**A BONECA QUE TINHA DONO: O LIVE ACTION DA BARBIE COMO ESTRATÉGIA DO IMPÉRIO DA MATTEL[[1]](#footnote-1)**

Renata Pyrrho NASCIMENTO[[2]](#footnote-2); Diego de Oliveira BEZERRA[[3]](#footnote-3); Lara Alves da ESCÓSSIA[[4]](#footnote-4); Thainá Trajano da Fonsêca SANTOS[[5]](#footnote-5); Daniel Dantas LEMOS[[6]](#footnote-6).

**RESUMO**

É nossa proposta nesta comunicação utilizar a Análise Crítica do Discurso (ACD) para aprofundar temas abordados em “Barbie", filme dirigido por Greta Gerwig em 2023. No recorte apresentado, discutimos como o longa utiliza estratégias como forma de propaganda para incorporar ao discurso da Mattel, empresa estadunidense de brinquedos e entretenimento, questões críticas relacionadas à sociedade machista como forma de adaptação para lucrar, tendo em vista as consecutivas quedas das ações da marca no mercado financeiro.

Consideramos que a noção de contexto, conforme discutida por van Dijk (2020), adequada para situar nossas análises sobre a questão proposta uma vez que ajuda a entender “de que modo o poder se relaciona com o texto e com a fala e, mais geralmente, de que modo o discurso reproduz a estrutura social” (Van Dijk, 2020, p. 7).

Nessa análise crítica do filme da Barbie (2023) pretendemos descrever as estratégias voltadas para a nostalgia podem contribuir na manutenção das situações de violência e abuso de poder contra as mulheres.

Ao longo dos anos, a Mattel se apropriou de diversos discursos procurando aderir àqueles que fossem mais lucrativos de acordo com cada época. O filme segue a mesma lógica discursiva do lançamento de bonecas fora do tradicional padrão estético da Barbie: para que a Mattel continue existindo, a marca precisa se adaptar aos novos discursos sobre ideais de beleza.

Nesta discussão, a Barbie apresentada pelo produto fílmico dirigido por Greta Gerwig e protagonizado por Margot Robbie foi analisada em aspectos discursivos que revelam uma face rica para a discussão: como a Mattel aceita ser ironizada e abraça a controvérsia dos seus discursos, buscando aprimorar sua imagem para o público de forma positiva e transformar críticas em oportunidades de lucro.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Batista Júnior, J. R.; Melo, I. F.; Sato, D. T. **Análise de discurso crítica para linguistas e não linguistas**. São Paulo: Editora Parábola, 2018.

Gerwig, G. (Diretora) **Barbie.** Estados Unidos, 2023.

hooks, b. **O feminismo é para todo mundo:** políticas arrebatadoras. Tradução Ana Luiza Libânio. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

Magalhães, I.; Martins, A. R.; Resende, V. de M. **Análise de discurso crítica:** um método de pesquisa qualitativa. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2017.

Resende, V. de M.; Ramalho, V.. **Análise de discurso crítica**. São Paulo: Contexto, 2019.

van Dijk, T. A. **Discurso e contexto**: uma abordagem sociocognitiva. Tradução por Rodolfo Ilari. SP: Editora Contexto. Livro eletrônico, 2020.

1. Grupo de Trabalho 3 - Indústrias Midiáticas. [↑](#footnote-ref-1)
2. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, renatapyrrho@gmail.com. [↑](#footnote-ref-2)
3. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, odiegobezerra@gmail.com. [↑](#footnote-ref-3)
4. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, lara.escossia.065@ufrn.edu.br. [↑](#footnote-ref-4)
5. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, ttrajano6587@gmail.com. [↑](#footnote-ref-5)
6. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, daniel.lemos@ufrn.br. [↑](#footnote-ref-6)