

O QUE A BARBIE ENSINA PARA AS CRIANÇAS?

Kênia Mendonça **Diniz** – GEPEHG/PPGED/UFU¹

Resumo

Este artigo buscou investigar como e o quê a Barbie, artefato midiático da cultura infantil, quer ensinar sobre o mundo contemporâneo às crianças por meio da análise de dois filmes produzidos em temporalidades distintas: *Barbie: A Estrela do Rock* (1987) e *Barbie: A Princesa & A Pop Star* (2012). Analisamos os artefatos fílmicos com vistas a buscar as sutilezas presentes nos mesmos para a reflexão no campo da educação, sobretudo buscando compreender a dimensão de ensinamentos dados pela Barbie, que precisa ser pensada muito além do belo, bondoso e generoso como aparenta ser. A Barbie é um personagem que ensina as crianças sobre o mundo contemporâneo. Com o correr do tempo Barbie foi se tornando uma protagonista globalizada, em consequência da ordem econômica e do mercado que deseja se reinventar constantemente. A personagem vem realizando sua função global, estimulando, cada vez mais, o seu público, a acreditar em um ideal, criando consumidores em acorde com as características que fundamentam um determinado papel atribuído a menina e a jovem mulher na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Infância – Ensino, mídia, consumo, Barbie

¹ Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Educação da Universidade Federal de Uberlândia – PPGED/UFU, integrante do Grupo de Estudos e Pesquisa em Formação Docente, Saberes e Práticas de Ensino de História e Geografia – GEPEHG-PPGED-UFU e bolsista de Auxílio Técnico a Pesquisa pela FFAPEMIG (2014-2015). EMAIL: kmdiniz1980@gmail.com

O QUE A BARBIE ENSINA PARA AS CRIANÇAS?

Introdução

O presente texto objetiva discutir a produção de artefatos culturais para as crianças contemporâneas. Isso será realizado voltando os nossos olhos para o artefato cultural denominado Barbie, uma boneca criada pela empresa norte-americana Mattel² em 1959 e que ainda hoje está presente de modo expressivo nas prateleiras das lojas de brinquedos para o consumo de crianças de todo o mundo. Mais do que uma boneca Barbie se transformou no correr dos anos em um personagem com um estilo próprio, presente em uma considerável gama de produtos. A mesma povoa o imaginário infantil e ensina as crianças um estilo de vida, uma maneira de se portar e estar no mundo.

Temos como escopo principal a análise dos dois filmes da Barbie, produzidos em diferentes tempos. O primeiro foi veiculado no Brasil em 1987, com o título “Barbie: A Estrela do Rock”, e o segundo foi lançado no ano de 2012, intitulado “Barbie: a princesa & a pop star”. Quando analisamos mídias audiovisuais, devemos levar em consideração o contexto histórico do qual fazem parte. Este está em consonância com atitudes da época em questão; contudo, há que se ponderar, também, comportamentos que permanecem com o passar do tempo, bem como outros que vão se perdendo ou se transformando. Esta é a tarefa que nos propomos a realizar no presente texto, respondendo a seguinte indagação: quais mudanças e permanências podemos detectar nos dois filmes analisados da Barbie?

Diante do imenso universo de multimídias que o personagem Barbie traz, pensamos que o filme é uma das mais importantes mídias na cultura infantil, em virtude das imagens, da sonoplastia e outros artifícios usados para a construção do referido personagem. Além disso, podemos desfrutar de uma narrativa que serve como mote para toda uma convergência de artefatos e mídias (brinquedos, desenhos para a TV games, revistas, livros, entre outros) e, o filme da Barbie é uma vitrine para o consumo de todos os demais produtos que circundam esse ícone infantil.

² A Mattel é uma empresa norte-americana, criada por Ruth, Eliot Handler e Harold Matt. As primeiras mercadorias por essa empresa foram molduras. Contudo, logo, seus criadores abriram um novo mercado, voltado para mobília de casas de bonecas, o que ampliou bastante seu reconhecimento. Foi-se ampliando as mercadorias, bem como os mercados consumidores. A empresa foi criada na década de 40 e é líder de vendas na atualidade. Informações disponíveis em: <http://corporate.mattel.com/about-us/history/default.aspx>. Acesso em 01/07/2013.

Os filmes, assim como as revistas e jornais, são considerados registros de uma sociedade, de uma época, enfim, de uma parte da nossa história. O filme é um documento que deve ser analisado de acordo com as pistas que vai delineando, e somos nós, os pesquisadores, os responsáveis por interpretá-las e avaliar se elas são pertinentes para o nosso trabalho a partir dos delineamentos próprios que cercam a feitura de uma investigação documental. Discorrer sobre filmes é discorrer sobre a estética cinematográfica. Um filme é um texto a ser desconstruído e reconstruído, em uma relação dialética com os espectadores. Como sabemos os filmes encanta os olhos dos pequenos espectadores, pois criam um mundo onde se contam histórias rechedas de luzes, cores e sons... É um objeto de análise fundamental para o campo da educação e especialmente no processo de formação de professores.

Barbie: a estrela do Rock

O filme “Barbie: a estrela do Rock” – dirigido por Bernard Deyries e Dubay e escrito por Bill Dubay, Moran Martha e Ruth Handler (criador Da Barbie) – é fruto de um especial norte-americano veiculado na década de 1980. Este foi ao ar em duas partes – como uma minissérie de TV – tendo cada uma delas a duração de 25 minutos.

A primeira parte foi *Barbie and The Rockers: Out of this World*, já a segunda foi chamada de *Barbie and the Sensations: Back to Earth*. Vale ressaltar que a primeira parte, *Barbie and the Rockers: Out of this World* (título original), em 1987, foi produzido como filme no afã de apresentar a popular personagem da Mattel que é a Barbie. É válido frisar, ainda, que a história relatada, deste filme, baseou-se na linha de bonecas *Barbie and The Rockers*, sendo a Barbie a protagonista, ou seja, a líder de uma banda de rock.

O filme “Barbie: a estrela do Rock” traz em seu enredo uma banda de rock dos anos 1980, cuja líder e vocalista é protagonizada pela própria Barbie. O filme se inicia com um show desse conjunto, porém o mais interessante é que, ao longo da apresentação deste, os apresentadores citam a repercussão de vários shows realizados por esse grupo musical em várias partes do mundo.

Em um desses anúncios foi dito que a Barbie havia sido convidada para ser a primeira embaixatriz da paz mundial. Assim, após uma intensa e produtiva turnê, realizada por ela e os roqueiros, quando chegam ao hotel, a Barbie recebe um convite chamando-a para participar de um evento de gala em prol da paz mundial. Neste, ela

conta aos participantes, bem como para a imprensa, qual será o próximo passo a ser dado por sua banda. Revela que o próximo show que realizarão será no espaço, e assim foi feito.

Barbie e seus músicos viajam para uma estação espacial, preparada para recebê-los e, por conseguinte, poderem realizar esse show inédito. Na viagem de volta a Terra, algo surpreendente ocorre, fazendo-os voltarem no tempo. Mesmo assim, a Barbie e seu conjunto de músicos continuam se divertindo nessa nova e inusitada empreitada.

Mas, com a ajuda do pai de uma garotinha, que trabalha no aeroporto, local onde o foguete que conduzia a Barbie e seu grupo musical pousou, eles conseguem retornar a Terra, na década de 1980. Todos os recebem como se eles nunca houvessem ficados perdidos no tempo, e já ao chegar e iniciam um emocionante show para a plateia que os esperava ansiosamente. Nesta, a Barbie reencontra a menina que conhecera, quando estavam temporalmente perdidos, já adulta e com sua filha. Reconhece-a por meio de um colar que a cantora deixou com a garotinha, na qual consta uma foto sua e da mulher quando criança.

Barbie: a princesa & a pop star

O filme “Barbie: a princesa & a pop star”, do ano de 2012, é uma animação musical de comédia e fantasia produzida pela *Rainmaker Animation*³ and *Universal Studios Home Entertainment*. É o vigésimo terceiro filme dos filmes da Barbie e o segundo filme baseado na obra “O príncipe e o mendigo” de Mark Twain (o primeiro foi “Barbie e a Plebéia”, de 2004) em celebração ao aniversário centenário da *Universal*. As vozes dos personagens são de: Kelly Sheridan, Jennifer Waris, Ashleigh Ball, Tiffany Giardina, Ellie King e Peter Kelamis⁴.

O filme “Barbie: a princesa & a pop star” conta a história de amizade iniciada entre a princesa Vitória (mais conhecida como Tória) e a pop star Keira. Quando a cantora Keira fica sabendo do convite para visitar o castelo da família real, se

³ *Rainmaker Entertainment* (até 2006: *Mainframe Entertainment*) é uma empresa canadense de animação digital fundada em 1979 com sede em Vancouver. Listada na bolsa de valores *Toronto Stock Exchange*, a empresa é conhecida por criar desenhos como *Hot Wheels AcceleRacers*, *Shadow Raiders*, *Beast Wars*, *Beast Machines* (entre outros) e pela produção de alguns filmes da série animada da *Barbie*.

⁴ A este respeito ver: Diniz (2014).

entusiasmo. Afinal de contas, é um sonho conhecer um castelo e participar de um evento social com pessoas tão ilustres. Ao mesmo tempo, quando Tória sabe da visita de seu ídolo musical, que é a cantora Keira, fica muito feliz, pois ainda não havia tido a oportunidade de conhecê-la pessoalmente.

Antes do encontro, ambas cantam uma música na qual expressam seus desgostos e infortúnios perante a vida, demonstrando o quão infelizes estavam e o arquétipo de vida que gostariam de ter. A pop star Keira estava cansada de levar o seu estilo de vida de *superstar* e gostaria de se tornar uma princesa na vida real. Já Tória, cansada de uma vida repleta de regras sociais, anelava a liberdade e via na profissão de *superstar* uma alternativa para os seus anseios de fuga.

O dia do encontro chegou e quando Tória e Keira se encontram, em uma brincadeira, decidem uma exercer o papel da outra. Tória com sua escova mágica muda o seu cabelo para se parecer com o de Keira e transforma o cabelo da popstar para que se pareça com o dela. Keira com o seu microfone mágico transforma as vestimentas, cambiando o vestido de Tória para um similar do que usava e o dela para um similar ao que Tória usava. Brincavam de transformações no quarto de Tória e quando a tia da princesa adentra o recinto, nenhuma das duas tem a oportunidade de destrocá-las seus papéis.

Contudo, elas gostam da ideia de viver uma a vida da outra e, por isso, aceitam a troca de lugares na sociedade por um dia, e numa conversa ao telefone, elas concordam em continuar com a farsa por mais um dia, mas elas não esperavam pelos imprevistos que viriam acontecer. O trato era de que Keira (a popstar) retornasse a sua função antes do show que iria realizar na cidade. Porém, a tia da princesa, no intuito de forçar sua sobrinha a escrever o seu discurso à população, a trancou no quarto. Quem ficou presa foi a Keira (a popstar) e não a Tória (a princesa), esta que com valentia encarou o palco e substituiu brilhantemente a Keira, sem deixar vestígios que quem estava lá era outra pessoa.

Ao se ar das folhas das árvores Tória, pediu licença do palco, durante o show, alegando um intervalo foi até o castelo, e neste momento, reencontrou Keira que havia descoberto uma saída secreta no quarto da princesa. Foi quando ambas descobriram o plano maléfico do produtor musical de Keira, que para retomar sua carreira de cantor, este decidiu roubar o pé de diamantes do castelo, sem saber ou pensar nas consequências fúnebres que sua atitude ao meio ambiente e a toda população da cidade. Mas, com maestria, Tória e Keira conseguiram salvar o reinado.

Após tantas aventuras, ambas retornam ao show, em seus verdadeiros papéis. Keira (a popstar) ao subir ao palco, convida sua amiga Tória, e, as duas cantam juntas, a mesma canção do início do filme.

Permanências e rupturas: o que os filmes da Barbie querem ensinar as crianças

Quais os aspectos que permaneceram e quais foram os que se romperam nos filmes “Barbie: a estrela do rock” – de 1987 – e “Barbie: a princesa & a pop star” – de 2012. Entre ambos, verificamos um espaço de tempo de 25 anos.

Vários aspectos permaneceram, dentre eles, a imagem da pop star, a imagem da princesa, o consumismo, aspectos físicos, o fazer o bem e a cor rosa.

Seja no primeiro filme, o veiculado no ano de 1987 “Barbie: a estrela do rock”, seja no segundo filme, veiculado no ano de 2012 “Barbie: a princesa e a pop star”, a imagem da celebridade permaneceu intacta, se tem o cuidado de colocá-la aos olhos do público em seu próprio nome “Barbie”.

Os os vocábulos “estrela” – componente do primeiro filme analisado – e “pop star” – componente do segundo filme analisado – possuem o mesmo significado: visibilidade. O importante é aparecer, não importa de que maneira, o “como”, e essa é uma característica marcante da contemporaneidade, em que as crianças estão, cada vez mais, buscando sua visibilidade frente aos demais. Na sociedade os consumidores, na busca de uma maior visibilidade social, os sujeitos acabam atraídos por um ideal de vida perfeita, propagado pela publicidade e pelas celebridades que estão no cerne do mundo do espetáculo. Também os títulos dos filmes mantém relação estreita com a ideia de visibilidade social, incessantemente reforçada na sociedade atual.

Outro aspecto que consideramos central: a imagem da princesa. Este traço é também, a nosso ver, uma permanência importante, há um enlace entre as imagens de celebridade e princesa.

No filme “Barbie: a estrela do rock” a Barbie vive uma roqueira, ou seja, uma celebridade. Apesar disso, sua imagem não está desvinculada da imagem de uma princesa. Observamos isso na cena na qual a Barbie – depois de estar pronta para ir à comemoração do evento que traz como tema a Paz Mundial – no hotel, pergunta aos seus amigos: “E aí, o que acham?”. Um deles responde: “Está deslumbrante, está maravilhosa”. Outra amiga repara que no visual da Barbie está faltando algo: é a tiara! Colocada na cabeça da Barbie, semelhante a uma princesa.

Par realçar a sua bela tiara de princesa, Barbie coloca um lindo e longo vestido rosa, com acessórios brilhantes e dourados, nos fazendo recordar verdadeiras e valiosas joias de ouro. No enquadramento da câmera há um “super close”, especialmente, de suas orelhas e os brincos usados, bem como do pescoço com o colar escolhido. É válido dizer que todos esses acessórios estão combinando com seu traje de gala. Há, aqui, um propósito de instigar o desejo dos telespectadores de consumir os objetos mostrados que estão diretamente conectados a figura da Barbie e disponíveis nas lojas de brinquedos.

Já no filme “Barbie: a princesa & a pop star”(2012), podemos observar que há, também, a união entre o ícone da mídia – representado na figura da cantora Keira – e o ícone da cultura tradicional – representado pela figura da princesa Vitória. Podemos, nesse sentido, vislumbrar dois conceitos: o de identidade e o de felicidade.

O refrão da música diz: “Aqui estou sendo quem sou, dou tudo de mim, sei o que quero. Lá vou eu, com muita emoção, brilho na escuridão”. Tal canção é tocada em três momentos distintos ao longo do referido filme: é a música de abertura cantada pela personagem Keira; é tocada novamente no *clímax* do filme, quando a princesa Vitória ainda se passa por Keira e se vê obrigada a subir no palco para não prejudicar a carreira de sua nova amiga; e, já no final do filme (última cena), na qual Keira e a princesa Vitória cantam juntas, mudando o sujeito de “eu” para “nós”.

A maior parte das canções do filme gira em torno da identidade das protagonistas, particularmente, o conflito sobre o conflito de identidade que ambas vivem. Durante a trama podemos inferir que as duas personagens se encontram infelizes com suas vidas, e por isto, desejam ocupar uma o lugar da outra. Contudo, o presente panorama se modifica quando Keira, na visita que fez ao castelo, se encontra com a princesa Vitória quando descobrem, em uma brincadeira, que podiam trocar de papéis, por meio dos seus artefatos mágicos – o microfone e a escova. È quando transformam-se, até se darem conta de que haviam ficado parecidas. Ambas, já de papéis trocados, mostram-se satisfeitas com as mudanças. Também decidem trocar de funções por um dia, conforme o diálogo abaixo:

Princesa Vitória: Por que não continuamos?

Keira: Bom... primeiro... porque eu tenho um show para fazer de noite, sem falar, nos contratos que tenho que assinar, na entrevista...

Princesa Vitória: Mas e amanhã? A gente podia trocar de manha e passar o dia inteiro sendo a outra!

Keira: Olha... eu acho que não...

Princesa Vitória: Keira, não seria incrível dar um tempo de ser você só por um dia?

Keira: Tória...

Princesa Vitória: Seria mágico! Eu seria pop star por um dia e você seria princesa...

Keira: Então tá!

Após a troca concreta de funções, a princesa Vitória ensina a Keira como se portar como uma princesa e, ao mesmo tempo, Keira ensina a princesa Vitória como se portar como uma pop star. Os excertos da canção cantada pelas personagens nos mostram essa situação:

Uma princesa sabe qual talher usar	[...] Uma câmera
Uma princesa tem sapatos de arrasar	Outra câmera
Café servido na cama	Uma outra
Usa joias quando quer	E mais outra
Faz massagens, paparicos ao acordar	
Uma princesa vê seu sonho se realizar	E mais um autógrafo pra dar
	Com amor
Convites de príncipes vai aceitar,	
E saber qual vestido usar	Troque a roupa
E o tempo todo saber como se portar	Faça pose
	Como agente
Uma pop star sabe qual microfone usar	Cumprimenta
Uma pop star sabe sempre como andar	Na internet vou postar
Sabe o que tem que ensaiar, para no show arrasar	Brilhar
Ela é uma estrela que sabe brilhar	
Uma pop star tem que sua carreira amar	

As ações das duas personagens mostram como elas estão felizes em seus novos papéis. Na música, anteriormente citada, uma ensina a outra como atuar na nova função e em nenhum momento da trama elas mostraram-se arrependidas, pelo contrário, estão visivelmente realizadas nos papéis assumidos, aliás, o grande conflito que move a narrativa é ser princesa ou ser uma celebridade do *show business*. Ao que tudo indica, o filme procura mostrar que as duas opções são boas, afinal ambas garantem as personagens visibilidade que, no filme, é um conceito intrínseco com o de felicidade.

Nesse sentido, é válido ressaltar que essa promessa de felicidade tão almejada por todos está relacionada com outro aspecto que também foi bastante explorado nos dois filmes analisados: o consumo. A busca da felicidade pelo sujeito contemporâneo está atrelada ao ato de consumir, sendo que este se conecta com a busca pela identidade, sobre as aspirações do sujeito em tornar-se alguém. Nos filmes analisados podemos

perceber o quando é vigorosa a ideia de que para ser alguém é preciso ser visível, possuir roupas e objetos diversos, ser igual a Barbie.

O papel da indústria de produção de imagens na conquista de consumidores potenciais é grandioso. Vale dizer que “toda essa indústria se especializa na aceleração do tempo de giro por meio da produção e venda de imagens” (HARVEY, 2009, p. 262). Ou seja, de maneira frequente o mercado cria o seu próprio consumidor e seus produtos podem moldá-lo de acordo com seus interesses e lucros. Para tanto as princesas e as celebridades da indústrias do entretenimento tem um papel importante a desempenhar.

É certo que a formação do consumidor *in lócus* e interessado em uma mercadoria se forma em acorde ao contexto histórico que o mesmo está inserido. A maneira como essas imagens são veiculadas na mídia, assim como os próprios filmes, variam de acordo com a época. Vejamos, por exemplo, o caso dos dois filmes analisados. A “Barbie: a estrela do rock” é um filme do final da década de 1980. O conceito de consumismo e, por conseguinte, de formação do consumidor nesses anos foram construídos de maneira relativamente distinta daquela do filme “Barbie: a princesa & a pop star”, que é uma produção de 2012.

Nos anos de 1980 viveu-se o cenário do fim da guerra fria e os países desenvolvidos, principalmente os Estados Unidos, se consolidavam como a grande potência econômica, tentavam conseguir mais países sobre sua influência, no intuito de expandir seu mercado consumidor e de ter ganhos no campo político. Nesta época acredita-se no fim das barreiras para a globalização que se acentuava cada vez mais nas relações entre os países. Observamos que a Barbie, um produto da indústria do entretenimento é um produto voltado para o consumismo, no intuito de fortalecer os vínculos globais pelos quais o mundo se encontrava, uma vez que este é um produto norte-americano que promove a inserção dos ideais ocidentais de consumo dos países desenvolvidos nas demais economias.

Pelas razões apontadas, o mercado consumidor dos países em desenvolvimento, incluso o Brasil, estava em intenso processo de redefinição da sua formação. Quando analisamos o filme da Barbie, do final da década de 1980, observamos a necessidade de se apresentar o consumismo de uma maneira explícita e contundente. Havia, portanto, a necessidade de se alavancar outros países que acompanhassem o compasso mercantil ditado pelos norte americanos.

No filme “Barbie: a estrela do rock”, de 1987, na cena dos preparativos para a festa de comemoração da Paz Mundial, ela pergunta: “Que roupa vou usar?”.

Juntamente com as amigas, vai até uma loja de roupas, onde a vendedora lhe mostra diversos modelos para que ela possa escolher. Após a escolha da sua roupa de festa há um destaque quando calça o seu sapato cor-de-rosa. Destaca-se também, os momentos em que ela está colocando suas luvas, o seu cabelo está sendo penteado e sua maquiagem passada ao rosto... Por fim, há o enquadramento do seu pescoço, com o colar, e das orelhas, com os brincos. Há, portanto, a necessidade de se realçar quais são os objetos que se quer forjar como o desejo da população, em especial, da mulher ou da garota-mulher, sendo os acessórios uma indicação certa desse desejo.

Em outra cena, sua visibilidade como pertencente ao mundo do consumo, é marcada quando o Ken a vê descendo as escadas, pronta para ir à festa, e diz: “Nunca vi ninguém tão linda em toda a minha vida”. A Barbie estava trajando um longo vestido cor-de-rosa, sapatos cor-de-rosa, luvas brancas, joias e uma tiara dourada. O conjunto fazia sua beleza reluzir. Na festa, os convidados comentaram sobre como estava vestida: “Mas, ela é linda!”; “Fantástica!”. Há, aqui, uma associação da beleza com as vestimentas e acessórios. Em outras palavras, quem anela ser tão jovial e bela como a Barbie, deve vestir-se como a sua personagem e usar acessórios e maquiagem similares.

Mais para a metade do filme segue outra cena com o mesmo intuito de incentivo ao consumo: antes do seu show, Barbie e suas companheiras se arrumam - há um enfoque na maquiagem. Há também um destaque para as roupas e acessórios usados, dando-lhes um realce aos objetos de desejo da mulher, instigando-as a consumir. O ideal de felicidade está, agora, na mulher bonita, nos cuidados e nos produtos de beleza. Essa é a Barbie, o arquétipo ideacional de mulher a ser alcançada por todas as demais. Observando a Barbie da década de 1980 com a Barbie atual, constatamos que as características físicas permanecem a mesma: pele branca, cabelos loiros cumpridos e olhos azuis. As pequenas variações do tamanho de cintura ou das pernas são irrelevantes perto das características que perduram ao longo desses 25 anos.

Também em relação ao segundo filme, “Barbie: a princesa e a pop star”, de 2012, o consumismo se apresenta de forma dissimulada. Este dialoga com outro público receptor, na década de 1980 quando havia a preocupação em se formar um mercado consumidor, ao passo que nos anos 2000, o interesse está em manter e fomentar o público consumidor que já está formado. Há que estimulá-lo a consumir cada dia mais e, para isso, o produto perde seu valor com a mesma rapidez que é adquirido. Em outras palavras, mal se compra um produto, já está se comprando outro devido à sua obsolescência planejada. Tal fato aparece de maneira proeminente no filme de 2012.

Neste filme, os enfoques ocorrem da mesma forma que no primeiro, contudo em menor quantidade, em objetos de desejo de consumo, principalmente, do público feminino, tais como: botas, roupas, colares, entre outros. Quando o filme se inicia, por exemplo, as botas da cantora Keira em seu show de abertura são enquadradas de maneira rápida. Essa é, inclusive, uma diferença do primeiro filme, haja vista que naquele os enquadramentos eram mais demorados, ou seja, desprendiam-se um tempo maior para mostrá-los.

Em relação aos diálogos, uma das falas que traz em seu bojo o consumo é realizada entre a princesa Vitória e a *popstar* Keira, na qual a primeira diz: “O que me deixa mais feliz é um vestido novo”. O cenário, as vestimentas, os acessórios usados pelas personagens não deixam dúvidas de que a felicidade está relacionada a aquisição, ao ter e ao mostrar para os outros tudo o que se tem.

O filme da Barbie, de 2012, é marcada pela presença da fluidez; do movimento. Bauman sugere que “uma das características do consumidor” é “a capacidade de esquecimento, de não manter o interesse em um determinado artefato ou prática por muito tempo” (BAUMAN, 1999 *apud* MOMO; COSTA, 2010, p. 977). Essa efemeridade e descartabilidade dos objetos podem ser vistas no filme pela presença de um microfone mágico e de uma escova de cabelo mágica, objetos que satisfazem os desejos de maneira instantânea, permitindo a composição de outra identidade.

A princesa Vitória tem uma escova mágica que lhe possibilita mudar a cor de seu cabelo e penteado, bem como de outras pessoas, quando quiser. Há uma cena na qual a personagem está dialogando com sua tia, e brincando decide mudar a cor e o penteado do cabelo dela umas três vezes. A princesa muda o seu cabelo várias vezes e muda também o cabelo da pop star para que esta possa se parecer com ela.

A personagem Keira tem um microfone mágico que lhe possibilita mudar as suas roupas, bem como de outras pessoas, quando quiser. Com isso, pode escolher novos e modernos modelos e cores variadas. Keira muda os seus vestidos várias vezes, principalmente em shows com trocas rápidas, mas também muda o vestido da princesa Vitória para que esta possa se parecer com ela.

A contemporaneidade é marcada, substancialmente, pela efemeridade e descartabilidade, bem como pela instabilidade e individualismo. Mudar o tempo todo é uma prerrogativa insistentemente defendida pelo filme. Essa marca atinge crianças dos vários segmentos sociais. Como afirma as assertivas de Momo & Costa (2010) as crianças contemporâneas,

Procuram de modo incansável se inscrever na cultura globalmente reconhecida e fazer parte de uma comunidade de consumidores de artefatos em voga na mídia do momento; que produzem seu corpo de forma a harmonizá-lo com o mundo das imagens e do espetáculo; que se caracteriza por constantes e ininterruptos movimentos e mutações. São crianças que buscam infatigavelmente a fruição e o prazer e, nessa busca, borram fronteiras de classe, gênero e geração. São crianças que vão se tornando o que são, vivendo sob a condição pós-moderna (MOMO; COSTA, 2010, p. 969).

A assertiva acima resume bem a nossa compreensão acerca do que as crianças contemporâneas estão vivenciando e aprendendo em filmes infantis como os da Barbie. A sociedade contemporânea é, ao nosso ver, a sociedade do espetáculo. Ou seja, as crianças anseiam por serem aceitas e, por isso, buscam ser visíveis e, para tanto, a alternativa mais viável é a do consumo. Há que se consumir no afã de ser visível, ser aceito socialmente e, por fim, chegar próximo da felicidade prometida.

Não temos dúvidas de que a Barbie é uma personagem sedutora pois, se não fosse, com certeza não seria bem aceita mundialmente; incluindo o mercado brasileiro. Há toda uma discursividade construída para manter sua imagem intacta e uma tática comercial, um cuidado que se tem com os hábitos e propósitos dessa personagem. A Barbie, por exemplo, é preocupada com as questões sociais e ambientais que envolvem o planeta, bem como, com a paz mundial.

No filme “Barbie: a estrela do rock” ela foi convidada para ser a primeira embaixatriz da paz mundial, um importante e conceituado posto. O seu anúncio aconteceu logo no início do filme, quando um dos apresentadores disse: “Barbie é nomeada a primeira embaixatriz da paz mundial e faz seu último show de turnê pelo mundo”. Ficamos nos indagando qual seria a relevância de ter um personagem com um papel social tão relevante. Analisando o contexto histórico do final da década de 1980, temos o cenário da Guerra Fria protagonizado pelos Estados Unidos e a União Soviética, na qual havia o embate entre o socialismo, de um lado, e o capitalismo, de outro lado, e no meio, a corrida armamentista voltada para guerra. Contudo, nos anos finais de 1980 havia uma maior hegemonia capitalista em detrimento da socialista e, assim, os Estados Unidos estavam ávidos pelo fim da Guerra Fria, tendo em vista a sua hegemonia nas relações internacionais. Esse contexto político justifica porque a Barbie, sendo uma personagem norte-americana, apareça no filme, encarregada do objetivo de pregar a paz pelo mundo.

Já no filme “Barbie: a princesa & a pop star”, não é necessário realçar o apelo à construção de uma personagem com uma mensagem global pois a própria Barbie já é, de fato, globalizada. Porém, claramente o conteúdo que ela transmite tem um cunho positivo nos sentidos social e ambiental, já que a Barbie protege a natureza e, além disso, é a porta voz dos menos favorecidos. Ela é uma princesa e precisa se preocupar com questões de valores éticos e morais e o seu discurso final ilustra bem nossas compreensões:

E além de atualizar os sistemas de irrigação de Meribella contra futuras secas, nós também estamos criando um sistema de serviço público para os necessitados do nosso Reino. De agora em diante, eu a princesa Vitória pretendo usar a minha voz para ajudar os que acham que não tem voz a fazer um lugar melhor para viver. Obrigada (BARBIE: A PRINCESA E POP STAR, 2012).

Nos dois casos, portanto, a Barbie exerce um papel de cunho político e com preocupações com a ordem social. No primeiro filme a temática defendida é ampla e mundial. Já no segundo filme, sua proposta é mais pontual: defende o meio ambiente e os oprimidos de seu reinado. O realce parece ser o lugar, mas de qualquer maneira sua função social permeia os dois filmes, mostrando o lado humano desta personagem.

Por fim, vale destacar importância da cor rosa em ambos os filmes analisados. Duas cenas chamam a atenção no filme “Barbie: a estrela do rock” nesse ponto. O primeiro deles está na cor do vestido de gala usado pela Barbie no evento comemorativo que participou a favor da paz mundial, cor de rosa, os seus acessórios, inclusive o sapato, também eram cor-de-rosa. O segundo ponto encontra-se na cor do foguete utilizado para a Barbie e sua banda viajar para o espaço. Em relação ao segundo filme, “Barbie: a princesa & a pop star”, a cor rosa permanece, especialmente no vestuário, a princesa Vitória usa um vestido e acessórios desta cor. O “rosa” destacado em ambos os filmes é um rosa claro, dando-nos a ideia de uma menina-mulher, cuja inocência e ingenuidade são suas características. A Barbie é uma personagem bondosa e generosa, sempre disposta a colaborar com o outro, o rosa pode estar relacionado a essas características. Uma cor própria para as meninas bondosas que não se rebelam contra o seu papel na ordem social.

Rupturas

No primeiro filme analisado, “Barbie: a estrela do Rock”, a Barbie é ela mesma. É uma cantora famosa que lidera uma banda de Rock. O filme se passa no final da década de 80. Nessa fase, a Barbie está iniciando sua carreira fílmica em termos mundiais. Ela precisa, então, consolidar-se nessa materialidade da linguagem audiovisual que, até então, era incipiente em sua carreira. Já no segundo filme analisado, “Barbie: a princesa & a *pop star*”, a Barbie é uma personagem. Na realidade, ela é duas personagens: A princesa Vitória e a *pop star* Keira. Nesta temporalidade, 25 anos entre as duas produções fílmicas, a Barbie é uma marca já conhecida, reconhecida e aceita mundialmente, pode assumir outros papéis que não seja ela mesma, sem tirar seu brilho enquanto celebridade.

Um aspecto marca o filme da Barbie do fim da década de 1980, que não se apresenta em 2012. No primeiro filme analisado a Barbie tem um referencial geográfico – os Estados Unidos da América. Isso pode ser visto nas primeiras cenas do filme, em que a Barbie é apresentada para o mundo. À medida que os apresentadores do seu *show* iam descrevendo os lugares pelos quais a Barbie e sua banda passaram, fotos dos lugares ou algum elemento da localidade aparecia. Essa cena, também foi incrementada com a presença de várias revistas mundiais, cujos títulos estavam escritos em diferentes línguas. Aqui, notamos a presença da linguagem não verbal e do cenário. Às frases ditas pelos apresentadores, são:

Em Paris, Barbie e os roqueiros fizeram um magnífico show; Barbie e os roqueiros encantam os quatro cantos do mundo e recebem o seu terceiro disco de platina; Barbie faz um show espetacular na Rússia e volta para casa; Na China, Barbie e os roqueiros fazem um show gigantesco.

Apesar de não termos diálogos, conseguimos angariar frases que comprovam a necessidade da personagem ter um referencial geográfico consolidado. A Barbie é norte-americana, porém, em virtude de sua profissão de cantora, viaja o mundo todo. Há, aqui, a busca pelo seu reconhecimento mundial. Quando pensamos na Barbie do ano de 2012, a personagem atual já se mostra plenamente globalizada e não se verifica a construção de um referencial geográfico. A presente personagem foi construída para uma criança globalizada. Se perguntarmos a uma criança de hoje onde a Barbie mora ou qual é sua origem, provavelmente a mesma não saberá responder.

Antes da emergência e da expansão do processo de globalização, as distâncias físicas eram acentuadas, fato que muitas vezes limitava as relações sociais entre regiões

dentro de um mesmo país ou, até mesmo, entre países. Guimarães (2013, p. 3) afirma que “a fixidez, os limites e as dificuldades de vencer as distâncias, ao se constituírem em um problema existencial para a humanidade, impulsionaram, desde sempre, práticas socioespaciais, ações no sentido estabelecer formas de usos, de apropriação e do domínio do espaço”.

Segundo Santos (1997, p. 41) espaço é “*linguagem* e também o *meio* onde a vida é tornada possível”. Com o processo de globalização, o espaço não é delimitado somente por fronteiras físicas. Isso é melhor notado, por exemplo, com o advento tecnológico, marcado pelo uso das redes sociais. Há, nesse sentido, uma flexibilização espacial, sendo que ampliam-se os limites para o acesso e intercâmbio de informações. A Barbie pode ser considerada uma personagem globalizado. Ela está em todo o mundo, sua marca está no ideário das crianças das diferentes nacionalidades.

Outro aspecto que pensamos ser pertinente encontra-se na não continuidade de personagens importantes e secundários. O Ken, por exemplo, é um personagem importante, mas que vem perdendo seu poder centralizador ao longo dos filmes da Barbie, recaindo, às vezes, como um personagem secundário. Não podemos afirmar que o Ken seja um personagem importante no filme “Barbie: a estrela do rock”, mas ele é o namorado da Barbie. O único momento em que vemos os dois juntos é no evento comemorativo cuja temática é a paz mundial, sendo que Ken a espera descer as escadas no hotel onde está hospedada e depois a leva até a festa, na qual eles dançam juntos. Não há nenhum outro momento no filme em que o casal esteja em destaque. Já no filme “Barbie: a princesa & a pop star”, a Barbie é solteira. Nem sequer namorado ela possui. O Ken, neste filme, não aparece.

Também consideramos importante o fato de a Barbie no filme, “Barbie: a estrela do rock” ter uma banda, um grupo musical que a acompanha. Já no filme “Barbie: a princesa & a pop star”, a Barbie, na pele de Keira, é uma cantora solo. Na década de 1980, Havia uma tendência à formação das bandas de rock no cenário mundial. A Barbie, portanto, seguiu essa tendência no seu primeiro filme. Ao longo dos anos este viés foi perdendo a força, dando lugar aos cantores com trabalhos em carreira solo; foi o que aconteceu com a Barbie dos anos 2000. Há, aqui, um contraponto entre o coletivo – marcado pelos conjuntos musicais – e o individualismo – marcado por cantores solo.

Considerações finais

Os artefatos audiovisuais, em especial os filmes produzidos para as crianças, têm sido notadamente utilizados para a massificação de ideias e pensamentos difusores de uma promessa de felicidade. O que muitas vezes se propaga nas produções midiáticas para as crianças é a associação do ideal de ser feliz ao de consumir. A Barbie é um personagem que nunca envelhece. Além do mais, está sempre em forma, muito bem vestida e maquiada. Enfim, tem uma vida movimentada, luxuosa e repleta de regalias. Nos filmes analisados, tivemos a oportunidade de constatar como essa felicidade idealizada está presente no cotidiano das protagonistas.

O conceito de consumo, aliado ao de felicidade, analisado nos dois filmes eleitos é disposto de maneira distinta. Contudo, o que importa não é a maneira como o consumismo foi trazido para as telas, mas os sentidos produzidos sobre os mesmos em cada década. A análise fílmica deve respeitar o contexto histórico no qual cada enredo está mergulhado. A nossa compreensão depende, em grande medida, dos fatores históricos que os envolvem; os quais determinam a ação dos personagens. O estímulo ao ato de consumir, no final da década de 1980, era mais aparente e direto que em 2012. Nesses 25 anos que separam a produção de um filme para o outro, a Barbie se consolidou como uma marca globalizada. Antes, ela ditava comportamentos; hoje, ela os mantém, ensinando aos seus telespectadores a importância de estar sempre em evidência. Afinal, o mundo contemporâneo tem como marca o poder do espetáculo, das celebridades, da visibilidade como condição de pertencimento e inscrição na ordem social vigente.

Além disso, há uma ordem discursiva que rodeia esse personagem que merece destaque: a Barbie não fuma, não bebe, não usa nada de ilícito que possa desfazer sua imagem frente aos seus consumidores. A personagem está sempre disposta a ensinar boas ações às crianças tais como o respeito ao próximo, a importância da persistência, da amizade, da honestidade, da colaboração - a de ajudar o outro, etc. Tudo isso corrobora para que a Barbie seja o arquétipo ideal a ser alcançado; muitas vezes o que faz com que ela seja confundida com um ser humano, em seus anseios e temores. Há todo um arsenal publicitário para que a torne um ícone da cultura infantil. Não podemos nos esquecer da estrutura física que a marca, enfim, sua pele branca, cabelos loiros e olhos azuis, corpo magro e esguio – são características da personagem.

No que tange as permanências e rupturas nos referidos filmes, notamos que há mais querupturas. Isso significa, a nosso ver, que apesar de a Barbie veicular filmes no cenário brasileiro há mais de duas décadas e meia, os conceitos trabalhados nestes não

sofreram alterações significativas. Há pequenas mudanças em relação a alguns aspectos, o que se deve as mudanças no contexto social, político, econômico e histórico que envolve cada filme. Este personagem ensina comportamentos a serem seguidos, na sociedade contemporânea, para os telespectadores infantis.

Com o passar do tempo Barbie foi se tornando uma protagonista globalizada a personagem vem realizando sua função global, estimulando, cada vez mais, o seu público, a acreditar em um ideal, criando consumidores em acorde com as características que fundamentam um determinado papel atribuído a menina e a jovem mulher na sociedade contemporânea.

Referências Bibliográficas

BARBIE AND THE ROCKERS: OUT OF THIS WORLD (animação infantil). Bernard Deyriés (direção). Barbie, Ken, Diva, Dee Dee, Dana e Derek (elenco principal). Estados Unidos (EUA), 1987, colorido, longa-metragem, Inglês (língua), 50 minutos.

BARBIE AS THE PRINCESS AND THE PAUPER (animação infantil). William Lau (direção). Barbie e Keria (elenco principal). Estados Unidos (EUA), 2004, colorido, longa-metragem, Inglês (língua), 85 minutos.

DINIZ, Kênia Mendonça. Espaço, tempo e infância: problematizações acerca do artefato midiático Barbie. 123 f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Educação. Universidade Federal de Uberlândia.

GUIMARÃES, Iara Vieira. Território, Territorialidade e Globalização no discurso jornalístico produzido para o público infantil escolar. In: **Revista Teias**, vol. n1. 2013, p. 1 – 23.

HARVEY, David. A compressão do tempo – espaço e a condição pós – moderna. In: HARVEY, David. **Condição pós – moderna**. São Paulo: Loyola, 4ª Ed, 2009.

MOMO, M. & COSTA, M.V. Crianças escolares do século XXI: Para se pensar uma infância pós – moderna. **Cadernos de Pesquisa**. V. 40, n. 141, p. 965 – 991, 2010.

ROVERI, Fernanda Theodoro. **Barbie: tudo o que você quer ser...: ou considerações sobre a educação de meninas**. 105 f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, 2008.

SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo: Globalização e Meio Técnico – Científico Informacional**. São Paulo: Editora Hucitec, 3ª Ed., 1997.

VERSUTI, Andrea. **“Eu tenho, você não tem”**: o discurso publicitário infantil e a **motivação ao consumo**. 211 f. Dissertação (Mestrado). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Estadual de Campinas, 2000.