. Ou seja, as personagens assim manifestas por um desenho com “vida” na televisão simulam os ambientes e as rotinas das crianças espectadoras, intensificando os mecanismos de projeção-identificação: as crianças brincam “de ser”, encenam as

atitudes, revestem-se dos superpoderes, demonstrando uma certa relação afetiva com a imagem assistida.

A criança espectadora, para quem se entrega a chave do universo do brinquedo, tornou-se um ator, não só porque ela brinca e representa, mas também porque a televisão ofereceu o palco do seu universo lúdico.



Figura 2: Coleção particular. Bonecas Lindinha, Florzinha e Docinho. Modelo Super Fashion Doll - Gulliver

Nos brinquedos-personagens, uma nova cultura infantil se constituiu, ao mesmo tempo virtual e material, de consumo e de uso. O que se pode observar, além da exploração e da oportunidade comercial, seja talvez a configuração de uma relação ativa da criança no lugar “*entre*” a televisão e o brinquedo favorecendo, sobretudo, a imitação e a ressemantização de comportamentos de personagens com os quais ela se identifica.

Na substância dessas imagens de plástico, de borracha, de pelúcia ou de papel, em materiais artificiais, personagens ganham “vida” fora do ecrã, no imaginário infantil, situado em espaços também artificiais: *shoppings*, lojas de brinquedos, apartamentos, condomínios, escolas, parques temáticos – lugares comuns da infância urbana, oferecendo não apenas um objeto no campo da brincadeira, mas um outro *meio* pelo qual a criança, possivelmente, dialoga com os conteúdos assistidos. No entanto, coube à criança reconstruir novos significados ou aceitar os que lhe eram propostos.

Nesse sentido, a televisão assume sua cumplicidade ao permitir a formação de uma indústria do consumo do brinquedo sob o impulso do capitalismo privado cuja principal ferramenta surge da apropriação dos símbolos, mitos e imagens das produções culturais infantis concernentes à vida prática e à vida imaginária da criança (na contemporaneidade).

Desmaterializado pela televisão, cada vez menos se consomem brinquedos, cada vez mais se consomem imagens de brinquedos, suas características imagéticas e



abstratas: personagens, atributos físicos, superpoderes, cores, padrões de comportamento, transformaram-se em eficientes estratégias de sedução e convencimento para oferecer primeiramente brinquedos “contaminados” de imagens e depois tão somente “imagens de brinquedos”. Desse modo, parece que não é apenas o valor de uso que move o desejo de consumir brinquedos na sociedade contemporânea, mas a emoção ou a sensação despertada no processo de semiose (marca, desenho, cores), ou seja, vinculada à imagem como forma acabada da mercadoria.

Se antigas reflexões sobre o brinquedo repousavam sobre conhecimentos do campo da psico-aprendizagem ou da sócio-antropologia, ele se propõe nessa investigação como um objeto de potencialidade comunicativa atualizando a reflexão necessária, examinando novos contornos delineados entre a criança e a sociedade.

Ainda que seja substantivo, como objeto que se manipula e com o qual se interage, ou tornado verbo, como ato de brincar, o brinquedo constitui-se como um *meio superpoderoso*, um suporte de mensagens culturalmente entendidas representando uma possibilidade analítica a partir da qual se pode compreender a produção cultural dos diferentes momentos que compõem a trajetória humana e, conseqüentemente, de que tipo de identidade se trata de constituir.

Que tipo de identidade, portanto, os brinquedos-personagem tratam de constituir? Seja talvez a identidade de uma infância permeada de experiências simuladas em suportes midiáticos. Ou então, a identidade de uma infância que se rende à lógica do consumo, do sistema de classes e do efêmero. Mas, sobretudo, a identidade de um homem que pode buscar no herói de sua infância a sua própria história, afinal, “*para todo homem existe uma imagem que faz o mundo todo parar. Para quantos essa imagem não está em uma caixa de brinquedos?*” (BENJAMIN, 2002, p.32)”

4 Referências Bibliográficas

- ARIÉS, P. **História social da criança e da família**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.
- BENJAMIN, W. **Reflexões sobre a criança, o brinquedo e a educação**. São Paulo: Editora 34, 2002.
- FERRÉS, J. **Televisão e educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.
- JACOBY, S. (Org.). **A criança e a produção cultural**. Do brinquedo à literatura. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2003.



KLINE, S. ***Out of the garden. Toys, TV and children's culture in the age of marketing.*** Londres: Verso, 1993.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero.** São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

MONTIGNEAUX, N. **Público-alvo: crianças.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

MORIN, E. **Cultura de massa no século XX.** Vol. 1 e 2. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

MORIN, E. **O cinema ou o homem imaginário.** Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

PACHECO, E. D. **Televisão, criança, imaginário e educação.** São Paulo: Papiros, 1998.

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

PRIORE, M.D. (Org.). **História das crianças no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2000.

PRIORE, M.D. (Org.). **História das mulheres no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2004.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho.** Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

STEINBERG, S.R.; KINCHELOE, J.L. **Cultura infantil.** A construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação.** Portugal: Presença, 1999.

AS MENINAS SUPERPODEROSAS. Disponível em: http://www.cartoonnetwork.com.br/tv_shows/ppg/index.htm.

CINEMA INSPIRA FABRICANTES. Jornal Folha de São Paulo, Caderno Folhinha, 07/03/1998, p. 4.

THE POWERPUFF GIRLS – THE MOVIE. A Cartoon Network Production. Criado e dirigido por Craig McCracken. Waner Bros: 2004. 1 DVD.