



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

ESTUDO DA REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE DA PESSOA COM SÍNDROME DE DOWN NA PROPAGANDA “MENINA DIFERENTE”

Denise Giarola Maia¹

Sônia Maria de Oliveira Pimenta (Orientadora)²

Resumo: Neste artigo, temos como propósito analisar o potencial dos significados dos recursos semióticos visuais e verbais escolhidos na produção do texto multimodal da propaganda televisiva “Menina Diferente”, atentando-nos para a construção discursiva da identidade da pessoa com Síndrome de Down. Para isso, fizemos a desfragmentação do material tele-fílmico, organizando-o em imagens estáticas, segundo a continuidade espaço-temporal da cena (IEDEMA, 2011); e, em seguida, analisamos essas imagens quanto aos seus significados representacionais e interacionais (KRESS, VAN LEEUWEN, 1996; 2006). Simultaneamente, realizamos a análise do significado identificacional referente ao componente verbal (FAIRCLOUGH, 2003). O discurso apresentado nessa propaganda nega a visão hegemônica do corpo “normal” como o único que está apto a realizar atividades.

Palavras-chave: Multimodalidade, Identidade, Síndrome de Down.

Abstract: In this article, our purpose is to analyze the potential of the meanings of visual and verbal semiotic resources chosen in the production of multimodal text of television advertising "Different Girl", paying attention to the discursive construction of the Down syndrome person's identity. For this we did the defragmentation of tele-film material, organizing it into still images, according to the spatial and temporal continuity of the scene (IEDEMA, 2011); and then analyzed those images according to their representational and interactional meanings (KRESS, Van Leeuwen, 1996; 2006). At the same time, we realized the analysis of identificational meaning referring to the verbal component (Fairclough, 2003). The discourse presented in this advertising contradicts the hegemonic view of the “normal” body as the one who is able to perform activities.

Keywords: Multimodality, Identity, Down syndrome.

¹ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da UFMG e professora de Língua Portuguesa e Literatura no IFMG - campus Ouro Branco.

² Docente Adjunto da Faculdade de Letras e Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

Introdução

“Menina diferente” é uma das propagandas da campanha “Ser diferente é normal” do Instituto MetaSocial (doravante IMS), produzida com o apoio da agência publicitária Giovani+Draftfcb e transmitida, em 2011, durante os intervalos comerciais da programação do canal aberto da Rede Globo de Televisões.

O IMS é uma organização não governamental que surgiu no final da década de 90 com um grupo de pais, dentre os quais podemos citar o nome de Helena Werneck, atual coordenadora geral do IMS e mãe da jovem com Síndrome de Down Paula Werneck, mais conhecida como Paulinha, que interpreta a protagonista da propaganda “Menina Diferente”. De acordo com o site³ do IMS, essas propagandas televisivas são uma maneira de informar e conscientizar a sociedade sobre a Síndrome de Down (SD), e, ao mesmo tempo, mostrar as capacidades e potencialidades dessas pessoas, que, como todo ser humano, merecem ser tratadas com dignidade e respeito.

Portanto, nosso objetivo neste artigo é analisar o potencial de significados dos recursos semióticos visuais e verbais escolhidos para a produção da propaganda “Menina Diferente”, atentando-nos para as representações das identidades sociais da pessoa com SD.

Para isso, fundamentamos este trabalho nas correntes críticas da Análise do Discurso, mais especificamente nos pressupostos e categorias da Teoria Social do Discurso, e na abordagem da Multimodalidade da Semiótica Social.

Assim, primeiramente, fazemos uma breve apresentação do arcabouço teórico acima explicitado, o qual nos permitiu, em um segundo momento, realizar a análise crítica dos recursos verbais e visuais que compõem o modo da imagem em movimento. Finalmente, a partir dos dados obtidos na análise, podemos chegar a algumas considerações acerca da representação e da identidade da pessoa com SD no discurso dessa propaganda.

³ Disponível em: <<http://www.metasocial.org.br>>. Acessado em 23 de jun. 2016.



1. Análise Crítica do Discurso e Semiótica Social: uma leitura e interpretação crítica do texto multimodal da propaganda “Menina Diferente”

A Análise Crítica do Discurso (ACD), proposta por Fairclough, é um estudo crítico que reúne diversos autores das Ciências Sociais Críticas, para construir uma abordagem crítica explanatória de problemas sociais que envolvem a linguagem, configurando-se, portanto, como uma “teoria social do discurso”; mas também se fundamenta em categorias e princípios da Linguística Sistêmico-Funcional de Halliday e Matthiessen (2004). Assim, ACD é uma teoria social do discurso, mas “orientada linguisticamente” (FAIRCLOUGH, [1992] 2006, p. 62), ou seja, a crítica de problemas sociais é realizada e sustentada através da análise de instanciações discursivas.

Para a ACD, a linguagem é um elemento do social em todos os níveis: (i) a língua pode ser vista como uma estrutura (ou sistema), pois define certas possibilidades e exclui outras; (ii) ela pode ser vista também como o uso que fazemos dela, ou seja, como Discurso⁴, sendo este um momento da prática social, a semiose que “[...] inclui todas as formas de construção de sentidos - a imagem, a linguagem corporal e a própria língua” (FAIRCLOUGH, [2005] 2012, p. 307). Todas as práticas envolvem configurações de diferentes elementos da vida social chamados de momentos, tais como o Discurso, a atividade material, as relações sociais (lutas, hegemonia e poder), o fenômeno mental (crenças, valores, desejos e ideologia), as identidades, os quais estabelecem uma relação dialética de articulação e internalização. Isso significa que ao analisar o Discurso, pode-se perceber a internalização de outros momentos da prática, por exemplo, as relações sociais. Além disso, cada momento também é formado por elementos em relação de articulação interna. Por exemplo, no momento discursivo de uma prática, tem-se a articulação de elementos como gêneros, discursos e estilos – que são respectivamente, pontuados, como modos relativamente estáveis de agir, de representar e de identificar. As ordens do Discurso são, portanto, responsáveis por selecionar certas possibilidades definidas pela linguagem e excluir outras. Assim, gênero,

⁴ Fairclough (1992, 2003) faz distinção entre dois usos do termo “discurso”: como substantivo abstrato, para se referir a linguagens e a outros tipos de semiose, ele emprega o termo “Discurso”, em maiúsculo; como substantivo concreto, para se referir ao modo particular de representar o mundo, ele usa o termo “discurso”, em minúsculo.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

discurso e estilo são os elementos intermediários entre o texto e o contexto social, ou seja, entre a prática e a estrutura; (iii) finalmente, o evento social corresponde ao texto. Os agentes não são totalmente livres, pois, são constrangidos socialmente, mas, por outro lado, suas ações também não são totalmente determinadas. O mesmo ocorre quando estão produzindo um texto.

Como comentamos, ACD é uma Teoria Social do Discurso orientada linguisticamente, em *Analysing discourse: textual analysis for social research*, Fairclough ([2003] 2004), prioriza metodologicamente os recursos internos dos vários momentos semióticos que se articulam na prática social. Tais recursos são denominados de tipos de significados da semiose. Com base no modelo tridimensional de análise (FAIRCLOUGH ([1992] 2006) e recorrendo às metafunções da linguagem proposta por Halliday e Matthiessen (2004, 2014), Fairclough ([2003] 2004) estreita as relações entre ACD e a Linguístico-Sistêmico Funcional. Segundo Resende e Ramalho (2006), as obras de Fairclough podem ser divididas em três momentos: (i) o modelo tridimensional da análise do discurso; (ii) o enquadre de Chouliaraki e Fairclough (1999), em que recontextualizam abordagens da Ciência Social Crítica na ACD; e (iii) o enquadre para a análise textual em pesquisas sociais, baseado na Linguística Sistêmica-Funcional de Halliday.

Segundo Halliday e Matthiessen (2004), usamos a linguagem para dar sentido a nossa experiência, e para realizar nossas interações com outras pessoas. Isto significa que a gramática tem uma interface com o que se passa “fora” da linguagem: com os acontecimentos e as condições do mundo, e com os processos sociais que nos inserimos. Portanto, Halliday e Matthiessen (2014) veem o fenômeno linguístico atrelado ao contexto de uso da língua e, por isso, sua gramática é também “funcional”.

Na perspectiva funcionalista, a linguagem não é suficiente em si e possui funções que são externas ao sistema, sendo essas responsáveis pela organização interna do sistema linguístico. Assim, a Gramática Sistêmico-Funcional (GSF) procura explicar as (meta)funções das categorias gramaticais dentro dos sistemas.

Para Halliday e Matthiessen (2004), as funções básicas da linguagem em relação ao nosso ambiente social e biológico, são: (i) metafunção ideacional: fazer sentido a nossas experiências; (ii) metafunção interpessoal: agir nas relações sociais; e (iii) metafunção textual:



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

organizar a mensagem em um texto coeso e coerente. A linguagem, então, oferece recursos (elementos léxico-gramaticais) para que os falantes possam realizar cada uma dessas três metafunções.

Fairclough recontextualiza as metafunções da Linguística Sistemico-Funcional, contudo, alterando alguns pontos. Por exemplo, primeiramente, ele (1992) sugere a junção da função interpessoal de Halliday em duas funções separadas, a função identitária e função relacional. A primeira refere-se aos modos pelos quais as identidades são estabelecidas no discurso, e a segunda como as relações sociais entre os participantes do discurso são representadas e negociadas.

Posteriormente, Fairclough ([2003] 2004) pontua que a semiose se divide em três momentos ou significados: (i) *acional* que corresponde à ação (agimos e interagimos através dos gêneros discursivos), (ii) *representacional* que corresponde à representação do mundo material (varia de acordo com as posições dos sujeitos nas práticas sociais), e (iii) *identificacional* que corresponde à identidade (configuração das identidades, que se relacionam ao conceito de estilo); estabelecendo, assim, uma articulação entre as metafunções de Halliday e Mathiessen - ou mais especificamente, entre aquelas funções modificadas por ele (1992), ou seja, função relacional, ideacional e identitária - e as ordens do discurso (gênero, discurso e estilo).

Neste trabalho, nos detemos no significado identificacional do componente verbal, mais especificamente, nas categorias de avaliação, ou seja, nas formas avaliativas indicadoras de juízos de valor; e na modalidade, que consiste em julgamentos que envolvem probabilidade ou indicam obrigação, polarizados ou não (numa escala entre o sim e o não na perspectiva de Halliday) que enfocam a forma como o produtor do texto se posiciona frente ao que afirma e representa. Esses elementos nos permitiram retomar as representações sociais atribuídas à pessoa com Síndrome de Down e sua(s) identidade(s).

Como comentamos acima, Fairclough ([2005] 2012) reconhece que a semiose inclui todas as formas de construção de sentido, porém, não oferece categorias para analisar os recursos semióticos dos outros modos envolvidos no Discurso. Daí, então, recorreremos à Semiótica Social (SS) e abordagem da Multimodalidade.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

Na obra *Social semiotics*, Hodge e Kress (1988) fazem uma revisão dos trabalhos realizados na semiótica tradicional, a fim de identificar tanto as contradições e os equívocos quanto algumas possibilidades e orientações para uma nova forma de semiótica, para a Semiótica Social (SS).

Hodge e Kress (1988, p.261) propõem, então, uma semiótica pautada no estudo da semiose, isto é, “dos processos e efeitos da produção e reprodução, recepção e circulação de significado em todas as formas, usadas por todos os tipos de agentes de comunicação”⁵.

A partir dessa visão social da produção e da recepção dos significados e do reconhecimento da importância do modo semiótico visual na comunicação em sociedade - a qual vem produzindo cada vez mais textos *multimodais*, haja vista que grande parte dos materiais impressos e da mídia eletrônica, tais como jornal, revistas, websites, entre outros, trazem textos que envolvem uma complexa combinação de textos escritos, imagéticos, gráficos e sonoros -, Kress e van Leeuwen (1996) desenvolvem uma gramática do *design* visual (GDV). Esse trabalho diferencia daqueles dos primeiros semioticistas por tratar o componente visual de um texto como uma mensagem organizada e estruturada independentemente. Além disso, é um estudo que se fundamenta também em teorias linguísticas, como, por exemplo, no trabalho de Halliday, que considerava a linguagem como uma semiótica social.

Desse modo, com base nas metafunções descritas por Halliday e Matthiessen ([1985]2004, 2014), Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) compreendem que as imagens também desempenham estas três metafunções e descrevem os recursos disponíveis no modo imagético para desempenhá-las. Neste artigo, nosso foco reside nos significados ideacionais e interativos.

O primeiro é a habilidade do sistema semiótico em representar objetos, ou participantes, e sua relação com o mundo. Existem dois tipos de participantes envolvidos no ato semiótico, o participante interativo, que diz respeito às pessoas reais, tanto aquela que produz quanto aquela que consome, e os participantes representados, que são as pessoas e objetos representados na imagem. Esses últimos desempenham funções semióticas, isto é,

⁵ 'processes and effects of the production and reproduction, reception and circulation of meaning in all forms, used by all kinds of agents of communication'



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

podem ser ator, quando deles se observa partir vetores, e meta, quando o vetor aponta para eles.

Vetores são aquilo que linguisticamente definimos como “processos”, os quais são realizados pelo grupo verbal. Nas imagens, eles são linhas visíveis ou imaginárias formados pelos corpos, ou membros, ou ferramentas em ação, e que indicam processos. Já na imagem em movimento, o vetor é realizado pelo movimento dos participantes representados. Os processos podem construir dois tipos de estruturas: narrativos ou conceituais. Quando o participante está conectado por um vetor, ele é representado como fazendo algo para alguém. Esse tipo de padrão vetorial é denominado por Kress e van Leeuwen (2006) como narrativo. Cinco diferentes tipos de processos narrativos podem ser distinguidos com base no tipo de vetor de ação, de reação, verbal e mental, de conversão e de simbolismo geométrico.

Sobre as imagens narrativas, Kress e van Leeuwen (2006) ainda explicam que essas podem conter participantes secundários que relacionam com os participantes principais, mas não por meio de vetores, mas de outras formas. Os autores referem-se a eles como circunstâncias e podem ser de três tipos: (i) de lugar: consiste no contraste entre primeiro e segundo plano; (ii) de meio: nesse caso, não há um vetor nítido entre a ferramenta e o seu usuário; e (ii) de acompanhamento: também não há vetor, o participante estar “com” o outro.

Padrões conceituais ocorrem visualmente quando os participantes representados se relacionam em termos de sua classe, estrutura ou significado. Imagens conceituais podem apresentar três tipos diferentes de processos: classificacional, analítico e simbólico.

Quanto ao significado interpessoal, esse diz respeito à interação entre os participantes interativos (produtor da imagem e seu observador) e participantes representados, através dos seguintes recursos: (i) olhar: os olhos podem ou não formar vetores. Quando há esse vetor de olhar, dizemos que o participante representado estabelece um contato pessoal com o observador, demandando-lhe algo. Já nas imagens de contato indireto, impessoal, é quando o participante representado não olha para o observador, não há vetor de olhar. O participante representa é oferecido como um item de informação, um objeto de contemplação. (ii) enquadramento: quando o participante é representado do ombro para cima, ou apenas seu rosto, dizemos que a distância social entre ele e o observador é perto e, por isso, sugere intimidade entre os dois. A distância social será média, quando o participante for mostrado da



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

cintura para cima. É longe, quando o participante for representado de corpo inteiro, inclusive, mostrando o cenário a sua volta. (iii) perspectiva: a presença de perspectiva indica uma atitude subjetiva, enquanto sua ausência, objetividade. (iv) ângulo horizontal: quando o plano for frontal, isto é, produtor e participante representado estão de frente, isso sugere envolvimento com o observador. Mas, se o ângulo for oblíquo, isto é, produtor e participante representado não estiverem de frente, isso sugere imparcialidade. (v) ângulo vertical: se o participante for mostrado de um ângulo elevado, ele é posto como pequeno e insignificante em relação ao observador, conferindo poder a este último. Se a altura dos olhos do participante representado estiver nivelada ao do observador, temos um poder simétrico, uma igualdade entre os dois. Mas, se o participante representado é mostrado de um ângulo inferior/baixo, será visto como imponente e temível, conferindo-lhe poder.

Tal trabalho desenvolvido na GDV sobre a comunicação visual, segundo Jewit (2011, p. 29), “abriu as portas para a multimodalidade e lançou as bases para o alargamento e adaptação da semiótica social através de uma variedade de modos.”⁶ Por sua vez, a abordagem da multimodalidade, de acordo com Burn (2013), oferece novas maneiras de pensar a combinação de sistemas de signos encontrada em formas culturais, como, por exemplo, na televisão. No caso da propaganda televisiva, que é objeto de análise deste artigo, o texto é caracteristicamente multimodal, envolvendo não só o visual, ou seja, uma sequência de imagens em movimento, mas também voz, som e música, e, portanto, deve ser analisada na totalidade dos recursos semióticos envolvidos em sua produção (Kress, 2010, 2011, 2015; Kress e van Leeuwen 2001, [1996] 2006 e van Leeuwen, 2005).

2. Análise dos recursos verbais e visuais da propaganda “Menina Diferente”

Apresentamos os dados obtidos na análise dos recursos verbais e visuais da imagem em movimento da propaganda “Menina Diferente”, realizada de acordo com os pressupostos teóricos e metodológicos explicados na seção anterior. Para a transcrição multimodal da imagem em movimento, utilizamos como ferramenta o *software Eudico Linguistic Annotator*,

⁶ Minha tradução de “opened the door for multimodality and laid the groundwork for extending and adapting social semiotics across a range of modes”.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

mais conhecido pela sigla ELAN⁷, que foi desenvolvido na Holanda pelo Instituto de Psicolinguística Max Planck. Através dessa ferramenta, pudemos visualizar em centésimos de segundos o material tele-fílmico, identificando com precisão o marco temporal da cena (*scene*); e, assim, realizar a seleção das mesmas, por meio do procedimento descrito por Iedema (2011) como *desfragmentação*, na qual o material tele-fílmico é organizado em imagens estáticas, segundo a continuidade espaço-temporal da cena. Essas imagens estáticas são, portanto, recortes salientes da fotografia (*shot*), as quais são denominadas de enquadramento (*frame*). A propaganda “Menina diferente” possui uma duração de em torno de um (1) minuto, do qual selecionamos 27 frames. Para uma melhor compreensão da análise, reunimos os frames em três conjuntos: o primeiro compreende as imagens dos frames 1 a 17; o segundo é composto pelas imagens dos frames 18 a 20; e o terceiro, pelo frame 21 em diante.

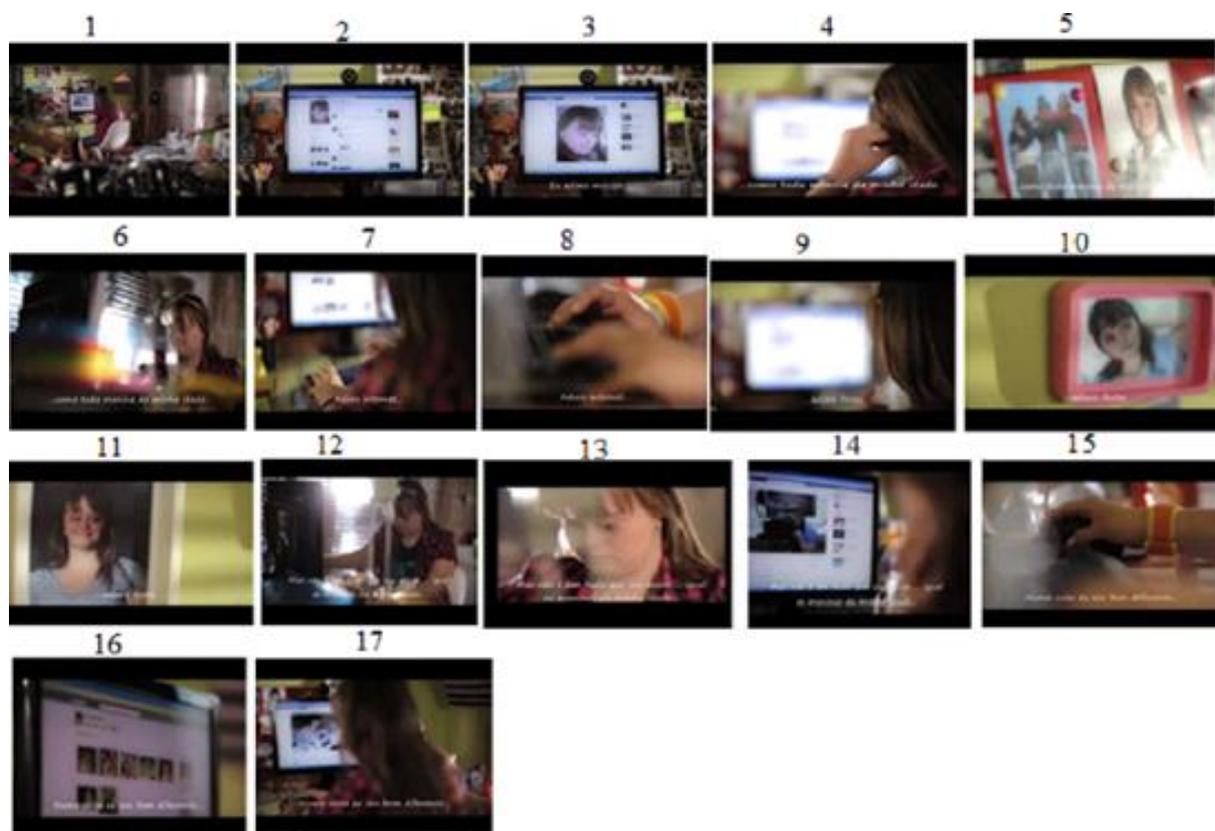


Figura 1. Conjunto de imagens quem compõem as cenas iniciais da propaganda Menina Diferente

⁷ O programa encontra-se disponível para *download* gratuito através do site <http://www.lat-mpi.eu/tools/elan/>



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

No primeiro conjunto de imagens, conforme a figura 1, em termos de metafunção ideacional do componente visual, há uma recorrência maior de estruturas narrativas.

Três tipos de processos são realizados: (i) *de ação*: através do movimento dos braços/mãos da menina (*frame 1*) em direção ao computador (*frames 2 e 3*). Ela é filmada em meio a ação de navegar pela sua página do *Facebook*, de digitar (*frames 7 e 8*), de selecionar algo na tela com o mouse (*frame 15*). Há um vetor ainda que parte da mão da menina em direção ao seu ouvido (*frame 4*), ou seja, ela é filmada em meio a ação de colocar os fones de ouvido. (ii) *de reação*: o vetor é formado pela direção dos olhos da menina (*frames 6, 12 e 13*) para a tela do computador (*frames 9, 14, 16 e 17*). (iii) *verbal*: ao longo dessa sequência de *frames*, são apresentados os seguintes enunciados verbais orais:

- (a) eu adoro música (*frames 3 e 4*)
- (b) como toda menina da minha idade (*frames 4 e 5*)
- (c) adoro internet (*frames 7 e 8*)
- (d) adoro festa (*frames 9 e 10*)
- (e) mas não é em tudo que eu sou assim (*frames 12 e 13*)
- (f) igual as meninas da minha idade (*frames 14 e 15*)
- (g) numa coisa eu sou bem diferente (*frames 16 e 17*)

Tais enunciados interagem com a imagem, de forma que esta reforça aquilo que está sendo falado. Por exemplo, o enunciado (a), que menciona a internet como algo que a participante representada adora, ocorre simultaneamente à imagem de sua página do *Facebook*, na tela do computador. Kress e van Leeuwen (2006) comentam que, na imagem em movimento, a fala é a realização do processo verbal. No entanto, nessa propaganda, apesar de a voz ser feminina, não há uma sincronização entre a fala e o movimento dos lábios do participante representado. Logo, as imagens em movimento não podem significar que o enunciado que ouvimos é realmente falado pelo dizente que vemos, ou seja, a menina diferente. Além disso, pessoas com SD geralmente apresentam uma dificuldade na articulação dos sons, comprometendo sua produção fonatória, o que não é o caso da fala apresentada na propaganda.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso - ALED - Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

Por outro lado, em termos de significado identificacional do componente verbal, quanto às avaliações, temos três afirmações com o verbo de processo mental afetivo “adorar”, que expressa um alto grau de afinidade. Portanto, são avaliações marcadas subjetivamente, ou seja, marcam explicitamente a afirmação como sendo do autor - isso também ocorre pela identificação do autor por meio do pronome “eu”.

Quanto à modalidade, podemos dizer que é categórica - “não é” e “eu sou” (enunciados “e” e “g”). Isto evidencia um grau alto de comprometimento do sujeito com suas proposições, que são tomadas como verdadeiras. Aqui, o dizente, que pode ser a menina com SD, se identifica com “toda menina da minha idade”, isto é, por terem as mesmas preferências - adorar música, internet e festa -, ela se assemelha (é igual) a outras jovens, tal como sugere o uso do conectivo “como”.

No enunciado “e”, o conectivo “mas” introduz o argumento contrário, isto é, a menina nega que ela seja em tudo igual às meninas da idade dela e afirma ser diferente (“numa coisa eu sou diferente”). Há algo que a faz não ser identificada com esse grupo. Qual seria essa diferença que marca a identidade dessa menina? É criado, então, um momento de suspense na narrativa tele-fílmica dessa propaganda.

Praticamente, nessas cenas iniciais, em termos de significado interpessoal, tem-se uma menor empatia e envolvimento entre o participante representado, a menina, e o participante interativo, os telespectadores. Em relação ao contato através do olhar, a menina é quase sempre filmada de costas, como nos *frames* 1, 4, 7, 9 e 17, ou seja, há ausência de olhar de demanda, exceto quando aparece sua foto na tela do computador (*frame* 3) e quando são mostrados alguns retratos na parede (*frames* 5, 10 e 11). Em outros momentos, ela é apresentada como objeto de contemplação (olhar de oferta), como em 6, 12 e 13.

Esse efeito de menor empatia é também criado pelo enquadramento. No *frame* 1, a menina é filmada em uma distância maior (impessoal), na qual podemos visualizar, inclusive, o cenário, seu quarto. Depois, há uma aproximação, uma vez que ela é filmada em uma distância média, da cintura/ombros para cima; no entanto, pela ausência de olhar e por ser também filmada em um ângulo mais oblíquo, isso não gera intimidade.



Figura 2. Conjunto de imagens que compõem o momento de suspense da propaganda Menina Diferente

Quanto às imagens do segundo conjunto, sequência 18 a 20, temos novamente uma estrutura narrativa. Os processos são também de ação, por exemplo, quando a menina vira para câmera (*frame 18*), e de reação, porque ela movimentava os olhos como se apontasse com eles para algo que não está na cena, ou seja, a bateria, mas que é apresentada na cena subsequente (*frame 19*).

Ao se virar para a câmera, o olhar da menina é, de certo modo, de demanda, pois é como se ele interpelasse o telespectador a refletir sobre sua suposta diferença, a qual, até então, não era tão “perceptível”. Ao focalizar o rosto da menina, podemos identificar certas características físicas atribuídas às pessoas com SD, como, por exemplo, os olhos amendoados.

Verbalmente, a propaganda não diz que a diferença da menina seja a SD. Pelo contrário, há um silêncio, isto é uma pausa, após o enunciado (g). A pausa é um recurso da fala que consiste em uma interrupção que separa os atos fonatórios (segmentos fônicos) uns dos outros. Na sequência 18 e 19, então, a pausa longa é realizada para que o público reflita em que a menina seria diferente, ou melhor, qual seria o traço distintivo que marca a sua identidade? Ela também é responsável por criar certo efeito de suspense na propaganda.

A revelação é apresentada na cena seguinte (*frame 20*) e pelo enunciado verbal (h): “eu toco bateria”. O enunciado (h) é bastante assertivo, pois utiliza um verbo material no presente do indicativo; além disso, é uma modalidade subjetiva pelo uso do pronome “eu”. Esse enunciado é responsável pela quebra de expectativa, porque a diferença, de acordo com a menina, não seria a SD, mas o fato de ela ser “menina” e “tocar bateria”, ou seja, por ela fazer algo que, na nossa sociedade, não poderia ser esperado de uma mulher.

A propaganda busca, então, surpreender o telespectador por que a participante representada é uma mulher que toca bateria, ou por que ela é uma pessoa com SD que toca bateria?



Figura 3. Conjunto de imagens que compõem as cenas finais da propaganda Menina Diferente

Por fim, a sequência 21 a 27, também pode ser descrita como uma estrutura narrativa *de ação*, formada pelos movimentos dos braços/mãos da menina em direção à bateria (*frames* 21 e 22) e quando ela lança as baquetas para o alto (*frame* 26), e pelos movimentos dos braços e mãos de outros participantes que aparecem na cena (*frames* 23, 24, 25, 26 e 27).

Chama a nossa atenção, a circunstância de local, mais especificamente a mudança de ambiente ou cenário onde se encontra a menina. Primeiramente, ela é filmada tocando bateria no seu quarto, local mais íntimo, privado; e, em seguida, no parque, lugar público. Isso parece sugerir que as pessoas com SD não ficam mais restritas apenas a suas casas, tendo contato somente com seus familiares. Aliás, a propaganda faz um forte apelo à inclusão das pessoas com SD na sociedade. Nas cenas finais, por exemplo, as pessoas que estão ao redor da menina diferente se aproximam dela e a abraçam em um gesto de acolhimento da diferença (*frame* 27). Os participantes dessa cena são oferecidos como objetos de contemplação. Eles são filmados em meio à cena do “show”, onde a menina toca bateria enquanto outros divertem



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

(dançam) com seu som. A música *Kids of the future*, da banda Jonas Brothers, escolhida como trilha sonora da propaganda, é coerente com a narrativa tele-fímica, uma vez que se trata de um estilo pop rock, sugerindo, assim, que a participante representada seja apreciadora dessa banda compostas por jovens. Ela adora não só ouvir esse estilo de música, como tocá-lo, uma vez que a bateria é um instrumento musical geralmente utilizado no rock, pop entre outros. Apesar de a atriz que interpreta a menina diferente de fato tocar bateria, na propaganda apenas vemos a execução dos gestos, pois o que ouvimos trata-se da reprodução da música tocada e cantada pela banda Jonas Brothers.

Considerações finais

Através da análise da seleção dos recursos semióticos que se considerou mais adequados para essa comunicação e representação, pudemos perceber como a identidade da pessoa com SD foi construída discursivamente na propaganda Menina Diferente. Trata-se, portanto, de um corpo diferente daquele considerado “normal”, segundo discursos hegemônicos pautados nos discursos da Biomedicina, cujas premissas é que só há um único corpo apto a trabalhar, a estudar, entre outros. O participante representado, na imagem em movimento desta propaganda, faz algo (tocar bateria) que não seria esperado de um corpo diferente, ou talvez, nem mesmo de um corpo “normal” feminino.

O slogan “Ser diferente é normal” da campanha aparece no final da propaganda, sugerindo que as pessoas podem não ser vistas como “normais” por não corresponderem com certas representações; no entanto, as diferenças existem, ou seja, todas as pessoas são diferentes uma das outras por alguma coisa; logo, deveríamos tratar a diferença como algo “normal” – embora haja conflitos e desigualdades na vida em sociedade por causa dessas diferenças, o que parece não ser problematizado na propaganda.

Por fim, através da análise da modalidade e avaliação, podemos observar que o(s) novo(s) significado(s) sobre a pessoa com SD são apresentados como algo subjetivo. O efeito disso é uma particularização da perspectiva da diferença como algo normal e da pessoa com SD como alguém capaz. Portanto, esta propaganda tende a pessoalidade.



VI Colóquio e I Instituto da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso – ALED – Brasil
Estudos do discurso: questões teórico-metodológicas, sociais e éticas
São Carlos, 27-30 de Julho de 2016

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BURN, Andrew. *The kineikonic mode: Towards a multimodal approach to moving image media*. MODE node, Institute of Education, University of London, 2013.
- CHOULIARAKI, Lilie; FAIRCLOUGH, Norman. *Discourse in late modernity*. Edinburgh: Edinburgh University Press, [1999] 2001.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Editora Universidade de Brasília, 2001.
- _____. *Media Discourse*. London: Edward Arnold, [1995] 2002.
- _____. *Analysing Discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge, [2003] 2004.
- _____. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, [1992] 2006.
- _____. Análise crítica do discurso como método em pesquisa social científica. *Linha d'Água*, n. 25 (2), p. 307-329, [2005] 2012.
- HALLIDAY, M. A. K; MATTHIESSEN, C. *An Introduction to Functional Grammar*. 3 ed. London, New York: Oxford University Press, 2004.
- HODGE, Bod; KRESS, Gunther. *Social Semiotics*. Cambridge: Polity Press, 1988.
- IEDEMA, Rick. Analysing Film and Television: a Social Semiotic account of Hospital: an Unhealthy Business. In: van LEEUWEN, Theo; JEWITT, Carey. *Handbook of Visual Analysis*. London: Sage, 2001, p. 183-204.
- JEWITT, Carey (org.). *The Routledge handbook of multimodal analysis*. London e Nova York: Routledge, 2011.
- KRESS, Gunther. *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. London e Nova York: Routledge, 2010.
- _____. What is mode?. In: JEWITT, Carey (org.). *The Routledge handbook of multimodal analysis*. London e Nova York: Routledge, 2011, p. 191-200.
- _____. *Literacy in the New Media Age*. Lancaster University, 2015.
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Arnold, 2001.
- _____. *Reading images: the grammar of visual design*. 2 .ed. London: Routledge, [1996] 2006.
- RESENDE, Viviane; RAMALHO, Viviane. *Análise de Discurso Crítica*. São Paulo: Contexto, 2006.
- VAN LEEUWEN, Theo. *Introducing Social Semiotics*. Nova York: Routledge, 2005.