

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

ANNE TALITA NORONHA SILVA

CONTOS DE MELISSA: UMA RELAÇÃO INTERSEMIÓTICA ENTRE OS CONTOS
DE FADAS TRADICIONAIS E O CONTO PUBLICITÁRIO

SÃO PAULO

2012

ANNE TALITA NORONHA SILVA

CONTOS DE MELISSA: UMA RELAÇÃO INTERSEMIÓTICA ENTRE OS CONTOS
DE FADAS TRADICIONAIS E O CONTO PUBLICITÁRIO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Letras.

Orientador: Prof. Dr. José Gaston Hilgert

SÃO PAULO

2012

ANNE TALITA NORONHA SILVA

CONTOS DE MELISSA: UMA RELAÇÃO INTERSEMIÓTICA ENTRE OS CONTOS
DE FADAS TRADICIONAIS E O CONTO PUBLICITÁRIO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Letras.

Aprovada em:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Gaston Hilgert
Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Prof. Dr. Luis Alexandre Grubits de P. Pessoa
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Prof. Dra. Ana Lucia Trevisan
Universidade Presbiteriana Mackenzie.

S586c Silva, Anne Talita Noronha
Contos de Melissa: uma relação intersemiótica entre os contos de fadas tradicionais e o conto publicitário / Anne Talita Noronha Silva – 2012.
153 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2012.
Referências bibliográficas: f. 125-128.

1. Dialogismo. 2. Intertextualidade. 3. Contos de Melissa.
3. Contos tradicionais. 4. Tradução intersemiótica. I. Título.

CDD 401.41

*Dedico este trabalho aos meus pais,
Reinaldo Araújo Silva e a Vânia Noronha
Silva, que sempre me apoiaram, me
encorajaram nas horas difíceis e me
aplaudiram nos momentos de glória.*

Amo vocês!

Agradecimentos

Enfim, chegou o momento de expressar meus sinceros agradecimentos a todos que direta ou indiretamente me apoiaram ao longo desta jornada de trabalho.

A realização deste trabalho se mostrou um grande desafio em minha vida. Contudo, como as motivações eram grandes, esse desafio se transformou em uma caminhada mais agradável.

Assim, gostaria de agradecer:

- ❖ primeiramente a Deus, por estar sempre presente em minha vida, por me direcionar em minhas escolhas e me confortar nos momentos mais difíceis;
- ❖ aos meus pais Reinaldo e Vânia, que com amor e carinho me apoiaram em todos os momentos. Amo vocês!
- ❖ à minha avó Nelsides, que por muitos momentos soube me ouvir e me apoiar. Amo você também!
- ❖ à minha prima Rayanne Mesquita, que me ajudou e me ouviu quando precisei;
- ❖ ao meu irmão André e cunhada Sara Noronha, que prontamente ofereceram sua casa para me hospedar durante o curso;
- ❖ ao meu orientador Prof. Gaston, que com seus ensinamentos, compreensão e, acima de tudo, por suas exigências, fez com que este trabalho pudesse ser realizado;
- ❖ aos professores que tive durante esse tempo de estudos, que me deram base para a realização do trabalho;

❖ a todos os meus amigos, que me entenderam e me apoiaram nesta jornada. Especialmente à Graciela Villalba que me ajudou emprestando livros e tirando dúvidas sobre alguns tópicos do trabalho;

❖ aos amigos de jornada Alexandre, Ana, Daniele e Juliana pelo apoio, carinho. Estou certa de que depois desse tempo juntos, de colegas de classe passamos a ser amigos, Obrigada por tudo!

Enfim, a todos que de alguma maneira estiveram ao meu lado durante essa jornada.

Sou imensamente grata pelo apoio e afeto!

*Certa palavra dorme na sombra
de um livro raro.
Como desencantá-la?
É a senha da vida,
a senha do mundo.
Vou procurá-la.*

*Vou procurá-la a vida inteira
no mundo todo.
Se tarda o encontro,
se não a encontro
não desanimo,
procuro sempre.*

*Procuro sempre, e minha procura
ficará sendo minha palavra.
A vida inteira.*

(Carlos Drummond de Andrade).

Resumo

Este trabalho, por fazer parte do âmbito dos estudos da linguagem, direciona seu interesse ao estudo do texto. Para tanto, primeiramente tece considerações sobre os conceitos de dialogismo e intertextualidade tendo como referência textos não verbais. Esses textos são peças publicitárias da campanha *Contos de Melissa*, da empresa Grendene/Melissa, veiculada em revistas femininas na ocasião do lançamento da coleção primavera/verão 2008. As peças publicitárias utilizadas resultaram da adaptação de quatro contos tradicionais que, geralmente, são apresentados como textos verbais, ou seja, por meio de palavras. O estudo tem por finalidade primeira observar, com base nos fundamentos teóricos do dialogismo de Mikhail Bakhtin e também em estudos realizados por José Luiz Fiorin sobre esse conceito, como a intertextualidade se revela na construção dos textos dessa campanha, pois, em geral, esse processo acontece na relação entre textos do mesmo sistema semiótico, porém, no caso da campanha, a incorporação de elementos do texto-fonte, no caso, os contos tradicionais, acontece entre sistemas semióticos diferentes, ou seja, ocorre uma tradução intersemiótica.

Palavras - chave: Dialogismo, intertextualidade, contos de Melissa, contos tradicionais, Tradução Intersemiótica.

RESUMEN

Este trabajo, por hacer parte del ámbito de los estudios del lenguaje, dirige su interés al estudio del texto. Para eso, en primer lugar hace consideraciones sobre los conceptos de dialogismo e intertextualidad teniendo como referencias textos no verbales. Estos textos son piezas publicitarias de la campaña *Cuentos de Melissa*, de la empresa Grendene/Melissa, presentada en revistas femeninas cuando del lanzamiento de la colección primavera/verano en 2008. Las piezas publicitarias utilizadas resultaron de la adaptación de cuatro cuentos tradicionales que generalmente son presentados como textos verbales, es decir, por medio de palabras.

El estudio tiene como primer objetivo observar, basado en los fundamentos teóricos del dialogismo de Mikhail Bakhtin y también en estudios realizados por José Luiz Fiorin sobre ese concepto, como la intertextualidad se revela en la construcción de los textos de esa campaña, pues, por lo general, ese proceso sucede en la relación entre textos del mismo sistema semiótico, pero, en el caso de la campaña, la incorporación de elementos del texto-fuente, es decir, los cuentos tradicionales, sucede entre sistemas semióticos diferentes, o sea, ocurre un traducción inter-semiótica.

Palabras-clave: Dialogismo, intertextualidad, cuentos de Melissa, cuentos tradicionales, traducción inter-semiótica.

SUMÁRIO

Introdução	12
1- A linguagem em Bakhtin: Um processo de interação responsiva	17
2- O diálogo em Bakhtin: Concepções sobre o dialogismo e polifonia	24
3- Dialogando com os textos: A intertextualidade como processo de construção e produção de sentido entre textos	31
3.1- Intertextualidade x Interdiscursividade	33
4- Tradução Intersemiótica: Uma operação dialógica entre diferentes sistemas semióticos	46
4.1- A intertextualidade como recurso criativo para a publicidade	48
4.2- Os planos do conteúdo e de expressão como forma de explicação da tradução intersemiótica	54
5- Contos de Melissa: Um conto publicitário	60
5.1- Chapeuzinho Vermelho: A menina que ousou ousar	65
5.2- Cinderela ou Gata Borralheira?	69
5.3- Rapunzel: O aprisionamento do feminino	73
5.4 – Branca de Neve	75
6- Contos de Melissa: Uma adaptação intersemiótica dos contos tradicionais	78
❖ Chapeuzinho Vermelho	83
❖ Cinderela	92
❖ Rapunzel	100
❖ Branca de Neve	107
Considerações Finais	118
Referências Bibliográficas	125

Anexos (contos)	129
1- Chapeuzinho Vermelho	130
2- Gata Borralheira (Cinderela)	133
3- Rapunzel (Raponcel)	139
4- Branca de Neve e os sete anões	143

Introdução

Este trabalho, por fazer parte do âmbito dos estudos da linguagem, tem por finalidade o estudo das manifestações textuais.

Usualmente, quando falamos em textos costumamos nos referir aos textos *verbais*, ou seja, aqueles constituídos por palavras e que têm como função expressar as ideias do autor que os escreve para um determinado leitor. Porém, as manifestações textuais não ficam restritas somente aos textos verbais, existindo ainda aqueles constituídos por outras linguagens como os constituídos por imagens. Esses textos são chamados de *textos não verbais*. Tais textos são justamente os que pretendemos investigar neste trabalho.

Assim, o objeto escolhido para ser analisado será o texto não verbal, portanto, aquele constituído por imagens. Especificamente, analisaremos a campanha publicitária *Contos de Melissa*, da empresa de calçados femininos Grendene/Melissa, produzida para a coleção primavera/verão 2008.

Nessa campanha foram utilizados quatro textos adaptados de contos tradicionais muito conhecidos pelos leitores em geral. Os contos são os seguintes:

- ❖ Chapeuzinho Vermelho;
- ❖ Cinderela;
- ❖ Rapunzel;
- ❖ Branca de Neve.

Vale dizer que os textos originais são textos verbais que, ao serem inseridos nessa campanha, foram adaptados para textos não verbais.

Portanto, a questão central a ser abordada, tendo em vista a adaptação dos contos tradicionais (textos verbais) para a publicidade (textos não verbais), é o processo denominado de *intertextualidade* que, em termos gerais, pode ser definido como um procedimento de construção textual que consiste na incorporação de elementos de outros textos na construção de um novo texto.

Geralmente, a intertextualidade acontece na relação entre textos que fazem parte de um mesmo sistema semiótico, ou seja, esse processo costuma acontecer entre um texto verbal e outro verbal. No entanto, não é difícil percebermos a intertextualidade acontecer pelo processo intersemiótico, ou seja, quando a relação

entre os textos se realiza por diferentes sistemas semióticos, como é o caso do objeto desse estudo, no qual o texto não verbal incorpora elementos do texto verbal.

Nesta perspectiva, este trabalho volta seu interesse ao estudo da intertextualidade, isto é, uma manifestação que explicita o caráter dialógico da linguagem, segundo a concepção de linguagem do linguista e pensador russo Mikhail Bakhtin.

Para podermos entender o processo de intertextualidade é preciso que primeiramente haja uma discussão sobre a noção de dialogismo. Para isso falaremos brevemente sobre esse conceito e sobre as diferentes formas pelas quais o dialogismo pode se manifestar nos textos.

Para tanto, a lógica teórica deste trabalho vai se compor de seis capítulos, sendo os quatro primeiros responsáveis por apresentarem os fundamentos teóricos necessários para a realização do presente estudo. Nos capítulos que seguem faz-se a utilização dessa teoria na análise do *corpus* escolhido. Assim, o nosso trabalho deve organizar-se na seguinte sequência:

❖ *Capítulo 1 – A linguagem em Bakhtin: um processo de interação responsiva.*

Neste capítulo apresentaremos uma breve noção de linguagem, à luz do pensamento bakhtiniano. Demonstraremos a importância da interação entre os sujeitos para a explicitação da natureza da linguagem.

❖ *Capítulo 2 – O diálogo em Bakhtin: concepções sobre o dialogismo e polifonia.*

Como a noção de linguagem em Bakhtin está centrada no conceito de dialogismo e polifonia, é preciso discutir, no que for pertinente o que é dialogismo e como ele pode se manifestar nos textos.

❖ *Capítulo 3 – Dialogando com os textos: A intertextualidade como processo de construção de sentido entre textos.*

Entre as diferentes formas de dialogismo encontra-se a intertextualidade. Assim, neste capítulo definiremos o conceito de intertextualidade e mostraremos como ela se distingue dos outros conceitos que também evidenciam a natureza

dialógica da linguagem. A distinção será feita entre os termos intertextualidade e polifonia.

Feita essa distinção, apresentaremos as diferentes formas em que a intertextualidade se manifesta nos textos.

❖ *Capítulo 4 - Tradução Intersemiótica: Uma operação dialógica entre diferentes sistemas semióticos*

Neste capítulo trataremos das questões referentes ao processo de tradução entre textos de diferentes sistemas, como é o caso do corpus deste trabalho, no qual um texto não verbal adaptou elementos de um texto verbal.

Realizada essa breve definição, falaremos ainda sobre a importância do processo intertextual, seja intersemiótico ou não, no processo de construção das peças publicitárias.

Complementaremos este capítulo com informações de base semiótica que tratam das noções de plano de conteúdo e plano de expressão, tendo em vista que todo texto é constituído por um plano de conteúdo, que se apresenta ao leitor por meio do plano de expressão. Este plano de expressão pode se realizar por meio da linguagem verbal, isto é, por palavras, ou por meio da linguagem não verbal, ou seja, por imagens ou outros recursos. Além disso, quando um plano de conteúdo é apresentado por um plano de expressão constituído assim por diferentes linguagens, este plano de expressão tem natureza sincrética. Essa noção de plano de expressão é importante para o nosso trabalho, pois com base nela poderemos explicar as duas formas de manifestação (a verbal e não verbal) de um mesmo plano de conteúdo.

Por achar relevante, observaremos as quatro categorias plásticas (cromática, eidética, topológica e matérica) propostas por Teixeira, pois por meio delas, com exceção da categoria plástica, podemos observar como o conteúdo do conto original (texto verbal) foi manifestado nas peças publicitárias da campanha (textos não verbais).

❖ *Capítulo 5- Contos de Melissa: um conto publicitário*

Neste capítulo serão apresentados os textos verbais que deram origem aos quatro textos não verbais da campanha publicitária *Contos de Melissa*, produzidos pela agência *Borghieri/Lowe*, para a divulgação da coleção primavera/verão 2007/2008 da sandália Melissa, da empresa Grendene/Melissa.

Em termos gerais, os textos objetos deste estudo recontam quatro contos tradicionais, sendo três contos de fadas e um conto maravilhoso que, usualmente, são apresentados por meio da linguagem verbal, mas que para a campanha foram adaptados exclusivamente para a forma não verbal.

❖ *Capítulo 6 – Contos de Melissa - Uma adaptação intersemiótica dos contos tradicionais.*

Neste capítulo, discutiremos as relações intertextuais que ocorrem entre o conto tradicional e a campanha publicitária, no processo de constituição desta. Para tanto apresentaremos uma análise dos textos não verbais, sempre tendo em conta os textos verbais dos quais se originaram.

Por acharmos relevante, antes de analisarmos as peças publicitárias em si, observaremos brevemente as adaptações dos textos, objeto de estudo deste trabalho, realizadas pelos estúdios *Walt Disney*.

Feito isso, analisaremos os textos não verbais da campanha publicitária, evidenciando as relações intertextuais que acontecem entre os dois textos.

Finalmente, nas *Considerações finais*, será apresentada uma síntese de todas as observações realizadas ao longo deste trabalho e, também, algumas conclusões que devam ser destacadas.

Assim, este trabalho tem como objetivo geral o estudo da intertextualidade intersemiótica manifestada em quatro textos não verbais produzidos a partir dos contos tradicionais citados.

Feito isso, trataremos do objetivo específico da dissertação: o estudo da maneira como a intertextualidade se revela na incorporação dos elementos verbais nos textos não verbais, dando particular ênfase à análise dos tipos de intertextualidade que se revelam nos quatro textos adaptados.

Para a realização do trabalho usaremos uma metodologia de caráter qualitativo, isto é, não haverá uma busca de detalhes quantitativos, visto que o objeto do trabalho está focalizado justamente na investigação das adaptações dos quatro contos tradicionais observados pelo ponto de vista da campanha Contos de Melissa.

Por ser uma campanha veiculada em 2007/2008, a coleta de dados foi realizada nos seguintes sites:

- A) <http://www.portaldapropaganda.com.br/portal/propaganda/104-contos-modernos-na-nova-campanha-de-melissa>,
- B) <http://www.comlimao.com/2007/08/21/publicidade-melissa-usa-contos-de-fadas-em-nova-campanha/>.

1- A Linguagem em Bakhtin: Um processo de interação responsiva

O homem sentiu sempre – e os poetas frequentemente cantaram – o poder fundador da linguagem, que instaura uma sociedade imaginária, anima as coisas inertes, faz ver o que ainda não existe, traz de volta o que desapareceu.

Émile Benveniste

Desde os tempos mais remotos o ser humano tem a necessidade de se comunicar, para tanto, utiliza a linguagem como instrumento para expressar seus pensamentos e assim conseguir se comunicar. A comunicação pode ocorrer tanto por meio de signos vocais, gráficos ou até mesmo por signos gestuais.

Nesse sentido, podemos dizer que a linguagem é uma característica exclusiva do ser humano, pois o homem é o único animal com a habilidade de desenvolver um sistema de signos complexos (linguagem) que o torna capaz de se relacionar com outros seres humanos, apresentando-se assim como uma ferramenta comunicativa essencial à vida humana.

Dessa maneira a linguagem se caracteriza por ser um processo fundamental na organização da vida em sociedade, pois, por meio dela o homem consegue expor suas ideias, sentimentos e emoções, isto é, mostrar o que pensa e quem realmente é para os outros indivíduos.

É importante dizer que o modo como o outro se posicionará ao que foi dito dependerá dos valores e do contexto sociocultural no qual esteja inserido.

Dessa maneira, percebemos que linguagem e sociedade são inseparáveis, pois a linguagem se apresenta como um instrumento pelo qual o indivíduo expressa sua visão de mundo. A linguagem, por ser um instrumento social, está em constante transformação, pois recebe influências dos diversos grupos que compõem uma sociedade.

A linguagem, enquanto processo comunicativo é representado através de textos. Segundo Barros, o texto (2008, p. 7) é definido:

[...] pela organização ou estruturação que faz dele um “todo de sentido”, como objeto da comunicação que se estabelece entre um destinador e um destinatário. A primeira concepção de texto, entendido como *objeto de significação*.

A segunda caracterização de texto não mais o toma como *objeto de significação*, mas como *objeto de comunicação* entre dois sujeitos. Assim concebido, o texto encontra seu lugar entre os objetos culturais, inserido numa sociedade (de classes) e determinado por formações ideológicas específicas.

Ou seja, para Barros o texto é definido a partir primeiramente de suas características quanto à produção de sentido, que se preocupa no estudo da *análise interna ou estrutural do texto*. Já de acordo com o segundo aspecto da definição, o estudo do texto se relaciona ao contexto que envolve os sujeitos, isto é, o estudo se define de acordo com o contexto sociocultural para a produção de sentidos, então o estudo seria voltado à *análise externa do texto*. Os dois pontos de vista evidentemente se complementam na concepção de um conceito de texto.

Porém, como foi informado no título do capítulo, não desejamos aqui definir texto pela perspectiva de Barros. Mas um dos aspectos dessa definição de Barros nos introduz na concepção bakhtiniana. Esse aspecto é o que define o texto como um objeto de comunicação. Em outras palavras, o texto é produto da interação entre indivíduos. Estes, por sua vez, se comunicam por meio das práticas sociais. Isso implica dizer que os textos são produzidos na realização das práticas sociais entre os indivíduos.

Quando falamos em texto, nos referimos na verdade à linguagem. Portanto, a linguagem é produto das interações humanas e estas somente se tornam possíveis graças à linguagem. Em termos gerais, esta é a noção de linguagem pensada por Bakhtin.

As manifestações textuais, por representarem a linguagem propriamente dita, desenvolvem um papel importante nas construções sociais, pois através delas o indivíduo se posiciona linguisticamente em relação às questões do cotidiano, ou seja, o indivíduo utiliza a linguagem como instrumento para manifestar as questões vivenciadas por ele.

Nesse sentido, Bakhtin critica radicalmente o posicionamento estruturalista saussuriano, justamente por enfatizar em seus estudos a natureza social e ideológica da fala e do enunciado, ou seja, Bakhtin em seus estudos segue em direção oposta à do linguista genebrino. Authier-Revuz (apud, Brandão, 2004, p. 63) aponta as principais oposições entre as duas teorias:

BAKHTIN – Visão dialógica	SAUSSURE – Visão estrutural
Dialógico	Monológico
Múltiplo e plural	Único
O eu se constrói através do outro	O eu e o outro
Heterogêneo	Homogêneo
Conflitual	Imóvel
Relativo	Absoluto
Inacabado	Acabado

Podemos notar a partir do quadro que as duas teorias se contradizem, pois pela concepção bakhtiniana a linguagem acontece mediante a relação do eu com o outro, ou seja, o linguista percebia a língua através de uma visão dialógica e afirma:

A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social de *interação verbal*, realizada através da *enunciação* ou das *enunciações*. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua (Bakhtin 2010, p.127).

O signo dialético, dinâmico, vivo, opõe-se ao “sinal” inerte que advém da análise da língua como sistema sincrônico abstrato (Bakhtin 2010, p. 15).

[...] *A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial*. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida (Bakhtin 2010, p.99).

Desse modo, pela visão de Bakhtin (2010, p.17), a língua não é apenas composta por um sistema de formas e estruturas fixas, nem por enunciados monológicos, mas sim pela “*expressão das relações e lutas sociais*”, ou seja, toda manifestação linguística possui um teor ideológico. Sendo assim, a palavra também se apresenta como um *fenômeno ideológico*, portanto, a língua, por se concretizar no momento da fala, é afetada diretamente por questões ideológicas, ou seja, ela recebe influências externas em sua constituição.

A concretização da fala acontece por meio das palavras que, para o linguista, também é construída socialmente nas relações dialógicas.

Bakhtin (2010, p.16) afirma que a palavra é *um signo ideológico* construído de acordo com os valores sociais vivenciados pelos indivíduos, tais valores são demonstrados no diálogo. É importante dizer que para que exista uma relação dialógica é preciso que haja um *eu* que se pronuncie e um *tu* que atue de maneira responsiva a esse enunciado.

A relação entre o *eu* e o *tu* acontece no momento da enunciação, que é o processo comunicativo pelo qual o enunciador (*eu* – aquele que fala algo) a partir de um determinado contexto se pronuncia a um enunciatário (*tu*- aquele que recebe o que foi dito). Assim, Bakhtin afirma:

[...] a enunciação é o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, este pode ser substituído pelo representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor. A palavra dirige-se a um interlocutor: ela é função da pessoa desse interlocutor (Bakhtin 2010, p.116).

Logo, a partir da percepção do linguista russo podemos assegurar que o enunciado é sinalizado pela relação dialógica existente entre os sujeitos da enunciação, sendo que esse enunciado é marcado por ideias de um interlocutor real ou por alguém que represente a comunidade na enunciação, ou seja, o enunciado acontece mediante a palavra que é instaurada entre os interlocutores em determinado contexto.

Bakhtin vê a enunciação como parte integrante da linguística, pois está ligada aos acontecimentos históricos e sociais pelos quais os indivíduos se manifestam linguisticamente por meio da fala, essa, por sua vez, ultrapassa as formas sistematizadas do estruturalismo, pois acontece durante a relação do eu com o outro, portanto, possui natureza social.

Essa natureza social da enunciação, segundo Bakhtin (1997) é o lugar onde as vozes sociais se apresentam e dentro desse espaço os interlocutores nunca agem passivamente ao discurso. Assim, ele afirma que o enunciado é:

[...] um elo na cadeia da comunicação verbal. Representa a instância ativa do locutor numa ou noutra esfera do objeto do sentido. Por isso, o enunciado se caracteriza acima de tudo pelo conteúdo preciso do objeto do sentido. A escolha dos recursos linguísticos e do gênero do discurso é determinada principalmente pelos problemas de execução que o objeto do sentido implica para o locutor (o autor) (Bakhtin1997, p.309).

Portanto o enunciado, por ser de ordem dialógica, é construído a partir da interação entre os indivíduos. O discurso expresso nessa relação enunciativa é carregado por discursos anteriores, pois não existe um discurso neutro e único, isto é, tudo que é dito sempre vem carregado pelo discurso do outro, ou seja, o enunciado é carregado por lembranças de outros enunciados que refletem e determinam a produção de sentido de um novo enunciado.

É importante ainda ressaltar que, na construção do novo enunciado o discurso alheio deve se acomodar de maneira que as vozes contidas nesse discurso possam ser percebidas e o sentido recebido pelo ouvinte.

Nesse sentido, para se fazer/ crer, o enunciador (*eu*) elabora estratégias para que seu enunciatário (*tu*) perceba no discurso sua veracidade ou não. Quanto à função do enunciador e enunciatário na construção do enunciado Fiorin afirma:

O enunciador pode, em função de suas estratégias para fazer crer, construir discursos em que haja um desacordo entre essas duas instâncias [...] O enunciatário atribuirá aos discursos em que haja acordo entre o enunciado e a enunciação o estatuto da verdade [...] ou falsidade (Fiorin 2002 p.39).

Ou seja, Fiorin (2002) afirma que a enunciação acontece mediante a existência de dois sujeitos opostos *eu/ tu* que para o autor, constituem condição de extrema importância para a construção do discurso.

O discurso por sua vez é construído a partir da relação de discursos anteriores, isto é, percebemos em qualquer discurso vozes que ressoam e que podem ser perceptíveis ou não. Essa relação pode ser tanto polêmica (quando se contrapõe e refuta os discursos anteriores) quanto contratual (quando o novo discurso afirma os discursos anteriores). Segundo Brait:

Tanto as palavras quanto as ideias que vêm do outrem, com condição discursiva, tecem o discurso individual de forma que as vozes – elaboradas, citadas, assimiladas, ou simplesmente mascaradas – interpenetram-se de maneira a fazer-se ouvir ou a ficar nas sombras autoritárias de um discurso monologizado (Brait 2003, p.14 -15).

Fiorin ainda afirma que,

[...] todo discurso se constrói numa relação polêmica, é constitutivamente heterogêneo, trabalha não sobre a realidade mesma, mas sobre outros discursos [...] só a palavra divina e do homem antes da queda não se constroem na alteridade (Fiorin, 2002, p. 15).

Assim, todo discurso é tecido mediante o discurso do outro. Nessa troca os enunciados são transformados a partir das relações polêmicas em um espaço heterogêneo. Maingueneau, afirma:

[...] toda unidade de sentido, de qualquer tipo que seja, pode ser inscrita numa relação essencial com outra, a de outros discursos em relação às quais o discurso de que ela depende define sua identidade (Maingueneau apud Fiorin 2003, p.33).

A heterogeneidade constitutiva, segundo Maingueneau, não aparece marcada sobre o discurso, mas a percebemos no interdiscurso, ou seja, podemos pressupor sua existência por meio da relação do eu/tu.

Temos ainda a heterogeneidade mostrada, que aparece de maneira explícita nos discursos sendo percebida facilmente no enunciado. Segundo Authier-Revuz a heterogeneidade:

[...] representa duas ordens de realidades diferentes: a dos processos reais de constituição dum discurso e a dos processos não menos reais de representação, num discurso, de sua constituição [...] A uma heterogeneidade radical, exterioridade interna ao sujeito e ao discurso, não localizada e não representável no discurso que constitui aquela do *Outro do discurso* – onde estão em jogo o interdiscurso e o inconsciente -, se opõe a representação, no discurso, das diferenciações, disjunções, fronteiras interior/exterior pelas quais um – sujeito, discurso – se delimita na pluralidade dos outros e ao mesmo tempo afirma a figura dum enunciador exterior ao seu discurso (Authier- Revuz apud Fiorin 2008, p.104).

Assim, a heterogeneidade é entendida a partir das relações dialógicas que a ligam com o outro, isto é, o eu se revela mediante o outro e vice-versa. Sendo que a heterogeneidade constitutiva não se revela no fio do discurso e a mostrada, segundo Fiorin (2008, p.103) é a *inscrição do outro na cadeia discursiva, alterando sua aparente unicidade*.

Assim, procuramos através desse recorte apresentar um breve panorama sobre as questões da linguagem. Demonstrando brevemente as concepções de Mikhail Bakhtin sobre o tema.

O linguista procurou focar os sujeitos do discurso como centro dos estudos de linguagem, afirmando que a relação dialógica é o princípio constitutivo da linguagem e o sentido é estabelecido através da relação do *eu* com o *tu*. Logo, para Bakhtin, a enunciação apresenta-se como fenômeno social e não individual. No capítulo a seguir, procuraremos nos aprofundar sobre as questões do dialogismo.

2- O Diálogo em Bakhtin: concepções sobre o dialogismo e polifonia.

O discurso não se constrói sobre o mesmo, mas se elabora em vista do outro [...] O outro perpassa, atravessa, condiciona o discurso o eu.

José Luiz Fiorin

No capítulo anterior, observamos que o teórico russo Mikhail Bakhtin, se opunha radicalmente às concepções estruturalistas propostas por Saussure, pois ao contrário dele, Bakhtin considerava a linguagem como o espaço no qual as relações dialógicas acontecem. Essas relações, por sua vez, são de ordem social, ou seja, ocorrem mediante a interação dos sujeitos da enunciação. Assim:

[...] o dialogismo vai além dessas formas composicionais, ele é o modo de funcionamento real da linguagem, é o próprio modo de constituição do enunciado (Fiorin 2008, p. 33).

Nesse sentido, podemos dizer que as questões relacionadas à interação verbal, com ênfase no caráter dialógico e polifônico, são sem sombra de dúvida o grande enfoque das pesquisas de Bakhtin. Sobre as concepções dialógicas bakhtinianas Barros afirma que,

O dialogismo decorre da interação verbal que se estabelece entre o enunciatário e o enunciado, no espaço do texto. [...] só se pode entender o dialogismo interacional pelo deslocamento do conceito de sujeito. O sujeito perde o papel de centro e é substituído por diferentes (ainda que duas) vozes sociais, que fazem dele um sujeito histórico e ideológico (Barros 2003, p. 2-3).

Em outras palavras, Barros afirma que o dialogismo acontece na interação entre os sujeitos da enunciação, pelo qual a palavra instaurada sempre virá carregada pelo discurso do outro, ou seja, nenhuma palavra é inteiramente nossa.

Assim, a noção dialógica pensada pelo linguista russo propõe que durante a construção do enunciado os interlocutores devam agir de maneira a se posicionarem linguisticamente um em relação ao outro. Bakhtin faz ainda as seguintes considerações sobre o dialogismo:

O diálogo, no sentido restrito do termo, não constitui, é claro, senão uma das formas é verdade que das mais importantes, da interação verbal. Mas, pode-se compreender a palavra “diálogo” num sentido amplo, isto é, não apenas como comunicação em voz alta, de qualquer tipo que seja (Bakhtin 2010, p.127).

Logo, as relações dialógicas se concretizam na interação estabelecida entre enunciador e enunciatário em um determinado contexto histórico-social. Nessa relação o *eu* somente terá consciência de si, por meio da voz do outro. Nesse sentido a palavra é plurivalente, pois é construída a partir da relação com o outro.

Em seus estudos, Bakhtin ainda observa que as relações dialógicas não ficam restritas somente aos processos de constituição da linguagem, pois segundo ele, podemos perceber a presença do dialogismo em toda palavra e/ou discurso gerado; o linguista chega a afirmar que inclusive o homem é um ser dialógico por ser construído a partir dos processos de interação social.

Portanto, a concepção dialógica de Bakhtin caracteriza-se por ser um processo mais amplo que constitui não somente a linguagem, mas os diversos discursos e áreas do conhecimento, inclusive a vida humana.

Sobre o que foi dito, Fiorin (2008, p.19) afirma que:

[...] todos os enunciados no processo de comunicação independentemente de sua dimensão, são dialógicos. [...]

Não há nenhum objeto que não apareça cercado, envolto, embebido em discursos. Por isso, todo discurso que fale de qualquer objeto não está voltado para a realidade em si, mas para os discursos que a circundam. Por conseguinte, toda palavra dialoga com outras palavras.

Em outras palavras, o dialogismo é definido por ser o processo construído através das manifestações das diferentes vozes no discurso, ou seja, o sujeito dentro do processo de construção de sentido não age isoladamente, pois é somente por meio do discurso alheio que o sujeito constrói a si mesmo e o seu discurso. O discurso, por sua vez, é construído de acordo com o contexto sociocultural dos interlocutores. Assim, para ele a obra é:

[...] acima de tudo heterologia, pluralidade de vozes, reminiscência e antecipação dos discursos passados e futuros; cruzamento e ponto de encontros; ela perde de repente sua posição privilegiada. Portanto, Bakhtin reencontra a transtextualidade, não mais no sentido dos “métodos” formalistas, mas no sentido de um pertencer à história da cultura (Todorov apud Bakhtin 1997, p.18).

Fiorin (2008, p. 33), baseando-se nas concepções bakhtinianas, afirma que o dialogismo representa “*o modo de funcionamento da língua*”. Esse funcionamento acontece justamente nas relações entre os indivíduos, pelo qual não existe neutralidade entre as vozes, ou seja, há uma relação polêmica entre as vozes do discurso. Este por sua vez, é concretizado no texto.

Por ser o modo de funcionamento real da língua, nas relações dialógicas, o *eu* recebe influência do *outro* e vice-versa. Podemos dizer então que por meio dessas relações de troca entre os indivíduos, todo pensamento é construído, pois nelas são percebidas as vozes que ressoam no discurso. Assim:

[...] Todo enunciado é dialógico. Portanto, o dialogismo é o modo de funcionamento real da linguagem. [...] Todo enunciado constitui-se a partir de outro, é réplica a outro enunciado. Portanto, nele ouvem-se sempre, ao menos, duas vozes. Mesmo que elas não se manifestem no fio discursivo, estão aí presentes (Fiorin 2008, p.24).

Fiorin afirma que existem três eixos básicos no qual o pensamento dialógico de Bakhtin se baseia:

- ❖ unicidade do ser e do evento;
- ❖ relação do eu com o outro;
- ❖ dimensão axiológica.

O ser é um evento único. É para a existência do ser humano concreto que se volta Bakhtin. Sua filosofia primeira não constituirá leis gerais, mas será uma fenomenologia dos eventos. A unicidade do ser existe na ação, no ato individual e responsável. Viver é agir e agir em relação ao que não é o eu, isto é, o outro. Eu e o outro constituem dois universos de valores ativos, que são constitutivos de todos os nossos atos. As ações concretas realizam-se na contraposição de valores (Fiorin 2008, p.17).

Assim, por meio dos enunciados e não das unidades da língua que o dialogismo acontece, isto é, as relações dialógicas ocorrem mediante a interação entre os sujeitos da enunciação. Portanto, o dialogismo ocorre quando enunciador e enunciatário interagem e realizam trocas com valores contraditórios, sendo que nessa troca, cada sujeito da enunciação, que por ocupar um espaço único no mundo, se posicionará através de um novo discurso, ou seja, ao ter consciência do *outro*, o indivíduo também toma consciência de si mesmo.

Dessa maneira, segundo o pensador russo, não existe um discurso autêntico ou único, isto é, todo discurso é construído tendo como ponto de partida um determinado referencial no qual possa apoiar suas ideias. Assim, conclui-se que o sujeito do discurso é construído por meio da alteridade, pois o *eu* só existe mediante o confronto das diversas vozes na relação com o *outro*.

Vale ressaltar que nessa relação, o enunciado pode aparecer tanto de maneira contratual - quando o novo enunciado concorda com o ponto de vista do outro, como de maneira polêmica - quando nessa relação há convergências entre as vozes, isto é, quando o enunciado não concorda com o ponto de vista do outro.

Dito isso, podemos afirmar que o sujeito, a partir da sua consciência interna, percebe as múltiplas vozes contidas na relação com o outro e opta por valorizar a voz que melhor lhe representará naquele dado momento e lugar. Portanto, nessa relação conflituosa entre o *eu* e o *outro*, a palavra do *outro* sempre exercerá influência no *eu*, sendo que a situação social e o meio determinarão o que será dito.

As vozes que circundam as relações dialógicas segundo Bakhtin podem ser tanto sociais - quando apresentarem uma visão de determinado grupo social, como individuais - quando apresentarem o ponto de vista do sujeito do discurso num dado momento.

Segundo Fiorin (2007), essas múltiplas vozes que aparecem nos enunciados sempre serão dirigidas de um enunciador para um enunciatário, isto é, os enunciados aparecem nas relações dialógicas. Durante as relações dialógicas, quando as vozes se posicionam de maneira a serem percebidas claramente no discurso, o destinatário é definido como *destinatário imediato* e quando não conseguimos distinguir diretamente a identidade das vozes, que são percebidas apenas pelo grupo social no qual está inserido, é chamado de *superdestinatário*.

Segundo Authier-Revuz (apud Brandão 2004) Bakhtin ainda afirma haver uma dupla orientação dialógica, ou seja, as relações dialógicas são determinadas pela

ligação dos diversos discursos e dos interlocutores – destinatários, sem os quais não poderíamos construir o discurso.

É um *duplo dialogismo* – não por adição, mas em interdependência – que é colocado na fala: a orientação dialógica de todo discurso entre os “outros discursos” é pela própria dialogicamente orientada, determinada por “este outro discurso” específico do receptor, tal como ele é imaginado pelo locutor, como condição de compreensão do primeiro (Authier- Revuz, apud Brandão 2004, p.64).

Desse modo, toda palavra apresenta-se plurivalente, visto que é por meio do cruzamento dos vários discursos contraditórios que ela é construída. Assim, a relação entre os discursos acontece por meio de:

Um enunciado vivo, significativamente surgido em um momento histórico e em um meio social determinado, não pode deixar de tocar em milhares de fios dialógicos vivos, tecidos pela consciência socioideológica em torno do objeto de tal enunciado e de participar ativamente do diálogo social. De resto, é dele que o enunciado saiu: ele é como sua continuação, sua réplica [...] (Bakhtin apud Brandão 2004, p.64).

Segundo Brandão (2004), esses *fios ideológicos* são justamente os vários discursos que na relação dialógica resultam na construção de um novo discurso, ou seja, todo discurso é construído por meio de uma relação de diversas vozes que se cruzam de maneira contraditória ou complementar.

A partir desse princípio dialógico, Bakhtin apresenta o termo polifonia com a finalidade de caracterizar os romances polifônicos de Dostoievski.

Em seus estudos sobre o tema, o linguista mostra que nas obras polifônicas o autor tem como papel conduzir as diversas vozes que participam desse processo dialógico. Assim:

A voz do herói sobre si mesmo e o mundo é tão plena como a palavra [...] do autor; não está subordinada à imagem objetificada do herói como uma de suas características, mas tampouco serve de intérprete da voz do autor. Ela possui independência excepcional na estrutura da obra, é como se soasse ao lado da palavra do autor, coadunando-se de modo especial com ela e com as vozes plenivalentes de outros heróis (Bakhtin 2008, p. 05).

A consciência do herói, seu sentimento e seu desejo do mundo — sua orientação emotivo-volitiva material —, é cercada de todos os

lados, presa como em um círculo, pela consciência que o autor tem do herói e do seu mundo cujo acabamento ela assegura; o discurso do herói sobre si mesmo é impregnado do discurso do autor sobre o herói (Bakhtin 1997, p.34).

Logo, é por meio da percepção das vozes contidas na voz autor/herói que o linguista pode caracterizar o conceito de polifonia como a presença de várias vozes distintas que assumem posições diversas no discurso.

Segundo Brandão, Bakhtin analisa vários textos, pelos quais define suas categorias, sobretudo os literários, como os de Dostoievski e define polifonia como um termo que:

Qualifica os textos polifônicos, uma vez que essas “máscaras” representam várias vozes a falarem simultaneamente sem que uma dentre elas seja preponderante e julgue as outras (Brandão 2004, p.62).

Porém, ao falarmos do termo polifonia devemos tomar cuidado para não nos confundirmos com o termo dialogismo, pois o dialogismo se caracteriza principalmente por ser um princípio de constituição da linguagem. A polifonia, por sua vez, é construída através das múltiplas vozes em confronto que circulam no discurso. Essas vozes em confronto constituem justamente o processo que o linguista denomina polifonia. Barros refere-se como:

[...] um certo tipo de texto, aquele em se deixam entrever muitas vozes, por oposição aos textos monofônicos, que escondem os diálogos que os constituem. Reserva-se o termo dialogismo para o princípio constitutivo da linguagem e de todo discurso (Barros 2003, p.5 - 6).

Assim, para Barros há dois tipos de textos - os *monofônicos*, pelos quais o discurso é regido pela força centrípeta, ou seja, uma voz que se impõe sobre todas as outras vozes do discurso. Este discurso é considerado autoritário, pois abafa as demais vozes. E os *polifônicos*, aqueles regidos por meio da força centrífuga, pois ao contrário da força centrípeta, ela admite a posição das outras vozes, ou seja, as posições podem ser modificadas e discutidas com as demais vozes.

Para Bakhtin o gênero romance é por excelência polifônica, pois nele as vozes manifestadas se confrontam e apresentam diferentes pontos de vista.

Segundo o linguista russo, o criador desse tipo de gênero foi Dostoievski, pois seus romances são contraditórios e sem resolução e a consciência do herói sempre é construída através do outro.

Devemos ainda considerar que na polifonia, as relações dialógicas são perceptíveis através das diversas vozes que se encontram em polêmica no discurso, mas no diálogo monofônico, apenas uma voz se faz ouvir, pois como afirma Barros (2003, p.6), tais discursos são considerados autoritários, nos quais se perde *a ambiguidade das múltiplas posições, em que o discurso se cristaliza*, ou seja, o discurso monofônico se posiciona como se ele fosse a verdade absoluta.

Vale ressaltar que Bakhtin se posicionava contrário a qualquer forma que tornasse monologizado o discurso do homem.

A polifonia representa as relações dialógicas que, embora embasadas na literatura, o mesmo princípio é perceptível nos mais variados tipos de discurso.

Partindo desses fundamentos, surge o processo de intertextualidade para o cruzamento entre os textos dos mais variados tipos. É o que falaremos no próximo capítulo.

3- Dialogando com os textos – A intertextualidade como processo de construção e produção de sentido entre textos

O texto só ganha vida em contato com outro texto (com contexto). Somente neste ponto de contato entre textos é que uma luz brilha, iluminando tanto o posterior como o anterior, juntando dado texto a um diálogo.

Mikhail Bakhtin

O termo intertextualidade, apesar de ser baseado no estudo do linguista russo Mikhail Bakhtin referente ao dialogismo e polifonia, não é citado em nenhuma de suas obras, tendo sido adotado primeiramente pela crítica literária Julia Kristeva somente na década de 60, por ocasião de uma apresentação sobre os estudos do linguista russo.

Como o estudo do linguista russo, a intertextualidade primeiramente foi usada para o estudo de textos literários. Assim, Kristeva afirma que todo texto literário é construído a partir da incorporação de textos anteriores, ou seja, os textos são construídos através de um “*mosaico de citações*”. Fiorin define o processo de intertextualidade como:

[...] o processo de incorporação de um texto em outro, seja para reproduzir o sentido incorporado, seja para transformá-lo. (Fiorin 2003, p.30).

Intertextualidade deveria ser a denominação de um tipo composicional de dialogismo: aquele em que há no interior do texto o encontro de duas materialidades linguísticas, de dois textos. Para que isso ocorra, é preciso que um texto tenha existência independente do texto com que ele dialoga (Fiorin 2008, p.52-53).

Dessa maneira, o sentido de um texto é obtido a partir da relação entre o texto fonte e o novo texto, sendo que a palavra instaurada nesse texto é pronunciada por um sujeito que tem um alvo específico – um destinatário que dentro do contexto histórico-social afirmará ou negará a mensagem recebida, não existindo assim um texto original ou sem qualquer resquício de textos alheios.

Segundo Brandão, podemos observar que a intertextualidade pode ser representada por dois níveis: o interno e o externo. E são definidos por ela como:

[...] intertextualidade interna em que um discurso se define por sua relação com discurso(s) do mesmo campo podendo divergir ou apresentar enunciados semanticamente vizinhos aos que autoriza sua formação discursiva [...] intertextualidade externa em que um discurso define uma certa relação com outros campos conforme os enunciados destes sejam citáveis ou não (Brandão 2004, p. 94-95).

Dessa maneira, a circulação dos discursos acontece mediante uma *instabilidade*, pois sempre haverá nas relações intertextuais trocas diversificadas entre os textos que podem ser polêmicas ou contratuais. Assim, todo texto é construído pela absorção e transformação de outro texto que segundo Greimas:

O texto redistribui a língua. Uma das vias dessa reconstrução é a de permutar textos, fragmentos de textos que existiram ou existem em redor do texto considerado, e, por fim, dentro dele mesmo; todo texto é um intertexto; outros textos estão presentes nele, em níveis variáveis, sob formas mais ou menos reconhecíveis (Greimas apud Koch 2007, p. 14).

Assim, nenhum texto existe ou pode ser entendido isoladamente, isto é, sempre haverá um diálogo entre os textos que, ao se apropriar de certos elementos do texto alheio, produzirão efeitos de sentido que ativarão a *memória discursiva* do leitor e facilitarão a aprovação do *auditório*. É importante dizer que nesse diálogo entre os textos, quanto maior for o conhecimento discursivo do leitor, melhor será a recepção da mensagem do texto.

Apesar dos processos de intertextualidade e dialogismo se relacionarem à produção de sentido, eles diferem justamente em suas definições, pois o que Kristeva denomina de texto, Bakhtin chama de enunciado.

Dessa forma, para Bakhtin as definições de enunciado e texto apresentam diferenças, pois, enquanto o enunciado é definido pela maneira como o enunciador se posiciona na busca do sentido, o texto é considerado como a manifestação linguística que faz com que o enunciado se concretize. Observe o que o linguista fala a respeito dos dois processos:

A enunciação só se realiza no curso da comunicação verbal, pois o todo é determinado pelos seus limites, que se configuram pelos

pontos de contato de uma determinada enunciação com o meio extra-verbal ou verbal (Bakhtin 2010, p. 129).

[...] texto (oral ou escrito) como dado primário de todas essas disciplinas, e, de um modo mais geral, de qualquer pensamento filosófico-humanista (que inclui o pensamento religioso e filosófico em suas origens), o texto representa uma realidade imediata (do pensamento e da emoção) [...] Onde não há texto, também não há objeto de estudo e de pensamento (Bakhtin 1997, p.330)

Em Koch (2007, p. 17) o processo é definido como:

A intertextualidade *stricto sensu* (daqui por diante, apenas *intertextualidade*) ocorre quando, em um texto, está inserido outro texto (intertexto) anteriormente produzido, que faz parte da memória social de uma coletividade ou da memória discursiva (*domínio estendido de referência*, cf. Garrod, 1985) dos interlocutores. Isto é, em se tratando de intertextualidade *stricto sensu*, é necessário que o texto remeta a outros textos ou fragmentos de textos *efetivamente* produzidos, com os quais estabelece algum tipo de relação.

Segundo Fiorin (2008, p. 52-53), a intertextualidade é um processo dialógico que acontece no interior dos textos, sendo que nele há um *encontro de duas materialidades linguísticas, de dois textos*. Esse processo dialógico entre os textos implica a existência de uma interdiscursividade, isto é, quando mencionamos um determinado texto também nos referimos ao seu enunciado, porém o que observamos é que o contrário não é verdadeiro, ou seja, para que a interdiscursividade aconteça não precisa necessariamente haver intertextualidade.

3.1 - Intertextualidade x interdiscursividade

A interdiscursividade é um conceito proposto por Bakhtin que define a relação entre um determinado discurso com discursos anteriores. Segundo Fiorin (2003, p.32), a interdiscursividade é definida como um processo *em que se incorporam percursos temáticos e/ou percursos figurativos, temas e/ou figuras de um discurso em outro*, ou seja, a interdiscursividade é uma relação entre os enunciados, pelo qual são incorporados elementos de discursos anteriores ao novo.

A interdiscursividade apresenta-se, então, como um processo importante na constituição de um texto. Ela pode ocorrer de duas maneiras:

❖ Citação

❖ Alusão

Segundo Fiorin (2003, p.32), a interdiscursividade por citação é um processo pelo qual um discurso repete as “*ideias*” de outros discursos, ou seja, esse processo utiliza-se das ideias de discursos alheios para reforçar o sentido do texto. A citação pode acontecer tanto de maneira contratual, quando o discurso afirma o discurso alheio, como de maneira polêmica, quando o discurso cita o discurso alheio com a intenção de se opor ou criticar o discurso alheio.

Um bom exemplo desse processo de interdiscursividade é observado no filme *Shrek*. Nele o processo de citação interdiscursiva acontece de maneira polêmica, pois se observa a inversão de certos elementos, como por exemplo, os papéis que os personagens assumem nos contos tradicionais. Assim temos, por exemplo, um príncipe encantado assumindo o papel de vilão ou até mesmo o ogro que, nas histórias tradicionais é considerado malvado, no filme se transforma no herói que resgata a princesa.

Ao inverter os papéis dos personagens dos contos de fadas, o filme ironiza a representação maniqueísta proposta principalmente pelas adaptações realizadas por *Walt Disney*, no qual observamos que os personagens que representam o “time do bem”, em sua maioria, apresentam características como: extrema beleza, delicadeza e fragilidade (nas mulheres), bravura (nos homens) etc. Já o “time do mal”, em sua maioria, é representado por personagens que apresentam características como: feiúra, mau-humor e sempre estão planejando alguma malvadeza contra os heróis do conto.

O outro processo pelo qual a interdiscursividade pode ocorrer é a alusão. Segundo Fiorin (2003, p.34), esse processo *ocorre quando se incorporam temas e/ou figuras de um discurso que vai servir de contexto para a compreensão do que é incorporado*, isto é, incorporam-se os temas ou figuras para que o leitor, por meio de certo conhecimento, entenda o que está sendo dito no discurso.

Observemos o trecho da música “Sampa”, no qual Caetano Veloso alude ao herói mitológico greco-romano Narciso, conhecido por sua beleza e orgulho, ao referir-se às primeiras impressões que teve ao chegar à cidade de São Paulo.

Sampa

[...]
 Quando eu te encarei
 Frente a frente
 Não vi o meu rosto
 Chamei de mau o que vi
 De mau gosto, mau gosto.
 É que **Narciso** acha feio
 O que não é espelho
 E a mente apavora
 O que ainda não é mesmo velho
 Nada do que não era antes
 Quando não somos mutantes.
 [...]

Texto: Sampa, Caetano Veloso

Fonte: Disponível em < <http://letras.terra.com.br/caetano-veloso/41670/>> Acesso em 25 de outubro de 2011

Apesar dos processos de intertextualidade e interdiscursividade estarem relacionados à presença de vozes no texto e/ou no discurso, pois em ambos encontramos um discurso bivocal, ou seja, percebemos a presença de duas vozes que se cruzam (*a do enunciador e a de outro*), tais processos apresentam diferenças, segundo afirma Guimarães, assim,

[...] define-se **intertextualidade** como um processo de *incorporação de um texto em outro*, seja para reproduzir o sentido incorporado, seja para transformá-lo.

A **interdiscursividade** identifica-se como *interação com um dado discurso*, uma *memória discursiva*, que constitui um contexto global que envolve e condiciona a atividade linguística [...] torna-se impossível à apreensão do discurso sem a percepção das relações dialógicas, ou seja, sem história (Guimarães 2009, p.134).

Dessa maneira, o processo interdiscursivo acontece por meio das relações dialógicas, já a intertextualidade é o processo no qual se incorporam elementos de um texto em outro, tendo como função ilustrar e/ou confrontar ideologias contidas em textos anteriores. Para que haja o reconhecimento dos textos tanto enunciador como enunciatário devem estar inseridos em um contexto sócio-histórico comum.

As relações intertextuais podem acontecer de duas maneiras:

- ❖ Implícita;

❖ Explícita.

As relações intertextuais implícitas ou internas são aquelas cujas relações dialógicas não aparecem diretamente dentro do texto, ou seja, não há citação direta do texto-fonte. Tal processo tem como objetivo afirmar, contradizer, ridicularizar o texto alheio.

Nessa relação o papel do leitor é importante na produção de sentido, pois cabe a ele reconhecer a presença do intertexto ali contido. Caso isso não ocorra, o sentido do texto pode ser prejudicado ou até mesmo alterado.

Observemos o trecho do poema *Receituário Sortido* de Carlos Drummond de Andrade. De maneira indireta, ele utiliza elementos que compõem um receituário médico e cria palavras que lembram nomes de alguns remédios conhecidos por todos, com a intenção de criticar o uso exagerado de medicamentos pelo homem contemporâneo.

Receituário Sortido

Calma.
É preciso ter calma no Brasil
calmina
calmarian
calmogen
calmovita.

Que negócio é esse de ansiedade?
Não quero ver ninguém ansioso.
O cordão dos ansiosos enfrentemos:
aspiran!
ansiotex!
ansiex ansiax ansiolax
ansiopax, amigos!
[...]

Texto: Receituário Sortido, Carlos Drummond de Andrade.

Fonte: Disponível em < <http://papandomosca.blogspot.com/2009/02/receituario-sortido.html> > Acesso em 25 de outubro de 2011

As relações intertextuais explícitas, por sua vez, apresentam-se como aquelas nas quais percebemos dentro do texto algumas referências, citações, menção a textos alheios, isto é, há uma retomada do texto alheio com a intenção de reproduzi-lo e transformá-lo. Isto quer dizer que essa retomada pode ocorrer de maneira contratual (afirmar o texto) ou de maneira polêmica (com intenção de criticar ou

ridicularizar o texto alheio). A intertextualidade explícita pode ocorrer por três processos:

- ❖ Citação;
- ❖ Alusão;
- ❖ Estilização.

Citação

Entendemos por citação a relação intertextual no qual o texto alheio é transcrito, sem que haja o comprometimento de manter o sentido do texto citado, podendo assim confirmar, quando um texto incorpora elementos de um texto alheio sem que haja a intenção de alterá-lo, ou ainda quando tem a intenção de contestar ou ridicularizar, isto é, polemizando o texto anterior.

Portanto, o processo de intertextualidade por citação se caracteriza por fazer uma releitura tendo como base um texto alheio no qual se acrescenta ao novo texto o ponto de vista do leitor/autor sobre o tema. Um mesmo texto-fonte pode servir de modelo para diversos textos. A diferença está no modo como o autor se posicionará e isso dependerá do contexto em que ele está inserido. Assim,

[...] a citação enraíza-se em seu novo meio, articulando-se com outros contextos e, assim, efetivando o trabalho de assimilação que, ao lado da transformação, propõe-se como essência da intertextualidade (Guimarães, apud Guimarães 2009, p 138).

Ou seja, a citação é um processo intertextual pelo qual a incorporação de elementos de um texto alheio se apresenta com a função de confirmar, quando há uma relação contratual, ou contradizer, quando há uma relação polêmica, o sentido do texto citado. Vale lembrar que a percepção do processo pelo leitor dependerá muito do reconhecimento dos elementos que compõem essa relação.

Observemos os exemplos a seguir. No primeiro exemplo apresentado, o processo de citação acontece em um texto verbal, isto é, constituído por palavras.

Monte Castelo

Ainda que eu falasse a língua dos homens
E falasse a língua dos anjos,
Sem amor eu nada seria.

Refrão:

É só o amor, é só o amor,
Que conhece o que é verdade
O amor é bom, não quer o mal,
Não sente inveja ou se envaidece.

O amor é o fogo que arde sem se ver,
É ferida que dói e não se sente
É um contentamento descontente
É dor que desatina sem doer.
É um não querer mais que bem querer,
É solitário andar por entre a gente
É um não contentar-se de contente,
É cuidar que se ganha em se perder
É um estar-se preso por vontade
É servir, a quem vence - o vencedor
É um ter com quem nos mata,
Tão contrário a si é o mesmo amor.

Estou acordado e todos dormem,
Todos dormem, todos dormem
Agora vejo em parte,
Mas então veremos face a face.

(Refrão)

O amor é bom, não quer o mal,
Não sente inveja ou se envaidece
Ainda que eu falasse a língua dos homens
E falasse a língua dos anjos,
Sem amor eu nada seria.

Texto: Monte Castelo, Renato Russo.

Fonte: Disponível em < <http://www.cifraclub.com.br/legiao-urbana/monte-castelo/>> Acesso em 29 de novembro de 2011.

No texto Monte Castelo, Renato Russo cita elementos textuais do *Soneto XI*, de Luiz Vaz de Camões, e da passagem bíblica contida na primeira carta de São Paulo aos Coríntios, capítulo 13. A relação entre os textos citados e a letra da música acontece de maneira contratual, pois o autor não teve a intenção de contradizer os textos anteriores, e sim, tomando-os como base, reforça a ideia que desejava passar.

O segundo exemplo que observaremos a seguir trata-se de um texto não verbal, ou seja, constituído por imagens, no qual cita de maneira irônica o quadro *O grito*, de Edvard Munch. Assim, notamos no quadro a presença da mesma paisagem e cores contidas no quadro de Munch, alterando-se apenas os personagens da cena, no qual no plano central é apresentado Homer Simpsons, personagem que representa o chefe da família Simpsons, no desenho animado “*The Simpsons*” e, ao fundo percebemos a sombra justamente de sua esposa Marge e suas filhas Meg e Lisa.

Ao citar elementos do quadro de Munch, notamos a existência de uma relação polêmica entre os dois textos, pois ao contrário do texto-fonte que intencionava mostrar a angústia e desespero do pintor, a releitura do quadro reforça as características do personagem Homer, como a impaciência e gritos característicos desse personagem com a intenção de causar o riso no leitor.



Figura 1- “O grito”

Fonte: Disponível em < <http://andyrodriguesartworld.blogspot.com/2011/04/o-grito-de-edvard-munch-e-algumas.html> > Acesso em 24 de outubro de 2011.

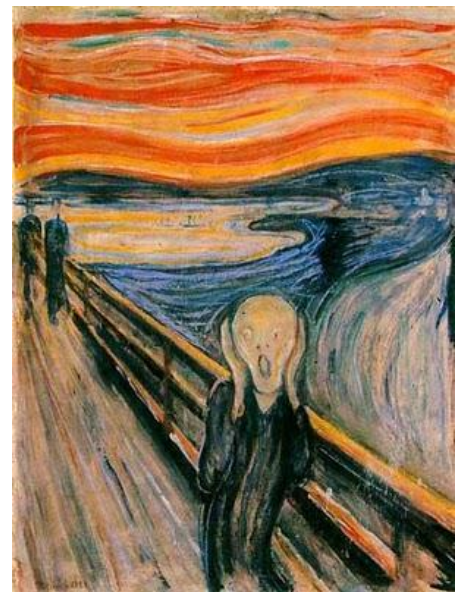


Figura 2 – O grito, Edvard Munch, 1893.

Alusão

Segundo Fiorin (2003, p. 31), o processo intertextual por alusão acontece quando a referência ao texto alheio não faz citação precisa das palavras, ou seja, não há citações diretas, mas sim, uma reprodução das *construções sintáticas* no qual alguns elementos, como figuras, são *substituídos por outros*, mantendo, no

entanto as *relações hiperonímicas* ou a *figurativização do mesmo tema*. Vale dizer que, do mesmo modo que o processo de citação, na alusão as relações podem ser contratuais ou polêmicas.

Observemos a seguir dois exemplos de intertextualidade por alusão.

No primeiro exemplo, Machado de Assis, no romance *Dom Casmurro*, faz alusão a *Otelo*, personagem de Shakespeare que se casa com Desdêmona. Mas Iago, um falso amigo, o convence que ela o traía. Otelo então mata a esposa e depois se mata. Quando se refere ao personagem shakespeariano Machado faz com que o leitor o compare ao drama vivido pelo personagem Bentinho. No trecho que se segue, Bentinho assistia à peça *Otelo*, enquanto isso é apresentado ao leitor o estado emocional do personagem. Assim, percebemos que ambos, a peça e o livro, apresentam a mesma temática, portanto possuem uma relação contratual, ou seja, não há intenção de contradizer o texto citado.

[...] De noite fui ao teatro. Representava-se justamente *Otelo*, que eu não vira nem lera nunca; sabia apenas o assunto, e estimei a coincidência. Vi as grandes raivas do mouro, por causa de um lenço, - um simples lenço! - e aqui dou matéria à meditação dos psicólogos deste e de outros continentes, pois não me pude furtar à observação de que um lenço bastou para acender o ciúme de Otelo e compor a mais sublime tragédia deste mundo. Os lenços perderam-se, hoje são precisos os próprios lençóis; alguma vez nem lençóis há, e valem só as camisas. Tais eram as ideias que me iam passando pela cabeça, vagas e turvas, à medida que o mouro rolava convulso, e Iago destilava a sua calúnia. [...] O último ato mostrou-me que não eu, mas Capitu devia morrer. Ouvi as súplicas de Desdêmona, as suas palavras amorosas e puras, e a fúria do mouro, e a morte que este lhe deu entre aplausos frenéticos do público.

Texto: Capítulo CXXXV – Otelo – Dom Casmurro
Fonte: Dom Casmurro 1997, p.194-195

No segundo exemplo, agora em um texto não verbal, observamos no cartaz do anúncio da quarta temporada do seriado *House M.D.* uma alusão de maneira irônica ao quadro *A última ceia* do pintor *Leonardo Da Vinci*, ou seja, percebemos uma relação polêmica, pois tem a intenção de ironizar o texto-fonte.

Assim, notamos que apesar da cena ser ambientada em um centro cirúrgico de um hospital e os personagens serem os médicos do seriado, apresenta semelhanças com o quadro de *Da Vinci* quanto à disposição dos elementos figurativos da cena, pois a mesa e os personagens estão posicionados como no quadro. Por meio da alusão, são ironizados os papéis que cada personagem assume no seriado, por exemplo, o médico *House* é posicionado no centro da cena, no lugar de Jesus, indicando que o médico está no centro dos acontecimentos do hospital, é o que lidera, ou ainda, a presença de um “Judas” na equipe médica.



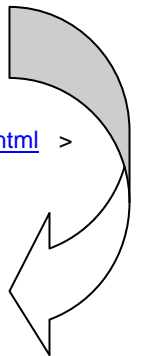
Figura 1: Chamada da 4ª temporada do seriado House M.D.

Fonte: Disponível em < <http://moviesdublados.blogspot.com/2010/11/dr-house-4-temporada-dublado.html> >
Acesso em 28 de novembro de 2011.



Figura 2: A última Ceia, Leonardo Da Vinci.

Fonte: Disponível em < <http://artepublicidade.blogspot.com/2011/03/ultima-ceia-de-leonardo-da-vinci.html> >
Acesso em 28 de novembro de 2011.



Estilização

O processo de estilização, segundo Fiorin (2003, p 31) ocorre quando um texto incorpora o estilo de outro texto, isto quer dizer que a estilização recorre à estrutura do estilo de outro texto para a construção do novo texto. Essa incorporação também pode estabelecer uma relação contratual ou polêmica entre os textos. Assim,

No processo intertextual, integram-se ainda os textos pelo mecanismo da **estilização**, que visa ao aprimoramento, ao apuro do texto em relação à sua forma, conservando, no entanto, a configuração temática – processo característico da intertextualidade. A forma varia sob a manutenção do tema (Guimarães 2009, p 139).

Ou seja, no processo de estilização o que permanece do texto alheio são os temas e o estilo variando a forma como ele será abordado.

Observemos a seguir exemplos da ocorrência do processo de estilização em textos verbais e não verbais.

No texto a seguir, *Tragédia brasileira*, de Manuel Bandeira, apesar de apresentar-se como um texto narrativo que gira em torno de uma situação trágica e possuir inclusive narrador e personagens, o texto narrativo de Manuel Bandeira incorporou o estilo da crônica policial para relatar o ocorrido. Nessa relação entre os textos foi estabelecida uma relação contratual, pois não teve a intenção de criticar o estilo citado.

Tragédia Brasileira

Misael, funcionário da Fazenda, com 63 anos de idade.

Conheceu Maria Elvira na Lapa- prostituta, com sífilis, dermite nos dedos, uma aliança empenhada e os dentes em petição de miséria.

Misael tirou Maria Elvira da vida, instalou-a num sobrado no Estácio, pagou médico, dentista, manicura... Dava tudo quanto ela queria.

Quando Maria Elvira se apanhou de boca bonita, arranhou logo um namorado.

Misael não queria escândalo. Podia dar uma surra, um tiro, uma facada. Não fez nada disso: mudou de casa.

Viveram três anos assim.

Toda vez que Maria Elvira arranjava um namorado, Misael mudava de casa.

Os amantes moraram no Estácio, Rocha, Catete, Rua General Pedra, Olaria, Ramos, Bonsucesso, Vila Isabel, Rua Marquês da Sapucaí, Niterói, Encantado, Rua Clapp, outra vez no Estácio, Todos os Santos, Catumbi, Lavradio, Boca do Mato, Inválidos...

Por fim na Rua da Constituição, onde Misael, privado de sentidos e de inteligência, matou-a com seis tiros, e a polícia foi encontrá-la caída em decúbito dorsal, vestida de organdi azul.

Texto: Tragédia Brasileira – Manuel Bandeira

Fonte: Libertinagem, Estrela da Manhã 2000, p. 96

Agora, tomemos como exemplo um texto não verbal, ou seja, aquele representado por meio de imagens. Para a construção desse texto não verbal foi representado o estilo do pintor *Salvador Dali* com a intenção de representar de outra maneira o herói das revistas da *Marvel Comics*, *Wolverine*.

Ao incorporar o estilo de Dali, notamos a existência de uma relação polêmica entre os dois textos, pois ao contrário de Dali, em relógios moles que intencionava mostrar como o tempo que escorre, se esvai, o novo texto tem como objetivo divulgar o filme do personagem como uma obra de arte, pois *Dali* é apenas um dos vários pintores que foram utilizados nessa campanha.



Figura 1- Wolverine, Marvel Comics

Fonte: Disponível em <http://comicbookmovie.com/x-men_movies/x-men_origins_wolverine/news/?a=6662> Acesso em 24 de novembro de 2011.

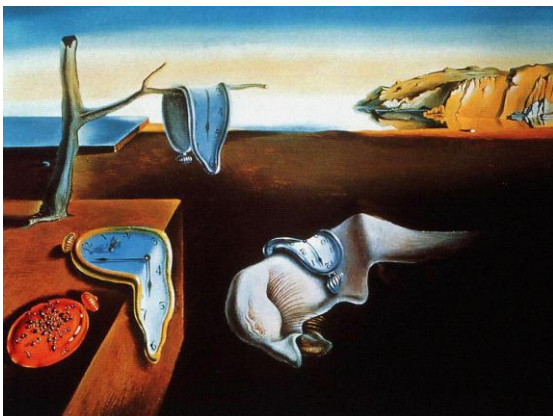
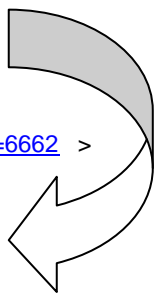


Figura 2- Tempus fugit – relógios moles, Salvador Dali, 1931

Fonte: Disponível em <<http://startte.blogspot.com/2011/03/salvador-dali.html>> Acesso em 24 de novembro de 2011



É importante dizer que apesar de identificarmos os processos intertextuais individualmente, eles podem acontecer simultaneamente em um texto, como o exemplo que mostraremos a seguir de Ricardo Azevedo.

Quadrilha Da Sujeira

Ricardo Azevedo

João joga um palitinho de sorvete
na rua de Teresa
que joga uma latinha de
refrigerante na rua de Raimundo
que joga um saquinho plástico na
rua de Joaquim
que joga uma garrafinha na rua de
Lili.
Lili joga um pedacinho de isopor na
rua de João
que jogava uma embalagenzinha
de não sei o que na rua de Teresa
que joga um lencinho de papel na
rua de Raimundo
que joga um papelzinho de bala na
rua de J. Pinto Fernandes que
ainda nem tinha entrado na história.

Quadrilha

CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE

João amava Teresa
que amava Raimundo
que amava Maria
que amava Joaquim
que amava Lili que não amava
ninguém.
João foi para os Estados Unidos,
Teresa para o convento,
Raimundo morreu de desastre,
Maria ficou para tia,
Joaquim suicidou-se
E Lili casou com J. Pinto Fernandes
que não tinha entrado na história

Texto1: Quadrilha da Sujeira

Texto 2: Quadrilha

Fonte: Disponível em <<http://educacao.uol.com.br/portugues/intertextualidade-textos-conversam-entre-si.jhtm>> acesso em 2 de abril de 2012.

Em *Quadrilha da Sujeira*, Ricardo Azevedo incorpora elementos do texto de Carlos Drummond de Andrade com a intenção de questionar uma problemática tão presente em nossa sociedade - a falta de cuidado com nosso planeta e o excesso de lixo criado pelo homem. Para tanto, Ricardo Azevedo se utiliza dos três processos intertextuais para que sua intenção seja percebida. Assim, ele cita, alude e imita o estilo do texto de Drummond.

Notamos ainda que a relação entre os dois textos acontece de maneira polêmica, pois no texto *Quadrilha*, Drummond aborda em tom irônico os desencantos e desencontros dos personagens citados no texto, sendo que interessantemente a única que não amava ninguém, Lili, é aquela que justamente tem um final feliz com J. Pinto Fernandes.

Tendo em vista os exemplos citados é importante ressaltar que o estudo do processo intertextual foi usado primordialmente nos estudos literários e, somente mais tarde, estendeu-se também aos estudos linguísticos, visto ser perceptível sua presença em qualquer texto, pois todo texto sempre fará relação com outro. Portanto, o estudo da intertextualidade deixou de atender especificamente aos estudos literários, tornando-se também norte para as análises linguísticas.

Até o presente momento, os textos apresentados neste trabalho enfatizaram a relação intertextual entre elementos de um mesmo âmbito semiótico. Porém, o processo intertextual pode ocorrer também entre os textos de natureza semiótica diferentes. Assim, trataremos a seguir desta forma intertextual, focalizando a tradução intersemiótica.

4- Tradução Intersemiótica: Uma operação dialógica entre os diferentes sistemas semióticos

A tradução é antes de tudo uma forma. Para compreendê-la desse modo, é preciso voltar ao original, já que nele está contida sua lei, assim como a possibilidade de sua tradução.

Walter Benjamin

As primeiras concepções sobre tradução intersemiótica foram propostas pelo pensador russo Roman Jakobson, ao se referir a três tipos possíveis de tradução: interlingual, intralingual e intersemiótica, porém, neste estudo enfatizaremos apenas a *tradução intersemiótica* que, a partir das ideias de Jakobson, Plaza define como:

[...] aquele tipo de tradução que “consiste na interpretação dos signos verbais por meio de sistemas de signos não verbais”, ou “de um sistema de signos para outro, por exemplo, da arte verbal para a música, a dança, o cinema ou a pintura”, ou vice-versa [...] (Plaza 2010, p. XI).

Portanto, segundo Plaza, a tradução intersemiótica trata-se de um processo no qual um texto de um sistema semiótico é traduzido para outro texto de sistema distinto, tendo como destaque as traduções de textos verbais para não verbais.

Segundo Plaza (2010), essa tradução acontece por meio de uma relação intertextual entre o texto-fonte e o novo texto, ou seja, a construção de todo texto acontece pela busca sincrônica de textos anteriores que, ao serem incorporados no novo texto, trazem consigo as dimensões históricas contidas nele (texto-fonte). Vale dizer que ao incorporar elementos de textos anteriores, realiza-se uma adaptação de maneira que o novo texto possa se inserir no contexto sociocultural do autor e também do leitor.

Ao contrário do que é comum pensar, essas traduções são frequentes em nosso cotidiano, pois segundo Plaza (2010), a arte contemporânea se apresenta como uma adaptação, uma releitura do passado. Tal afirmação é perceptível quando observamos, por exemplo, adaptações de obras clássicas da literatura, geralmente

textos verbais, para cinema, anúncios publicitários, música, e que apresentam geralmente caráter não verbal ou sincrético.

Portanto, as traduções intersemióticas mais do que estabelecer uma relação intertextual com o texto-fonte estabelecem uma relação de dimensão histórica que, segundo Plaza (2010, p.14) representa um *trânsito dos sentidos, como transcrição de formas na historicidade*, ou seja, ao adaptarmos um texto de uma formulação semiótica para outra recriamos seu sentido e damos “nova roupagem” às ideias ali representadas. Este é o caso que verificamos na tradução intersemiótica de nosso *corpus*.

As traduções, como a da campanha publicitária em questão, segundo Plaza (2010, p 64-65) apresentam-se como um encontro entre dois meios distintos ou híbridos que *constitui um momento de verdade e revelação do qual nasce a forma nova*.

Através do processo de *hibridização*, segundo Plaza (2010), os meios realizam uma relação dialógica que, da combinação de dois ou mais meios resulta um novo meio. Nesse sentido, Plaza afirma que

[...] a hibridização produz um dado inusitado que é a criação de um novo meio antes não existente. Uma segunda possibilidade é superpor diversas tecnologias, sem que a soma, entretanto, resolva o conflito. Neste caso, os múltiplos meios não chegam a realizar uma síntese qualitativa, resultando uma espécie de colagem que se conhece como *multimídia* (Plaza 2010, p.65).

Ou seja, os novos meios são criados a partir da interação dos mais diversos sistemas de signos que traduzem as *diferentes linguagens históricas para o novo suporte*. As diferentes linguagens, por sua vez, possibilitam o *trânsito intersemiótico e criativo entre o visual, o verbal, o acústico e o tátil* (Plaza 2010, p.66).

Assim, segundo Plaza (2010), a tradução intersemiótica vai além da simples passagem de um signo linguístico para um não linguístico, pois essa teoria refere-se às *transmutações intersígnicas*, ou seja, os diversos suportes que absorvem não apenas os signos, mas também são *interpretantes* dos signos e sentidos ali representados.

Sendo assim, o importante na tradução não são as classificações entre as fronteiras dos sistemas dos signos, até porque, fazer isso seria praticamente

impossível, mas o que importa realmente é se o leitor será capaz de ler e perceber o texto que originou aquela adaptação.

Tendo em vista o que foi estudado nesse tópico, observaremos a seguir como a publicidade, dentro do processo de criação, se utiliza da intertextualidade como ferramenta importante em sua produção.

4.1 - A intertextualidade como recurso criativo para a publicidade

Todos os dias o homem contemporâneo é assediado por anúncios publicitários que estão presentes em todos os lugares chamando sua atenção para os mais variados produtos e serviços.

O avanço dos meios de comunicação e a proliferação das diferentes formas de mídia levaram a propaganda a garantir uma posição privilegiada frente às grandes massas, influenciando-as de maneira a gerar no indivíduo a necessidade de possuir o bem ali anunciado. Para tanto, os profissionais da área utilizam-se dos mais variados recursos para atingir tais objetivos.

A publicidade, por assim dizer, é um meio de comunicação que tem objetivo puramente comercial, pelo qual busca persuadir o leitor/consumidor a consumir o produto, bem de serviço ou ainda uma ideia expressa no anúncio. Podemos afirmar então que o discurso publicitário manipula socialmente seu leitor, pois nas campanhas publicitárias é utilizada uma linguagem sedutora que apresenta ao leitor/consumidor valores e desejos comuns entre os consumidores do produto anunciado. Assim, temos no exemplo abaixo um anúncio de margarina, o qual geralmente apresenta famílias reunidas e felizes ao redor da mesa para tomar café da manhã.



Figura: Campanha da margarina Saúde

Fonte: Disponível em <<http://queridocupcake.blogspot.com/2011/01/familia-he-familia-ha-familia.html>> Acesso em 02 de dezembro de 2011.

Para que o objetivo de uma campanha publicitária seja atingido, o publicitário deve primeiramente chamar a atenção do consumidor, provocando nele emoções que façam com que ele acredite que necessita de determinado produto ou até mesmo uma ideia e procure satisfazer seus desejos, ou seja, a publicidade por meio dos anúncios trabalha com nossos valores e crenças de maneira a conduzir o indivíduo à aquisição de um determinado objeto de valor (produto ou bem de consumo).

Assim, podemos dizer que a aquisição de um determinado produto vai muito além de possuir o mesmo, pois ao adquiri-lo o consumidor ainda “compra” os valores e a identidade assumidos no anúncio e também, por que não dizer, pelo grupo de pessoas que consomem tal produto.

Interessantemente em uma sociedade de consumo a publicidade passou também a ser um objeto de consumo, como diz Pessoa.

[...] a imagem criada pela publicidade para os produtos e serviços substitui a materialidade do objeto e as mensagens passaram a se situar preferencialmente no plano imaginário. Desse modo, a publicidade, destinada em suas origens a suscitar o consumo dos bens produzidos, converte-se ela mesma em objeto de consumo [...] O consumo contemporâneo é, portanto, o resultado da conciliação de valores, outrora antagônicos, utilitários e existenciais ou hedonistas (Pessoa 2010, p. 16,17).

Assim, quando pensamos no papel que a publicidade exerce na sociedade contemporânea não devemos pensar somente na sua importância em descrever e incentivar o consumo de um dado produto, mas também provocando nos leitores/consumidores, a partir da utilização de diversos recursos, seja direta ou indiretamente, a imposição de valores, ideais que influenciarão o comportamento do público que deseja atingir.

Logo, os anúncios em geral, para estimular o leitor/consumidor a possuir algum tipo de reação ou emoção que o leve tanto à aquisição tanto do produto como do valor ali apresentado, segundo Sant’Anna (1996, p 89) é necessário que desperte seu desejo. Assim:

O propósito de um anúncio não é unicamente ser visto; tampouco fazer-se ler e ouvir. Seu propósito é transmitir informações e criar atitudes acerca do produto de tal forma que o consumidor fique

predisposto a comprá-lo. O anúncio deve posicionar o produto na mente do consumidor. (Sant'Anna 1996, p122).

O propósito do anúncio publicitário, de maneira geral, é fazer com que o leitor/consumidor acredite que a mensagem transmitida é verdadeira e em acreditando passe a desejar adquirir o objeto e/ou valor ali anunciado. Para que esse objetivo seja alcançado, durante o processo criativo dos anúncios, os criadores utilizam-se de diversos recursos semióticos, sendo eles textos verbais ou não verbais que produzam algum efeito no grupo que se deseja atingir.

Sendo assim, para se fazer/crer, a publicidade utiliza de mensagens carregadas de apelo psicológico pelo qual ela (publicidade) faz com que os produtos ali oferecidos sejam supervalorizados, ou seja, o produto anunciado se apresenta de maneira tão atrativa que em muitos casos seu valor pode ultrapassar sua realidade. Em outras palavras, os anúncios têm por finalidade influenciar os consumidores e fazer com que a mercadoria se torne atrativa e disso resulte a sua compra. Nesse sentido, toda publicidade tem como aspecto marcante a sedução, pois ela nos faz desejar algo que talvez nunca fosse nosso objeto de desejo.

De modo consciente ou não, as agências publicitárias para aguçar o desejo do consumidor, comumente utilizam-se das relações dialógicas com outros textos para atingir seu objetivo. Assim, a publicidade faz uso das mais variadas referências no processo criativo das campanhas publicitárias. Essa inserção pode acontecer tanto explícita como implicitamente, pois como em qualquer texto, os textos publicitários também não são inéditos, ou seja, eles repetem um texto-fonte de maneira a reafirmá-lo ou contradizê-lo.

Como em qualquer relação entre textos, a intertextualidade na publicidade também pode incorporar outros textos mediante os processos de citação, alusão ou estilização.

Nessa relação intertextual, o texto pode incorporar outro texto do mesmo sistema semiótico, como por exemplo, de um texto verbal para um não verbal. Em outras situações essa incorporação ocorre entre diferentes sistemas semióticos. Neste caso, realizam-se traduções intersemióticas, por exemplo, uma campanha que adapta texto verbal para um não verbal.

Observe-se o anúncio a seguir da campanha *“Faça um final feliz”* que incorporou elementos verbais, do conto de fadas Branca de Neve com a finalidade

de chamar a atenção e alertar os mais jovens sobre os perigos do consumo de bebida alcoólica.



Figura: Campanha Faça um final feliz

Fonte: Disponível em <<http://denisemotta.fashionblog.com.br/89602/Campanha-Faca-um-Final-Feliz/>> Acesso em 10 de dezembro de 2011.

A campanha apresenta-se como um texto sincrético, pois é constituída tanto por imagens como por textos, que de modo polêmico incorporou elementos verbais do conto de fadas Branca de Neve, porém transformou certos elementos do conto original, como por exemplo, a troca do elemento maçã por uma garrafa de bebida alcoólica.

Vale dizer que, apesar de comumente enfatizarmos as relações intertextuais entre textos de um mesmo sistema semiótico, as traduções intersemióticas acontecem com mais frequência do que se pode imaginar. Essas traduções podem ser percebidas em capas de revistas, em filmes, em novelas, em textos publicitários, entre outros.

No caso de textos midiáticos, como os referidos acima, em sua maioria são construídos e organizados justamente pela relação entre os diferentes sistemas, ou seja, são traduções intersemióticas, as quais produzem efeitos de sentido a partir do entrecruzamento dos diferentes sistemas. Como podemos observar no exemplo

abaixo, no qual o desenho animado “*The Simpsons*” incorpora o texto de Edgar Allan Poe, “*The Raven*”.

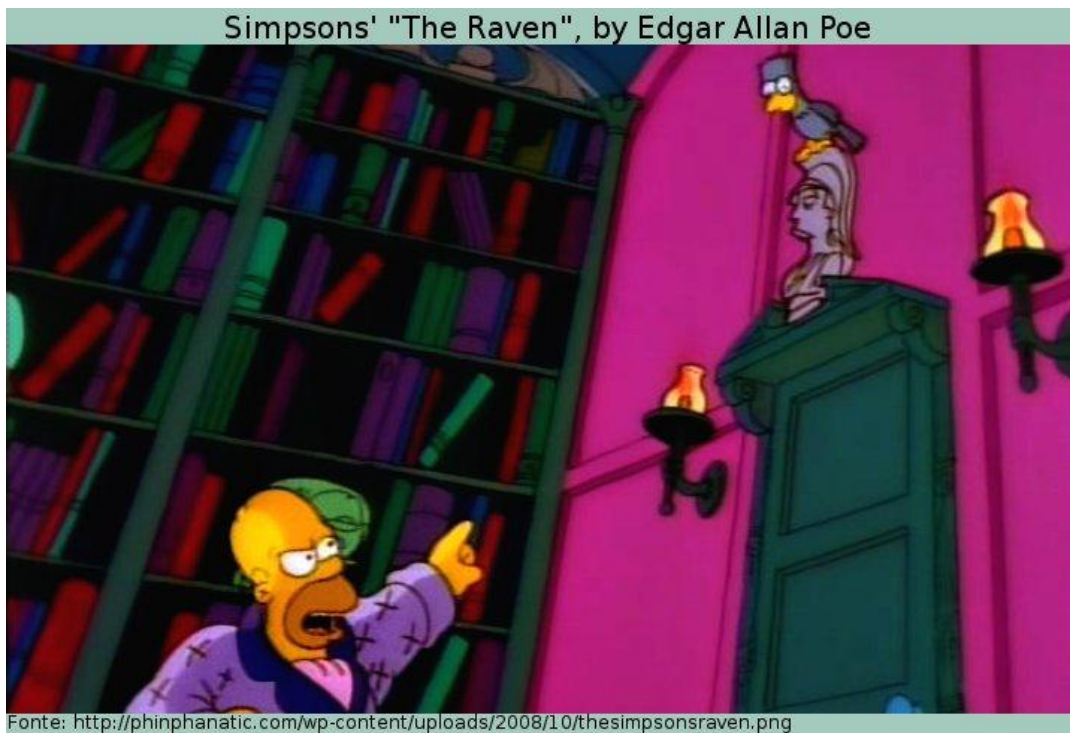


Figura: The Simpsons – The Raven, by Edgar Allan Poe.

Fonte: Disponível <<http://www.diaadia.pr.gov.br/tvpendrive/modules/mylinks/viewcat.php?cid=13&min=940&orderby=hitsA&show=10>> Acesso em 30 de novembro de 2011.

No exemplo a incorporação dos elementos verbais do conto de Poe acontece de maneira polêmica, pois tem a intenção de causar riso. Assim, na adaptação os personagens Homer e Bart são incorporados no texto, sendo que Bart é o corvo que atormenta Homer na biblioteca.

Assim, o processo de intertextualidade nos textos midiáticos, em especial os textos publicitários, apresenta-se como importante estratégia no processo criativo, visto que a inserção de textos culturalmente sedimentados tem como objetivo chamar a atenção e aguçar o desejo leitor/consumidor em participar dos valores ali inseridos, isto é, ao reconhecer o texto, o leitor se relaciona com ele e passa a desejar aquela realidade (que muitas vezes é inexistente), e para conseguir aquela realidade adquire o produto e/ou valor anunciado.

Vale ressaltar que, ao incorporar elementos de um texto alheio, a publicidade estimula a confiança do leitor/consumidor sobre a qualidade do produto ali anunciado, pois o texto alheio age de maneira a reforçar o conceito da campanha publicitária, pois enfatiza as qualidades do produto como também os valores ali anunciados.



Figura:1 Anúncio da empresa Bombril

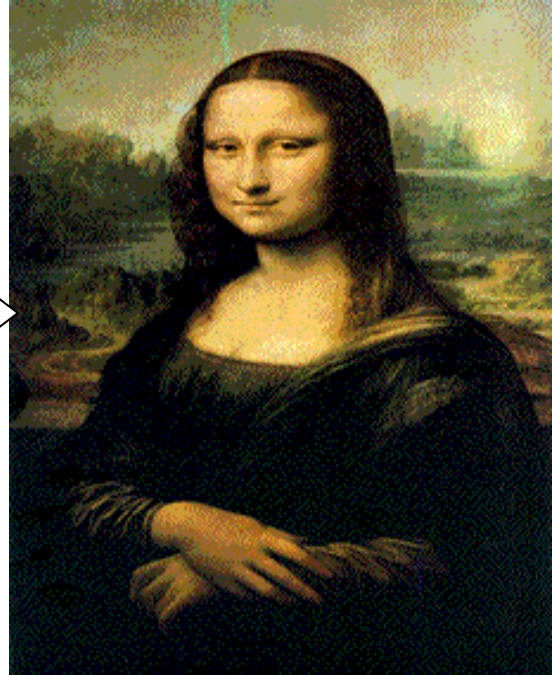


Figura 2: Mona Lisa, obra de Leonardo da Vinci

Fonte: Disponível em < <http://www.brasilecola.com/redacao/intertextualidade.htm>> Acesso em 07 de novembro de 2011

Nessa campanha publicitária, a empresa Bombril utilizou o recurso intertextual relacionando seu produto, que no caso é *Mon Bijou*, à obra de arte do pintor Leonardo da Vinci. Tal relação intertextual tem por intenção convencer o leitor/consumidor da qualidade do produto. O anúncio deixa clara essa intenção ao comparar o produto com uma obra-prima: “*Mon Bijou* deixa sua roupa uma perfeita obra-prima”.

Vale lembrar que o sucesso dessa relação intertextual não depende apenas dos profissionais da propaganda que realizam o trabalho de criação das campanhas, mas também é necessário que o leitor/consumidor consiga reconhecer as referências do texto-fonte para somente assim produzir o efeito desejado.

Assim, ao pensarmos na utilização do processo intertextual na criação das peças publicitárias, verificamos que esse processo é uma ferramenta constante na construção de sentido nos textos publicitários, pois tem como objetivo último persuadir os leitores/consumidores desses textos.

Sendo assim, o grande propósito da inserção da intertextualidade nos anúncios publicitários é fazer com que o consumidor, a partir de um texto culturalmente sedimentado, mas que apresenta uma nova perspectiva tenha uma rápida assimilação do sentido que o anúncio deseja transmitir e assim atingir o

objetivo principal das peças publicitárias que é fazer com que o consumidor adquira o produto ou ideia ali anunciada.

4.2 - Os planos de conteúdo e de expressão como formas de explicação da tradução intersemiótica.

Para esclarecermos melhor o tema da tradução intersemiótica, achamos relevante trazer aqui elementos da teoria semiótica sobre a relação entre plano de conteúdo e plano de expressão. Tal esclarecimento se dá devido à importância que assume no *corpus* do presente trabalho o plano de expressão dos textos a serem analisados.

Assim, segundo a semiótica, todo texto é constituído por um plano de conteúdo que se manifesta por um plano de expressão. O que implica dizer que todo texto é resultado da união entre plano de conteúdo e plano de expressão. Assim, somente podemos ter acesso ao conteúdo de um texto por meio da forma como ele se expressa. Vale dizer que, muitas vezes, um mesmo conteúdo pode se manifestar por diferentes formas de expressão, como o caso dos textos que são objeto deste trabalho.

De maneira geral, cada um dos contos é representado por um único conteúdo, que se manifesta nos textos originais por meio de uma expressão verbal e, na campanha publicitária em questão, esses textos são manifestados, por meio de uma expressão não verbal. Assim, segundo Pietroforte o texto

[...] pode ser definido como uma relação entre um plano de expressão e um plano de conteúdo. O plano de conteúdo refere-se ao significado do texto, ou seja, como se costuma dizer em semiótica, ao que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz. O plano de expressão refere-se à manifestação desse conteúdo em um sistema de significação, não verbal ou sincrética (Pietroforte 2010, p.11).

Dessa maneira, resumidamente, entende-se por plano de conteúdo, a ideia expressa em um texto, ou seja, aquilo que um texto deseja dizer para seu leitor. Segundo a semiótica de linha francesa a produção de sentido de todo texto acontece por meio de um processo gerativo, que por sua vez, vai do mais simples ao mais complexo.

Assim, ao nos referirmos ao conteúdo de um texto, por exemplo, quando um indivíduo questiona outro sobre o que um determinado filme ou livro realmente quis dizer com tal cena ou ideia. A resposta traduzirá o conteúdo do filme ou livro, ou de qualquer outro texto, não importando a forma de expressão por meio da qual ele se realiza. Vale ainda dizer que ao se expressar sobre o conteúdo o indivíduo primeiramente considera um nível mais simples ou fundamental do texto até chegar a um nível mais profundo e complexo.

Quanto ao plano de expressão entendemos como a forma de linguagem por meio da qual o conteúdo é manifestado na constituição do texto. Geralmente estamos acostumados a textos verbais, pois esses textos são expressos por meio de recursos verbais, ou seja, palavras. Porém, em muitos casos, as ideias, ou seja, o conteúdo de um texto pode ser expresso por meio de recursos não verbais, como por exemplo, a imagem, o som, as formas esculturais entre outras.

Como já foi dito, existem textos cujo conteúdo é expresso através de diferentes linguagens, que estão devidamente organizadas no plano de expressão. Os textos verbais são aqueles constituídos por meio de palavras; a linguagem não verbal é aquela que não se vale de nenhum elemento verbal para expressar seu conteúdo, temos, por exemplo, imagens e sons (quando veiculadas em rádio e televisão); temos ainda a linguagem sincrética, quando a linguagem é constituída por meio de palavras e imagens.

Apresentamos a seguir exemplos desses três tipos de textos:

❖ **Texto verbal**

A rosa de Hiroshima

Pensem nas crianças
Mudas telepáticas
Pensem nas meninas
Cegas inexatas
Pensem nas mulheres
Rotas alteradas
Pensem nas feridas
Como rosas cálidas
Mas oh não se esqueçam
Da rosa da rosa
Da rosa de Hiroshima
A rosa hereditária
A rosa radioativa
Estúpida e inválida

A rosa com cirrose
 A anti-rosa atômica
 Sem cor sem perfume sem rosa sem nada.

Texto: A rosa de Hiroshima, Vinicius de Moraes
Fonte: Faraco e Moura, Para gostar de ler. Ática, 1998, p. 137

Assim, por meio das palavras, Vinicius de Moraes, no poema *Rosa de Hiroshima*, faz uma reflexão sobre as terríveis consequências que a segunda guerra provocou na cidade de Hiroshima, onde os efeitos da bomba causaram destruição, matando muitas pessoas, cegando outras e conseqüentemente acabando inclusive com as flores.

❖ Texto não verbal



Figura 2: Madalena arrependida – Michelangelo Merisi da Caravaggio

Fonte: Disponível em < http://caminhocelta.blogspot.com/2009_08_01_archive.html > Acesso em 11 de novembro de 2011.

No quadro “*Madalena*”, Caravaggio expressa o conteúdo a partir de imagens. Nele notamos a figura de uma mulher que apesar do nome não aparenta ser uma figura religiosa. Essa mulher, que possui um semblante triste parece estar chorando

sentada no chão, no que provavelmente seja seu quarto. Ainda no chão, percebemos algumas joias espalhadas e ainda uma pequena garrafa de bebida alcoólica.

❖ Texto sincrético



Figura 2: Tirinha da Mafalda

Fonte: Disponível em <<http://www.sempretops.com/diversao/tirinhas-da-mafalda/>> Acesso em 3 de novembro de 2011.

Nessa tirinha da personagem Mafalda, observamos que as ideias são expressas mediante a manifestação tanto de elementos verbais como de não verbais. Nela, de maneira irônica, a personagem critica a política, ao se referir à palavra como “palavrão”, ou seja, Mafalda considera *política* uma palavra obscena e grosseira, portanto não pode ser dita.

Finalmente, como daremos ênfase ao plano de expressão na análise de nossos textos, cabe ainda definir alguns critérios para podermos observar de maneira mais detalhada os textos publicitários do *corpus* deste trabalho. Para tanto apresentaremos alguns conceitos propostos pela semiótica plástica.

Categoria do plano de expressão

Segundo Teixeira (no prelo, p.6) a semiótica plástica não se preocupa em *decodificar, interpretar o valor dos signos nem de descrever habilidades técnicas ou efeitos estéticos*, mas por meio dos termos em contrastes das categorias busca entender *a natureza discursiva de toda semiose*. Assim semiótica plástica é definida como:

[...] uma linguagem segunda elaborada a partir da dimensão figurativa de uma primeira linguagem, visual ou não, ou a partir do significante visual da semiótica do mundo natural. (Teixeira, no prelo, p. 6)

Ou seja, a leitura de textos visuais é realizada a partir da percepção que se tem do mundo natural e dos traços do significante visual encontrados no texto. Essa leitura pode ser feita por meio da observação das quatro categorias plásticas:

- ❖ Cromática;
- ❖ Eidética;
- ❖ Topológica;
- ❖ Matérica.

De maneira geral, a categoria cromática é aquela que estuda as diversas combinações de cores existentes em um texto; a eidética se interessa em estudar as relações das formas; a topológica se preocupa pela organização espacial do texto e a matérica estuda os efeitos obtidos pela materialidade do texto. Observe-se abaixo o quadro das categorias proposto por Teixeira (no prelo, p. 7).

CROMÁTICAS	Combinações de cores <i>Puro vs. mesclado</i> <i>Brilhante vs. opaco</i> <i>Saturado vs. não saturado</i> <i>Claro vs. escuro</i> <i>Etc.</i>
EIDÉTICAS	Relações entre formas <i>Côncavo vs. convexo</i> <i>Curvilíneo vs. retilíneo</i> <i>Verticalidade vs. diagonalidade</i> <i>Arredondado vs. pontiagudo</i> <i>Etc.</i>
TOPOLÓGICAS	Posição e orientação das formas e do movimento no espaço <i>Englobante vs. englobado</i> <i>Alto vs. baixo</i>

	<i>Central vs. periférico</i> <i>Esquerdo vs. direito</i> <i>Etc.</i>
MATÉRICAS	Efeitos obtidos com a materialidade <i>Pinceladas</i> <i>Contidas vs. soltas</i> <i>Rarefeitas vs. saturadas</i> <i>Tinta</i> <i>Diluída vs. pastosa</i> <i>Encorpada vs. lisa</i> <i>Suporte</i> <i>Rugoso vs. liso</i> <i>Com relevo vs. sem relevo</i> <i>Etc.</i>

Quadro: Categorias plásticas

Fonte: Teixeira, Lucia, Leituras de textos visuais: princípios metodológicos.

Vale lembrar que é por meio da junção do plano de conteúdo e plano de expressão que os textos são constituídos, pois, como já foi dito, o conteúdo é manifestado por meio da expressão. E somente a partir dessa junção teremos um texto.

No capítulo a seguir, faremos uma breve análise sobre os contos, principalmente os contos (textos verbais) selecionados pela campanha, objeto de estudo deste trabalho.

A categoria matéria, por não se aplicar no caso da mídia impressa, não será analisada neste trabalho.

5- Contos de Melissa: Um conto publicitário

Na história da menina que resolve cortar caminho pela floresta para chegar à casa da vovó, o resultado é uma Chapeuzinho Vermelho determinada a sair para dar uma volta de moto com o lobo. Já Cinderela, ao sair de uma rave, perde um pé do sapatinho de cristal e partes de seu figurino, antes de entrar na carruagem acompanhada por um belo príncipe. A preocupação da Branca de Neve não se trata de comer a maçã ou não, mas a de esconder o belo príncipe em seu quarto na casa dos sete anões. E, por fim, a Rapunzel, que após passar tantos anos na masmorra, ao ver o bravo cavaleiro, ela resolve amarrá-lo com suas longas tranças.

Portal da propaganda, 15 de agosto de 2007.

No capítulo anterior, pudemos observar a importância do plano de conteúdo e do plano de expressão na construção dos textos. Observamos ainda, a relevância das relações intertextuais no processo criativo de uma campanha publicitária.

Assim, no *corpus* desta pesquisa buscamos analisar a intertextualidade que ocorre entre a campanha (texto não verbal) e a versão literária dos contos de fadas (textos verbais).

Na campanha *Contos de Melissa*, de maneira geral, é apresentada uma tradução intersemiótica, ou seja, uma relação entre sistemas semióticos diferentes, pela qual, no caso a campanha, tomou por base os textos dos contos de fadas, que usualmente podem ser apresentados tanto na linguagem verbal, aquela representada por palavras como na linguagem sincrética, aquela representada pela união de verbal e não verbal, e os traduziu para uma linguagem não verbal, aquela representada por imagens.

A adaptação dos contos de fadas para textos não verbais foi a estratégia encontrada pelos publicitários para envolver o leitor/consumidor em uma atmosfera de paixão e atitude, representadas pelas personagens femininas em um ar nada inocente – são as “princesas modernas” da campanha da Melissa, que visa atrair o público feminino, especialmente as mais jovens.

Ao se apropriar da imagem das protagonistas dos contos, a campanha tem a intenção de fazer com que a consumidora acredite que ao adquirir o produto ali anunciado serão tão bonitas e poderosas como as protagonistas da campanha.

Os contos selecionados pela campanha são narrativas que desde os tempos mais remotos são apreciados tanto por crianças como por adultos e têm origem muito antiga, provavelmente sendo iniciados a partir de histórias contadas por anciãos e líderes de tribos e vilarejos ao redor do fogo. Justamente nesse período, segundo Merege (2010) que as narrativas sobre o cotidiano se confundiam com os mitos e rituais religiosos, principalmente aqueles que diziam respeito à iniciação da vida adulta.

Merege (2010) ainda afirma que não devemos nos preocupar com a origem dos contos, mas sim como eles foram transmitidos, difundidos e transformados no decorrer desse tempo, identificando os elementos de cada momento histórico, ou seja, analisando os contos a partir do contexto histórico, social e cultural da época em que foram produzidos.

Segundo Mendes (2000), coube a Charles Perrault e a seu filho, cerca de três séculos atrás, reunir esses contos de tradição oral em um livro intitulado *Contos da Mamãe Gansa*. Com o sucesso de sua coletânea, os contos populares passaram a ter prestígio inclusive entre a burguesia, passando a serem conhecidos como contos de fadas.

Ainda segundo Mendes (2000, p.123) os contos de fadas selecionados por Perrault, de maneira geral, demonstram os *arquétipos do comportamento feminino, como forma de representação e valorização da vida familiar*, ou seja, a coletânea visava apresentar à sociedade burguesa, principalmente às crianças e mulheres, um modelo de comportamento a ser seguido. Dentro desse modelo as fadas aparecem como símbolo do poder feminino e as protagonistas (princesas ou camponesas que depois se tornam princesas) aparecem como símbolo da fragilidade e feminilidade, tendo a beleza como marca dessa representação. Outro fato importante é que os contos mostram que o poder das fadas e do homem é que conduziria e comandaria o destino das protagonistas. Podemos citar o caso de Cinderela, que somente com a ajuda de sua fada madrinha pôde ir ao baile e conhecer o príncipe que a libertou do cativeiro imposto por sua madrasta.

Dois séculos mais tarde, também interessados no estudo dos diversos contos, os irmãos Jacob (1785) e Wilhelm (1786-1859) Grimm, criam novas adaptações e reúnem aproximadamente 51 contos em um livro intitulado *História das crianças e do lar*.

Ao contrário de Perrault, os irmãos Grimm “suavizaram” os contos, eliminando todo conteúdo que achavam “impróprio” para crianças, como por exemplo, as referências sexuais ou o *humor jocoso que caracterizava as narrativas orais* (Merege 2010, p.56). Porém, as versões publicadas pelos irmãos Grimm conservaram, e em alguns casos intensificaram, a violência das punições.

Segundo Merege (2010) muitos estudiosos consideram que as versões propostas pelos irmãos Grimm serviram de base para as versões atuais, inclusive para as adaptações cinematográficas como as propostas por *Disney*.

Assim, em 1937 o estúdio da *Walt Disney* lançou o primeiro longa-metragem animado baseado nos contos de fadas: Branca de Neve e os Sete Anões. Com o sucesso cinematográfico, outros contos de fadas também foram adaptados pelo estúdio. Em suas adaptações *Walt Disney* apresenta belas histórias, com personagens e cenários fascinantes, no entanto suas adaptações retiraram os elementos de maior complexidade considerados por *Disney* “inadequados” para o público infantil, como: violência, crueldade, teor sexual etc., tornando suas histórias mais “adequadas” para o público infantil atual.

Ao adaptar os contos de fadas para o cinema, *Walt Disney* redefiniu também o modo de percebermos esses contos, pois hoje quando se pensa nas histórias de Cinderela, Branca de Neve, Bela Adormecida ou qualquer outra personagem dos contos de fadas, pensa-se logo nas “princesas” criadas por *Disney*. Esses contos cinematográficos também foram responsáveis pela divulgação de estereótipos tanto da figura feminina como da figura masculina, nos quais, de maneira geral, a mulher, representada pela princesa ou camponesa dócil, frágil e feminina que espera pelo homem, representado pelo príncipe que a libertará de uma madrasta e/ou bruxa má.

Alguns fatores contribuíram para que essa redefinição dos contos de fadas acontecesse, tais como:

- ❖ a adaptação cinematográfica proposta por *Disney* foi a primeira a conter elementos visuais que descrevessem os contos por inteiro, com personagens cenários etc.
- ❖ as adaptações contaram com a influência do contexto histórico social do momento de sua recriação. No caso dos desenhos mais antigos, por exemplo, (Branca de Neve, Cinderela, Bela Adormecida) foram produzidos em uma época no

qual a postura social da mulher era bem diferente da postura atual. Já mais próximos de nossa época surgem personagens como Rapunzel e Mulan, por exemplo, que possuem uma postura bem diferente, no qual as personagens femininas são independentes e decididas.

❖ as produções cinematográficas possuem maior alcance da massa do que as versões escritas.

Como podemos perceber os contos de fadas, com o decorrer do tempo e contando sempre com a influência do contexto histórico e social de cada época foram adquirindo diversas adaptações, e em alguns casos apresentando novos significados, anulando ou transformando o sentido completo ou de certos trechos do conto.

O fato é que os temas abordados não envelhecem, pois tratam de condições específicas do cotidiano e também questões internas de cada pessoa. Sobre isso Bettelheim (2002) afirma que:

As figuras e situações dos contos de fadas também personificam e ilustram conflitos internos, mas sempre sugerem sutilmente como estes conflitos podem ser solucionados e quais os próximos passos a serem dados na direção de uma humanidade mais elevada (Bettelheim 2002, p.37).

Assim, segundo Bettelheim (2002), os contos de fadas ajudam as crianças a lidarem com problemas como ausência dos pais, desejos sexuais, conflito entre irmãos etc. De maneira geral, os contos de fadas são narrativas baseadas em questões do cotidiano que apresentam arquétipos universais, tais questões e arquétipos estão carregados de símbolos, porém devemos ter cautela ao interpretar ou discuti-los, pois segundo Meregé (2010, p. 72):

[...] é preciso ter em mente que os significados atribuídos aos símbolos são relativos e que não foram incluídos propositalmente na narrativa, surgindo de forma espontânea, de acordo com as circunstâncias da gênese e/ou da transmissão dos contos.

Ou seja, apesar de possuírem questões e arquétipos universais os símbolos contidos nessas narrativas são relativos, pois seus significados dependerão do

contexto sócio-cultural e histórico do momento em que serão apresentados. Porém, apesar de uma variedade enorme de interpretações, é importante dizer que sempre entre eles haverá um denominador comum (um tema, uma imagem etc).

Logo, por apresentarem temas e arquétipos universais com diversas possibilidades de interpretações e/ou discussões, fizeram com que os contos de fadas continuassem vivos até os dias de hoje, sendo adaptados com novos significados e formatos, como as adaptações realizadas para o cinema, para os quadrinhos e para a publicidade, como é o caso do objeto desta pesquisa.

Assim, a agência criadora da campanha, tendo ciência do interesse e da influência que os contos de fadas exercem no imaginário feminino, principalmente após as adaptações cinematográficas de *Walt Disney*, se utilizou desses textos, tanto as versões verbais como as versões recriadas por *Disney*, para compor a campanha publicitária *Contos de Melissa* e, assim, atrair principalmente o público feminino – alvo da campanha.

Para causar o efeito desejado, a agência responsável pela campanha adicionou os elementos que foram considerados “inadequados” por *Walt Disney*, principalmente os de teor sexual e os adaptou a seu modo. Assim, observamos que as princesas, protagonistas da campanha, aparecem como mulheres dominadoras, cheias de atitude e conhecedoras de seu corpo e sensualidade, sendo capazes de tomar a iniciativa inclusive na escolha de seus parceiros. Para tanto, a campanha selecionou e adaptou quatro contos, sendo 1 conto maravilhoso e 3 contos de fadas:

- ❖ Chapeuzinho Vermelho;

- ❖ Cinderela;

- ❖ Rapunzel;

- ❖ Branca de Neve.

Nos anúncios, as protagonistas desses contos assumem o papel de mulheres sedutoras, ganhando um ar mais determinado e ousado. O resultado são personagens femininas livres das amarras comportamentais e sociais que os contos antigos colocaram, pois desde a tradição oral, os contos têm a intenção de mostrar

especialmente às mulheres, um modelo de comportamento considerado o ideal pelas famílias burguesas, ou seja, um modelo no qual as mulheres deveriam ser submissas, frágeis e conformadas com seu destino que era planejado primeiramente pelo pai e depois pelo marido. Assim, a campanha *Contos de Melissa* apresenta um novo conceito – Mulheres no comando, no qual essas personagens deixam de ser conduzidas e passam a conduzir.

Ao adaptar os contos de fadas para uma “versão mais moderna”, a campanha rompe com um modelo cristalizado de comportamento, difundido principalmente pelos filmes de *Disney*, e apresenta uma princesa moderna, que possui um comportamento feminino, porém com valores e posturas diferentes dos contos tradicionalmente difundidos. O conceito “mulheres no comando” veiculado através das peças publicitárias da campanha, muitas vezes implica na discriminação da mulher que decide escolher um determinado “estilo” de vida, ou seja, mesmo em uma sociedade em que a mulher já obteve muitas vitórias em relação à busca de sua independência, ainda percebemos a existência de discriminação à figura da mulher moderna.

Antes de analisarmos os textos não verbais que compõem o *corpus* desta pesquisa, achamos conveniente fazermos primeiramente uma breve reflexão sobre os vestígios das narrativas que serviram de fonte para a campanha, sendo que tais contos, de maneira geral, cercam o imaginário coletivo e são caracterizados pela presença de personagens inseridos em situações imaginárias.

5.1 – Chapeuzinho Vermelho: A menina que ousou ousar.

O conto *Chapeuzinho Vermelho*, como a maioria dos contos de fadas, tem origem na tradição oral, na qual se costumava contar fábulas para as crianças com intenção moralista, ou seja, os contos tinham o objetivo de lhes ensinar algo. Esse conto foi primeiramente publicado por Charles Perrault e seu filho, na obra intitulada *Contos da Mamãe Gansa*, na França, no ano de 1697. Desde sua primeira publicação até os dias atuais, o conto recebeu diversas adaptações, sendo a mais famosa a realizada pelos irmãos Grimm, que dois séculos mais tarde o publicaram e, que segundo alguns estudiosos, serviu como modelo para as adaptações modernas. A versão proposta por eles abandonou o final trágico e apostou em um final mais “feliz” para a garota e, talvez por isso, seja a versão mais conhecida e apreciada.

Porém, estudaremos a versão publicada por Perrault, por julgarmos a mais próxima do original.

Chapeuzinho Vermelho é um conto maravilhoso, que, diferentemente dos contos de fadas, sua narrativa possui natureza material, sensorial e social, enquanto os contos de fadas apresentam natureza espiritual, ética e existencial. Sobre os contos maravilhosos Coelho os define como:

[...] tipo de narrativas orientais, difundidas pelos árabes, e cujo mais completo modelo é a coletânea, *As Mil e Uma Noites*. O núcleo das aventuras é sempre de natureza material/social/sensorial (a busca de riquezas; a satisfação do corpo; a conquista do poder etc.) (Coelho, 1987, p.122).

Ainda sobre os contos maravilhosos Todorov afirma que:

[...] os elementos sobrenaturais não provocam qualquer reação particular nem nas personagens, nem no leitor implícito. Não é uma atitude para com os acontecimentos narrados que caracteriza o maravilhoso, mas a própria natureza dos acontecimentos (Todorov, 1992, p. 59-60).

Assim, o que difere um conto maravilhoso e um conto de fadas é claramente sua natureza dos acontecimentos ou aventuras, embora sejam ambos considerados *contos de encantamento*. A partir dessas definições podemos considerar Chapeuzinho Vermelho um conto maravilhoso, pois sua narrativa gera em torno de questões sociais e sensoriais.

Segundo Discini (2004), Perrault, ao adaptar o conto Chapeuzinho Vermelho, não se preocupou com o público infantil, pois em sua época as crianças eram consideradas, como afirma Bettelheim (2002), versões menores dos adultos.

Vale lembrar que, quando o conto foi publicado por Perrault, já era uma história bastante conhecida. Segundo Bettelheim (2002), tal conto retoma mitos como o de *Cronos* que engole os filhos, os quais, como que por milagre, conseguem sair de seu estômago e no lugar deles aparecem pedras; ou ainda a estória latina de uma menina que usava uma manta vermelha que é vista na companhia de um lobo. Existem ainda outras versões do conto, porém não se sabe ao certo qual delas influenciou a narrativa construída por Perrault.

O fato é que se trata de um conto de advertência, pois tem a intenção de,

[...] fazer medo às crianças, protegê-las contra certos perigos ou impedi-las de cometer certas ações: não ir sozinha à beira da água, ou ao bosque, (...) não abrir a porta a desconhecidos etc (...). O conto *Chapeuzinho Vermelho* teria sido destinado, na origem, a prevenir as crianças contra o perigo de circular sozinhas nos bosques que, durante milênios, foram frequentados por lobos, esses lobos com os quais as mães sempre amedrontaram os filhos [...] (Paul Delarue apud Discini 2004, p.80).

Ou seja, o grande intuito do conto *Chapeuzinho Vermelho* era, portanto, advertir as crianças sobre os perigos que as rodeavam e para isso tentavam amedrontá-las, pois, no conto, a protagonista, por “desobedecer” às ordens da mãe, teve um final trágico. Provavelmente esse seja o único conto no qual sua protagonista tem um final infeliz.

Vale dizer ainda que a advertência no conto *Chapeuzinho Vermelho* tinha por finalidade tanto alertar sobre o perigo de lobos na floresta, como também sobre o perigo de “dar ouvidos” ao homem sedutor que deseja “devorar” garotinhas. Esse devorar simboliza justamente o ato sexual entre homem e mulher.

Antes de irmos para o final trágico, a estória tem início quando a menina ganha uma capa vermelha como prêmio pelo seu bom comportamento. Foi a vestimenta que deu a ela o nome de *Chapeuzinho Vermelho*.

A capa vermelha surge como elemento de representação simbólica da menstruação, da libido e da sexualidade latente na menina que é consumada quando ela é devorada pelo lobo. Tais intenções se tornam explícitas quando o lobo pede que a menina tire a roupa e vá se deitar com ele.

- Põe o pãozinho e a tigelinha de manteiga no guarda-comida e vem deitar-te na cama comigo.

Chapeuzinho Vermelho tira a roupa e vai deitar-se, mas fica muito espantada vendo a figura da avó despida.

No conto de Perrault, as intenções do lobo em “devorar” a menina são claramente expostas, como percebemos, tanto pelo trecho citado ou como em tantos outros trechos do conto, como por exemplo, o diálogo que se segue entre a menina e o lobo, no qual se passa uma descrição do corpo do lobo (homem).

Ao expor claramente as intenções do lobo, o discurso visa ensinar ao leitor os perigos de se permanecer “inocente” e confiar nas boas intenções das pessoas, no caso do “lobo”. Esse discurso é construído por meio de uma relação de oposição entre alteridade x identidade, ou seja,

[...] a alteridade, que é manifestada na autoridade da mãe, da avó, no espaço coercitivo do lar. A menina tenta ousar, transgredir, negando a alteridade e afirmando a identidade. Não dá certo, e surge a punição: o lobo devora a menina (Discini, 2004, p.83).

A oposição alteridade x identidade é o ponto de partida para a busca da construção de sentido do conto. Segundo Discini (2004), o conto nega os desejos da menina (identidade), pois devido às advertências de sua mãe a menina é intimidada e, portanto, teme ousar assumir seus desejos. Assim, a protagonista nega sua identidade e afirma a alteridade, isto é, as regras impostas a ela pela sociedade. No entanto, esse quadro é alterado quando, na floresta, ela encontra o lobo.

Quanto ao lobo não representa apenas a imagem do animal faminto na floresta, mas também do homem sedutor que visa “devorar” a inocência da menina. Porém, é importante dizer que a menina não é tão inocente como se imagina, pois não atende aos conselhos que sua mãe fizera ao sair de casa.

Fica claro que o foco do texto é a ruptura que a menina realiza ao ir contra a alteridade e assumir sua identidade. Assim, segundo Discini (2004), a menina que parecia dócil, justamente por “aceitar” as regras sociais, na verdade, era uma menina que internamente sentia uma necessidade de querer e saber que a levaram ao conflito e, conseqüentemente, ao seu final trágico. Tais transformações são notadas no decorrer do conto, quando a menina, fora do alcance da submissão da obediência, é castigada com a morte.

Assim, o poder do medo encontra um enunciatário maximamente sensibilizado no século de Perrault, o que não acontece em nosso século, com uma moralização às avessas, e com um discurso que faz, [...] uma releitura lúdica, crítica e poética do medo (Discini 2004, 117).

Na sociedade contemporânea, o conto perdeu o poder de amedrontar o público infante-juvenil, que passou a exigir releituras que se adaptassem ao novo contexto cultural moderno. Assim, hoje as questões tratadas na época de Perrault

adquiriram uma leitura mais lúdica e com interpretações diferentes do público da época.

Pensando nisso, a campanha aposta em toda a sensualidade representada por Perrault, deixando transparecer claramente as intenções da menina e do lobo, pois diferentemente do conto, a menina da campanha se apresenta mais ousada e assume seus desejos montando na garupa da moto do lobo para ir pela estrada passear com ele e nem se lembra de que precisa visitar sua vovozinha.

5.2 – Cinderela ou Gata Borralheira?

O conto Cinderela é considerado um dos contos de fadas mais conhecidos em todo o mundo, possuindo diversas adaptações, seja em livros, filmes ou até mesmo em anúncios publicitários.

Trata-se de um conto bem antigo, que provavelmente se originou na China, pois encontramos nele indícios da tradição oriental praticada entre os séculos IX e X D.C. Nessa tradição as mulheres chinesas eram julgadas pelo tamanho de seus pés - os intitulados “pés de lótus”.

O tamanho dos pés das mulheres era um dos critérios usados para determinar a beleza feminina da época. Esses pezinhos pequenos tornavam-se alvos do desejo erótico masculino e também um símbolo social, pois como os pés ficavam enfaixados, as mulheres não podiam trabalhar e nem mesmo andar normalmente, pois como os pés eram muito pequenos. Dessa forma, as mulheres dependiam da ajuda de outras pessoas para se locomover, ou até mesmo para os afazeres domésticos, ou seja, elas eram totalmente dependentes e ficavam ali imóveis caso alguém não as ajudassem, como se representassem um adorno que só era movido de acordo com o desejo de seu “senhor”.

Para conseguir ter os pés de lótus, as mulheres enfaixavam os pés com ataduras. Esse processo causava muitas dores, mas para possuírem o modelo padrão de beleza da época elas suportavam as dores e o sofrimento desse processo.

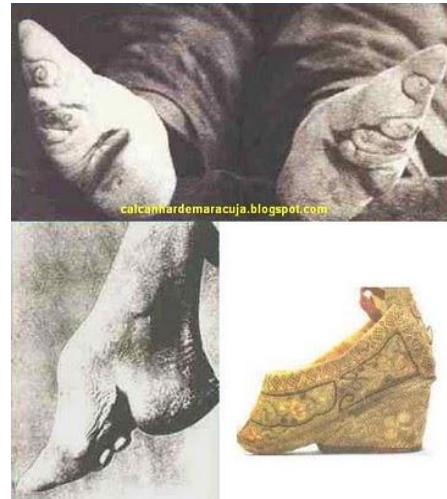


Figura 1 e 2: Tradição chinesa “Pés de lótus”.

Fonte: Disponível em < <http://ananiacristina.blogspot.com/2010/05/tradicao-deformada.html> > acesso em 01 de dezembro de 2011



Imagem 3: Chinesa com pés de lótus

Fonte: Disponível em <<http://valium50.blogspot.com.br/2010/04/mulher-na-china-pes-de-lotus.html>> acesso em 03 de maio de 2012.

Em 1697, Perrault resolve publicar o conto no livro *Contos de Mamã Gansa*. Na versão de Perrault nada se fala a respeito da mãe e nem do pai de Cinderela, mas enfatiza sua madrasta e irmãs adotivas.

Apesar de Cinderela ser o título mais conhecido, pois foi esse o escolhido para nomear a produção cinematográfica de *Walt Disney*, esse faz alusão apenas às cinzas e esquece-se dos borralhos. Já Gata Borralheira é o nome que está mais

próximo do seu significado original, pois faz alusão justamente à condição na qual a menina vivia, ou seja, entre os borralhos e cinzas.

Segundo Bettelheim (2002) o fato de a menina viver entre as cinzas é um traço de grande complexidade, pois representa primeiramente os maus tratos e o rebaixamento de posição que no início do conto a menina gozava e que sem um motivo específico Perrault decide colocá-la vivendo entre as cinzas. No entanto, o viver entre as cinzas ainda pode simbolizar uma posição desejável e até mesmo valorizada, pois na Roma antiga as virgens que vigiavam as lareiras, tinham posição de prestígio, era uma das posições mais valorizadas a que a mulher poderia ter acesso.

De modo geral, o conto trata da história de uma menina que foi destituída de sua posição, passando a ser humilhada e maltratada por sua madrasta e por suas irmãs, essas são justamente as pessoas que deveriam amá-la, porém a invejavam. Assim, o grande impasse da narrativa é justamente a relação familiar entre a menina, a madrasta e as irmãs adotivas. No entanto, a protagonista, com a ajuda de sua fada madrinha vence todos os obstáculos e alcança a felicidade casando-se com o príncipe.

Essa narrativa é considerada um conto de fadas, pois sua narrativa está ligada ao mundo sobrenatural, ou seja, a protagonista, para vencer suas dificuldades internas precisa do auxílio das fadas que segundo Coelho (1987, p. 122) representa a *realização dos sonhos ou ideais, inerentes à condição humana*. E ainda afirma que os contos de fadas,

[...] com ou sem a presença de fadas, têm argumentos que se desenvolvem dentro da magia feérica (reis, rainhas, príncipes (...), gênios, bruxas, gigantes, anões) e têm como eixo gerador uma problemática existencial (...) ligada à união homem-mulher (Coelho apud Discini, 2002, p. 118).

Quanto ao *conto de fadas*, é de natureza espiritual/ética/existencial. Originou-se entre os celtas, com heróis e heroínas, cujas aventuras estavam ligadas ao sobrenatural, ao mistério do além-vida e visavam a realização interior do ser humano. Daí a presença da fada, cujo nome vem do termo latino "fatum", que significa *destino* (Coelho 1987, p. 122).

Por ser um conto de fadas, sua narrativa trata justamente dos problemas existenciais e éticos da protagonista, que precisa aprender a lidar com os maus-

tratos tanto de suas irmãs adotivas como de sua madrasta. Apesar de todas as humilhações, a menina permanece com o coração bom e piedoso, não sente rancor, nem revolta da madrasta e das irmãs. Gata Borralheira é a figura da moça virtuosa e inocente, que embora conformada com a sua situação, usando elementos mágicos, consegue um lindo vestido e sapatos e vai ao baile onde encontra o príncipe. O príncipe, por sua vez, no instante em que a vê se apaixona.

Como recompensa ao caráter dócil e virtuoso da menina, o casamento com o príncipe põe fim a todo seu sofrimento e humilhação.

Assim, segundo Bettelheim (2002), o conto fornece à criança um guia para suportar a ansiedade, a desilusão e a má opinião de si mesma em relação à opinião alheia, fazendo com que crie confiança em si, e desta maneira consiga desenvolver uma personalidade própria.

Um elemento que é de suma importância para a narrativa é o sapatinho, que pode simbolizar o poder ou ainda o órgão feminino por revestir o pé, que é uma representação simbólica para o órgão masculino. Dessa maneira, quando a menina deixa cair o sapatinho, implicitamente demonstra ao leitor que deseja que o príncipe a encontre e descubra sua verdadeira identidade e assim se una a ela.

O príncipe, tendo em suas mãos o sapatinho, também tem em seu poder os sentimentos e os desejos da protagonista.

O sapatinho ainda representa a transição da protagonista de criança para a vida adulta, pois ela deixa de ser menina no momento em que é descoberta como a dona do sapatinho, casa-se com o príncipe e vai morar com ele no castelo.

Na versão de Perrault, tanto as irmãs como a madrasta não são castigadas pelos maus-tratos, pelo contrário, a menina já casada com o príncipe encontra excelentes maridos para as irmãs e todas vão morar no castelo.

Na campanha, os símbolos que representam a sensualidade do conto, são explicitados ao trocar o sapatinho pela roupa, que ao fugir a protagonista deixa cair.

5.3 – Rapunzel: a representação dos desejos femininos

Rapunzel é um conto de fadas que possui diversas lacunas quanto à sua origem e composição, pois não sabemos ao certo a região em que surgiu ou serviu de inspiração para sua criação e nem mesmo se quem o coletou reuniu vários contos ou se coletou o conto original. Alguns até afirmam que se trata de uma narrativa

biográfica. Apesar de todas as contradições, o fato é que o conto popularmente conhecido tem início pelo desejo de uma mulher grávida em comer certo legume (algumas versões descrevem beterrabas, rabanetes e/ou raponços).

Desse modo, o conto Rapunzel trata de maneira geral do desejo feminino. Esse desejo, por sua vez, nasce quando por privação de um determinado objeto de valor o indivíduo fará qualquer esforço, seja físico ou intelectual, para obter o que deseja. Assim, transformará sua realidade e conduzirá sua vida para a conquista do objeto desejado.

Pensando nisso, notamos que já no início do conto é apresentado um primeiro desejo feminino – a maternidade, e a partir desse desejo se desenvolverá toda a narrativa. O desejo pela maternidade é apresentado por meio de um casal que por muito tempo esperava a chegada de um filho até que um dia a mulher engravida.

Certo dia, a mulher já grávida observa o jardim de sua vizinha e se depara com suculentas hortaliças. Essa mulher deseja tanto essas hortaliças que seu marido não tem outra escolha a não ser roubá-los da vizinha. Insatisfeita, a mulher deseja mais legumes o que leva o marido a novos furtos.

Em um desses furtos, o homem é surpreendido pela sua vizinha, que na verdade era uma bruxa, e como punição pelo roubo obriga o homem a entregar sua filha assim que nascesse. Assim foi feito, quando a menina nasceu os pais a entregaram para a bruxa que a chamou de Rapunzel.

Havia uma vez um homem e uma mulher que há muito tempo desejavam, em vão, um filho; finalmente, um belo dia, a mulher pôde esperar que Deus atenderá seu pedido.....O marido que a amava ternamente, pensou: “ Antes de deixar tua mulher morrer, é preferível que vás apanhar aquelas raponços; custe o que custar”....assim que sua mulher deu à luz uma linda menina, logo apareceu a feiticeira, que lhe pôs o nome de Rapunzel (irmãos Grimm, p 151-153).

Por meio da figura da bruxa, notamos outro desejo feminino – a mãe que deseja ser a única fonte de amor e satisfação da filha e para tanto, vê a figura masculina como empecilho para seus planos. Assim, em seus primeiros anos, Rapunzel tem uma vida tranquila sem sinais aparentes de maus-tratos, no entanto quando a puberdade chega, a bruxa percebe que apenas sua presença já não basta para a menina e resolve trancá-la em uma torre que possuía apenas um quarto no

topo e não tinha acesso por escadas ou portas, apenas uma pequenina janela no alto. Quando a bruxa queria ver Rapunzel gritava para a menina jogar suas compridas tranças. A bruxa torna-se a única referência humana que a menina conhece e que nutre todas suas necessidades sejam elas físicas ou intelectuais, ou seja, tudo que a menina fazia ou pensava precisava passar pela supervisão da bruxa, essa ideia é representada pelo cabelo trançado que a bruxa sempre pedia para a menina jogar para assim subir na torre.

A torre, por sua vez, representa justamente esse aprisionamento da mulher que deseja desabrochar, que deseja criar outros laços além daqueles que já possuía com a mãe/bruxa. Esse aprisionamento faz com que ela encontre dificuldades em se relacionar com o sexo oposto.

No entanto, mesmo aprisionada, chega o dia em que a menina torna-se adulta. Certo dia seu canto triste é ouvido por um príncipe que passeava pela região onde se encontrava a torre. O príncipe encantado deseja conhecer a menina que cantava aquela canção triste e tenta descobrir como chegar até ela. Quando descobre pede para que ela jogue as tranças, e assim ele sobe. A partir desse momento o príncipe passa a visitá-la frequentemente todas as noites, pois durante o dia era a bruxa quem a visitava.

Mesmo aprisionada observamos que Rapunzel realiza outro desejo – o de tornar-se adulta e isso somente é possível com a presença da figura masculina. O conto é provavelmente um dos poucos que deixa evidente a existência de relação sexual entre o casal, principalmente pelo fato de Rapunzel engravidar.

Grávida, o casal planeja a fuga, porém a menina é descoberta pela bruxa que enfurecida corta seus cabelos e a expulsa da torre. Como castigo por desobedecer às ordens da bruxa, Rapunzel é banida para o deserto, onde não existe vida e nada floresce. Um local onde ela estará sozinha, sem apoio de ninguém, principalmente da mãe/bruxa. Rapunzel é castigada não somente pelos encontros com o príncipe, mas também por estar grávida. A atitude da bruxa representa a reação dos pais e sociedade da época e, algumas vezes de épocas atuais quando se deparam com a filha moça solteira grávida.

Nesse ponto, encontramos diversas versões para o seu final. Mas no texto selecionado para este trabalho, a bruxa deixa o príncipe subir na torre. Desesperado por ter sido descoberto, salta pela janela. Na queda, o príncipe cai em um espinheiro que fura seus olhos, por esse motivo vaga durante anos até encontrar Rapunzel e os

gêmeos que ela tivera. Ao encontrar seu príncipe ela chora, e suas lágrimas fazem o príncipe ver novamente. O choro dos amantes representa o sofrimento e todas as dificuldades que eles tiveram de enfrentar até chegar à vida adulta, que é justamente o momento do reencontro do casal.

Na versão para a campanha foi representado justamente o momento em que na torre, Rapunzel e o príncipe estão em um momento íntimo.

Nela, a protagonista se apresenta como uma mulher ousada, que toma conta da situação e amarra o príncipe com suas tranças.

5.4 – Branca de Neve

Branca de Neve é um conto de fadas que se manteve vivo pela divulgação através da tradição oral e também pelas várias publicações dele que, como a maioria dos contos de fadas, sofreu diversas adaptações de acordo com o tempo e contexto histórico cultural que foi inserido.

Como o conto possui diversas adaptações, para este trabalho escolhemos enfatizar a realizada pelos irmãos Grimm entre os anos de 1812 e 1822, com a publicação de um livro intitulado *Contos de Fadas para Crianças e Adultos*.

De acordo com essa adaptação o conto começa pelo desejo de uma mulher de ter uma bela criança, tal desejo é concretizado justamente com o nascimento de Branca de Neve.

Quem me dera ter uma filha tão alva como a neve, carminada como o sangue e cujo rosto fosse emoldurado de preto como o ébano! Algum tempo depois, teve uma filhinha cuja tez era toda alva como a neve, carminada como o sangue e os cabelos negros como o ébano. Chamaram a menina de Branca de Neve; mas ao nascer a criança, a rainha faleceu (trad. Estés, 2005, p 25).

Essa descrição que dá início ao conto traz consigo uma carga grande de significados que mais tarde, justamente por causa desta beleza, a madrasta invejosa planeja a morte da menina. Por esse motivo, ela é obrigada a fugir e se abrigar na casa dos anões. “Adormecida” Branca de Neve é descoberta por um príncipe que a acorda.

Segundo Bettelheim (2002), o conto, apesar de aparentemente inocente, carrega símbolos relacionados à sexualidade e ao erotismo. Sobre isso, o autor diz que o conto:

[...] começa com a mãe de Branca de Neve picando os dedos e três gotas de sangue vermelho caindo sobre a neve. Aqui a estória propõe os problemas a resolver: inocência sexual, brancura, contrastada com o desejo sexual, simbolizado pelo sangue vermelho. Os contos de fadas preparam a criança para aceitar um acontecimento que seria conturbador: o sangramento sexual, como a menstruação, e posteriormente na relação sexual quando o hímen é rompido. Ouvindo as primeiras frases de Branca de Neve a criança aprende que uma quantidade pequena de sangue – três gotas (sendo o número três o mais associado no inconsciente com o sexo). – é uma pré-condição para a concepção, porque a criança só nasce depois deste sangramento (Bettelheim 2002, p. 300-301).

Assim, o conto faz com que a criança aprenda, sem que para isso haja explicações detalhadas, como toda criança nasce. Sendo que todo nascimento implica a existência de sangramento.

Interessantemente percebemos que embora sua mãe tenha morrido logo após seu nascimento, Branca de Neve vive tranquilamente em seus primeiros anos de vida, mesmo com o casamento de seu pai. Porém, quando a menina começa a amadurecer, sua madrasta percebe nela uma ameaça, pois cada dia que passava a menina se tornava mais bela.

Essa transformação é percebida quando a madrasta, por meio do espelho, que simboliza a consciência feminina narcisista, percebe a transformação da menina em uma bela moça. Assim, a madrasta decidida a ser a única com tamanha beleza, chama o caçador e manda que ele leve Branca de Neve para a floresta e a mate, porém, o caçador diante da beleza da menina não consegue cumprir as ordens da rainha e deixa a menina fugir.

Assim, o grande impasse da protagonista trata-se de sua relação familiar, principalmente da sua relação com sua madrasta, que por inveja trama contra ela. Por causa disso, Branca de Neve é obrigada a sair do conforto, passando por um período de dificuldade, mas também de crescimento.

Esse período de dificuldade e crescimento é representado pelo tempo que a menina, obrigada a seguir sozinha pela floresta, descobre a casinha dos anões e passa a morar com eles. Durante sua estadia na casa dos anões cabe a Branca de

Neve a responsabilidade da realização das tarefas domésticas, como cozinhar, fazer as camas, lavar, costurar etc.

Vale dizer que os anões, apesar de encantados pela menina, não lhe apresentam perigos sexuais por serem, como Bettelheim (2002) se refere, “homenzinhos” que segundo ele não adquiriram sua maturidade.

Os anões, ao que parece, representam uma espécie de protetores da menina, sempre a advertindo a não deixar ninguém entrar na casinha, a não conversar com estranhos etc. Porém, seus conselhos não são ouvidos pela garota que se deixa enganar facilmente pela madrasta que por anunciar objetos bonitos consegue atrair sua atenção.

A menina é atraída justamente pelos objetos que reforçariam sua beleza, ou seja, objetos que atijam sua vaidade, como “*um cinto de cetim cor de rosa, todo recamado de seda multicolor*”, ou ainda, um “*pente cravejado de pérolas e besuntou-lhe os dentes com o veneno*”. Mas as tentativas da madrasta são desperdiçadas, pois os anõezinhos conseguem ajudar a menina, porém na última tentativa a madrasta lhe oferece uma maçã (fruta que simboliza desejo e perdição) e dessa vez os anões não conseguem ajudá-la e não podendo ver uma bela moça ser enterrada, decidem colocar a menina em um caixão de vidro e a levam para o alto da montanha.

Como na maioria dos contos o bem vence o mal. A madrasta recebe seu castigo e a menina é encontrada por um príncipe que a leva para seu castelo. Durante a viagem, o caixão que é transportado por um dos criados do príncipe, recebe um solavanco que faz com que o pedaço envenenado de maçã que estava na garganta da menina fosse liberado. Dessa maneira a menina acorda e vai viver com o príncipe.

Mesmo que implicitamente, em Branca de Neve notamos traços sensuais e eróticos, tais aspectos são reconhecidos por meio de uma leitura mais direcionada e detalhada.

Com essa perspectiva a campanha explorou justamente esse lado sensual do conto, que é pouco conhecido na sociedade moderna.

6- Contos de Melissa – Uma adaptação intersemiótica dos contos tradicionais

*Nosso pensar procede do passado, mas
não o continua nos caminhos previstos.
Susanne K. Langer*

Criadas pela empresa *BorguiErh/Lowe*, as peças publicitárias da campanha intitulada *Contos de Melissa* se baseia nos contos tradicionais e em suas protagonistas, no qual procurou mostrar o universo dos contos através do ponto de vista da “princesa moderna”. Tal conceito foi ligado à marca de calçados Melissa que apresentou nessa campanha o conceito de “*Mulheres no Comando*”.

A campanha foi basicamente fundamentada na mídia impressa, compondo anúncios veiculados, principalmente, em revistas femininas (público-alvo) como *Caras* e *Capricho*. Essa campanha foi realizada para a divulgação do lançamento da coleção primavera/verão 2008 das sandálias Melissa.

A grande proposta da campanha é transportar o leitor/consumidor para o mundo dos contos tradicionais, a partir da adaptação e representação dos mesmos em textos não verbais, havendo apenas alguns poucos elementos verbais no título da campanha.

Vale dizer que essas representações imagéticas exigem do leitor certo conhecimento para entender e interpretar quais são os conceitos e valores propostos pela campanha.

De maneira geral, os contos selecionados abordam originalmente temas que transitam entre o querer e o não poder, a liberação, o aprisionamento dos desejos femininos etc. Todos os temas são abordados na versão original dos contos, de maneira a fazer entender que a mulher deve se sujeitar à sociedade e ao homem, que aparece como “salvador”, “resgatador” dessas protagonistas. Porém no anúncio, tais temas aparecem explicitamente, mas em uma nova roupagem, pois na campanha, as protagonistas aparecem no comando de suas vidas, inclusive nas questões sexuais, que é o ponto forte da campanha.

Outro fator marcante é a semelhança entre as protagonistas da campanha e também os cenários das versões idealizadas por *Walt Disney* em suas produções

cinematográficas. Observemos a seguir imagens retiradas de trechos das versões de *Disney* dos contos selecionados.

❖ *Chapeuzinho Vermelho*

Em 1934, *Walt Disney* lança o desenho animado intitulado *Chapeuzinho Vermelho e o Lobo Mau*, que faz parte de uma série de vários desenhos sobre o *Lobo Mau*.

Nessa versão do conto de *Chapeuzinho Vermelho*, *Disney* inclui os três porquinhos, que por sua vez também são personagens de um conto no qual um lobo faminto os tenta devorar.

Na primeira tentativa, o lobo consegue derrubar a casinha de palha do porquinho que corre para a casa de madeira do irmão, essa por sua vez, também é derrubada. Ambos vão se refugiar na casa de tijolos do terceiro irmão, porém após várias tentativas o lobo desiste dos porquinhos.

A imagem representa justamente os personagens do desenho animado felizes e cantarolando “*Quem tem medo do lobo mau, lobo mau*”, pois haviam vencido o lobo mau.



Figura 1: *Chapeuzinho Vermelho e o lobo mau*, 1934 – *Walt Disney*

Fonte: Disponível em <<http://disneypt.ativoforum.com/t1802-capuchinho-vermelho>> acesso em 1 de abril de 2012.

❖ *Cinderela*

Para a adaptação de Cinderela em 1950, *Walt Disney* se baseou na versão de Perrault, tal escolha se deve ao fato desta fazer referências à magia. No entanto, apesar da existência de magia o desenho animado retrata a protagonista como alguém totalmente dominada pela madrasta e irmãs, que aparecem no filme como mulheres feias e desajeitadas ao contrário do texto original em que são descritas como belas damas. Mas a principal diferença é a inclusão de animais. Esses são coadjuvantes cômicos que ajudam à protagonista.

Na adaptação cinematográfica, nenhuma das irmãs consegue calçar o sapato e o castigo da madrasta e irmãs não é revelado.



Figura 2: Cinderela, 1950 – Walt Disney

Fonte: Disponível em <<http://artedasprincesa.blogspot.com.br/2011/04/cinderela-perdeu-o-sapato.html>> acesso em 1 de abril de 2012.

❖ *Rapunzel*

Lançado em 2011, o filme “Enrolados” provavelmente seja a adaptação dos contos de fadas idealizada pelos estúdios de *Walt Disney* que mais difere das

versões de Perrault e irmãos Grimm. Essas diferenças são percebidas já em seu título que originalmente seria “Rapunzel”.

A Rapunzel apresentada por *Disney* é uma personagem divertida, curiosa e segura que possui cabelos longos e mágicos (que tem o poder de curar e manter jovem quem os tocar enquanto a menina canta uma canção). Perto de completar 18 anos, um ladrão descobre a torre, a garota esperta aproveita a oportunidade para fugir e poder ver as luzes misteriosas que aparecem no céu todos os anos no dia de seu aniversário.

Como as outras produções de *Disney*, essa também apresenta animais que são coadjuvantes cômicos do roteiro. Como percebemos nessa última adaptação, *Disney* decidiu fugir à fórmula antiga dos contos anteriores e optou por atualizá-lo ao contexto moderno.



Figura 3: Enrolados, 2010 – Walt Disney

Fonte: Disponível em <<http://artedasprincesa.blogspot.com.br/2011/04/cinderela-perdeu-o-sapato.html>> acesso em 1 de abril de 2012.

❖ *Branca de Neve*

No ano de 1937, os estúdios de *Walt Disney* lançam seu primeiro longa-metragem animado, intitulado “Branca de Neve e os sete anões”. O longa-metragem

entrou para a história do cinema, pois foi o primeiro nos Estados Unidos totalmente em cores.

O filme, baseado na versão do conto Branca de Neve dos irmãos Grimm foi o ponto de partida para a criação dos tão conhecidos Clássicos da *Disney*.

Assim, a história começa quando a invejosa madrasta de Branca de Neve ao consultar seu espelho mágico descobre que a jovem princesa tinha superado sua beleza. Para se salvar da madrasta que desejava matá-la a princesa foge se embrenhando na floresta, onde encontra uma casinha com sete anões com personalidades diferentes: Dunga, Soneca, Atchim, Dengoso, Feliz, Mestre e Zangado. Vale dizer que nas versões mais antigas os anões não possuem nomes e são considerados pequenos homens que ajudaram a menina. Porém, apesar da ajuda dos anões, Branca de Neve é enfeitiçada pela rainha ao morder uma maçã envenenada.

Ao contrário das versões mais antigas, que falam de um príncipe que se apaixona pela menina e decide levá-la, no caminho a carruagem em que estava tropeça e faz com que a princesa libere o pedaço de maçã de sua garganta e acorde, *Disney* escolhe um final mais romântico, no qual o príncipe ao ver a menina se apaixona e a beija. Esse beijo faz com que ela desperte.



Figura 4: Branca de Neve e os sete anões, 1937 – Walt Disney

Fonte: Disponível em < <http://planetadisney.com.br/disney-divulga-novo-diretor-de-the-order-of-the-seven-nova-versao-de-branca-de-neve/>> acesso em 1 de abril de 2012.

Feita essa breve análise dos contos de *Walt Disney*, no capítulo que se segue analisaremos os textos não verbais da campanha Contos de Melissa.

Assim, o que chama mais a atenção ao analisarmos os textos da campanha é o seu plano de expressão, pois o conteúdo do texto é predominantemente manifesto por recursos não verbais, ao contrário dos contos tradicionais, no qual esse conteúdo é expresso verbalmente. Assim, na presente análise daremos destaque ao plano de expressão dos textos publicitários em análise.

Vale dizer que o pouco de manifestação verbal presente no texto apresenta ao leitor o título da campanha, exposto na parte superior à esquerda e com cores fortes que enfatizam a palavra “*Contos*”, provavelmente para confirmar a relação intertextual existente entre a campanha e os contos de fadas.

Chapeuzinho Vermelho



Figura 1- Chapeuzinho Vermelho em Contos de Melissa

Fonte: Disponível em <<http://mundofabuloso.blogspot.com/2007/08/contos-cabulosos.html>> acesso dia 10 de dezembro de 2011.

Como já foi dito anteriormente, o conto *Chapeuzinho Vermelho* é considerado um conto maravilhoso, pois sua narrativa possui natureza social, material e sensorial. Além disso, segundo Discini (2004) este conto também é considerado um

conto de advertência, pois tem o objetivo de alertar, principalmente as crianças, sobre os perigos que as rodeavam.

Nesse sentido, é importante antes de qualquer análise, considerar o que afirma Bettelheim (2002) sobre o sentido do conto, seja ele de fadas ou maravilhoso. Assim, segundo ele, o sentido de um conto só é pleno para a criança quando ela descobre espontânea e intuitivamente os significados previamente ocultos, sendo o valor do conto “destruído” caso alguém reelabore ou detalhe seu significado para a criança.

Pensando nisso notamos que, nas versões dos estúdios *Walt Disney*, a maioria dos contos originais sofreu alterações, que fizeram com que muitos dos seus significados ocultos se perdessem.

Assim, *Contos de Melissa*, toma como base tanto as adaptações criadas por *Walt Disney* quanto as versões escritas por Perrault e irmãos Grimm para criar os quatro textos não verbais que compõem a campanha.

Em *Chapeuzinho Vermelho*, primeira peça publicitária a ser analisada, observamos uma protagonista que apresenta os mesmos dilemas do conto proposto primeiramente por Perrault e irmãos Grimm, ou seja, uma menina que se encontra dividida entre o fazer o que se deve e fazer o que se deseja. Ela escolhe seguir seus desejos, e é nesse momento que a protagonista se liberta dos padrões comportamentais socialmente impostos.

Percebemos então, que o conto publicitário também apresenta a mesma contradição do texto-fonte, ou seja, dominação x liberdade, tal contradição também pode ser representada pelas oposições: fragilidade feminina x impetuosidade e passividade x ação.

Para melhor explorarmos o texto da campanha, optamos por fazer uma análise a partir das duas dimensões propostas pela semiótica plástica observadas em Lucia Teixeira (no prelo):

- ❖ Dimensão figurativa: Temas e figuras

- ❖ Dimensão plástica: Categoria eidética, topológica, cromática.

Dimensão Figurativa

Na dimensão figurativa serão apresentados os temas e figuras que constroem esta narrativa. Segundo Barros (2008, p.11), em um texto, *os valores narrativos desenvolvem-se sob a forma de temas e, em muitos textos, concretizam-se por meio das figuras.*

Fiorin (2011) denomina tema a categoria que organiza os elementos abstratos do mundo natural, como por exemplo, o desejo, a desobediência, a impetuosidade, a fragilidade etc. Já a figura é o termo que representa a percepção do mundo natural efetivamente, por exemplo, árvore, moto, lobo, menina etc.

Como em qualquer outro texto, neste texto não verbal proposto pela campanha, podemos notar a existência de alguns temas. Observemos a seguir algumas das leituras temáticas que podem ser realizadas neste texto.

- ❖ tema da sensualidade da mulher-objeto, ou seja, o texto explora a representação da imagem feminina erotizada, porém não subjugada;
- ❖ tema da passagem da adolescência à idade adulta: a menina (Chapeuzinho Vermelho) ao montar na garupa da moto do lobo sugere sua decisão de virar mulher;
- ❖ tema socioeconômico ou da marginalização do “lobo rebelde” considerado uma ameaça aos costumes e regras sociais;
- ❖ tema da opressão familiar sobre a criança, no qual a quebra de certos padrões gera conflitos e consequências.

Esses temas, por sua vez, são concretizados por meio dos elementos figurativos. Assim, notamos traços figurativos do tema sexualidade e passagem da adolescência à idade adulta, por exemplo, pela cesta que ao invés de conter pãezinhos e um pote de manteiga, elementos que aparecem nas versões que serviram de fonte, possui uma garrafa de *Champagne* (bebida usada em momentos de comemoração); pela menina que está trajada de forma sensual com *lingerie* de cinta-liga vermelha, peça que tem forte apelo erótico, pois é considerado um produto

de fetiche masculino. Temos ainda três coelhinhos que observam o casal. Eles são considerados, culturalmente, símbolos de fertilidade.

O texto aborda ainda a temática da marginalização e quebra de certos padrões socialmente pré-concebidos. Esses temas são representados pela figura do lobo que aparece trajado com uma jaqueta de couro e óculos escuros bem ao estilo de *James Dean*. Notamos ainda que o lobo está montado em uma moto *Harley Davidson*. Estes elementos figurativos são considerados símbolos norte-americanos para os temas da rebeldia e da liberdade.

Esses elementos figurativos potencializam as características de enganador e rebelde que o lobo já possuía na versão de Perrault e confirmam a relação polêmica do conto: dominação x liberdade.

Assim, o lobo não é apenas a figura do sedutor e enganador, mas também é a figura que representa todas as tendências associadas e animais existentes no ser humano. Por fugir dos comportamentos impostos socialmente, o lobo é aquele que rompe essas barreiras sociais e escolhe a liberdade e, em consequência de sua escolha ele é marginalizado.

Vale dizer ainda que tais traços de rebeldia e quebra dos padrões são percebidos também na protagonista Chapeuzinho Vermelho que, nesta versão, aparece usando *lingerie*. Esta, apesar de lembrar aquele tipo de imagem de mulher-objeto veiculada na mídia, na imagem, no entanto, mostra uma mulher que está no comando da situação e não aquela mulher-objeto subjugada pelo homem. Podemos fazer essa afirmação ao percebermos que houve uma preparação para o encontro da protagonista com o lobo, pois é ela quem prepara e traz a cesta contendo *Champagne*.

Assim, podemos dizer que esta peça publicitária aqui apresentada, na qual Chapeuzinho Vermelho, já na garupa da moto do lobo, sugere uma possível fuga, constituindo uma *performance*, no qual a protagonista feminina se impõe e sente-se livre para assumir sua identidade, apesar do conflito entre o querer (liberdade) x e dever (dominação) não ter desaparecido.

A seguir trataremos das dimensões plásticas contidas neste texto.

Dimensão Plástica

A dimensão plástica é aquela que submete o conteúdo ao material plástico, ou seja, é a dimensão que contribui para uma percepção maior do mundo e que transforma a materialidade em sentido.

Assim, podemos afirmar que a dimensão plástica vai além da mera observação de linhas, volume e cores, mas exige uma análise à luz de categorias específicas que foram formuladas pela semiótica plástica e que nos auxiliam na busca do sentido.

Dessa maneira, para a análise do texto não verbal em questão, procuraremos a busca do sentido dessa materialidade, por meio das categorias do plano de expressão propostas pela semiótica plástica, já discutidas anteriormente.

Categoria plástica cromática

Nesta categoria observamos os contrastes cromáticos expostos na versão de *Chapeuzinho Vermelho* da campanha *Contos de Melissa*. Segundo Donis (1997), essa categoria representa a categoria mais emocional do plano de expressão, pois as cores, se bem utilizadas, podem intensificar a mensagem que o texto deseja transmitir.

Dessa maneira, as cores assumem também um papel informativo, pois cada uma delas carrega consigo representações simbólicas que influenciarão o modo de o leitor interpretar a imagem.

Assim, quando olhamos a escala de cores impressa em uma imagem, implicitamente empregamos valor ao texto, pois através das cores somos capazes de sentir o que o autor deseja representar.

De modo geral, quando observamos o texto de *Chapeuzinho Vermelho*, na versão de *Contos de Melissa*, notamos contrastes de cores entre claro x escuro, brilhante x opaco, puro x mesclado. Todos esses contrastes estão ligados à oposição dominação x liberdade.

Assim, temos uma protagonista que escolhe trocar a luz da razão, segundo a qual deve aceitar as imposições sociais, de certo modo um mundo todo organizado, pelo escuro das trevas do desejo, do que é incerto e indeterminado. Vale dizer que os tons escuros também estão presentes na figura do lobo (pelo, jaqueta, moto), que confirma a ideia de enganador, sedutor, perigoso, ou seja, aquele que “devorou” a menina “inocente”.

Ainda percebemos a presença de outras cores no texto, por exemplo, a cor vermelha que carrega um forte apelo sexual, pois representa a cor da paixão, do perigo, do calor e da vida. Tais características envolvem a figura da menina que aparece com elementos com essa cor (capa vermelha, lingerie vermelha, sapato vermelho, a toalha da cesta e até em seu nome a cor aparece – *Chapeuzinho Vermelho*).

Interessantemente, todos os elementos figurativos representados em vermelho possuem apelo erótico, incluindo algumas pequenas flores. Em contraste com o vermelho temos a cor branca, que simboliza a pureza, inocência. Essa cor aparece nos elementos como coelho, que como já vimos representa a fertilidade, e as meias da menina que, em contraste com o vermelho, representam o dilema entre o que se deve fazer (dominação) x o que se deseja fazer (liberdade).

Categoria plástica topológica

Segundo Lucia Teixeira (no prelo, p.7) a categoria plástica topológica é aquela que se preocupa em observar a posição e orientação das formas e do movimento.

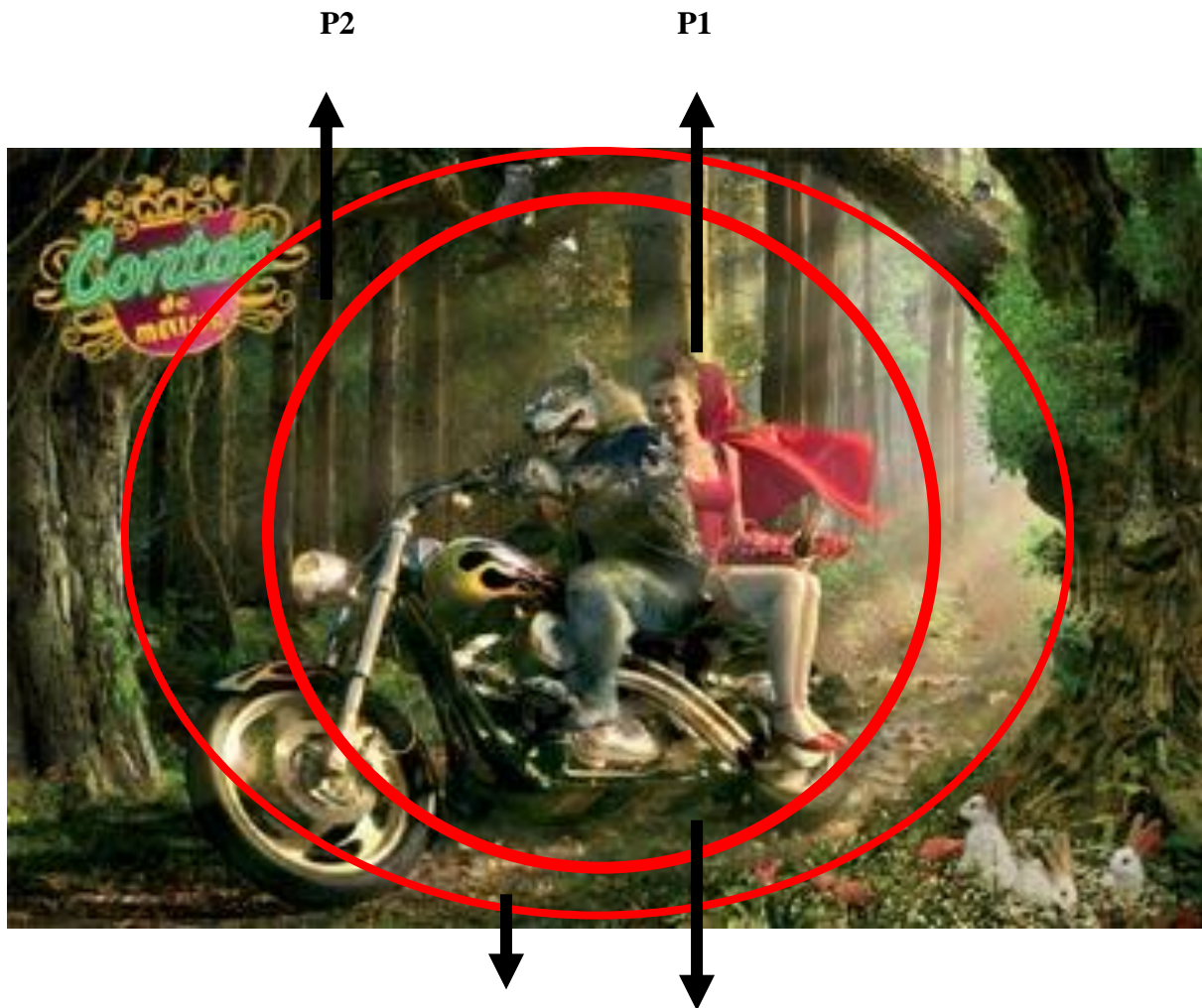
Assim, na versão do conto *Chapeuzinho Vermelho* proposta pela campanha, encontramos primeiramente uma distribuição linear, a qual se organiza por meio da oposição esquerda x direita. Tal organização reforça a ideia de contraste entre dominação x liberdade.

Desse modo, percebemos que os elementos à esquerda estão relacionados com a liberdade, temos assim floresta em tons mais escuros; e à direita relacionados com a dominação, apresentando uma floresta em tons mais claros, ou seja, ela escolhe sair da luz da razão e ir para a escuridão do desconhecido (como já foi visto na categoria cromática).

Quanto à distribuição planar, ela é manifestada por meio da oposição circundante x circundado. A oposição circundada realiza-se pelas oposições: marginal x central, tendo no plano central os protagonistas Lobo e Chapeuzinho Vermelho montados na moto, tais elementos como sabemos representam o tema

Distribuição linear e distribuição planar são termos usados por Pietroforte (2008) em *Análise do texto visual: A construção da imagem*, e, por nos parecer didaticamente elucidativa para nossa proposta resolvemos aplicá-las.

liberdade e para o plano marginal observam-se os elementos estrada e árvores representando o tema dominação. No circundante, observamos a oposição englobante (P2) x englobado (P1). Visualizaremos a seguir um esquema que representa esta oposição.



Englobante x Englobado

Por meio do esquema notamos que o circundante englobado (P1) relaciona-se de modo geral com o tema liberdade, pois temos no plano central os protagonistas Lobo e Chapeuzinho Vermelho montados na moto *Harley Davidson*. Tais elementos, como já falamos, nos remetem ao tema da liberdade.

Já no circundante englobante (P2) notamos os elementos floresta e estrada. Estes, por sua vez, nos remetem ao tema dominação, pois notamos a confirmação do tema por meio da apresentação primeiramente de uma parte mais iluminada da

estrada, que representa a luz da razão, e também as árvores com suas formas mais retas, ou seja, nos mostra um padrão comum e aceito e que não foge às regras.

Categoria plástica eidética

Segundo Lucia Teixeira (no prelo) a categoria eidética é aquela que se preocupa em analisar as formas por meio das combinações de linhas e volumes. Assim, na cena, podemos retratar as relações de oposição entre as formas através dos contrastes: curvilíneo x retilíneo e côncavo x convexo. É importante dizer que estas relações de contraste estão ligadas à oposição dominação x liberdade.

Desse modo, primeiramente percebemos em destaque, no centro da imagem os protagonistas montados em uma moto. Estas figuras são marcadas tanto pelas cores, como pelo jogo de formas, no qual notamos formas curvilíneas e côncavas, como as rodas da moto, as curvas do corpo de Chapeuzinho Vermelho, o traçado da moto etc. Estas figuras enfatizam toda a sensualidade das curvas femininas e também da impetuosidade e rebeldia do casal que ousa quebrar as regras pré-estabelecidas socialmente.

Em oposição a essas figuras notamos formas retilíneas e convexas presentes nas árvores e estrada, tais elementos buscam representar justamente a fuga da protagonista, ou seja, ela sai da luz da razão, no qual deve aceitar as regras impostas pela sociedade e se dirige para o desconhecido, o escuro das trevas do desejo, do incerto e indeterminado.

Considerações sobre o plano de conteúdo

A partir da análise do plano de expressão desse texto publicitário, podemos evidenciar seu plano de conteúdo.

Assim, observamos que na campanha é apresentada uma protagonista que apesar de conflitos é capaz de escolher o caminho que deseja seguir. Dessa maneira, na imagem, vemos uma mulher que exerce sua sensualidade e, decidida, escolhe seu destino.

Em síntese, a imagem apresentada está em sintonia com o conceito da campanha de mostrar a “mulher no comando”, que é a grande definição do conteúdo desse texto, e se traduz na oposição dominação x liberdade.

Feita essa análise, cabe agora destacar a natureza intertextual que se revela na relação entre a versão verbal (Perrault) e a versão não verbal (peça publicitária analisada). Como já foi dito, trata-se de uma intertextualidade intersemiótica, ou seja, na qual a relação entre os textos ocorre entre sistemas semióticos distintos.

Assim, na campanha identificamos os três tipos básicos de intertextualidade: citação, alusão e estilização.

Primeiramente encontramos citações, por meio das quais a peça publicitária aqui analisada incorpora elementos do conto original, com a intenção de reforçar a ideia de a campanha ser um “conto de fadas moderno”. Assim, temos: A capa vermelha usada pela menina, o lobo, Chapeuzinho Vermelho, a floresta.

Em seguida percebemos que *Contos de Melissa* faz alusão ao texto-fonte, pois alguns elementos figurativos fazem referência ao conto original apesar de estarem representados com uma “nova roupagem”. Assim temos: um lobo que se veste ao estilo *James Dean* e dirige uma moto *Harley Davidson*; uma cesta com *Champagne* ao invés de conter os pãezinhos e manteiga como na maioria das versões do conto e uma Chapeuzinho Vermelho trajada com *lingerie* de cinta-liga, ao invés de um vestido longo e com uma capa vermelha mais envolvente.

Notamos ainda que a imagem proposta pela campanha foi construída ao estilo do conto de Perrault. Assim, encontramos a descrição de uma das cenas do conto original (a cena do encontro da menina com o lobo na floresta).

É importante ainda ressaltar, que o texto da campanha possui relação polêmica com o texto-fonte, pois notamos primeiramente que nesta peça publicitária a protagonista, Chapeuzinho Vermelho, apresenta-se como uma mulher decidida e que não teme o lobo. Além do mais, percebemos que houve um preparo para o encontro com o lobo, pois a menina carrega uma cesta contendo *Champagne* e está trajada com *lingerie* de cinta-liga.

Vale lembrar que, no conto proposto por Perrault, a menina é apresentada com certo ar de ingenuidade e inocência, ou seja, ela parece desconhecer o perigo da companhia do lobo. Outro ponto importante a ser mostrado é que, no conto, a cesta preparada está destinada à sua avó e não a ela e o lobo.

Por fim, vale lembrar que na cena apresentada são expostos os significados que foram previamente ocultos, como a sexualidade, a tentação, o despertar da sensualidade na adolescência etc., para serem descobertos espontaneamente pelo leitor e que mais tarde foram excluídos quase que totalmente pelas versões mais

modernas, como as apresentadas pelo estúdio *Walt Disney*. Dessa maneira o leitor, que desconhece a versão de Perrault, por exemplo, é surpreendido pelo conteúdo sensual apresentado no texto da campanha.

Cinderela



Figura 2- Cinderela em Contos de Melissa

Fonte: Disponível em <<http://mundofabuloso.blogspot.com/2007/08/contos-cabulosos.html>> acesso dia 10 de dezembro de 2011.

Como já foi dito em capítulos anteriores, *Cinderela* é considerado um conto de fadas, pois segundo Coelho (1987), sua narrativa possui natureza ética, espiritual e existencial, que se desenvolve dentro de uma esfera mágica.

Na versão proposta pela campanha, percebemos características dos contos de fadas tradicionais, sendo marcante a presença das versões escritas por Perrault e irmãos Grimm, principalmente quanto a seus temas e figuras.

Vale lembrar que a adaptação realizada pelos estúdios *Walt Disney* do conto, por ser aquela cristalizada na memória popular, será uma das principais referências para o leitor da campanha.

Assim, ao observarmos este texto não verbal, notamos que houve uma “modernização” de certos elementos figurativos do conto de *Cinderela*, tendo, por

exemplo, uma carruagem/abóbora, que como sabemos, foi utilizada como meio de transporte da protagonista para chegar ao baile. Em *Contos de Melissa*, porém, percebemos que na porta da carruagem há equipamentos modernos de som e iluminação.

Outro ponto marcante da campanha é a apresentação da ideia de superação, no qual a mulher consegue seduzir e atrair o homem por meio da perda intencional de parte do vestido e também de um dos pares de seu sapato deixando um rastro até sua carruagem.

Fica evidente que esta perda é proposital e faz parte de uma estratégia de sedução, pela qual a protagonista se liberta dos elementos que a “prendem” nas convenções e regras sociais. O rastro deixado pelas roupas também serve como estratégia, pois conduz o príncipe até a carruagem que, por sua vez, contrasta com todo o cenário quanto à sua iluminação.

Assim, do mesmo modo que *Chapeuzinho Vermelho*, o texto de *Cinderela* trará à tona o dilema dominação x liberdade, que também poderá ser representado pelas oposições: fragilidade x impetuosidade e passividade x ação.

Dimensão Figurativa:

Na dimensão figurativa apresentaremos os temas e elementos figurativos que compõem o texto não verbal *Cinderela* de *Contos de Melissa*.

Observemos a seguir algumas leituras temáticas possíveis neste texto:

- ❖ tema da sensualidade da mulher-objeto, ou seja, o texto explora a representação da imagem feminina erotizada, porém não subjugada;
- ❖ tema da passagem da adolescência à idade adulta: a menina deseja tornar-se mulher e para isso deixa cair o sapatinho (mais tarde estudaremos a simbologia contida nesse elemento figurativo);
- ❖ tema socioeconômico – trata da libertação dos costumes e regras previamente impostos pela sociedade.

Os temas aqui expostos serão concretizados por meio dos elementos figurativos que compõem a cena. Assim, os elementos figurativos referentes aos temas da sensualidade e passagem da adolescência à vida adulta são

representados através do corpete, da *lingerie* de cinta-liga branca, pelo sapatinho de cristal usado por Cinderela, e também pelo príncipe boquiaberto que a observa. Tais elementos nos remetem ao momento em que a noiva se apresenta para o noivo na lua de mel.

Na cena, observamos ainda que, além dos trajes e um dos pares de seu sapato, Cinderela deixa cair um lenço (artimanha de sedução usada antigamente pelas moças para atrair a atenção dos rapazes. Eles, por sua vez, deveriam pegar o lenço e entregar à sua dona caso a moça lhe interessasse). Notamos que o lenço é a última peça que estrategicamente Cinderela deixa cair delicadamente próximo à carruagem, como se esperasse que o príncipe a seguisse até lá.

Quanto ao sapatinho de cristal, ele é considerado um dos elementos chaves do conto, pois como já foi dito em capítulos anteriores, ele pode simbolizar o órgão feminino e/ou até mesmo símbolo da aliança entre o homem e a mulher (o encaixe do feminino – sapato, com o masculino - pé).

Pensando nisso, perder o sapatinho pode ser considerado mais uma artimanha de sedução usada por Cinderela para atrair a atenção do príncipe. Ele, por sua vez, ao encontrar o sapatinho, apodera-se dos desejos e ânsias da menina que espera ser satisfeita no momento do encontro do casal.

Nesse sentido, podemos dizer que o sapatinho também representa a transição de criança à vida adulta, pois quando é encontrada, Cinderela se une ao príncipe através do casamento e, nesse momento torna-se mulher. Fica evidente que esse casamento também promoverá a ascensão social da protagonista.

No entanto, percebemos que na versão do conto proposta pela campanha, Cinderela atrai o príncipe para sua carruagem para um encontro casual após o baile e se desprende de todas as convenções ao usar o *strip-tease* como artimanha de sedução e escolhe a frente do castelo como cenário para o ato. Vale dizer que quando pensamos em um castelo, pensamos na tradição e nas regras.

Dimensão Plástica:

Por meio da dimensão plástica procuraremos demonstrar como o material plástico contribui para a compreensão do conteúdo desta versão de *Cinderela* proposta pela campanha *Contos de Melissa*.

Assim, como no conto de *Chapeuzinho Vermelho*, buscaremos analisar este texto não verbal por meio das categorias do plano de expressão.

Categoria plástica cromática

Na categoria plástica cromática buscaremos identificar de que maneira as cores apresentadas neste texto confirmam o dilema domínio x liberdade.

Essa categoria, por ser a mais emocional do plano de expressão, como já vimos, assume um teor informativo intenso, no qual as cores impressas carregam consigo representação simbólica que influenciará no sentido do texto.

Pensando nisso, quando observamos a escala de cores impressa neste texto não verbal, percebemos certos contrastes que estão ligados ao grande dilema do texto - dominação x liberdade. Assim, temos os contrastes entre cores: claras x escuras; brilhantes x opacas e quentes x frias. Ao contrário de *Chapeuzinho Vermelho*, no qual as cores escuras representam a temática da liberdade, em *Cinderela* percebemos que as cores escuras, opacas e frias reforçam a ideia da dominação social representada pela tradição e simbolizada pelos elementos figurativos como castelo e príncipe, este, por sua vez trajado com vestimentas tradicionais dos príncipes dos contos de fadas como também a parte exterior da carruagem que se assemelha às tradicionais carruagens dos contos de fadas.

De maneira geral, na cena percebemos que os tons escuros, opacos e as cores frias compõem quase que totalmente este texto não verbal, com exceção do interior da carruagem, que apresenta tons de amarelo, e o rastro deixado pela protagonista da cena no qual notamos certa luz e brilho, o que nos leva a crer que, interiormente, a protagonista deseja assumir seus desejos, mas entra em conflito com aquela menina considerada virtuosa e inocente pela sociedade que a vê.

O conflito ainda é percebido por meio da cor branca da *lingerie* usada pela menina. Esta cor é considerada a cor da pureza, da inocência e, por isso, é a cor escolhida pelas noivas. Por meio da cor branca, a imagem demonstra que, apesar de todo o erotismo e sensualidade de Cinderela, ao despir-se de seus trajes (que significa também o despir-se dos costumes), ela permanece inocente e pura aos olhos do príncipe, como uma noiva em sua noite de núpcias.

Quanto ao príncipe, notamos, como já foi dito, que ele está trajado com vestes tradicionais dos príncipes dos contos de fadas. Esses trajes apresentam cores mais sóbrias e frias as quais simbolizam a tradição, os costumes que, quando ele entra no jogo de sedução de *Cinderela*, correm o risco de serem quebrados.

Categoria plástica topológica

A categoria plástica topológica se preocupa em demonstrar como a posição, a orientação de forma e o espaço contribuem para o sentido do texto.

Observaremos primeiramente que, nesta versão do conto, encontramos uma distribuição linear, a qual se organiza por meio da oposição esquerda x direita. Esta oposição vem reforçar a ideia do contraste dominação x liberdade, no qual percebemos que as figuras posicionadas à esquerda tratam de elementos relacionados com o tema da dominação. Como é o caso do príncipe, da escadaria, do castelo.

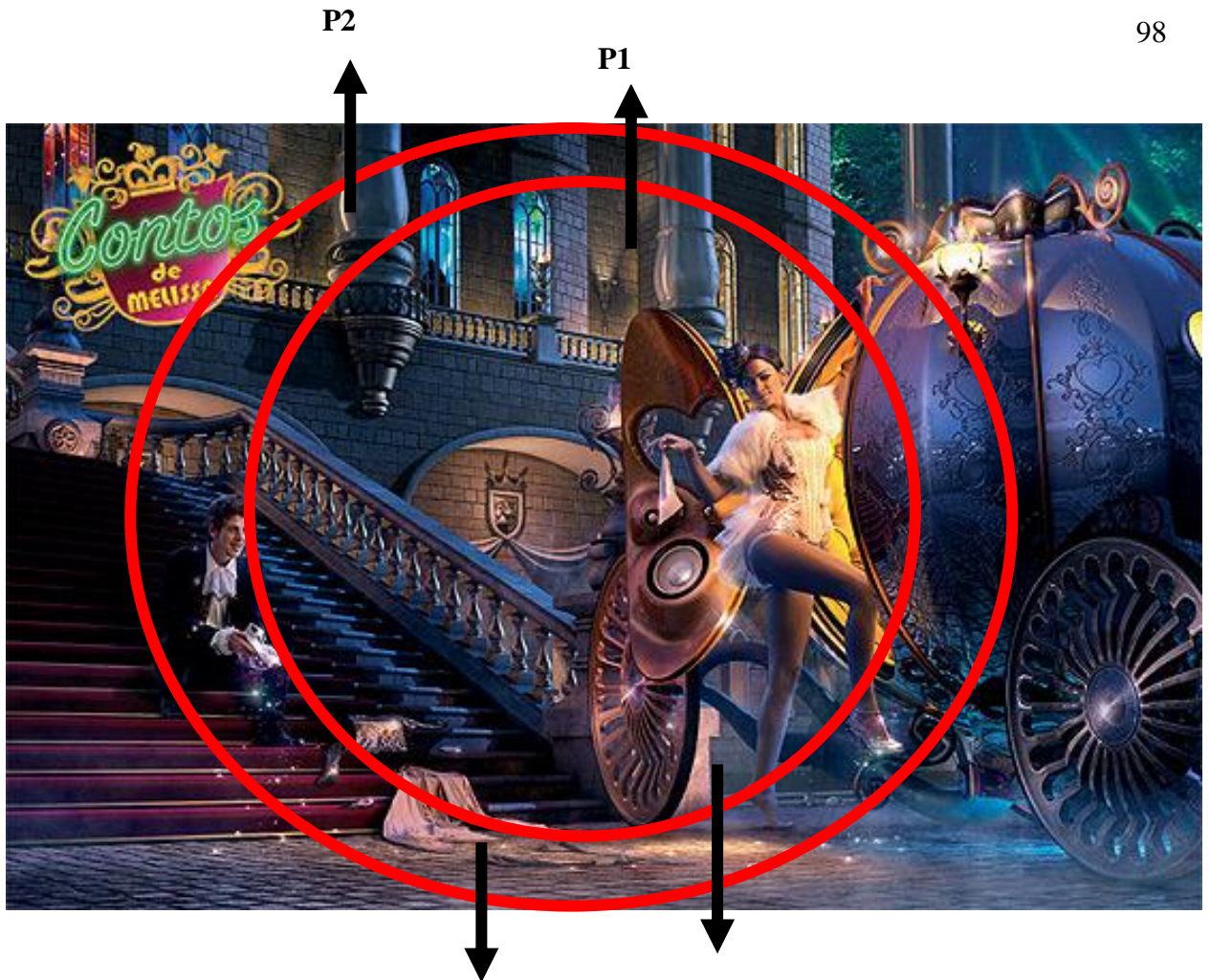
À direita são apresentados os elementos relacionados à liberdade, tais como Cinderela, roupas jogadas no chão e que formam um rastro rumo ao interior da carruagem.

Em seguida observamos sua distribuição planar, a qual é manifestada por meio da oposição circundante x circundado. A oposição circundada realiza-se pelas oposições: marginal x central. Assim, no plano marginal notamos os elementos que representam o tema dominação, como castelo, príncipe, escadaria e o título da campanha. Tais elementos, como já falamos, nos remetem à tradição, às convenções sociais.

Em contrapartida, no plano central, temos Cinderela trajada apenas com corpete e *lingerie*, tendo em sua mão apenas um lençinho que será também lançado ao chão, e subindo em sua carruagem, esperando que o príncipe a siga. Tais elementos representam o tema da liberdade, que consiste no desprendimento das convenções e tradições, representadas pelo príncipe e o castelo.

Em suma, *Cinderela de Contos de Melissa simboliza* a quebra da tradição e um perigo que rodeia as tradições socialmente impostas.

No circundante, observamos a oposição englobante (P2) x englobado (P1). Visualizaremos a seguir um esquema que representa esta oposição.



Englobante x Englobado

Por meio do esquema observado acima, percebemos que o circundante englobado (P1) está relacionado com o tema liberdade, no qual, diferentemente de *Chapeuzinho Vermelho*, apenas a protagonista feminina está representada trajada com corpete e *lingerie* e posicionada na entrada da carruagem.

É importante enfatizarmos que, exteriormente, a carruagem se assemelha com as tradicionais carruagens representadas em versões como do estúdio *Walt Disney*, o que nos leva a dizer que apenas seu interior exprime a ideia de liberdade. Essa leitura é sugerida devido à percepção de luz e elementos modernos como som e iluminação. Assim, podemos dizer que a carruagem é um elemento que representa o dilema da protagonista, pois o seu interior deseja se desprender de toda tradição imposta, porém exteriormente ainda permanecem traços dessa tradição.

No circundante englobante (P2), percebemos os elementos figurativos que reforçam o tema dominação, tais como príncipe, escadaria, sapatinho e parte do

castelo. É importante dizer que o sapatinho nos remete à tradição, pois ele, como já foi dito, nos lembra da união do casal pelo casamento, no qual o homem, em poder do sapatinho, também se apodera dos desejos da mulher.

Categoria plástica eidética

A categoria plástica eidética, segundo Teixeira (no prelo), constrói o sentido do texto por meio da análise das formas e das combinações de linhas e volumes. Assim temos, neste texto não verbal, as relações de oposição entre as formas: curvilíneo x retilíneo e côncavo x convexo. Tais relações reforçam a ideia de oposição dominação x liberdade.

Pensando nisso, notamos em destaque a protagonista na entrada da carruagem. Esses elementos figurativos são marcados por forte presença de formas curvilíneas e côncavas que reforçam toda a sensualidade das curvas femininas e o efeito que as mesmas causam no sexo oposto. Tal característica reforça a temática liberdade, pois nestes elementos notamos o desprendimento da tradição e das convenções.

Em contrapartida a essas figuras notamos as formas retilíneas e convexas presentes na escadaria, castelo, príncipe e sapato. Tais elementos, na cena, representam a temática dominação, que valoriza a tradição e as regras sociais, cujos transgressores não são vistos com bons olhos.

Considerações sobre o plano de conteúdo

Após a análise do plano de expressão da versão do conto de fadas *Cinderela* para a campanha *Contos de Melissa*, podemos agora evidenciar seu plano de conteúdo.

Em *Contos de Melissa*, *Cinderela*, apesar do dilema entre domínio x liberdade, se mostra uma mulher que se impõe e escolhe seu caminho, ao invés de se apresentar como aquela mulher moldada socialmente e que busca seguir os padrões ali impostos.

Pensando nisso, percebemos nesta protagonista uma mulher sensual que, apesar de representada como aquela mulher-objeto erotizada, não se submete aos caprichos masculinos, pelo contrário, ela é uma mulher que sabe exercer toda sua

sensualidade a seu favor, tecendo um jogo de sedução para conquistar o príncipe, parceiro que ela deseja.

Assim, notamos que este texto traduz o conceito da campanha – mulher no comando. Este conceito ainda pode ser representado por meio da relação de oposição observada (domínio x liberdade).

Devemos ainda destacar a natureza intertextual que se revela na relação entre a versão escrita por Perrault e a versão não verbal adaptada para a campanha.

Como no texto anterior, podemos notar no texto de *Cinderela* os três tipos de relações intertextuais: citação, alusão e estilização.

Assim, o texto de *Cinderela* de *Contos de Melissa* cita Perrault ao incorporar elementos figurativos da versão de Perrault, como por exemplo, castelo, carruagem, sapatinho de cristal deixado para trás, príncipe encantado, Cinderela.

Observamos ainda que o texto alude ao texto-fonte (Perrault), pois certos elementos fazem referência ao conto-fonte apesar de adaptados, como a carruagem com som e iluminação, Cinderela que perde não somente o sapatinho, mas sua roupa e fica só de *lingerie*. Apresenta ainda a temática da sensualidade e da passagem de adolescente a mulher, propostas ocultamente pela versão de Perrault.

O texto da campanha ainda possui uma relação de estilização com o texto-fonte, pois foi construído ao estilo do conto proposto por Perrault, no qual notamos a descrição de uma das cenas do conto – o momento no qual Cinderela perde o sapatinho de cristal.

Por fim, é importante dizer que *Cinderela* de *Contos de Melissa* possui uma relação polêmica com o texto-fonte, pois percebemos primeiramente que sua protagonista apresenta-se como uma mulher sensual e decidida e que se impõe e sabe usar toda sua sensualidade a seu favor ao contrário da Cinderela proposta por Perrault, que é apresentada como uma menina inocente, frágil e ingênua. Importante ainda é dizer que a carruagem na campanha não serve apenas de meio de transporte, mas para o encontro do casal.

É importante lembrarmos que, apesar de tomarmos como fonte o texto de Perrault e irmãos Grimm, a versão proposta pelos estúdios *Walt Disney* acaba servindo também como referência, por ser ela a versão popularmente conhecida apesar de a mesma ter excluído certos significados ocultos e importantes dos contos de fadas originais.

Rapunzel

Em uma atmosfera exótica e sensual, *Rapunzel de Contos de Melissa* surge em um cenário que se assemelha a um harém das narrativas das Mil e Uma Noites. Este ambiente exótico e pitoresco que envolve os contos orientais, principalmente os que dizem respeito às arábias, para o imaginário popular carrega consigo forte apelo sensual e fetichista.



Figura 3- Rapunzel em Contos de Melissa

Fonte: Disponível em <<http://mundofabuloso.blogspot.com/2007/08/contos-cabulosos.html>> acesso dia 10 de dezembro de 2011.

Assim, nesse ambiente, Rapunzel aparece como uma princesa dominadora que rende e amarra o príncipe na cadeira com suas tranças. Quanto ao príncipe aparece totalmente rendido a essa princesa, ou seja, o texto da campanha traz o conceito de superação das regras previamente convencionadas, principalmente no que diz respeito ao papel da mulher que, ao contrário da apresentada pela campanha, mostra uma imagem feminina estigmatizada socialmente por características como fragilidade e submissão ao homem.

Assim, como nas demais peças já apresentadas, o grande impasse observado em *Rapunzel* se trata justamente dessa relação de oposição entre

dominação x liberdade, representada também pelas oposições: fragilidade x impetuosidade e passividade x ação.

Outro fator que vale a pena ainda ser observado é a semelhança existente entre a cena da campanha e uma das cenas do filme *Enrolados*, versão moderna produzida pelos estúdios *Walt Disney* para o conto de fadas *Rapunzel*, no qual a menina, do mesmo modo que a protagonista da campanha rende e prende o príncipe em uma cadeira com suas tranças. Apesar de apresentar traços da versão de *Walt Disney*, *Contos de Melissa* procurou apresentar explicitamente os temas ocultos na versão dos irmãos Grimm.

Dimensão Figurativa:

Na dimensão figurativa serão apresentados os temas e elementos figurativos que compõem a versão do conto *Rapunzel* da campanha *Contos de Melissa*.

A seguir mostraremos algumas das possíveis leituras temáticas do texto:

- ❖ tema da sensualidade da mulher-objeto, ou seja, o texto explora a representação da imagem feminina erotizada, porém não subjugada;
- ❖ tema socioeconômico – trata da libertação dos costumes e regras previamente impostos pela sociedade.

As leituras temáticas propostas são concretizadas por meio dos elementos figurativos que compõem o texto de *Rapunzel*. Assim, observamos primeiramente que Rapunzel está trajada apenas com *lingerie* de cinta-liga estando em pé com uma de suas pernas sobre o príncipe, este teve mãos e corpo amarrados com as longas tranças da menina na cadeira.

Por meio dessa representação do casal, notamos toda a atmosfera de sensualidade e erotismo contidos na cena, na qual a protagonista se coloca em posição de uma princesa dominadora que aprisiona o príncipe aventureiro que rendido demonstra submissão a ela.

Percebemos ainda essa atmosfera de sensualidade e erotismo por meio da decoração do quarto de Rapunzel. Este nos remete a um ambiente exótico e fetichista do conto *As Mil e Uma Noites*. Assim, podemos citar elementos como, cítara, tapete de pele de animal, almofadas espalhadas pelo quarto, luminárias, cortinas etc. que reforçam a ideia de um conto das arábias.

Neste texto, percebemos ainda a presença de um espelho situado à esquerda, que nos remete ao conto de fadas *Branca de Neve*, no qual notamos que a imagem refletida é a da bruxa que observa o casal em tom de desaprovação. Esse elemento figurativo representa o domínio social da tradição familiar, das convenções sociais, que ao notar a liberdade e impetuosidade da protagonista e a submissão do príncipe condena o casal.

Desse modo, ao mostrar uma princesa dominadora e um príncipe submisso a ela, o texto faz uma crítica aos padrões socialmente estipulados, nos quais, via de regra, apresenta-se a imagem do homem no comando e das mulheres em submissão a ele.

Ao criticar certos padrões sociais, este texto como os outros já analisados, demonstra uma relação de oposição entre o domínio x libertação, ou seja, o texto busca apresentar um novo olhar da sociedade moderna, no qual as mulheres passaram a ter um lugar importante.

Dimensão Plástica

Apresentaremos na dimensão plástica as categorias do plano de expressão do texto de *Rapunzel*. A análise dessas categorias nos auxilia a compreender a materialidade do plano de conteúdo apresentado no texto.

Categoria plástica cromática

Nesta categoria plástica procuraremos demonstrar como as cores apresentadas no texto reforçam a relação de oposição domínio x liberdade.

Como sabemos, a categoria cromática é aquela que expressa a emoção em um texto, tais emoções carregam consigo informações que influenciarão no sentido do texto.

Desse modo, notamos que as combinações de cores propostas no texto possuem relação de contrastes que interligadas retratam o dilema domínio x liberdade. Assim, temos as relações de oposição: brilhante x opaco; claro x escuro e quente x fria.

Percebemos que no quarto as escalas de cores são fortemente marcadas por cores opacas, quentes e em tons mais escuros. Tais combinações estão relacionadas ao tema da liberdade e representam toda a sensualidade exótica das

arábias, como também o rompimento de convenções sociais impostas pela sociedade ocidental.

Em contrapartida, notamos as cores frias, claras e brilhantes em elementos que representam estas convenções e reforçam a ideia da temática do domínio. Nesse sentido, temos a imagem da bruxa, que simboliza a mãe protetora que observa e condena o casal; e o céu azul com tonalidades mais claras, fora da torre e que representa a luz da razão, ou seja, de acordo com o texto, a tradição e as convenções impostas representam um mundo organizado, do qual o casal escolhe se desprender para satisfazer seus desejos e se colocam em um mundo incerto e desorganizado.

É marcante no texto a presença da cor rosa, que foi utilizada para a construção dessa atmosfera exótica e pitoresca. Tal cor costuma culturalmente ser associada ao feminino, como é uma mistura de branco e vermelho também nos remete ao romance, sensualidade, ou seja, na cena essa cor aparece como reforço para o tema da mulher livre, sensual e dominadora.

Em oposição à cor rosa, temos no reflexo do espelho a cor preta. Essa cor está relacionada ao silêncio e à passividade feminina, podendo ainda representar o mistério e a proteção – é uma cor que nos ajuda a isolar-nos e esconder-nos do mundo. No texto ela aparece para indicar justamente que houve uma quebra dessa passividade e silêncio, desse padrão estipulado pela bruxa, que representa a mãe protetora, também podendo representar ali a sociedade que observa e desaprova o casal.

Categoria plástica topológica

Nesta categoria plástica observaremos como a posição, a orientação de forma e o espaço dos elementos figurativos contribuem para reforçar o sentido do texto.

Em *Rapunzel* de *Contos de Melissa*, observaremos primeiramente sua distribuição linear, organizada por meio da oposição central x periférico. Tal relação de oposição tem como função reforçar a relação dominação x liberdade.

Dessa maneira, percebemos que os elementos figurativos relacionados com a ideia de liberdade estão posicionados no centro da imagem, como os protagonistas, almofadas etc. Ao centralizar esses elementos o texto enfatiza a ideia de liberdade, sensualidade e impetuosidade do texto e crítica os padrões sociais estabelecidos,

talvez até por isso, os elementos que representam o tema do domínio estão posicionados mais periféricamente, tais como o espelho com a imagem da bruxa refletida e a janela.

Feita essa análise, observaremos agora a distribuição planar que se manifesta no texto por meio da relação de oposição circundante x circundado.

Na oposição circundada a relação acontecerá por meio da oposição marginal x central. No plano marginal vemos parte do quarto e também o espelho com a imagem da bruxa e a janela, elementos estes que representam a ideia de domínio.

Em contrapartida no plano central temos o casal, Rapunzel trajada com *lingerie* em posição dominadora e o príncipe totalmente submisso e preso pelas tranças da moça. Ao centralizar os protagonistas e deixar em plano mais marginal os elementos temáticos do domínio, como já falamos, o texto primeiramente critica o domínio social imposto e em seguida mostra por meio da protagonista um novo olhar sobre o papel da mulher.

No circundante, observaremos a oposição englobante (P2) x englobado (P1). Note a seguir o esquema que representa esta oposição.



Por meio do esquema observamos que os elementos englobados (P1) representam a ideia de liberdade, principalmente simbolizada pelos protagonistas da cena, o qual apresenta uma mulher que, ao contrário das convenções socialmente impostas, não se mostra frágil ou inerte, mas se posiciona como uma mulher dominadora que prende seu parceiro, enquanto o príncipe apresenta-se totalmente rendido a essa nova mulher.

Em contrapartida, temos no englobante (P2) os elementos que representam as convenções, as regras e o domínio social, tais como o espelho com a imagem refletida da bruxa e que simboliza o olhar da sociedade que julga e condena o casal por apresentarem uma nova perspectiva, diferente do senso comum.

Categoria plástica eidética

Nesta categoria plástica analisaremos as formas e combinações de linhas e volumes e como elas nos auxiliam na busca do sentido do texto.

Dessa maneira, na versão de *Rapunzel* proposta pela campanha, percebemos as relações de oposição entre as formas: curvilíneas x retilíneas e côncavas x convexas. Tais relações enfatizarão a relação de oposição dominação x liberdade proposta pelo texto.

Assim, no texto nota-se uma ênfase nas formas curvas e côncavas, que tem por objetivo evidenciar e reforçar toda a sensualidade das curvas da protagonista, presentes, por exemplo, nas almofadas, no abajur, corpo da cítara, corpo da protagonista etc. Tais formas irão destacar a temática liberdade, pois, por meio delas, o texto apresenta toda esta atmosfera sensual e de impetuosidade dos protagonistas, principalmente observados em *Rapunzel*, que resolvem se desprender de toda regra imposta e assumir seus desejos.

Em oposição a estes elementos, temos as formas retilíneas e convexas, em menor destaque, porém relevantes, presentes em elementos como braço da cítara, colunas e janela. Tais formas, através de suas retas, trazem para o texto a ideia do previsível, de um mundo cheio de regras e da valorização da tradição, ou seja, a presença do domínio social que de certa maneira delimita e impõe certos comportamentos dos indivíduos.

Considerações sobre o plano de conteúdo

No texto não verbal de *Rapunzel* proposto pela campanha *Contos de Melissa*, Rapunzel é apresentada como uma mulher dominadora, capaz de tomar as rédeas da situação e transformar o príncipe em seu servo.

Vemos ainda uma mulher que sabe exercer toda sua sensualidade e erotismo para conquistar o parceiro que deseja, porém notamos que apesar da imagem de mulher-objeto, ela não se deixa ser subjugada pelo príncipe.

Como já sabemos, a campanha se baseou no conto de fadas *Rapunzel* e o adaptou a seu modo, sendo incluídos e apresentados diretamente alguns dos temas que no texto-fonte estavam ocultos e que, de modo geral, deveriam ser descobertos intuitivamente pelo leitor. Como é o caso dos temas que envolvem a sensualidade e sexualidade, erotismo, dilemas sociais e familiares etc. Estes foram excluídos e praticamente esquecidos pela memória popular, principalmente pela forte divulgação de versões como as realizadas pelos estúdios *Walt Disney*.

O grande destaque ainda desse texto é sua natureza intertextual, no qual além de uma relação evidente com o conto *Rapunzel*, nota-se ainda relação com outros dois contos: *As Mil e Uma Noites* e *Branca de Neve*.

No texto aqui apresentado a relação entre os textos acontece através dos três processos intertextuais: citação, alusão e estilização.

Assim, temos citação quando percebemos no texto elementos do conto de fadas *Rapunzel*, tais como: torre, Rapunzel (menina com longas tranças), príncipe e bruxa.

O texto da campanha ainda cita o conto de fadas *Branca de Neve* ao apresentar o elemento figurativo espelho mágico.

Rapunzel de *Contos de Melissa* faz ainda alusão ao conto de *As Mil e Uma Noites*, ao apresentar um ambiente exótico dos haréns, semelhante aos observados nos contos de *Sherazade*.

Por fim, neste texto publicitário temos uma relação intertextual de estilização, pois foi construído ao estilo do conto de *Rapunzel*, no qual percebemos a descrição da cena em que a menina encontra o príncipe.

Como nos contos já analisados, *Rapunzel*, de *Contos de Melissa*, também realiza uma relação polêmica com o texto-fonte, visto que contradiz certos elementos. Temos, por exemplo, uma Rapunzel dominadora que está em trajes

íntimos, que amarra e prende o príncipe com suas tranças, ao invés de se apresentar como uma menina frágil e inocente; um príncipe que ao invés de salvar a moça, se encontra totalmente rendido por ela e um quarto que se assemelha a um harém.

Branca de Neve

Finalmente, apresentaremos a última peça a ser analisada, *Branca de Neve*, na qual observamos um texto carregado por simbologias, e que foi adaptado para este conto publicitário com o objetivo de chamar a atenção para o conceito – Mulher no comando.

Assim, encontramos a protagonista do conto de fadas Branca de Neve, em situação um pouco suspeita, ou seja, ela aparece deitada em uma das camas trajando *lingerie* (corpete e *lingerie* de cinta-liga) e observando seu sapato, com a intenção de disfarçar a presença de seus amantes (príncipe escondido embaixo da cama e gato na gaveta).

Observe a imagem a seguir:



Figura 4- Branca de Neve em Contos de Melissa

Fonte: Disponível em <<http://mundofabuloso.blogspot.com/2007/08/contos-cabulosos.html>> acesso dia 10 de dezembro de 2011.

No texto da campanha, notamos que um dos anões ao chegar do trabalho parece observar a cena surpreso. Interessante que próximo a ele vemos a figura de um veado com chifres empalhado, os chifres popularmente são impostos àquele homem que é traído pela mulher. Talvez essa figura se posiciona próximo ao anão justamente para demonstrar que esse personagem representa a figura do marido traído.

Vale ainda dizer que, em versões como as propostas por Perrault ou irmãos Grimm e até mesmo por *Walt Disney*, Branca de Neve é encarregada dos serviços domésticos enquanto os anões trabalham nas minas, porém nesta versão do conto, notamos uma casa desarrumada, com espada do príncipe, taças e balde de *Champagne* jogados no chão. Há ainda algumas maçãs, sendo que duas estão parcialmente mordidas, fazendo referência ao pecado cometido pela mulher (referência à passagem bíblica na qual Eva, a primeira mulher, comete o pecado de comer a maçã).

Ao observarmos a cena, percebemos ainda em uma das gavetas um gato escondido, provavelmente fazendo referência ao gato do conto *Gato de Botas*. Nesse conto, o gato é conhecido por sua esperteza e por suas conquistas.

Como nos demais textos da campanha, o grande impasse apresentado é justamente o da dominação x liberdade, representado também pelas oposições: fragilidade x impetuosidade e passividade x ação.

Por meio desses contrastes o texto busca apresentar ao público-alvo, especificamente o público feminino, que ao adquirir o produto como em um passe de mágica seus desejos serão realizados e que, como a protagonista da cena, ao usar a sandália conseguirá o assédio masculino e toda a sensualidade ali observada.

Dimensão Figurativa:

Como nos demais textos analisados, também em *Branca de Neve* observamos a presença de uma relação de oposição entre domínio x liberdade. Tal relação será representada através das leituras temáticas. Estas, por sua vez, serão concretizadas por meio dos elementos figurativos apresentados no texto. Assim, algumas das leituras temáticas proposta pelo texto:

- ❖ tema da sensualidade da mulher-objeto, ou seja, o texto explora a representação da imagem feminina erotizada, porém não subjugada;

❖ tema socioeconômico – trata da libertação dos costumes, tradições e regras previamente impostos pela sociedade.

Os temas aqui propostos são concretizados por meio dos elementos figurativos que compõem o texto de *Branca de Neve*. Assim, percebemos primeiramente uma imagem feminina que apesar de sensual e erotizada, não é aquela mulher-objeto subjugada aos desejos do sexo masculino, mas sim, aos seus próprios desejos. Comprovamos tal afirmação quando na cena observamos Branca de Neve deitada sobre uma pequena cama desarrumada e trajando *lingerie* de cinta-liga e corpete e seus amantes escondidos para não serem descobertos pelo marido traído.

A protagonista, para encobrir a presença de seus amantes, aparece com ar dissimulado, admirando disfarçadamente uma sandália que está em sua mão.

Enquanto isso, observamos que os representantes do sexo masculino na cena – príncipe, gato e anão – aparecem sob o comando dela, ou seja, um príncipe amante que precisa se esconder debaixo de uma pequena cama a qual, por ser tão pequena deixa seus pés e mãos à mostra; um gato escondido em uma das gavetas, fazendo provável referência ao gato do conto *Gato de Botas*, personagem conhecido por sua esperteza e por ser uma espécie de conquistador, um amante latino e, por fim, temos um anão, único dos sete anões que aparece na cena, por isso mesmo simboliza o marido provedor que ao chegar a casa após um dia de trabalho encontra a esposa em uma situação suspeita. Podemos dizer que o anão aparece para representar os costumes e tradições, o qual desaprova a cena ali apresentada.

Outro ponto que vale destacar é o fato que nesta versão de *Branca de Neve* percebemos uma casa desorganizada, ou seja, a protagonista da campanha descumpriu o acordo proposto a ela em versões anteriores, no qual deveria organizar a casa enquanto os anões fossem trabalhar.

Quanto aos elementos espalhados na casa, observamos duas taças e um balde de *Champagne*, espada, almofadas desarrumadas e maçãs sendo que duas estão mordidas. O *Champagne*, como já sabemos, é uma bebida usada em dias de comemorações e/ou momentos especiais, estando ele no balde e tendo taças jogadas indica que aconteceu algo entre os dois e que a protagonista antecipadamente preparou o encontro. Já as maçãs mordidas encontradas

próximas à cama fazem referência à passagem bíblica, na qual Eva, não resistindo à tentação, morde uma maçã e em seguida leva a fruta até seu marido Adão, que é convencido por ela a comer também do fruto proibido. Como na passagem bíblica Branca de Neve não resiste à tentação e também convence o príncipe a ceder e comer do fruto proibido, ou seja, a protagonista convence o príncipe a satisfazer seus desejos.

Dimensão Plástica

Para melhor entendermos a materialidade do plano de conteúdo proposto pelo texto de *Branca de Neve*, analisaremos a seguir as categorias do plano de expressão.

Categoria plástica cromática

Na categoria plástica cromática observaremos de que maneira as combinações de cores expostas no texto contribuem para sua construção de sentido.

Assim, encontramos nessa versão de *Branca de Neve* uma escala de combinações cromáticas concretizadas através das relações de oposição claro x escuro; brilhante x opaco.

Notamos que as cores claras e brilhantes surgem nos elementos que representam as tradições e as regras sociais, como por exemplo, a luz observada na televisão e a parte exterior da casa próximo à porta. Estes elementos reforçam a ideia do domínio, pois demonstram que lá fora há um mundo organizado e que deve ser seguido e, este mundo descontextualiza com a cena apresentada no quarto, no qual os protagonistas escolhem fugir da luz da razão e ir para as trevas do desconhecido.

Assim, em oposição à luz e ao brilho, temos as cores escuras e opacas que estão presentes de maneira geral em quase todos os elementos do interior da casa. Estes mostram o perigo, a fuga da razão, no qual os amantes precisam esconder seus atos e desejos de uma sociedade com conceitos pré-estabelecidos e que, por estarem fora desses padrões os condenam.

Destacamos ainda a presença das cores vermelha e azul nos trajes de Branca de Neve. A cor vermelha transmite um forte apelo sensual, pois ela

representa a cor da paixão, do perigo, do calor e da vida, tal cor nos remete ao tema de liberdade e sensualidade propostas.

Fazendo oposição a ela temos a cor azul, que costuma ser associada à monotonia, à frieza, à paz, à ordem, à calma e reforçam a ideia do domínio social, das tradições e das regras sociais e de um mundo socialmente organizado.

Nota-se ainda a presença da cor verde no tapete. A cor verde é uma cor ligada à natureza e nos transmite calma e paz. O verde ainda é a cor da *permissão, do deixar-passar, e mesmo da liberdade, autorização* (Pastoreau apud Guimarães, 2000, p.116).

Notamos que esta cor foi inserida no elemento tapete, no qual percebemos taças jogadas e um *Champagne* representando que ali é um local de liberdade onde tudo pode acontecer, ou seja, o tapete representa o local no qual os amantes podem viver seus desejos sem críticas ou restrições sociais.

Categoria plástica topológica

Nesta categoria plástica mostraremos as relações de oposição entre as posições e orientações das formas e movimento no texto.

Primeiramente observaremos sua distribuição linear, que está organizada através das relações de oposição: superior x inferior e central x periférico. Estas relações têm como objetivo reforçar a relação proposta pelo texto de domínio x liberdade.

Assim, notamos que os elementos relacionados à liberdade, de maneira geral estão posicionados mais ao centro da imagem, como por exemplo, Branca de Neve, o príncipe, o gato e as taças. Ao centralizar tais elementos, o texto busca enfatizar sua visão sobre a “nova mulher”, ou seja, aquela capaz de tomar suas próprias decisões inclusive na busca de seus parceiros sexuais.

Nesse sentido, o texto faz uma crítica aos valores e padrões da família tradicional, no qual, mesmo nos dias de hoje, caracteriza a mulher como aquela que deve cuidar dos filhos e da casa, enquanto o homem tem a função de prover todas as necessidades dela e da casa.

Feita as considerações sobre a distribuição linear, resta agora observarmos a distribuição planar manifestada no texto. Esta distribuição acontece através da relação de oposição entre circundante x circundado.

Na oposição circundada, notamos que a relação acontecerá por meio da oposição marginal x central. No plano marginal notamos parte do quarto, no qual temos janela, o anão que observa desconfiado a moça, a televisão e outras duas camas. Tais elementos representam a temática do domínio, da tradição familiar e social, a qual desaprova as atitudes desta nova mulher cheia de atitude e impetuosa.

Fazendo oposição ao plano marginal, temos o plano central, onde vemos justamente a protagonista que na imagem é a representante máxima da liberdade e desprendimento das tradições, pois percebemos uma figura feminina impetuosa, sensual, capaz de escolher quantos parceiros desejar. Eles, por sua vez, se posicionam de maneira submissa a ela, pois todos, ao que parece, buscam realizar os desejos dela. Ou seja, primeiramente temos o anão (marido) que sai de casa para trabalhar e assim prover suas necessidades financeiras e os amantes que se satisfazem sexualmente, mas que são obrigados a se esconderem quando o anão chega a casa.

No circundante, observamos a relação englobante (P2) x englobado (P1). Abaixo segue o esquema que representa esta oposição.



Ao observarmos o esquema acima, percebemos que o elemento figurativo em evidência no englobado (P1) é a protagonista Branca de Neve, como já foi falado, ela aparece como representante da temática liberdade. Assim, temos a imagem de uma mulher que rompe com as regras e tradições familiares e decide seguir seus desejos.

Enquanto isso, no englobante (P2), notamos a presença dos amantes. Estes, como também já sabemos, aparecem em submissão a ela, pois estão ali para satisfazer os desejos da protagonista e, ao que parece, eles não se importam em cumprir o papel de amantes, tanto que se escondem quando o anão chega. Vale dizer que o anão representa a ideia de domínio e tradição, pois ele é o marido que pela sociedade deveria suprir todas as necessidades de Branca de Neve e que ao retornar à casa estranha a cena e a observa com o olhar desconfiado, este olhar também pode representar o olhar da sociedade em geral que condena as atitudes da protagonista.

Categoria plástica eidética

Na categoria plástica eidética observaremos as relações de oposição entre as formas presentes nesta versão de *Branca de Neve*.

Podemos observar as seguintes relações: curvilíneo x retilíneo, horizontal x vertical, côncavo x convexo e arredondado x pontiagudo. Essas relações opostas contribuem para a construção de sentido do texto.

As formas curvilíneas, côncavas e horizontais nos remetem à sensualidade, erotismo das curvas femininas e reforçam a ideia de liberdade e impetuosidade apresentada no texto. Tais formas são percebidas por meio dos elementos como: as maçãs, que remetem ao texto do pecado original de Adão e Eva; as taças e *Champagne*; do tapete e das almofadas espalhadas que demonstram o “pecado” ali cometido, ou seja, demonstram os momentos que Branca de Neve passou junto com seus amantes.

Em contrapartida, temos as formas retilíneas, convexas e verticais, que nos remetem à ideia do domínio, da tradição familiar, das regras sociais. Tais formas representadas, por exemplo, pelo anão, pela televisão ligada, pela porta e janela que mostram os ambientes fora da casa etc.

Assim, temos um anão com olhar desconfiado representando a sociedade que desaprova qualquer ato que saia dos padrões impostos; a televisão ligada e a porta e janela que mostram ambientes fora da casa e que representam a luz da razão, ou seja, fora da casa podemos encontrar a razão, a tradição e o que é considerado socialmente correto.

Considerações sobre o plano de conteúdo

No texto da campanha, Branca de Neve surge como uma mulher sedutora que consegue conquistar e dominar vários homens.

Temos uma figura feminina de personalidade forte, que sabe exercer toda sua sensualidade e erotismo sem, no entanto, deixar-se dominar pela figura masculina.

Assim, para compor essa peça publicitária foi adaptado para uma versão moderna o conto de fadas *Branca de Neve*, no qual foram explicitados temas como sensualidade e sexualidade que, em versões mais antigas era de responsabilidade do leitor descobri-los, ou ainda excluídos por completo de versões como a produzida por *Walt Disney*.

Importante lembrar que por ser a versão de *Walt Disney* popularmente conhecida, é esta que primeiramente será ativada na memória popular antes de pensarmos em qualquer outra versão, o que gera certo estranhamento, pois como sabemos, nesta versão foram excluídos completamente os temas mais complexos como os de sexualidade, por exemplo.

Tendo isso em mente, cabe agora destacarmos a natureza intertextual observada entre o texto da campanha e os textos que serviram de base.

Dessa maneira, em *Branca de Neve de Contos de Melissa*, notamos que além de relacionar-se com o conto de fadas *Branca de Neve* percebemos ainda elementos que remetem ao conto Gato de Botas e também à passagem bíblica de Gênesis, que conta a história do pecado original, no qual a primeira mulher, Eva, come o fruto proibido e o oferece a seu marido Adão que o come também.

No texto da campanha o processo intertextual acontece por meio dos três processos intertextuais: citação, alusão e estilização.

O processo de intertextualidade por citação acontece quando no texto da campanha, vemos elementos do conto *Branca de Neve*, tais como: Branca de Neve, o príncipe, o anão, a casinha, a maçã mordida (que pode ser tanto referência ao

conto Branca de Neve como da passagem bíblica). O texto cita ainda o conto Gato de Botas ao notarmos um gato escondido na gaveta.

O texto da campanha faz alusão quando temos uma Branca de Neve com *lingerie* que lembra as vestimentas da personagem e uma casinha que lembra a casinha dos sete anões.

Finalmente, o texto tem uma relação intertextual de estilização, pois foi construído ao estilo do conto *Branca de Neve*, no qual temos a cena da chegada do anão em casa e observa uma casa desorganizada e a protagonista deitada, diferentemente do texto-fonte, no qual chegam sete anões que são recebidos por Branca de Neve com a casa limpa e organizada.

Como nos outros textos da campanha, o texto de *Branca de Neve* realiza uma relação polêmica, pois nos apresenta uma protagonista que contradiz aos moldes do texto-fonte, ao apresentar uma protagonista erotizada e dominadora que seduz e enfeitiça os homens e também é desleixada com os serviços da casa. Enquanto no texto-fonte temos uma protagonista considerada uma garota inocente e que apesar de seduzir os homens a seu redor procura se manter nos moldes tradicionais, ou seja, temos nessa Branca de Neve a imagem da mulher que cuida do seu lar, marido e filhos.

Por fim é importante retomarmos ao caráter sincrético do texto, ao qual já fizemos menção anteriormente. Para isso observemos esta parte do texto:



Figura 5- Título da campanha de empresa de calçados Melissa

Fonte: Disponível em <<http://mundofabuloso.blogspot.com/2007/08/contos-cabulosos.html>> acesso dia 10 de dezembro de 2011.

Observamos que além das imagens expressas nos quatro textos não verbais da campanha atentamos à presença do título – *Contos de Melissa*, na parte superior de todas as quatro imagens propostas, por sinal este é o único elemento verbal do texto.

Assim, notamos ênfase na palavra *Contos*, tanto em seu tamanho como forma e cor, tal estratégia provavelmente se deve ao desejo de se destacar a natureza da campanha, ou seja, que se trata de uma adaptação dos contos de fadas tradicionais.

A palavra *Contos* aparece em tons de verde e com brilho se assemelhando aos letrados luminosos. Esta cor nos remete à liberdade que foi concedida às protagonistas dos contos de fadas nesta campanha, enquanto o brilho vem para reforçar esta ideia de liberdade e impetuosidade propostas.

Em menor destaque, tanto em tamanho, forma e cor, notamos o nome da marca *de Melissa*. Ao usar o nome da marca no título da campanha intencionou delimitar e designar para quem foi realizada e foram adaptados os contos de fadas tradicionais.

Para o nome da empresa utilizou-se a cor amarela, tal cor contrasta com o verde da palavra *Contos*, pois notamos que o amarelo apresenta-se em tons mais opacos do que o verde. Para Guimarães (2000, p. 89) a cor amarela em diversas culturas está relacionada à *loucura, à mentira e à traição. É também a cor dos excluídos e reprovados [...]* e para a ciência que estuda os brasões (heráldica) essa cor é a cor da *inveja, da inconstância, do adultério e da traição*.

Logo, por meio da análise notamos que tanto o verde como o amarelo não foram colocadas por um mero acaso no título, mas sim, para reforçar a ideia principal da campanha - *Mulheres no comando* e cheias de atitudes. Estas atitudes apresentadas na campanha, por sua vez, causam inveja e reprovação da sociedade de modo geral, que as critica justamente por se diferenciarem e se destacarem das outras mulheres.

Outro fator que vale a pena ser enfatizado é a presença no plano de fundo de um brasão. Segundo a heráldica, os brasões eram desenhos específicos que tinham a intenção de identificar um indivíduo ou uma família. Primeiramente eram conferidos somente aos indivíduos que realizavam atos de bravura, mas, com o passar do tempo, os brasões passaram também a ser fornecidos para as famílias nobres, com a intenção de identificar o grau social de cada família. Vale dizer que os

descendentes das famílias e heróis que recebiam os brasões também os poderiam usar.

Na campanha a utilização de um brasão deve-se ao fato de nossas protagonistas tanto nos contos de fadas que serviram de fonte, como na versão proposta pela campanha, com exceção de Chapeuzinho Vermelho, tinham origem nobre – eram princesas.

Finalmente, realizadas todas as análises cabe agora demonstrarmos de modo geral, as diferenças e semelhanças dos quatro textos. Tal análise será realizada nas considerações finais.

Considerações Finais

É certo que o homem tem a necessidade de se comunicar com outros indivíduos de sua comunidade. Para tanto, ele utiliza um sistema complexo de signos e significados, a linguagem, como ferramenta para expressar seu pensamento e compartilhar informações. Essa ferramenta pode assumir um caráter social, pois por meio dela identificamos a identidade e também a comunidade ou grupo social no qual o indivíduo está inserido.

Nesse sentido, a linguagem humana se torna única, pois permite aos seres humanos, por meio de um conjunto infinito de enunciados, interagirem entre si. Ela pode se apresentar tanto pelo modo verbal, quando representada por palavras, como, por exemplo, em uma carta de amor, quanto de maneira não verbal, quando representada por imagens, como em uma pintura clássica, por exemplo. Ela também pode apresentar-se através da união da linguagem verbal e da não verbal, constituindo o modo sincrético, como é o caso de uma charge, ou de uma tirinha de quadrinho.

Na sociedade contemporânea, podemos afirmar que a linguagem apresenta-se como ferramenta essencial à sobrevivência, pois é através dela que o homem moderno interage com os outros indivíduos e consegue expor suas ideias, sentimentos e compartilhar informações.

Pensando nisso, observamos que a linguagem publicitária surge no cenário da sociedade contemporânea como um dos principais instrumentos de comunicação e persuasão de massa, que para atingir seus objetivos utiliza-se das mais variadas ferramentas de linguagem com a intenção de promover seu discurso persuasivo.

Esse discursivo publicitário também é embasado nas convenções e valores socialmente aceitos, isto quer dizer, que o discurso publicitário não estabelece apenas uma relação comercial com seu público, mas também uma relação afetiva, ou seja, esse discurso utiliza elementos socialmente conhecidos e aceitos, fazendo com que o público-alvo se identifique com um produto, uma ideia, um bem ou valor e consequentemente o aceite.

Assim, podemos dizer que o discurso publicitário transmite a seu público a mensagem de que possuir um determinado bem ou produto implica também a posse

dos valores e concepções vinculados a esse produto. Ao comprarmos um dado produto, compramos também os valores divulgados pela marca ou campanha.

É relevante ainda considerarmos que, através do discurso publicitário, podemos determinar ainda que tipo de produto será consumido por cada grupo social, ou seja, ao elaborar seu discurso, o publicitário busca se aproximar ao máximo do grupo que deseja atingir. Em um comercial de carros populares, por exemplo, ele usará elementos mais populares para chegar a seu público.

Tendo-se ciência de que todo texto publicitário é um reflexo da sociedade, podemos dizer que devido às diversas transformações sociais ocorridas no decorrer dos anos, tais textos também sofreram várias mudanças. Essas transformações podem ser percebidas, por exemplo, ao compararmos campanhas de várias épocas. Essas campanhas podem nos mostrar, por exemplo, as transformações e conquistas obtidas pela mulher no espaço social. Notamos então que, antigamente, o papel social da mulher era representado basicamente pelo cuidado do lar e de sua família, como mãe e dona de casa, e também como profissional da educação e da saúde, isto é, como professora e enfermeira, por exemplo.

Atualmente essa representação da imagem feminina adquiriu outro formato. A mulher passa a ser representada também como aquela que é bem-sucedida profissionalmente e independente. Nesse sentido, destaca-se o tema da sexualidade feminina antes reprimida, e, agora, abordado com maior liberdade.

Assim, na sociedade contemporânea, a figura feminina que antes, de maneira geral, era representada apenas pela figura da mulher mãe, da dona de casa, da professora e da enfermeira, passa a ser representada agora também por uma mulher fatal, sedutora, que enfeitiça os homens.

Considerando esses aspectos apresentados, nesta dissertação buscou-se explicitar os aspectos intertextuais estruturadores dos textos não verbais, que constituem o *corpus* deste trabalho. Notou-se, primeiramente, a existência de uma adaptação intersemiótica, ou seja, o discurso publicitário tomou como base quatro textos verbais dos contos de fadas tradicionais e os adaptou para quatro textos não verbais, os quais apresentam as princesas dos contos de fadas tradicionais como mulheres determinadas, impetuosas, decididas e que não precisam do “príncipe encantado” para salvá-las.

Vale dizer que a provável escolha dos contos de fadas como texto-base para a campanha deve-se ao fato de o público-alvo da marca ser constituído basicamente

por mulheres, geralmente adolescentes ou jovens que, de maneira geral, cresceram assistindo principalmente as diversas adaptações desses contos realizadas pelos estúdios de *Walt Disney*.

Outro fator de extrema importância para a escolha dessa campanha publicitária para objeto de estudo deste trabalho, deve-se ao fato de que a grande maioria das mulheres, quando crianças, sonhou alguma vez em pertencer a esse mundo imaginário, principalmente no papel de princesa. Assim, ao trazer os contos de fadas com uma visão moderna, a campanha publicitária apresenta duplo sentido: em primeiro lugar, ele quer atrair o público-alvo; em segundo lugar, o seu desejo é que esse público se reconheça e se torne personagem dos contos da campanha, na medida em que adquirir os produtos da marca divulgada, no caso, as sandálias Melissa.

Para tanto, foi pelo recurso da intertextualidade intersemiótica que a campanha Contos de Melissa recuperou todo o encanto e magia que envolve os contos de fadas tradicionais, trazendo, porém, uma nova visão da imagem feminina.

Assim, ao analisarmos os quatro textos não verbais da campanha, notamos que foram empregados três processos intertextuais: a alusão, a citação e a estilização. Tais textos incorporaram e adaptaram a seu modo os elementos dos textos-base de origem verbal. Ocorreu, portanto, uma adaptação intersemiótica.

Detectamos ainda em dois dos quatro textos não verbais da campanha, a presença de relação intertextual com outros contos: Mil e Uma Noites e Branca de Neve, em Rapunzel; Gato de Botas e história de Adão e Eva, em Branca de Neve. Esses contos foram relevantes para a construção de sentido dos textos escolhidos como *corpus* deste trabalho, pois permitem leituras que sintonizam com a análise que fizemos.

Nesse jogo intertextual, vale lembrar que esse processo aconteceu de maneira polêmica, pois a intenção dos responsáveis pela campanha era a de impressionar seus leitores ao apresentar protagonistas com características que diferem ao primeiro olhar, das que estamos acostumados a ver nos contos de fadas tradicionais, principalmente através das versões cinematográficas de *Walt Disney*, cuja maioria apaga certos questionamentos, principalmente os referentes a questões de sexo e violência, muito frequentes nos contos de fadas tradicionais.

Assim, nos quatro textos não verbais da campanha *Contos de Melissa*, notamos princesas, antes consideradas frágeis e inocentes nos textos-base, que

apareceram como mulheres independentes, determinadas, fortes e cheias de atitudes, capazes de conquistar o parceiro que desejam, porém sem serem subjugadas a eles.

Outro ponto que vale ressaltar é a presença explícita, dentro da campanha, de alguns dos temas que, por muito tempo, foram reprimidos pela sociedade, que, nos textos originais, estavam implícitos, tais como o desejo feminino, a sensualidade, o despertar da sensualidade na adolescência etc.

Esses temas já nos textos-fonte demonstram a preocupação de apresentar ao leitor o princípio do prazer e da realidade, ou seja, eles trazem à tona o dilema do que se deve fazer e do que se deseja fazer. No entanto, a grande diferença observada entre os textos da campanha e os textos-fonte é a apresentação de protagonistas que surpreendem o leitor (consumidor), pois elas assumem uma posição menos passiva, frágil e inocente das protagonistas dos textos originais. Na campanha, elas adotam o papel de mulheres tentadoras e sedutoras. Tal representação só foi possível graças às mudanças comportamentais e sociais da mulher na sociedade.

Atualmente, podemos dizer que a mulher pode, com certa liberdade, expressar seus desejos e buscar conquistas fora do âmbito familiar. Tais atitudes eram rejeitadas pela sociedade até há pouco tempo, restando à mulher ser submissa ao homem e a seus desejos.

É de suma importância enfatizar que esses novos conceitos relacionados às conquistas e atitudes da mulher contemporânea, apesar de frequentes em nossa sociedade, ainda são permeados por preconceitos que assustam certos grupos e que, por isso, muitas mulheres são alvo de críticas e censura, pois mesmo nos dias atuais a influência da sociedade patriarcal ainda circula fortemente entre os grupos sociais.

Assim, notamos que a campanha *Contos de Melissa* trouxe, de modo sutil à tona todas essas questões, ao mostrar essa relação conflitual entre o permanecer na tradição imposta pela sociedade ou lutar pela liberdade de expressar seus desejos e ações.

Nessa perspectiva, percebemos que na campanha *Contos de Melissa*, o produto (sandália) ocupa uma posição secundária dentro dos textos, com exceção do texto de Branca de Neve, no qual podemos visualizar claramente o calçado. A ênfase fica, portanto, na apresentação do conceito da marca, *Mulheres no Comando*,

e por meio da transmissão desses novos valores a marca buscou a identificação do seu público-alvo, geralmente mulheres jovens, que utilizam a aquisição do produto como meio para fazer parte desse mundo imaginário e também assumir a mesma postura independente das princesas da campanha.

Feitas essas considerações, resta agora falar das análises em si, que, por razões didáticas, resolvemos dividir em duas dimensões: a dimensão figurativa, através da qual expomos os temas e figuras propostos nos textos da campanha e a dimensão plástica, na qual foram analisadas três das quatro categorias do plano de expressão: cromática, topológica, eidética, sendo excluída a categoria matéria, por não se aplicar a textos impressos, como os apresentados na campanha em questão.

Importante ainda destacarmos que, na categoria plástica topológica, a relação entre englobante (P2) x englobado (P1), representada por meio de esquemas, foi analisada a partir de uma perspectiva de planos, (do central ao periférico).

Nessa perspectiva, nos textos analisados, coube ao englobante representar o plano mais periférico (P2), enquanto ao englobado (P1) coube o papel de representar o plano mais centralizado de cada peça.

Após a realização das análises dos quatro textos não verbais da campanha *Contos de Melissa*, concluiu-se que, de maneira geral, esses textos possuem basicamente os mesmos temas, que abrangem principalmente as leituras temáticas da sensualidade da mulher. À primeira vista, a mulher parece ser aquela representação da mulher objeto. No entanto, logo se percebe que, na campanha, essas mulheres não se sujeitam aos caprichos masculinos, pelo contrário, são os homens que se mostram totalmente rendidos ao jogo de sedução das princesas apresentadas nela.

Outro aspecto comum entre os quatro textos, trata da relação conflitual existente entre o que se deve fazer (dominação) e o que se deseja fazer (liberdade). Nela, observou-se que, apesar de as protagonistas dos textos optarem pela liberdade, pela quebra das tradições, o conflito não deixou de existir.

Dessa forma, podemos afirmar que as leituras temáticas realizadas confirmam o conceito proposto pela campanha *Mulheres no Comando*, pois notamos em todos os textos protagonistas independentes, impetuosas e cheias de atitude, e que perderam o ar de fragilidade das princesas dos contos de fadas, que esperavam por seus respectivos príncipes (representação do masculino) para libertá-las de maldições ou aprisionamentos.

Através da campanha, notamos que a princesa moderna tomou as rédeas de seu destino e que não precisa mais do príncipe para obter sua liberdade (seja financeira, familiar, social etc.). Na verdade é ela, na campanha, que de modo geral seduz e liberta o príncipe das amarras sociais.

Além dos aspectos temáticos, notamos ainda, na dimensão figurativa, que nos quatro textos, os elementos figurativos, de modo geral, são representados por elementos que compõem os textos dos contos de fadas tradicionais e elementos modernos, como moto, *champagne*, *lingerie*, carruagem com som e iluminação etc. Tais elementos são importantes para a composição dos textos, pois, através deles, reconhecemos os contos tradicionais e, também, a versão moderna deles.

Até agora observamos os aspectos comuns entre os quatro textos. Ao estudarmos, porém, a dimensão plástica, notamos certas diferenças entre eles, apesar de pequenas. Tais diferenças também reforçam a ideia central dos textos, que é a relação conflituosa entre dominação x liberdade.

Por meio das categorias plásticas propostas por Teixeira, notamos a importância que cores, formas, espaço e materialidade possuem na construção de sentidos do texto. Tais categorias demonstram os aspectos de diferem um texto do outro, pois, de modo geral, apresentam cores, formas, espaço e materialidade distintos. Interessantemente, apesar de as categorias não serem idênticas nos quatro textos, elas não deixam de ter a função de reforçar a ideia do conflito existente nos quatro textos – dominação x liberdade.

Portanto, após a realização das análises dos quatro textos, podemos concluir que a grande ênfase está nos aspectos temáticos, pois são eles que entrelaçam os quatro textos, apesar das variações na dimensão plástica, que submete esses temas ao material plástico.

Outro ponto interessante a considerarmos é o caráter sincrético apresentado no título da campanha *Contos de Melissa* que, em acordo com os elementos não verbais, nos remete a todo esse mundo mágico dos contos de fadas, pois nos apresenta um título com cores cheias de significados e brasão, que, como já mencionamos em nossa análise, era um desenho que representava as famílias nobres e, sendo assim, remete ao mundo dos palácios, príncipes e princesas.

Finalmente, após as análises dos quatros textos não verbais adaptados para a campanha da marca Melissa, concluímos que ainda hoje o universo dos contos de fadas fascina tanto crianças como adultos, pois essas narrativas traduzem em seus

textos nossos anseios, desejos, fantasias e sentimentos que, ao serem expressos no texto nos ajudam a organizar nossos pensamentos, o que dá, de certa maneira, outro sentido às experiências que vivenciamos. Porém, as princesas frágeis e “boazinhas” apresentadas nas narrativas mais antigas são rejeitadas, pois a realidade do mundo contemporâneo é bem diferente da vivenciada pelos autores mais antigos, que, como já foi dito, naquela época as mulheres deveriam seguir os padrões da sociedade patriarcal.

Pensando nisso, para que houvesse uma maior aceitação do público, ao selecionar e adaptar os quatro contos, os responsáveis pela campanha, utilizando-se de recursos da linguagem trouxeram à tona um novo conceito, uma nova princesa, que está no comando de sua vida e atitudes e que, apesar de toda a sensualidade, não se sujeita aos caprichos masculinos. Porém é importante enfatizar que esses textos não excluíram o encanto e a magia inerentes aos contos de fadas tradicionais.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, Machado de. *Dom Casmurro*. 4ª ed. São Paulo: FTD, 1997 (Coleção grandes leituras).

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. Trad. Maria Emsantina Galvão G. Pereira. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____. Problemas da Poética de Dostoievski. Trad. Paulo Bezerra. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

_____. (VOLOCHINOV). *Marxismo e filosofia da linguagem: Problemas fundamentais do método sociológico na Ciência da Linguagem*. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 14ª ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

BANDEIRA, Manuel. *Libertinagem e Estrela da Manhã*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

BARROS D.L.P. *Teoria da semiótica do texto*. 4ª ed. São Paulo: Ática, 2008.

BARROS D.L.P, 2003. *Dialogismo, polifonia e enunciação*. In: BARROS D.L.P. de, & FIORIN, J.L. (Org). *Dialogismo, polifonia, intertextualidade em torno de Bakhtin*. 2ª ed. 1ª reimpr. São Paulo: EDUSP, pp. 1-9.

BETTELHEIM, Bruno. *A Psicanálise dos contos de fadas*. Trad. Arlene Caetano. 16ª ed. Paz e Terra, 2002.

BRAIT, Beth, 2003. *As vozes bakhtinianas e o diálogo inconcluso*. In: BARROS D.L.P. de, & FIORIN, J.L. (Org.). *Dialogismo, polifonia, intertextualidade em torno de Bakhtin*. 2ª ed. 1ª reimpr. São Paulo: EDUSP, pp. 10 – 27.

BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. 2ª ed. rev. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.

BORGES, Andressa Cunha Martins. *Era uma vez... Os contos de Fadas na publicidade: Melissa em busca de uma narrativa com final feliz*. In: KELLEY

COELHO, Nelly Novaes. *A literatura infantil: história, teoria, análise*. 4ª ed. São Paulo: Quíron, 1987.

DISCINI, Norma. *Intertextualidade e o conto maravilhoso*. 2ª ed. São Paulo: Associação editorial Humanitas, 2004.

DIMBLEBY, Richard & GRAEME Burton. *Mais do que palavras: uma introdução à comunicação*. Trad: Plínio Cabral. São Paulo: Summus, 1990.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. Trad. Jefferson Luiz Camargo. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ESTÉS, Clarissa Pinkolas. *Conto dos Irmãos Grimm*. São Paulo: Editora Rocco, 2005.

FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação: categorias de pessoa, espaço e tempo*. 2ª ed. São Paulo: Ática, 2002.

_____, 2003. *Polifonia textual e discursiva*. In: BARROS D.L.P. de, & FIORIN, J.L. (Org.). *Dialogismo, polifonia, intertextualidade em torno de Bakhtin*. 2ª ed. 1ª reimpr. São Paulo: EDUSP, pp. 29- 36.

_____. *Em busca do sentido: estudos discursivos*. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. *Elementos de análise do discurso*. 15ª ed. São Paulo: Contexto, 2011.

_____. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2006.

GASQUE (org)... [et al]. *Informação e Comunicação no século XXI (recurso eletrônico:) [Multi]referencialidades*. Goiânia: UFG/ FACOMB, FUNAPE, 2010.

GUIMARÃES, Elisa (organizadora). *Textualidade e discursividade na linguística e na literatura*. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2010.

_____. *Texto, discurso e ensino*. São Paulo: Contexto, 2009.

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

GRIMM, Irmãos. *Os contos e lendas dos Irmãos Grimm vol. II*. Trad. Iside M. Bonini. São Paulo: Gráfica e editora Edigraf.

HARDING, M, Esther. *Os mistérios da mulher antiga e contemporânea: Uma interpretação psicológica do princípio feminino, tal como é retratado nos mitos, na história e nos sonhos*. Trad. Maria Elci Spaccaquerche Barbosa, Vilma Hissako Tanaka. 3ª ed. São Paulo: Paulus, 1985.

KOCH, Ingedore G. Villaça, BENTES, Anna Cristina e CAVALCANTE, Mônica Magalhães. *Intertextualidade: diálogos possíveis*. São Paulo: Cortez, 1997.

_____ e ELIAS, Vanda Maria. *Ler e compreender: os sentidos do texto*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2006.

KOLBENSCHLAG, Madonna. *Adeus, Bela Adormecida: O fim do feitiço dos mitos e modelos femininos*. Trad. Maria Silvia Mourão Netto. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 1990.

LARANJEIRA, Mário. *Poética da tradução: Do sentido a significância*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

LIPOVETSKY, G. *A Terceira Mulher*. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MADEIRA, Ricardo Baptista. *Linguagem, semiótica e comunicação*. 3ª ed. São Paulo: Plêiade, 1996.

MAINGUENEAU, Dominique. *Novas Tendências em análise do discurso*. Trad. Frida Indusky, revisão dos originais da trad. Solange Maria Lidada Gallo, Maria da Glória de Deus Vieira de Moraes. 3ª ed. Campinas, SP: Pontes, Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

MENDES, Mariza B.T. *Em busca dos contos. O significado das funções femininas nos contos de Perrault*. São Paulo: Editora UNESP/ Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2000 (Prisma/PROPP).

MEREGE, Ana Lucia. *Os contos de fadas: origens, histórias e permanência no mundo moderno*. São Paulo: Claridade, 2010.

MUSSALIM, Fernanda e Anna Cristina Bentes (orgs). *Introdução à linguística: domínios e fronteiras v.1*. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. *Introdução à linguística: domínios e fronteiras v.2*. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2001.

PERRAULT, Charles. Trad. Monteiro Lobato. *Os contos de fadas*. 2ª ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2007.

PESSÔA, Luís Alexandre Grubits de Paula. *O discurso da segurança na sociedade de consumo: um estudo semiótico da publicidade*. Tese (Doutorado em Letras)-Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2010.

PLAZA, Julio. *Tradução Intersemiótica*. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2010.

PIETROFORTE, Antonio Vicente. *Análise do texto visual: a construção da imagem*. 1ª ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. *Semiótica visual: os percursos do olhar*. 2ª ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2010.

RIBEIRO, Júlio, *Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar*. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1989.

SANT'ANNA, Armando. *Propaganda: Teoria, técnica e prática*. 6ª ed. São Paulo: Livaria Pioneira editora, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal: aplicações na hipermídia*. 3ª ed. São Paulo: Iluminuras: FAPESP, 2005.

SILVA, Francisco Borge da. Contribuições Linguísticas: Dos estudos saussurianos aos estudos modernos. Disponível em <http://www.unioeste.br/prppg/mestrados/letras/revistas/travessias/ed_003/linguagem/CONTRIBUIAOES%20LINGUISTICAS.pdf> Acesso em 10 de outubro de 2010.

TEIXEIRA, Lucia. *Leitura de textos visuais: princípios metodológicos*. No prelo.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação em massa*. Trad. do grupo de estudos sobre Ideologia, comunicação e representações sociais da pós-graduação do Instituto de Psicologia de PUCRS. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

TODOROV, Tzvetan. *Introdução à literatura fantástica*. Trad. Maria Clara Correa Castello. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.

VILELA, Joana Raquel P. Junqueira. Os contos de fadas no processo de desenvolvimento humano, 2004. Disponível em <<http://www.filologia.org.br/viiiicnlf/anais/caderno12-15.html>> Acesso em 29 de setembro de 2011.

Contos modernos na nova campanha de Melissa. Disponível em <<http://www.portaldapropaganda.com.br/portal/propaganda/104-contos-modernos-na-nova-campanha-de-melissa>> Acesso em 28 de setembro de 2011.

Publicidade – Melissa usa contos de fadas em nova campanha. Disponível em <<http://www.comlimao.com/2007/08/21/publicidade-melissa-usa-contos-de-fadas-em-nova-campanha/>> Acesso em 28 de setembro de 2011.

Sobre o “congelamento” de Contos de Fadas. Disponível em <<file:///C:/Documents%20and%20Settings/Usuario/Meus%20documentos/Downloads/Sobre%20o%20congelamento%20de%20Contos%20de%20Fadas%20~%20Mesa%20de%200caf%C3%A9%20da%20manh%C3%A3.htm>> Acesso em 24 de março de 2012.

Cinderela. Disponível em <<file:///C:/Documents%20and%20Settings/Usuario/Meus%20documentos/Downloads/Walt%20Disney%20C2%AB%20Chrysalide.htm>> Acesso em 24 de março de 2012.

ANEXOS:

Os contos de fadas

Os Contos*

1- **C**hapeuzinho **V**ermelho:



Figura1: Gravura Chapeuzinh Vermelho, Perrault

Fonte: Disponível em <<http://nerdpai.com/chapeuzinho-vermelho-e-o-abuso-sexual/>> Acesso em 28 de março de 2012.

Era uma vez uma menina aldeã, a mais bonita de quantas existiu. Sua mãe era louca por ela, sua avó ainda mais louca. Esta boa mulher mandou fazer para ela um chapeuzinho vermelho que se assentava tão bem que, por toda parte, só lhe chamavam Chapeuzinho Vermelho.

Um dia sua mãe, tendo assado uma fornada de pãezinhos, disse à menina: -Vai ver como está tua avó, pois me disseram que anda doente; leva-lhe uns pãezinhos e esta tigelinha de manteiga.

*Os registros dos contos foram transcritos da mesma maneira apresentadas como nos livros no qual foram encontradas essas versões.

Chapeuzinho Vermelho saiu no mesmo instante para ir à casa de sua avó, que morava em outra aldeia. Passando por um bosque, aí encontrou o compadre Lobo, que teve grande vontade de comê-la; contudo não se atreveu, por causa de alguns lenhadores que estavam por perto. Perguntou-lhe o Lobo aonde ia ela. A pobre criança, que não sabia como era perigoso dar ouvidos a um lobo, respondeu:

- Vou à casa da vovó levar-lhe um pãozinho e uma tigelinha de manteiga que minha mãe lhe envia.

- Ela mora muito longe? – perguntou o Lobo.

- Oh, sim! – respondeu Chapeuzinho Vermelho; - além do moinho que se vê lá embaixo; na primeira casa da aldeia.

- Pois bem – disse o Lobo – também quero visitá-la. Irei por este caminho, e irás por aquele. Vamos ver quem chega primeiro.

O Lobo pôs-se a correr com quanta força tinha pelo caminho mais curto, e a menina se foi pelo caminho mais comprido, divertindo-se a colher avelãs, a correr atrás das borboletas e a fazer buquezinhos com flores do campo.

Não tardou muito, o Lobo chegou à casa da avó e bateu à porta;

- Toc, toc.

- Quem é?

- É sua neta Chapeuzinho Vermelha – disse o Lobo, disfarçando a voz – que traz para a senhora um pãozinho e uma tigelinha de manteiga que minha mãe lhe envia.

A boa avó, que estava deitada porque se sentia um pouco doente, gritou-lhe:

- Puxa a aldrava e o trinco se abrirá.

O Lobo puxou a aldrava e a porta abriu-se: em seguida, atirando-se em cima da boa mulher, num instante a devorou, pois fazia mais de três dias que estava de jejum. Depois fechou a porta e foi deitar-se no leito da avó, à espera de Chapeuzinho Vermelho, que não tardou a bater:

- Toc, toc.

- Quem é?

Ouvindo a grossa voz do Lobo, primeiro Chapeuzinho Vermelho teve medo; mas pensando que sua avó estivesse com bronquite respondeu;

- É sua neta, Chapeuzinho Vermelho, que traz para a senhora um pãozinho e uma tigelinha de manteiga que minha mãe lhe envia.

Gritou-lhe o Lobo, adoçando um pouco a voz:

- Puxa a aldrava e o trinco se abrirá.

Chapeuzinho Vermelho puxou a aldrava e a porta abriu-se.

Vendo-a entrar, disse o Lobo, enfiando-se embaixo das cobertas:

- Põe o pãozinho e a tigelinha de manteiga no guarda-comida e vem deitar-te na cama comigo.

Chapeuzinho Vermelho tira a roupa e vai deitar-se, mas fica muito espantada vendo a figura da avó despida. Então diz:

- Avó, como são grandes os seus braços!

- É para melhor te abraçar, minha neta.

- Avó, como são grandes as suas pernas!

- É para correr melhor, minha neta.

- Avó, como são grandes as suas orelhas!

- É para melhor escutar, minha neta.

- Avó, como são grandes os seus olhos!

- É para te ver melhor, minha neta.

- Avó, como são grandes os seus dentes!

- É para te comer!

E com essas palavras, o lobo se atirou sobre Chapeuzinho Vermelho e a devorou.

(Charles Perrault, trad. Olívia Krahenbuhl 2004, p.267).

2- Gata Borralheira (Cinderela)



Figura: Cinderela, Gustave Doré

Fonte: Disponível em <<http://possibilidades-selena.blogspot.com.br/2009/08/olhos-veementes.html>> acesso em 28 de março de 2012.

Era uma vez um gentil-homem que se casou em segundas núpcias com uma das mulheres mais orgulhosas que já existiram. Essa mulher trouxe duas filhas que puxaram por ela em tudo, e o gentil-homem tinha uma menina que era duma bondade e doçura sem exemplos.

Logo depois de realizado o casamento, o mau gênio da mulher mostrou-se, pois não podia suportar as boas qualidades da enteada, visto como essas boas qualidades ainda mais realçavam a ruindade das suas filhas. Em vista, pôs em cima da coitadinha os mais grosseiros serviços da casa, como lavar panelas e o assoalho. A mísera dormia num recanto do sótão, sobre um montinho de palha, enquanto as outras se regalavam em aposentos tapetados, com lindas camas e guarda-roupas de

espelhos nos quais podiam mirar-se a toda hora. Mas a pobre menina tudo suportava com paciência infinita e sem queixar-se ao pai, o qual já andava completamente dominado pela nova esposa.

Quando concluía o seu serviço, ela ia sentar-se junto ao fogão sobre um montinho de borralhos – e daí lhe veio o apelido de Gata Borralheira. Mas, apesar de tudo, a desprezadinha não deixava de ser mil vezes mais bela que as duas emproadas, ainda que se vestissem como princesas.

Ora, aconteceu que o filho do rei deu um grande baile para o qual convidou toda a gente importante da cidade – e as duas filhas da mulher má também receberam convites. Puseram-se incontinenti a preparar-se, a escolher vestidos e penteados, enquanto a Borralheira só tinha licença de espiar de longe, lá do seu cantinho.

- Eu - dizia a mais velha – vou com meu vestido de veludo cor-de-romã, e com aquela gola de renda da Irlanda.

- Eu - dizia a mais moça – vou com o meu manto de flores de ouro e barrete de brilhantes.

Foi chamado o melhor cabeleireiro para armar os penteados, que naquele tempo eram enormes e de canudinhos, e depois fizeram a vir a Borralheira para dar opinião, visto que a pobre menina tinha muito bom gosto. E ela deu sua opinião com toda franqueza, corrigindo certos defeitos dos penteados de modo a realçá-los mais.

Enquanto isso, as duas lhe perguntavam, por caçoada:

-Borralheira você tinha vontade de ir ao baile?

- Quem sou eu? – respondia à pobrezinha, e as outras gargalhavam, dizendo que realmente seria um absurdo que uma gata do borralho fosse ao baile do príncipe.

A alegria das duas era tamanha, que passaram dois dias sem comer. Não havia tempo. O tempo todo era para se mirar e se remirar ao espelho.

O dia da festa chegou afinal – e lá se foram elas, muito lampeiras, seguidas pelos olhares tristes da pobre gatinha do borralho. Logo, porém que as viu desaparecerem ao longe, a menina começou a chorar. Nisso, apareceu-lhe sua madrinha que era fada, e lhe perguntou por que chorava.

- Eu queria... eu queria... – começou a menina, mas o choro não a deixava concluir.

- Já sei – disse a madrinha. – Querias ir ao baile, não é?

- Ai de mim! – suspirou a menina. – Quem sou eu?

- Pois irás, minha filha, eu te farei ir – e, dizendo isso, levou-a para o quarto, onde disse: - Vai à horta e traze uma abóbora.

A menina foi e trouxe a mais bela abóbora, sem saber como tal fruta pudesse levá-la ao baile. A madrinha cavou a abóbora de modo a deixar só a casca e depois a bateu com sua varinha de condão. Imediatamente, a abóbora oca se transformou numa belíssima carruagem dourada.

Em seguida, a madrinha foi a uma ratoeira armada perto da despensa e tirou dela seis ratinhos vivos, e foi dando um toque de vara em cada um à medida que os tirava – e eles se transformaram imediatamente em lindos cavalos, que correram a atrelar-se à carruagem. Faltava o cocheiro.

- Vai ver menina, se não há ainda algum rato na ratoeira. A menina foi e encontrou mais três, que imediatamente foram transformados em três cocheiros.

- Vai agora ao jardim e traze seis lagartixas que moram debaixo da tina d'água – e a menina foi e trouxe as lagartixas, e a fada às transformou em seis lacaios, os quais subiram à carruagem como se nunca tivessem feito outra coisa na vida.

-Muito bem – disse a madrinha. – Tens agora meios de ir ao baile. Estás contente?

- Sim – respondeu a menina -, mas como poderei ir a tal festa nestes trajés?

A resposta da madrinha foi dar-lhe um toque de vara, e imediatamente apareceu o mais maravilhoso vestido que já se viu no mundo, e também um par de sapatinhos de cristal. A menina vestiu-se, calçou os sapatinhos e subiu à carruagem. No momento de partir, a fada lhe recomendou que abandonasse o baile antes de bater meia-noite, porque senão a carruagem se transformaria outra vez em abóbora, os cocheiros e lacaios em ratos e lagartixas, e o seu rico vestido, em trapos imundos.

A menina prometeu que faria assim e lá se foi, tinindo de alegria. O filho do rei, ao ser avisado da chegada de uma grande princesa desconhecida, correu a recebê-la; tomando-lhe a mão, introduziu-a na sala. Fez-se no recinto grande silencio, porque a beleza da menina havia deslumbrado a todos. Só se ouviam comentários: Como é formosa! Que lindos olhos têm! O rei, apesar de velho, também maravilhou-se e confessou à rainha que nunca tinha visto uma criatura de tal beleza. E as fidalgas da corte não tiravam os olhos do seu penteado e do seu vestido, com ideia de copiar tudo aquilo no dia seguinte.

O príncipe veio tirá-la para dançar – e a menina dançou com tamanha leveza e graça, que ainda cresceu de vários pontos a admiração geral. Quando foram servidos doces e refrescos, o príncipe nada quis, de tão absorvido que estava na contemplação da maravilhosa princesa.

A menina foi sentar-se ao lado das suas irmãs e lhes fez mil cortesias e louvores, chegando a repartir com elas os doces dados pelo príncipe, e as duas muito estranharam isso, pois não a reconheceram.

Mas o tempo ia passando e, afinal soaram as onze e quarenta e cinco. Gata Borracheira imediatamente se levantou, fez uma reverência para todos e saiu apressada. Ao chegar em casa, tudo contou à madrinha e disse que recebera amável convite do príncipe para comparecer ao baile do dia seguinte. Estava nisso, combinando o que o que havia de ser, quando chegaram às duas emproadas e bateram à porta. A menina correu a abrir e, fingindo que estivera no melhor dos sonhos, disse-lhes, bocejando:

- Como se demoraram!

E elas responderam:

- Se você tivesse ido ao baile não estaria agora bocejando. Foi uma beleza! Entre as convidadas apareceu uma desconhecida, linda como os amores. E falou-nos, sabe? E fez-nos mil gentilezas, dando-nos até doces que o príncipe lhe ofertara.

A menina perguntou se sabiam o nome da tal desconhecida.

-Não sabemos ninguém sabe; e o príncipe está tão apaixonado, que dará tudo quanto possui para sabê-lo.

- Mas era linda mesmo? – perguntou a menina sorrindo, com ar de dúvida. – Oh, como vocês são felizes de a terem visto! Deixem-me vê-la também! Deixem-me ir ao baile, com aquele vestidinho velho de rendas creme!

As moças caíram na gargalhada.

- Tinha graça! – exclamaram. – Era só que faltava...

Mas a menina ficou bem contente com a resposta, porque, se ela houvesse consentido, seria uma grande atrapalhão.

No dia seguinte, as duas irmãs foram de novo ao baile e logo depois a Borracheira fez o mesmo – e dessa vez foi com um vestido ainda mais lindo que o da véspera. O filho do rei veio ter com ela e não a largou um só minuto; e tão entretidos estiveram os dois na conversa, que a menina esqueceu-se da recomendação da fada. Só quando soou a primeira badalada da meia-noite é que se lembrou, e teve

de sair mais rápida que uma veadinha. O príncipe correu para agarrá-la, mas não pôde. Só conseguiu apanhar um dos seus sapatinhos, que lhe escapou do pé quando ela atravessou o jardim.

Borrallheira chegou em casa mais morta que viva do susto e da carreira, sem carruagem, sem cocheiros nem lacaios, sem o vestido maravilhoso. Só lhe ficara, de toda aquela magnificência, um pé de sapatinho de cristal.

O príncipe indagou os guardas do portão se não havia passado por ali uma princesa, e eles responderam que só tinham visto uma menina andrajosa a correr, que mais parecia uma cozinheira.

Quando as duas irmãs chegaram do baile, a menina foi abrir-lhes a porta e de novo perguntou se se haviam divertido muito e se a tal princesa maravilhosa havia aparecido. Elas responderam que sim, que aparecera e mais linda ainda que na véspera, mas que fugira ao soar a meia-noite, e com tanta precipitação, que havia deixado no jardim um pé de sapatinho. O príncipe o havia tomado e viera experimentá-lo no pé de todas as moças presentes, sem que servisse em nenhum. E que durante todo o resto do baile ele ficara jururu num canto, porque estava perdido de amor pela dona do sapatinho.

Era verdade tudo aquilo. No dia seguinte, o filho do rei fez proclamar pela cidade que desejava casar-se com a dona do sapatinho, fosse ela quem fosse. E começou a investigação. Um emissário do príncipe foi de casa em casa para experimentá-lo em todos os pés de moças, começando pelas princesas, passando depois para as duquesas e marquesas e baronesas. Não serviu no pé de nenhuma, e então começou ele a experimentá-lo no pé das moças comuns.

Afinal, chegou à vez das duas irmãs. A carruagem do emissário para à porta e ele entrou com o sapatinho na mão. As duas irmãs vieram prová-lo e tudo fizeram para calçá-lo. Gata Borrallheira, que estava num cantinho, espiando a cena, murmurou:

- Eu também queria ver se me serve!

As duas irmãs caíram na gargalhada, mas o emissário do príncipe não fez o mesmo – achou que ela tinha razão, pois a ordem de seu amo era provar o sapatinho em todas. E, chamando a menina, fê-la sentar-se e começou. Maravilha! O sapatinho entrou naquele pé como um dedo entre num anel.

O assombro das duas irmãs foi imenso, e maior ainda quando a Borrallheira tirou do bolso do avental o companheiro do sapatinho e o calçou no outro pé. Nisso

surgiu a fada madrinha e, dando-lhe um toque da sua vara de condão, fê-la surgir mais radiosa e bela que a mais bela das princesas. E foi assim que a Gata Borralheira saiu da casa da madrasta e, pela mão do emissário, foi conduzida ao palácio do príncipe.

Só então as duas irmãs reconheceram na menina desprezada a princesa desconhecida dos bailes – e correram a lançar-se aos seus pés, pedindo perdão do mau tratamento que lhe haviam dado. A menina ergueu-as e disse que as perdoava de todo o coração e que seriam sempre amigas.

O casamento realizou-se logo depois, e a Gata Borralheira, que era muito boa de sentimentos, levou as irmãs para o palácio e também as casou no mesmo dia com dois grandes fidalgos.

(Charles Perrault, trad. Monteiro Lobato, 2007, p 45- 53).

3- Rapunzel (Rapunzel)



Figura 1: Rapunzel

Fonte: Disponível em < <http://storynory.com/2007/10/21/rapunzel/>> acesso em 30 de março de 2012.

Havia uma vez um homem e uma mulher que há muito tempo desejavam, em vão, um filho; finalmente, um belo dia, a mulher pôde esperar que Deus atendera aos seus rogos e lhe satisfaria o desejo.

O casal tinha nos fundos da casa uma janelinha que dava para um bellissimo jardim, todo cultivado, cheio de esplêndidas flores e hortaliças; mas o jardim era cercado de um muro alto e ninguém ousava penetrar nele porque pertencia a uma feiticeira de grande poder e muito temida.

Um dia, a mulher estava à janela, olhando para o jardim; viu um canteiro todo plantado de belos raponços, tão viçosos e verdinhos, que dela se apoderou um desejo insopitável de comê-los. O desejo aumentava cada dia mais e como sabia que não

poderia satisfazê-lo, começou a emagrecer, tornando-se pálida e abatida. O marido, vendo isso, alarmou-se e perguntou:

- Que tens minha querida mulher?

- Se não conseguir comer alguns daqueles raponços que estão no jardim atrás de nossa casa, eu certamente morrerei! – respondeu ela.

O marido, que a amava ternamente, pensou: “Antes de deixar tua mulher morrer, é preferível que vás apanhar aqueles raponços; custe o que custar”.

Por conseguinte, ao cair da noite, saltou o muro do jardim da feiticeira, colheu rapidamente um punhado de raponços e levou-os à sua mulher. Ela preparou uma salada e comeu avidamente. Tão deliciosos lhe pareceram, que no dia seguinte seu desejo triplicou; a fim acalmá-la o marido prontificou-se voltar outra vez ao jardim. Ao cair da noite, portanto, saltou o muro e, quando punha os pés no jardim, ficou tremendamente assustado, dando com a feiticeira à sua frente.

- Como te atreves – disse ela, fitando-o ameaçadoramente – entrar no meu jardim e, como um ladrão vulgar, roubar meus raponços? Isto te sairá caro!

- Oh, - respondeu o homem – compadecei-vos de mim! Fui impelido a isso por uma necessidade extrema; minha mulher viu da janela vossos belos raponços e sentiu tal desejo que acabaria morrendo se não pudesse comê-los.

A cólera da feiticeira abrandou e ela então disse:

- Se as coisas são como dizes, permitirei que leves todos os raponços que queiras, com uma condição, porém: tens que dar-me a criança que nascer de tua mulher. Ela terá o melhor tratamento e dela cuidarei como se fosse sua mãe.

O pobre homem, tremendo de medo, prometeu tudo o que ela exigia e assim que sua mulher deu à luz uma linda menina, logo apareceu à feiticeira, que lhe pôs o nome de Raponcel e levou-a consigo.

Raponcel tornou-se a mais bela criança que havia sob o sol. Quando completou doze anos a feiticeira encerrou-a numa torre situada no meio da floresta, que não tinha escada e nem porta, apenas uma minúscula janelinha no alto, bem no alto; e sempre que a feiticeira queria entrar, postava-se debaixo da janela e gritava:

- Raponcel, assoma a janela e deixa pender tua trança!

Raponcel tinha longos cabelos belíssimos, finos como ouro fiado! Quando ouvia a voz da feiticeira, soltava as tranças, prendia-as a uma gancho da janela e estas caíam do comprimento de uns vinte côvados, e a feiticeira trepava por elas como por uma escada.

Passaram-se alguns anos. Um dia, sucedeu que o filho do rei, cavalgando pela floresta, passou por perto da torre. Nisso fez-se ouvir um canto tão mavioso que ele se deteve para escutar. Era Raponcel que, na sua solidão, matava o tempo fazendo ressoar docemente sua linda voz.

O príncipe quis subir até onde ela estava, mas em vão procurou uma porta de acesso. Voltou para casa, mas aquele canto de tal maneira o havia comovido que voltava diariamente à floresta para poder ouvi-lo de novo.

Certo dia, encontrando-se oculto por uma árvore, viu uma feiticeira aproximar-se e gritar:

- Raponcel, assoma à janela e deixa pender tua trança!

Raponcel soltou as tranças e a feiticeira subiu até ela.

- Se esta é a escada pela qual se sobe, também eu tentarei a sorte, - disse o príncipe.

No dia seguinte, ao cair da noite, ele postou-se debaixo da torre e gritou:

- Raponcel, assoma à janela e deixa pender tua trança!

Caíram até ele as tranças, pelas quais pôde subir.

Vendo-o entrar, Raponcel assustou-se muito, pois seus olhos jamais haviam visto um homem; mas o filho do rei falou-lhe com grande doçura, contando-lhe que seu canto lhe penetrara no coração, comovendo-o profundamente e não lhe dando sossego. Sentiu-se, pois arrastado a vê-la.

Raponcel então perdeu o medo e quando ele lhe perguntou se queria aceitá-lo para esposo, vendo-o jovem e bonito, ela refletiu: “certamente me amará mais do que a Senhora Gothel”, então, colocando sua mãozinha na dele, respondeu que sim, mas:

- Com grande prazer iria contigo, entretanto não sei como descer daqui. Sempre que vieres, traze uma meada de seda; eu a trançarei e farei uma escada; assim que ficar pronta descerei e tu me levarás no teu cavalo.

Combinaram que ele viria todas as noites, pois, de dia, vinha sempre a velha. A feiticeira de nada desconfiou, até que um dia Raponcel pôs-se a dizer-lhe:

- explicai-me Senhora Gothel, como é que sois tão pesada quando devo fazer-vos subir, ao passo que o jovem príncipe sobe até mim num instante?

- Oh, menina perversa! – gritou à feiticeira – que ouço? Julguei ter-te afastado do mundo e mesmo assim me enganas?

Furibunda, agarrou os belos cabelos de Raponcel, enrolou-os duas ou três vezes em torno da mão esquerda, com a direita apanhou uma tesoura e zás-trás,

cortou as ricas tranças que rolaram ao chão. Era tão impiedosa que, não satisfeita com isso, levou a pobre Raponcel para um deserto, deixando-a aí viver em prantos e na maior penúria.

No mesmo dia em que exilara Raponcel, ao anoitecer, ela prendeu as tranças no gancho da janela e quando o príncipe chegou e gritou:

- Raponcel, assoma à janela e deixa pender tua trança!

Deixou-as pender da janela. Quando o príncipe subiu, ao invés de encontrar sua amada, defrontou-se com a feiticeira, que o fitava com os olhos injetados de ódio.

- Ah, - exclamou irônica – vieste buscar tua amada! O lindo pássaro, porém bateu asas, deixou o ninho e não cantará mais; o gato levou-o e a ti te arrancará os olhos. Raponcel está perdida para ti, nunca mais a verás.

O príncipe, fora de si pelo desgosto, saltou desesperado para fora da janela; conseguiu salvar sua vida, mas, tendo caído sobre um espinheiro, os espinhos furaram-lhes os olhos. Cego, passou a vagar pela floresta; não se alimentava senão de raízes e frutas silvestres, chorando sem cessar e lamentando a perda de sua querida noiva.

Vagou assim, miseravelmente, durante alguns anos; por fim foi dar ao deserto onde vivia Raponcel, na mais negra penúria, com seus dois gêmeos, um menino e uma menina, que tivera durante esse tempo. O príncipe ouviu uma voz que lhe pareceu bem sua conhecida; deixou-se guiar por ela e, chegando a uma certa distância, Raponcel reconheceu-o; então correu para ele, abraçando-o e chorando ao mesmo tempo. Duas de suas lágrimas umedeceram-lhe os olhos, que então se iluminaram novamente e ele voltou a enxergar como antes.

Levou-a consigo para o seu reino, sendo lá recebidos com grande júbilo; e aí viveram alegres e tranquilos durante longos anos.

(Irmãos Grimm, Trad. Iside M Bonini, p.151- 158).

4- Branca de Neve



Figura: Branca de Neve e os anões

Fonte: Disponível em < <http://percevejo.art.br/2010/historias-com-arte-parte-i/>> acesso em 30 de março de 2012.

Da muito, muito tempo mesmo, no coração do inverno, enquanto flocos de neve caíam do céu como fina plumagem, uma rainha, nobre e bela, estava ao pé de uma janela aberta, cuja moldura era de ébano.

Bordava e, de quando em quando, olhava os flocos caindo maciamente; picou o dedo com a agulha e três gotas de sangue purpurino caíram na neve, produzindo um efeito tão lindo, o branco manchado de vermelho e realçado pela negra moldura da janela, que a rainha suspirou e disse consigo mesma:

“Quem me dera ter uma filha tão alva como a neve, carminada como o sangue e cujo rosto fosse emoldurado de preto como o ébano!”

Algum tempo depois, teve uma filhinha cuja tez era tão alva como a neve, carminada como o sangue e os cabelos negros como o ébano. Chamaram à menina de Branca de Neve; mas, ao nascer a criança, a rainha faleceu.

Decorrido o ano de luto, o rei casou-se em segundas núpcias, com uma princesa de grande beleza, mas extremamente orgulhosa e despótica; ela não podia suportar a ideia de que alguém a sobrepujasse em beleza. Possuía um espelho mágico, no qual se mirava e admirava frequentemente.

E então, dizia:

- Espelhinho, meu espelhinho, Responde-me com franqueza: Qual a mulher mais bela de toda a redondeza?

O espelho respondia: - É Vossa Realeza a mulher mais bela desta redondeza.

Ela, então, sentia-se feliz, porque sabia que o espelho só podia dizer a pura verdade. No entanto, Branca de Neve crescia e aumentava em beleza e graça; aos sete anos de idade era tão linda como a luz do dia e muito mais que a rainha.

Um dia a rainha, sua madrasta, consultou como de costume o espelho.

- Espelhinho, meu espelhinho, responde-me com franqueza: Qual a mulher mais bela de toda a redondeza?

O espelho respondeu:

- Real senhora, sois aqui a mais bela, Porém Branca de Neve é de vós ainda mais bela!

A rainha estremeceu e ficou verde de ciúmes. E daí, então, cada vez que via Branca de Neve, por todos adorada pela sua gentileza, seu coração tinha verdadeiros sobressaltos de raiva.

- Sua inveja e seus ciúmes desenvolviam-se qual erva daninha, não lhe dando mais sossego, nem de dia, nem de noite.

Enfim, já não podendo mais, mandou chamar um caçador e disse-lhe:

- Leva essa menina para a floresta, não quero mais tornar a vê-la; leva-a como puderes para a floresta, onde tens de matá-la; traze-me, porém, o coração e o fígado como prova de sua morte.

O caçador obedeceu. Levou a menina para a floresta, sob pretexto de lhe mostrar os veados e corças que lá haviam. Mas, quando desembainhou o facão para enterrá-lo no coraçãozinho puro e inocente, ela desatou a chorar, implorando:

- Ah, querido caçador, deixa-me viver! Prometo ficar na floresta, e nunca mais voltar ao castelo; assim, quem te mandou matar-me, nunca saberá que me poupaste a vida.

Era tão linda e meiga que o caçador, que não era mau homem, apiedou-se dela e disse: Pois bem, fica na floresta, mas livra-te de sair la, porque a morte seria certa. E, em seu íntimo, ia pensando: “Nada arrisco, pois os animais ferozes vão devorá-la em breve e a vontade da rainha será satisfeita, sem que, eu seja obrigado a suportar o peso de um feio crime”.

Justamente nesse momento passou correndo um veado; o caçador matou-o, tirou-lhe o coração e o fígado e levou-os à rainha como se fossem de Branca de Neve.

O cozinheiro foi incumbido de prepará-los e cozê-los; e, no seu rancor feroz, a rainha comeu-os com alegria desumana, certa de estar comendo o que pertencera, a Branca de Neve...

Durante esse tempo a pobre menina, que ficara abandonada na floresta, vagava trêmula de medo, sem saber, que fazer. Tudo a assustava, o ruído da brisa, uma folha que caía, enfim, tudo produzia nela um terrível pavor.

Ouvindo o uivar dos lobos, pôs-se a correr cheia de terror; os pezinhos delicados feriam-se nas pedras pontiagudas e estava toda arranhada pelos espinhos.

Passou ao pé de muitos animais ferozes, mas estes não lhe fizeram mal algum.

Enfim, à noitinha, cansada e ofegante, encontrou-se diante de uma linda casinha situada no meio de uma clareira. Entrou, mas não viu ninguém.

Contudo, a casa devia ser habitada, pois notou que tudo estava muito asseado e arrumadinho, dando gosto de se ver.

Numa graciosa mesa coberta com uma fina e alva toalha, achavam-se postos. sete pratinhos, sete colherinha e sete garfinhos, sete faquinhas e sete copinhos, tudo perfeitamente em ordem.

No quarto ao lado, viu sete caminhas uma junto da outra, com seus lençóis tão alvos.

Branca de Neve, que morria de fome e sede, aventurou-se a comer um pouquinho do que estava servido em cada pratinho, mas, não querendo privar nem um só dono de seu alimento, tirou somente um bocadinho de cada e bebeu apenas um golinho do vinho de cada um.

Depois, não aguentando cansaço, foi deitar-se numa caminha, mas a primeira era curta demais, a segunda muito estreita, experimentando-as todas até que a sétima tinha a medida justa. Então fez sua oração, encomendou-se a Deus e em breve adormeceu profundamente.

Ao anoitecer chegaram os donos da casa; eram os sete anões, que trabalhavam durante o dia na escavação de minério na montanha.

Cada qual acendeu uma lanterninha e, quando a casa se iluminou, viram que alguém entrara em sua casa, porque não estava tudo na ordem perfeita conforme haviam deixado ao sair.

Sentaram-se à mesa, e, então, disse o primeiro:

- Quem mexeu na minha cadeirinha?

O segundo: - Quem comeu do meu pratinho?

O terceiro: - Quem tocou no meu pãozinho?

O quarto: - Quem usou o meu garfinho?

O quinto: - Quem tirou um pouco da minha verdurinha?

O sexto: - Quem cortou com a minha facininha?

E o sétimo: - Quem bebeu do meu copinho?

Depois da refeição, foram para o quarto; notaram logo as caminhas amassadas; o primeiro reclamou:

- Quem deitou na minha caminha?

- E na minha?

- E na minha? – gritaram os outros, cada qual examinando a própria cama.

Enfim, o sétimo descobriu Branca de Neve dormindo a sono solto na sua caminha.

Correram todos com suas lanterninhas e cheios de admiração exclamaram:

- Ah, meu Deus! Ah, meu Deus! Que encantadora e linda menina!

Sentiam-se tão transportados de alegria, que não quiseram acordá-la e deixaram-na dormir tranquilamente.

O sétimo anão dormiu uma hora com cada um de seus companheiros; e assim passou a noite.

No dia seguinte, quando Branca de Neve acordou e levantou-se, ficou muito assustada ao ver os sete anões.

Mas eles sorriram-lhe e perguntaram com a maior amabilidade:

- Como te chamas? – Chamo-me Branca de Neve, respondeu ela. – Como vieste aqui à nossa casa?

Ela contou-lhes como sua madrasta mandara matá-la e como o caçador lhe permitira que vivesse na floresta.

Após ter corrido o dia todo chegara aí e, vendo a linda casinha, entrara para descansar um pouco.

Os anões perguntaram-lhe:

- Queres ficar conosco? Aqui não te faltará nada, só tens que cuidar da casa, fazer nossa comida, lavar e passar nossa roupa, coser, tecer nossas meias e manter tudo muito limpo e em ordem; mas; quando tiveres acabado o teu trabalho, serás a nossa rainha.

- Sim, anuiu a menina – ficarei convosco de todo o coração!

E ficou morando com eles, procurando manter tudo sempre em ordem. Pela manhã, eles partiam para as cavernas em busca- de ouro e minérios e, à noite, quando voltavam, todos jantavam juntos muito alegres.

Como a menina ficava só durante ó dia, os anões advertiram-na que se acautelasse:

- Toma cuidado com a tua madrasta; não tardará a saber onde estás, por isso, durante nossa ausência, não deixes entrar ninguém aqui.

A rainha, entretanto, certa de ter comido o fígado e o coração de Branca de Neve, vivia despreocupada, ela pensava, satisfeita, que era, novamente, a primeira e mais bela mulher do reino.

Certo dia, porém, teve a fantasia de consultar o espelho, e certa de que lhe responderia não ter mais nenhuma rival em beldade. Assim mesmo disse:

- Espelhinho, meu espelhinho, Responde-mo com franqueza:

Qual a mulher mais bela de toda a redondeza?

Imaginem o seu furor quando o espelho respondeu:

- Real senhora, do país sois a mais formosa. Mas Branca de Neve, que por trás dos montes vive e em casa dos sete anões, é de vós mil vezes mais formosa!

A rainha ficou furiosa, pois sabia que o espelho não podia mentir. Percebeu, assim, que o caçador a enganara e que Branca de Neve continuava a viver.

Novamente devorada pelo ciúme e pela inveja, só pensava na maneira de suprimi-la encontrando algum alívio só quando julgou ter ao alcance o meio desejado.

Pensou, pensou, pensou, depois tingiu o rosto e disfarçou-se em velha vendedora de quinilhariarias, de maneira perfeitamente irreconhecível.

Assim disfarçada, transpôs as sete montanhas e foi à casa dos sete anões; chegando lá, bateu à porta e gritou:

- Belas coisas para vender, belas coisas; quem quer comprar?

Branca de Neve, que estava no primeiro andar e se aborrecia por ficar sozinha todo o santo dia, abriu a janela e perguntou-lhe o que tinha para vender.

- Oh! Coisas lindíssimas, - respondeu a velha – olhe este fino e elegante cinto.

A o mesmo tempo, mostrava um cinto de cetim cor de rosa, todo recamado de seda multicolor. “Esta boa mulher posso deixar entrar sem perigo”, calculou Branca de Neve; então desceu, puxou o ferrolho e comprou o cinto.

Mas a velha disse-lhe: - Tu não sabes abotoá-lo! Vem, por esta vez, eu te ajudarei a fazê-lo, como se deve.

A menina postou-se confiante na frente da velha, deixando que lhe abotoasse o cinto; então a cruel inimiga, mais que depressa, apertou-o com tanta força, que a menina perdeu a respiração e caiu desacordada no chão.

- Ah, ah! – exclamou a rainha, muito contente – Já foste a mais bela! E fugiu rapidamente, voltando ao castelo.

Felizmente, os anões, nesse dia, tendo terminado o trabalho mais cedo que de costume, voltaram logo para casa.

E qual não foi seu susto ao verem a querida Branca de Neve estendida no chão, rígida como se estivesse morta! Ergueram-na e viram que o cinto apertava demais sua cinturinha. Logo o desabotoaram e ela começou a respirar levemente e, pouco a pouco, voltou a si e pôde contar o que sucedera.

Os anões disseram-lhe:

- Foste muito imprudente; aquela velha era, sem dúvida, a tua horrível madrasta. Portanto, no futuro, tenha mais cuidado, não deixes entrar mais ninguém quando não estivermos em casa.

- A pérfida rainha, logo que chegou ao castelo, correu ao espelho, esperando, enfim, ouvi-lo proclamar a sua absoluta beleza, o que para ela soava mais deliciosamente que tudo, e perguntou:

- Espelhinho, meu espelhinho, Responde-me com franqueza:

Qual a mulher mais bela de toda a redondeza?

Como da outra vez, o espelho respondeu:

- Real senhora, do país sois a mais formosa. Mas Branca de Neve, que por trás dos montes vive o em casa dos sete anões... é de vós mil vezes mais formosa!

A essas palavras a rainha sentiu o sangue gelar-se-lhe nas veias; empalideceu de inveja e, depois, torcendo-se de raiva, compreendeu que a rival ainda estava viva. Pensou, novamente, num meio de perder a inocente, causa de seu rancor.

“Ah, desta vez hei de arranjar alguma coisa que será a tua ruína!”

E, como entendia de bruxedos, pegou num magnífico pente. Cravejado de pérolas e besuntou-lhe os dentes com o veneno feito por ela própria.

Depois, disfarçando-se de outro modo, dirigiu-se para a casa dos sete anões; aí bateu à porta, gritando:

- Belas coisas para vender! Coisas bonitas e baratas; quem quer – comprar? Branca de Neve abriu a janela e disse: - Podeis seguir vosso caminho boa mulher; eu não posso abrir a ninguém.

- Mas olhar, apenas, não te será proibido! – disse a velha – Olha este pente. Cravejado de pérolas e digno de uma princesa. Pega nele e admira de perto, nada pagarás por isso!

Branca de Neve. Deixou-se tentar pelo brilho das pérolas; depois de o ter bem examinado, quis comprá-lo e abriu a porta à velha, que lhe disse:

- Espera, vou ajudar você e a pôr o pente nos teus lindos e sedosos cabelos, para que estejas bem adornada.

A pobre menina, sem saber, deixou-a fazer; a velha enterrou-lhe o pente com violência; mal os dentes tocaram na pele, Branca de Neve caiu morta sob a ação do veneno.

A rainha maldosa resmungou satisfeita:

- Enfim bem morta, Flor de Beleza! – Agora tudo se acabou para ti! Adeus!- exclamou a rainha, soltando uma gargalhada medonha. E apressando-se a regressar ao castelo.

Já estava anoitecendo e os anões não tardaram a chegar. Quando viram Branca de Neve estendida no chão, desacordada, logo adivinharam nisso a mão da madrasta. Procuraram o que lhe poderia ter feito e encontraram o pente envenenado. Assim que o tiraram da cabeça, a menina voltou a si e pôde contar o que sucedera. Novamente a preveniram que tomasse cuidado e não abrisse a porta, dizendo:

- Foi ainda a tua madrasta quem te pregou essa peça. Preciso que nos prometas que nunca mais. Abrirás a porta, seja lá a quem for. Branca de Neve prometeu tudo o que os anões lhe pediram.

Apenas de volta ao castelo, a rainha correu a pegar no espelho e perguntou:

- Espelhinho, meu espelhinho, Responde-me com franqueza:

Qual- a mulher mais bela de toda a redondeza?

Mas a resposta foi como das vezes anteriores. O espelho repetiu:

- Real senhora, do país sois a mais formosa, Mas Branca de Neve, que por trás dos montes vive e em casa dos sete anões, é de vós mil vezes mais formosa!

Ao ouvir tais palavras, ela teve um assomo de ódio, grito a raiva malvada:

- Hás de morrer, criatura miserável, ainda que eu tenha que o pagar com minha vida!

Levou vários dias consultando todos os livros de bruxaria; finalmente fechou-se num quarto, ciosamente oculto, onde jamais entrava alma viva e aí preparou uma maçã, impregnando-a de veneno mortífero.

Por fora era mesmo tentadora, branca e vermelha, e com um perfume tão delicioso que despertava a gula de qualquer um; mas, quem provasse um pedacinho, teria morte infalível.

Tendo assim preparado a maçã, pintou o rosto e disfarçou-se em camponesa e como tal encaminhou-se, transpondo as sete montanhas e indo bater à casa dos sete anões. Branca de Neve saiu à janela e disse:

- Vai embora, boa mulher, não posso abrir a ninguém; os sete anões proibiram.

- Não preciso entrar, - respondeu a falsa camponesa – podes ver as maçãs pela janela, se as quiseres comprar. Eu venderei alhures minhas maçãs, mas quero dar-te esta de presente. Vê como ela é magnífica! Seu perfume embalsama o ar. – Prova um pedacinho, estou certa de que a acharás deliciosa!

- Não, não, - respondeu Branca de Neve – não me atrevo a aceitar.

- Receias, acaso, que esteja envenenada? – disse a mulher – Olha, vou comer a metade da maçã e tu depois poderás comer o resto para veres que deliciosa é ela.

Cortou a maçã e pôs-se a comer a parte mais tenra, pois a maçã havia sido habilmente preparada, de maneira que o veneno estava todo concentrado na cor vermelha.

Branca de Neve, tranquilizou, olhava cobiçosamente para a linda maçã e, quando viu a camponesa mastigar a sua metade, não resistiu, estendeu a mão e

pegou a parte envenenada. Apenas Ihe deu a primeira dentada, caiu no chão, sem vida.

Então a pérfida madrasta contemplou-a com ar feroz.

Depois, - saltando e rindo com uma alegria infernal, exclamou:

- Branca como a neve, rosada como o sangue e preta como o ébano! Enfim, morta, morta, criatura atormentadora!

Desta vez nem todos os anões do mundo poderão despertar-te!

Apressou-se a voltar ao castelo; mal chegou, dirigiu-se ao espelho e perguntou:

- Espelhinho, meu espelhinho, Responde-me com franqueza: Qual a mulher mais bela de toda a redondeza?

Desta vez o espelho respondeu:

- De toda a redondeza agora, Real senhora, sois vós a mais formosa!

Sentiu-se transportada de júbilo e seu coração tranquilizou-se, enfim, tanto quanto é possível a um coração invejoso e mau.

Os anões, regressando à noite; encontraram Branca de Neve estendida no chão, morta. Levantaram-na e procuraram, em vão, o que pudera causar-lhe a morte; desabotoaram-lhe o vestido, pentearam-lhe o cabelo. Lavaram-na com água e vinho, mas tudo foi inútil: a menina estava realmente morta.

Então, colocaram-na num esquife e choraram durante três dias. Depois cuidaram de enterrá-la, porém ela conservava as cores frescas e rosadas como se estivesse dormindo. Eles então disseram:

- Não, não podemos enterrá-la na terra preta.

Fabricaram um esquife de cristal para que fosse visível de todos os lados e gravaram – na tampa, com letras de ouro o seu nome e sua origem real; colocaram-na dentro e levaram-na para o cume da montanha vizinha, onde ficou exposta, e cada um por sua vez ficava ao pé dele para a guardar contra os animais ferozes.

Mas podiam dispensar-se disso; os animais, todos da floresta, até mesmo os abutres, os lobos, os ursos, os esquilos e pombinhas, vinham chorar ao pé da inocente Branca de Neve.

Muitos anos se passaram Branca de Neve dentro do esquife, sem apodrecer; parecia estar dormindo, pois sua tez era ainda como a desejara a mãe: branca como a Neve, rosada como o sangue e os longos cabelos pretos como ébano; não tinha o mais leve sinal de morte.

Um belo dia, um jovem príncipe, filho de um poderoso rei, tendo-se extraviado durante a caça na floresta, chegou à montanha onde Branca de Neve repousava dentro de, seu esquite de cristal. Viu-a e ficou deslumbrado com tanta beleza, leu o que estava gravado em letras de ouro e não mais a esqueceu.

Pernoitando em casa dos anões disse-lhes:

- Daí-me esse esquite; eu vos darei todos os meus tesouros para poder levá-lo ao meu castelo. Mas os anões responderam:

- Não; não cedemos a nossa querida filha nem por todo o ouro do mundo. O príncipe caiu em profunda tristeza e permaneceu extasiado na contemplação da beleza tão pura de Branca de Neve; tornou a pedir aos anões:

- Fazei-me presente dele, pois já não posso mais viver sem a ter diante de meus olhos; quero dar-lhe as honras que só se prestam ao ser mais amado neste mundo.

Ao ouvirem essas palavras, e vendo a grande tristeza do príncipe, os anões compadeceram-se dele e deram-lhe Branca de Neve, certos de que ele não deixaria de colocá-la na sala de honra do seu castelo.

O príncipe tendo encontrado seus criados, mandou que pegassem no caixão e o carregassem nos ombros.

Aconteceu, porém, que um dos criados tropeçou numa raiz de árvore e, com o solavanco, pulou da boca meio aberta o bocadinho de maçã que ela mordera mas não engolira.

Então Branca de Neve reanimou-se; respirou profundamente, abriu os olhos, levantou a tampa do esquite e sentou-se: estava viva.

- Meu Deus, onde estou? – exclamou ela.

O príncipe, radiante de alegria, disse-lhe:

- Estás comigo. Agora acabaram todos os teus tormentos, bela garota; a mais preciosa que tudo quanto há no mundo; vamos ao castelo de meu pai, que é um grande e poderoso rei, e será a minha esposa bem amada.

Como o príncipe era encantador e muito gentil, Branca de Neve aceitou-lhe a mão. O rei muito satisfeito com a escolha do filho mandou preparar tudo para umas núpcias suntuosas.

Para a festa, além dos anões, foi convidada também a rainha que, ignorando quem era a noiva, vestiu os seus mais ricos trajes, pensando eclipsar todas as

damas e donzelas. Depois de vestida, foi contemplar-se no espelho, certa de ouvir proclamar sua beleza triunfante. Perguntou:

- Espelhinho, meu espelhinho, Responde-me com franqueza:

Qual a mulher mais bela de toda a redondeza?

Qual não foi seu espanto ao ouvi-lo responder:

- Real senhora, de todas aqui solo a mais bela agora, Mas a noiva do filho do rei, é de vós mil vezes mais formosa!

A perversa mulher soltou uma imprecação e ficou tão exasperada que não podia controlar-se e não queria mais ir à festa. Entretanto, como a inveja não lhe dava tréguas, sentiu-se arrastada a ver a jovem rainha. Quando fez a entrada no castelo, perante a corte reunida, Branca de Neve logo reconheceu sua madrasta e quase desmaiou de susto.

A horrível mulher fitava-a como uma serpente ao fascinar um passarinho. Mas sobre o braseiro já estavam prontos um par de sapatos de ferro, que haviam ficado a esquentar em ponto de brasa; os anões apoderaram-se dela e, calçando-lhe à força aqueles sapatos quentes como fogo, obrigaram-na a dançar, a dançar, a dançar, até cair morta no chão.

Em seguida, realizou-se a festa com um esplendor jamais visto sobre a terra, e todos, grandes e pequenos, ficaram profundamente alegres.

(Irmãos Grimm, trad. Clarissa Pinkola Estés, 2005).